

# JUS ET NECTARS

ÉVOLUTION DE L'OFFRE ET  
DE LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE  
ENTRE 2009, 2013 ET 2019

RAPPORT DÉTAILLÉ

ÉDITION 2024

## **Liste des intervenants**

### **Coordination de l'étude**

Aurore COUDRAY – Anses

### **Coordination scientifique**

Karine VIN – Anses

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

### **Contribution scientifique**

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Hélène MATHIOT – Anses

Anaëlle RABES – Anses

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage Oqali le 11/12/2024.

# SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	10
1. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS.....	11
2. PRESENTATION DU SECTEUR.....	12
2.1. Sources des données .....	12
2.2. Nomenclature.....	13
3. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	14
3.1. Couverture du marché.....	14
3.2. Représentativité des segments de marché .....	15
4. EVOLUTION DE L’OFFRE .....	18
4.1. Evolution de l’offre par famille.....	18
4.1.1. En nombre de références .....	18
4.1.2. En pondérant par les parts de marché.....	19
4.2. Evolution de l’offre par segment de marché.....	20
4.2.1. En nombre de références .....	20
4.2.2. En pondérant par les parts de marché.....	21
4.3. Evolution de l’offre par segment de marché et par famille en nombre de références.....	22
4.4. Etude du renouvellement de l’offre .....	25
5. EVOLUTION DES PARAMETRES D’ETIQUETAGE.....	28
6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES.....	33
6.1. Méthodologie.....	33
6.2. Fréquence d’étiquetage par nutriment suivi.....	36
6.3. Evolution des teneurs en sucres.....	38
6.3.1. Jus de fruits.....	38
6.3.2. Jus de fruits à base de jus concentrés.....	42
6.3.3. Nectars .....	45
6.3.4. Smoothies.....	48
6.3.5. Jus de légumes.....	49
6.3.6. Synthèse de l’évolution des teneurs en sucres.....	50
6.4. Evolution des teneurs en sel .....	52

6.5.	Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées.....	53
6.5.1.	Entre 2013 et 2019.....	53
6.5.2.	Entre 2009 et 2019.....	54
7.	Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle .....	56
7.1.	Méthodologie.....	56
7.2.	Résultats.....	57
8.	Traitements supplémentaires : etude de l'évolution de l'offre et de la distribution des teneurs en sucres suite à la mise en place de la taxation sur les boissons sucrées et/ou édulcorées .....	59
8.1.	Evolution de l'offre des produits, en nombre de références et en volumes de vente ..	60
8.1.1.	Ensemble des nectars : taxés et non taxés .....	60
8.1.2.	Nectars concernés par la taxe : nectars sucrés et édulcorés, nectars édulcorés, nectars sucrés.....	61
8.2.	Evolution de l'offre de la teneur en sucres au sein des nectars taxés (nectars sucrés, nectars édulcorés, nectars sucrés et édulcorés), en nombre de références .....	63
8.3.	Synthèse de l'évolution de l'offre et de la variabilité des teneurs en sucres totaux suite à la mise en place de la taxation sur les boissons sucrées et/ou édulcorées au sein de la famille Nectars.....	64

## Liste des figures

Figure 1 : Pourcentages d'évolution des volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel des produits de type Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	15
Figure 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché en nombre de références pour le secteur des Jus et nectars entre 2009, 2013 et 2019.....	20
Figure 3 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Jus et nectars : comparaison des offres 2019-2013, 2019-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.....	26
Figure 4 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Jus et nectars entre 2009, 2013 et 2019.....	28
Figure 5 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2013 et 2019 pour le secteur des Jus et nectars. ....	31
Figure 6 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Jus de fruits étudiée. ....	40
Figure 7 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Jus de fruits étudiée.....	41
Figure 8 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Jus de fruits. ....	41
Figure 9 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.....	43
Figure 10 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée. ....	44
Figure 11 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée. ....	44
Figure 12 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Nectars étudiée. ....	46
Figure 13 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Nectars étudiée. ....	47
Figure 14 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Nectars étudiée.....	47
Figure 15 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre $t_{n-1}$ et $t_n$ .....	56
Figure 16 : Répartition des nectars taxés et non taxés, en nombre de références, en 2009, 2013 et 2019. ....	60
Figure 17 : Répartition des volumes de vente des nectars taxés et non taxés en 2009, 2013 et 2019. ....	60

Figure 18 : Répartition des nectars taxés (sucrés et édulcorés, uniquement édulcorés ou uniquement sucrés), en nombre de références, en 2009, 2013 et 2019.....	61
Figure 19 : Répartition des volumes de vente des nectars taxés (sucrés et édulcorés, uniquement édulcorés ou uniquement sucrés) en 2009, 2013 et 2019.....	62
Figure 20 : Variabilité des teneurs en sucres totaux (g/100ml) par année et par type de nectars taxés.....	63

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Définition des familles étudiées.....	13
Tableau 2 : Comparaison de la répartition des Jus et nectars par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2009, 2013 et 2019. ....	16
Tableau 3 : Evolution de l'offre alimentaire par famille de produits en nombre de références pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	18
Tableau 4 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	19
Tableau 5 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	21
Tableau 6 : Evolution de la répartition du nombre de références par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 : proportion par famille des références recueillies en 2019 pour chaque segment et évolutions en points.....	23
Tableau 7 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	27
Tableau 8 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.....	29
Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant). ....	30
Tableau 10 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant).....	31
Tableau 11 : Evolutions des tailles de portions indiquées des produits appariés, par famille de produits, au sein des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.....	32
Tableau 12 : Fréquence des différents types d'allégations de santé pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant).....	32
Tableau 13 : Fréquences d'étiquetage des sucres, fibres alimentaires et sel en 2009, 2013 et 2019 pour le secteur des Jus et nectars étudié.....	37
Tableau 14 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits.....	38
Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés.....	42
Tableau 16 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Nectars.....	45

Tableau 17 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Smoothies. ....	48
Tableau 18 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes. ....	49
Tableau 19 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes en sucres par famille entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, avec et sans pondération par les parts de marché. ....	51
Tableau 20 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes. ....	52
Tableau 21 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, avec et sans pondération par les parts de marché. ....	54
Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en nutriments entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein du secteur des Jus et nectars étudié. ....	55
Tableau 23 : Evolution des moyennes pondérées entre 2013 et 2019 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs. ...	57
Tableau 24 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres totaux sur les 3 périodes étudiées selon le type de nectars taxés. ....	64

## Liste des annexes

ANNEXE 1 : Effectifs de produits par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019.....	65
ANNEXE 2 : Etude du renouvellement de l'offre par segment de marché : comparaison des offres 2013-2019, 2009-2019 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.....	66
ANNEXE 3 : Evolutions des teneurs en fibres alimentaires pour les familles du secteur des Jus et nectars.....	67
ANNEXE 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2009, 2013 et 2019 : statistiques descriptives pour 100ml .....	70
ANNEXE 5 : Evolutions des teneurs en sel pour les familles qui ne sont pas d'intérêt pour ce nutriment.....	72
ANNEXE 6 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Jus et nectars d'après la méthode Griffith .....	74
ANNEXE 7 : Teneurs moyennes non pondérées en sucres par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith.....	75

## INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter, pour le secteur des Jus et nectars, l'évolution :

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

Les données servant de référence pour l'état des lieux (2009) et le premier suivi (2013) sont extraites de la base de données Oqali au moment de la réalisation du présent rapport. Certaines informations ont pu être modifiées ou corrigées au cours du temps. Ainsi, les données 2009 et 2013 actualisées et utilisées pour cette étude peuvent être quelque peu différentes de celles des précédents rapports sur le secteur<sup>1</sup>.

Un lexique présentant l'ensemble des définitions utiles pour la lecture de ce rapport est disponible sur le site internet de l'Oqali : [https://www.oqali.fr/media/2024/11/OQALI-2024\\_Lexique.pdf](https://www.oqali.fr/media/2024/11/OQALI-2024_Lexique.pdf).

Par convention, dans ce rapport le terme « point » correspond au « point de pourcentage ». Les différents temps de recueil (suivis) sont identifiés de la façon suivante : T0 pour 2009, T1 pour 2013 et T2 pour 2019.

Ce rapport décrit uniquement les évolutions entre les 2 suivis les plus récents (2013 et 2019) ainsi que les évolutions sur le long terme (entre 2009 et 2019). Les évolutions ayant eu lieu entre temps (2009 et 2013) ont fait l'objet d'un rapport spécifique<sup>1</sup>.

A noter que les indicateurs relatifs à l'étiquetage nutritionnel simplifié ne sont pas réalisés car trop peu de produits en présentent un en 2019 (n=112 ; 7% des références collectées par l'Oqali en 2019 apposent un Nutri-Score).

---

<sup>1</sup> Etude du secteur des Jus et nectars-Oqali-Données 2009-Edition 2010 et Etude du secteur des Jus et nectars-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015 disponibles sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

## 1. PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Cette étude a pour objectif de décrire l'évolution de l'offre, des informations étiquetées et de la composition nutritionnelle des Jus et nectars entre 2009, 2013 et 2019.

Les principaux enseignements sont les suivants :

- L'**offre** par famille évolue légèrement entre 2013 et 2019 : que ce soit en nombre de références ou en volume de vente, la famille Jus de fruits augmente au détriment de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés. Un renouvellement important de l'offre est à souligner, signe d'une dynamique de mise sur le marché/retrait de produits ;
- Concernant l'**information étiquetée**, la présence d'allégations de santé augmente significativement entre 2013 et 2019 tandis que celle des repères nutritionnels, des portions indiquées, des valeurs nutritionnelles à la portion (**informations facultatives** et différant des valeurs nutritionnelles pour 100ml imposées par le règlement « INCO »<sup>2</sup>) et des allégations nutritionnelles sont **significativement à la baisse** ;
- En termes d'évolution de la **composition nutritionnelle** et sans pondération par les parts de marché, des évolutions significatives sont observées entre 2013 et 2019 : les teneurs moyennes évoluent significativement à la baisse pour les sucres au sein de 2 familles (Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés) sur les 5 étudiées, s'expliquant par des évolutions sur les produits appariés<sup>3</sup> (pour les 2 familles) et par un renouvellement de l'offre (pour la famille Jus de fruits) allant dans le sens d'une diminution des teneurs. Pour la famille Nectars, des reformulations allant également dans le sens d'une diminution significative des teneurs en sucres pour les produits appariés sont observées sans être suffisamment importantes pour entraîner un effet significatif à l'échelle de la famille entière ;
- En pondérant par les parts de marché, les évolutions significatives observées à l'échelle des familles, entre 2013 et 2019, sont légèrement plus nombreuses et plutôt à la baisse pour les sucres au sein de 2 familles (Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés) tandis qu'à l'inverse, la famille Smoothies présente une augmentation significative ;
- **Les nectars entrent dans le champ d'application de la taxe sur les boissons sucrées et/ou édulcorées (communément appelée « taxe soda »)**. Concernant l'offre des nectars, la part des produits non taxés (non sucrés et non édulcorés) augmente depuis 2009, avec une évolution plus marquée entre 2013 et 2019 (taxe évolutive) qu'entre 2010 et 2013 (taxe fixe). Par ailleurs, au sein des nectars taxés, la proportion de produits édulcorés (avec et sans sucres ajoutés) diminue entre 2013 et 2019, ce qui traduit donc que de moins en moins de nectars utilisent des édulcorants. Toutefois, l'évolution de la teneur moyenne en sucres totaux étudiée pour chacun des groupes de nectars taxés (uniquement édulcorés, sucrés et édulcorés, uniquement sucrés) entre 2009, 2013 et

---

<sup>2</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2016 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 2016.

<sup>3</sup> Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon en 2013, et qui le sont toujours en 2019, sous une forme strictement identique ou modifiée (correspond aux groupes de produits identiques et modifiés). Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années.

2019 n'a montré aucune évolution significative. Ces résultats descriptifs restent à confirmer par des études complémentaires permettant d'établir la causalité.

## **2. PRESENTATION DU SECTEUR**

Le secteur des Jus et nectars couvre les références vendues aux rayons ambiant et frais. L'étude porte sur 1663 produits recueillis en 2019 (T2) ; 1684 principalement en 2013<sup>4</sup> (T1) et 887 principalement en 2009<sup>5</sup> (T0).

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille et par segment de marché. La présente étude prend en compte à la fois les références de marques nationales (MN), de marques de distributeurs (MDD) ainsi que des enseignes à dominante marques propres (EDMP). Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premier prix - MDDeg) seront également distingués.

A noter que les produits vendus dans les magasins spécialisés biologiques (DSbio) ont été récoltés en 2013 et 2019 mais pas en 2009. L'intégration de ces produits fait suite à la mise en place d'un partenariat entre l'Oqali et le Syndicat national des entreprises biologiques (Synabio).

### **2.1. Sources des données**

En 2009, 37% des données provenaient de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali (suite à la mise en place de partenariats), 34% correspondaient à des emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs et 29% de moyens propres Oqali.

En 2013, environ 67% des données provenaient d'emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs, 28% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali et 4% de moyens propres Oqali.

En 2019, 58% provenaient de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali, 28% de moyens propres Oqali et 14% correspondaient à des emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs. A noter que la faible part des données reçues de la part des partenaires, principalement industriels, comparativement à celle des moyens propres de l'Oqali traduit une baisse de la mobilisation des industriels à fournir des données à l'Oqali.

---

<sup>4</sup> 94% (n=1588) de produits recueillis en 2013 et 6% (n=96) en 2014.

<sup>5</sup> 69% (n=615) de produits recueillis en 2009, 14% (n=126) en 2010, 14% (n=126) en 2008 et 2% (n=20) en 2007.

## 2.2. Nomenclature

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur. Celle-ci est basée sur le décret 2003-838 modifié<sup>6</sup>, qui fournit des définitions réglementaires pour certaines catégories de produits, ainsi que sur le code national de bonnes pratiques des jus de légumes. Pour rappel, la réglementation a évolué entre 2009 et 2013<sup>7</sup>.

Ainsi, les produits étudiés ont été répartis en 5 familles de produits (Tableau 1) et le classement a été réalisé selon la dénomination de vente dans la plupart des cas.

**Tableau 1 : Définition des familles étudiées.**

Famille de produits	Définition
<b>Jus de fruits</b>	Ils sont définis par le décret 2003-838 modifié <sup>6</sup> : obtenus par simple pression des fruits (l'ajout de sucres n'est plus autorisé depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049 <sup>7</sup> ). Les produits à dominante fruits contenant des légumes ainsi que les jus de fruits obtenus par extraction hydrique (jus de pruneaux) sont également inclus.
<b>Jus de fruits à base de jus concentrés</b>	Ils sont définis par le décret 2003-838 modifié <sup>6</sup> : reconstitués en réincorporant aux jus de fruits concentrés la même quantité d'eau que celle extraite lors de la concentration (l'ajout de sucres n'est plus autorisé depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049 <sup>7</sup> ). Des valeurs brix minimales pour les jus de fruits reconstitués et les purées de fruits reconstituées sont définies par fruit dans la réglementation. Les produits à dominante fruits contenant des légumes sont également inclus.
<b>Nectars</b>	Ils sont définis par le décret 2003-838 modifié <sup>6</sup> : constitués de jus et/ou de purées de fruits (plus de 25 ou 50% selon les fruits), d'eau avec ou sans addition de sucres et/ou d'édulcorants et/ou de miel (l'ajout de sucres/édulcorants/miel n'est plus obligatoire depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049 <sup>7</sup> ). La teneur minimale en jus et/ou purée en pourcentage du volume du produit fini est réglementée par fruit. Les produits à dominante fruits contenant des légumes sont également inclus. A noter que les eaux de cocos contenant des sucres ajoutés sont également incluses dans cette famille même s'ils ne contiennent pas d'eau potable. Ces produits, très peu nombreux, ont la même dénomination de vente que les eaux de coco ne contenant pas de sucres ajoutés, qui elles sont assimilées à un jus de fruits.
<b>Smoothies</b>	Le terme « smoothie » n'est pas réglementé : ainsi, seuls les produits dont la dénomination commerciale et/ou le nom comportent la mention « smoothie » et répondant à la réglementation des jus et nectars sont inclus dans cette famille (par exemple : smoothie pomme, banane et mangue ou smoothie pomme framboise).
<b>Jus de légumes</b>	Ils sont définis selon un code national de bonnes pratiques : inclus les jus de légumes y compris les jus de tomate <sup>8</sup> ainsi que les produits à dominante légumes contenant des fruits.

La distinction entre les boissons aux fruits (qui sont incluses dans le secteur des Boissons rafraichissantes sans alcool – BRSA) et les jus et nectars est parfois complexe. Le classement est basé sur la dénomination de vente du produit. Ainsi, un produit avec une dénomination de vente

<sup>6</sup> Décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine et modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013.

<sup>7</sup> Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 : les principaux changements portent sur l'ajout de sucres non autorisé dans les jus de fruits ainsi que sur la possibilité d'élaborer un nectar sans addition de sucres ni d'édulcorants.

<sup>8</sup> La tomate est considérée comme un fruit dans le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine et modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013.

présentant « boisson » est exclu de cette étude même si les ingrédients laissent penser qu'il peut s'agir d'un jus de fruits. Les produits ressemblant aux jus et nectars avec une dénomination du type cocktail / préparation / mélange / smoothie notamment, et contenant des ingrédients non autorisés dans les jus et nectars (par exemple fibres, colorants, etc.) sont également exclus du périmètre de cette étude. A noter que le lait, la pulpe ou de la purée de coco ne sont pas autorisés dans les jus et nectars (le lait de coco n'étant pas un jus de fruits selon le Codex Alimentarius). Ainsi, les produits avec une dénomination du type cocktail / préparation / mélange / smoothie et contenant du lait de coco sont exclus du périmètre Jus et nectars. A l'inverse, l'eau de coco est différente du lait de coco et peut entrer dans la composition d'un jus de fruits.

La très grande majorité des produits du secteur répond donc au décret 2003-838 modifié<sup>9</sup>, c'est-à-dire que les ingrédients, traitements et substances autorisés sont encadrés. Ils ne contiennent par exemple aucun colorant ou conservateur.

Enfin, les produits sont classés au sein des familles sans distinction sur le format du produit (bouteille de format individuel ou à partager, briquette par exemple).

### 3. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

#### 3.1. Couverture<sup>10</sup> du marché

A partir des données 2009, 2013 et 2019 de Kantar - Panel Worldpanel<sup>11</sup>, l'évolution du volume de vente du secteur ainsi que les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant le marché des « Boissons rafraîchissantes sans alcool » en conservant uniquement les produits de type jus, nectars et smoothies considérés dans la présente étude.

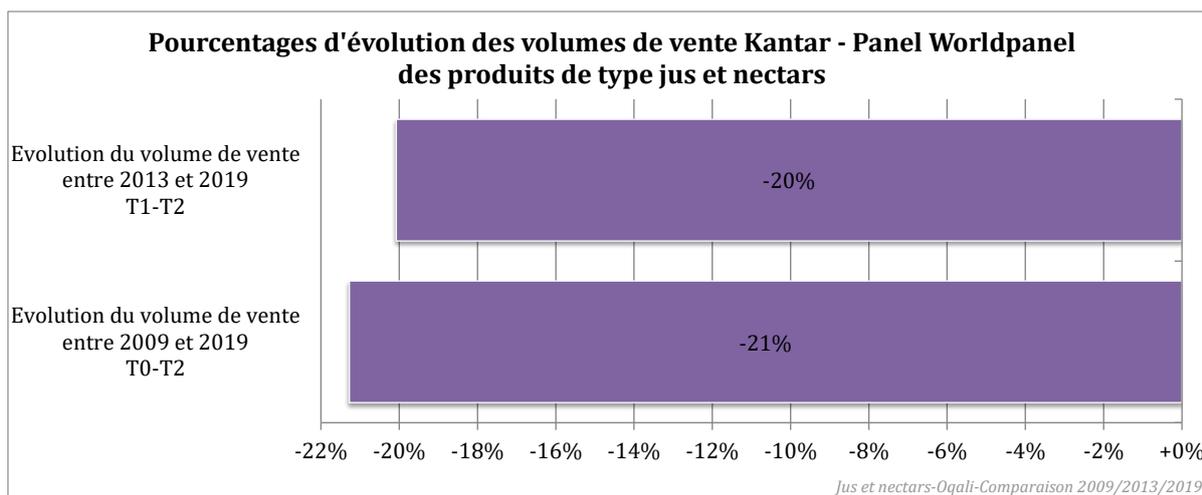
**D'après les données Kantar – Panel Worldpanel et en considérant le marché des Jus et nectars, une diminution du volume de vente total du secteur de -20% est observée entre 2013 et 2019. Entre 2009 et 2019, une diminution globale du volume de vente du secteur de -21% est observée (Figure 1).**

---

<sup>9</sup> Décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine et modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013.

<sup>10</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

<sup>11</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.



**Figure 1 : Pourcentages d'évolution des volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel des produits de type Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

**Les Jus et nectars pris en compte lors de cette étude couvrent<sup>12</sup> au minimum 56% du marché du secteur en volume en 2009, 83% en 2013 et 81% en 2019.** La couverture<sup>12</sup> du marché a augmenté entre 2009 et 2019 (+25 points) et reste globalement stable entre 2013 et 2019 (-2 points).

A noter que cette couverture<sup>12</sup> est sous-estimée du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel<sup>13</sup>. Pour les produits récoltés en 2019, l'utilisation des codes-barres (en plus des descripteurs présents habituellement) a permis de faciliter l'appariement des produits entre les bases Kantar - Panel Worldpanel<sup>13</sup> et Oqali. Ainsi, 17% des produits Oqali de 2009, 11% de ceux de 2013 et 7% de ceux de 2019 n'ont pas pu être associés à une part de marché. Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worlpanel<sup>13</sup> ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

### **3.2. Représentativité des segments de marché**

Le Tableau 2 compare, pour les années 2009, 2013 et 2019, la répartition des parts de marché par segment entre les produits recueillis par l'Oqali associés à un volume de vente, et les données du secteur entier (d'après Kantar - Panel Worldpanel<sup>13</sup>).

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

<sup>13</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

**Tableau 2 : Comparaison de la répartition des Jus et nectars par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2009, 2013 et 2019.**

Répartition en volume de vente selon les segments de marché	2009 (T0)			2013 (T1)			2019 (T2)		
	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=739 ; 56% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=1503 ; 83% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=1552 ; 81% du marché en volume)	Delta (point)
Marques nationales	32,7%	22,1%	-10,6	29,5%	24,9%	-4,6	33,5%	28,4%	-5,1
Marques de distributeurs	35,2%	43,9%	+8,7	44,0%	48,5%	+4,5	47,9%	53,2%	+5,3
Marques de distributeurs entree de gamme	8,7%	11,7%	+3,0	6,5%	6,9%	+0,4	2,8%	3,4%	+0,5
Enseignes a dominante marques propres	23,3%	22,3%	-1,0	20,0%	19,7%	-0,3	15,6%	14,9%	-0,8
Distributeurs specialises biologiques				0,01%	0,01%	+0,001	0,1%	0,1%	+0,01
Tous segments confondus	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-

<sup>1</sup>Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar - Panel Worldpanel l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar - Panel Worldpanel l'année considérée

**Au sein de l'échantillon Oqali, la représentativité en volume des marques nationales semble légèrement sous-estimée sur les 3 années de suivi (22,1% des parts de marché pour l'échantillon Oqali contre 32,7% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2009 ; 28,4% contre 33,5% en 2019 ; Tableau 2). Ce faible déséquilibre est compensé par une légère surreprésentation des marques de distributeurs (43,9% des parts de marché contre 35,2% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2009 et 53,2% contre 47,9% en 2019 ; Tableau 2). A noter que ces différences tendent à diminuer entre 2009 et 2019. La représentativité des autres segments de marché est bonne et reste stable entre 2013 et 2019 tandis qu'elle s'améliore entre 2009 et 2019.**

## 4. EVOLUTION DE L'OFFRE<sup>14</sup>

Cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution de l'offre par famille, par segment de marché et par sous-groupe, en nombre de références, ainsi que l'évolution des répartitions des parts de marché (en considérant l'ensemble des références recueillies par l'Oqali en 2009, 2013 et 2019 pour lesquelles il a été possible d'attribuer un volume de vente selon les données Kantar - Panel Worldpanel<sup>15</sup>).

Un tableau détaillant les effectifs de produits récoltés en 2009, 2013 et 2019 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 1.

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

#### 4.1.1. En nombre de références

Le Tableau 3 compare la répartition par famille des références étudiées entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

**Tableau 3 : Evolution de l'offre alimentaire par famille de produits en nombre de références pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

Famille de produits	Répartition des références recueillies en pourcentage					Nombre de références recueillies				
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)
Jus de fruits	48,8%	52,3%	58,6%	+6	+10	433	880	975	+95	+542
Jus de fruits a base de jus concentrés	25,7%	18,9%	11,9%	-7	-14	228	319	198	-121	-30
Nectars	18,7%	21,3%	22,4%	+1	+4	166	359	372	+13	+206
Smoothies	4,2%	2,6%	1,7%	-1	-2	37	43	29	-14	-8
Jus de légumes	2,6%	4,9%	5,4%	+0,4	+3	23	83	89	+6	+66
Toutes familles confondues	100,0%	100,0%	100,0%	-	-	887	1684	1663	-21	+776

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieur ou égal à 2

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

#### La répartition des produits selon les familles a légèrement évolué 2013 et 2019 (Tableau 3):

- augmentation du nombre de références au sein de la famille Jus de fruits (+6 points)
- à l'inverse, diminution au sein de celle des Jus de fruits à base de jus concentrés (-7 points).

Entre 2009 et 2019, ces évolutions sont plus importantes (Jus de fruits : +10 points ; Jus de fruits à base de jus concentrés : -14 points ; Tableau 3).

<sup>14</sup> A noter que pour les indicateurs pondérés par les volumes de vente, les parts de marché des produits Oqali par famille, segment et sous-groupe sont rapportées à un total de 100%. Les parts de marché des produits non couverts par l'Oqali sont ainsi supposées avoir la même évolution que celles de l'échantillon recueilli sur la période.

<sup>15</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

En 2019, comme en 2013 et en 2009, la famille la plus représentée est celle des Jus de fruits (58,6% des références en 2019).

#### 4.1.2. En pondérant par les parts de marché

Le Tableau 4 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

**Tableau 4 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

Famille de produits	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali					Effectif de produits associés à un volume de vente				
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)
Jus de fruits	54,6%	58,8%	66,9%	+8	+12	346	806	908	+102	+562
Jus de fruits a base de jus concentrés	32,4%	27,8%	16,4%	-11	-16	197	287	193	-94	-4
Nectars	11,8%	12,1%	15,5%	+3	+4	144	301	346	+45	+202
Smoothies	0,5%	0,4%	0,1%	-0,3	-0,5	31	40	25	-15	-6
Jus de légumes	0,7%	0,9%	1,1%	+0,2	+0,4	21	69	80	+11	+59
Toutes familles confondues	100,0%	100,0%	100,0%	-	-	739	1503	1552	+49	+813

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

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieur ou égal à 2

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

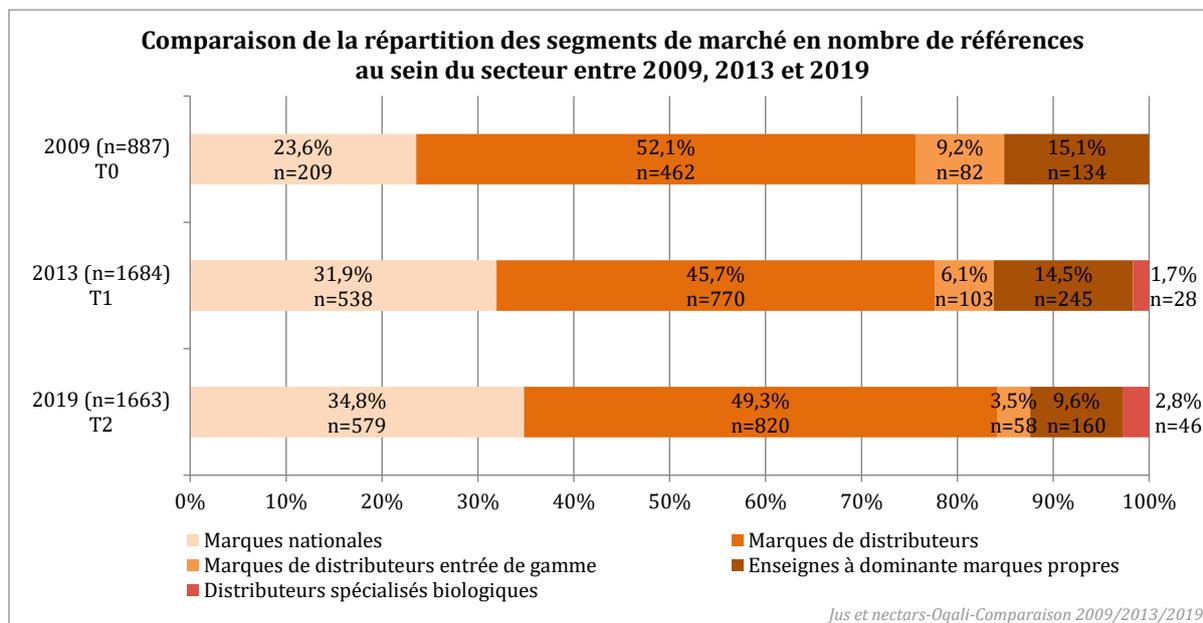
**La répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à un volume de vente par famille a légèrement évolué entre 2013 et 2019.** Sur cette période, et comme en nombre de références, une augmentation est observée pour la famille Jus de fruits (+8 points) au détriment de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés (-11 points) (Tableau 4). Ces évolutions sont également observées de façon plus importante entre 2009 et 2019 : +12 points pour la famille Jus de fruits tandis que la famille Jus de fruits à base de jus concentrés diminue de -16 points (Tableau 4).

**En 2019, comme en 2013 et en 2009, la famille la plus représentée, en considérant les produits associés à un volume de vente, est la famille Jus de fruits (66,9% des volumes de vente en 2019).**

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

### 4.2.1. En nombre de références

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



**Figure 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché en nombre de références pour le secteur des Jus et nectars entre 2009, 2013 et 2019.**

#### **La répartition des produits selon les segments de marché a légèrement évolué.**

Entre 2013 et 2019, la part des marques de distributeurs et des marques nationales augmente (respectivement +4 points et +3 points) au détriment des enseignes à dominante marques propres (-5 points) et des marques de distributeurs entrée de gamme (-3 points) (Figure 2). A noter que le nombre de références des distributeurs spécialisés biologiques récoltées augmente mais que la part de ce segment de marché reste globalement stable entre 2013 et 2019 (+1 point ; Figure 2).

## 4.2.2. En pondérant par les parts de marché

Le Tableau 5 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

**Tableau 5 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

Segment de marché	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali					Effectif de produits associés à un volume de vente				
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)
Marques nationales	22,1%	24,9%	28,4%	+3	+6	165	493	504	+11	+339
Marques de distributeurs	43,9%	48,5%	53,2%	+5	+9	396	725	814	+89	+418
Marques de distributeurs entrée de gamme	11,7%	6,9%	3,4%	-4	-8	71	84	58	-26	-13
Enseignes à dominante marques propres	22,3%	19,7%	14,9%	-5	-7	107	200	149	-51	+42
Distributeurs spécialisés biologiques		0,01%	0,1%	+0,1			1	27	26	
Tous segments confondus	100,0%	100,0%	100,0%	-	-	739	1503	1552	+49	+813

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

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieur ou égal à 2

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

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Worldpanel l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Worldpanel sur au moins 1 des 2 années considérées

**La répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à une ligne du panel Kantar-Panel Worldpanel montre, entre 2013 et 2019, une augmentation de la part des marques de distributeurs (+5 points) et dans une moindre mesure des marques nationales (+3 points) au détriment des enseignes à dominante marques propres (-5 points) et des marques de distributeurs entrée de gamme (-4 points) (Tableau 5). Entre 2009 et 2019, la part des marques distributeurs et des marques nationales a également augmenté (respectivement +9 points et +6 points) tandis que celle des marques de distributeurs entrée de gamme et des enseignes à dominante marques propres a diminué (respectivement -8 points et -7 points) (Tableau 5).**

### **4.3. Evolution de l'offre par segment de marché et par famille en nombre de références**

Le Tableau 6 compare l'évolution de la répartition de l'offre de produits, en nombre de références, par famille et segment de marché entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

**Tableau 6 : Evolution de la répartition du nombre de références par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 : proportion par famille des références recueillies en 2019 pour chaque segment et évolutions en points.**

Segment de marché Famille de produits	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Enseignes à dominante marques propres			Distributeurs spécialisés biologiques		
	2019 (n=579) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2019 (n=820) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2019 (n=58) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2019 (n=160) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2019 (n=46) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)
Jus de fruits	60,1%	+2	+10	62,3%	+6	+8	15,5%	-4	-11	44,4%	+8	+4	78,3%	-4	
Jus de fruits a base de jus concentres	9,3%	-3	-15	9,4%	-6	-10	44,8%	-7	-0,3	25,6%	-7	-12	0,0%	+0	
Nectars	23,8%	+6	+9	21,7%	-0,4	+3	39,7%	+11	+13	20,6%	-5	+1	0,0%	+0	
Smoothies	2,2%	-3	-8	1,2%	-0,2	-2	0,0%	+0	+0	3,8%	+2	+2	0,0%	+0	
Jus de legume	4,5%	-2	+4	5,4%	+1	+1	0,0%	+0	-1	5,6%	+2	+4	21,7%	+4	
Total secteur	100,0%	-	-	100,0%	-	-	100,0%	-	-	100,0%	-	-	100,0%	-	-

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieur ou égal à 2

Case en vert : variations supérieures ou égales à 5 points entre les pourcentages des 2 années

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre de produits a légèrement évolué entre 2009, 2013 et 2019 (Tableau 6).**

Au sein des **marques nationales**, entre 2013 et 2019, une **augmentation de la part des effectifs de la famille Nectars** (+6 points) et dans une moindre mesure de la famille **Jus de fruits** (+2 points) est observée **au détriment des autres familles** (-3 points pour les familles Jus de fruits à base de jus concentrés et Smoothies, -2 points pour la famille Jus de légumes). Entre 2009 et 2019, les évolutions se sont amplifiées : la proportion de produits augmente pour les familles Jus de fruits (+10 points) et Nectars (+9 points) tandis qu'elle diminue pour les familles Jus de fruits à base de jus concentrés (-15 points) et Smoothies (-8 points). En 2019, la famille la plus représentée, pour ce segment de marché, correspond aux Jus de fruits (60,1% des références).

Concernant les **marques de distributeurs**, une **augmentation de la part des effectifs de la famille Jus de fruits** est observée tandis que **la proportion de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés diminue**, aussi bien entre 2013 et 2019 (respectivement +6 points et -6 points) qu'entre 2009 et 2019 (respectivement +8 points et -10 points). La part des 3 autres familles reste globalement stable au cours du temps. En 2019, la famille la plus représentée, pour ce segment de marché, correspond aux Jus de fruits (62,3%).

L'offre 2019 des **marques de distributeurs entrée de gamme** se concentre sur 3 des 5 familles de produits étudiées pour ce secteur. Entre 2013 et 2019, **la proportion de produits de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés**, ainsi que dans une moindre mesure, celle de la famille **Jus de fruits diminue** (respectivement -7 points et -4 points). A l'inverse sur cette même période, **la part des effectifs de la famille Nectars augmente** (+11 points), évolution également retrouvée entre 2009 et 2019 (+13 points). La proportion de la famille Jus de fruits diminue de façon plus importante entre 2009 et 2019 (-11 points) contrairement à celle de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés qui reste stable (-0,3 point). Pour ce segment de marché, la famille Jus de fruits à base de jus concentrés est la plus représentée (44,8%) suivie de la famille Nectars (39,7%).

**La répartition des produits au sein des enseignes à dominante marques propres montre une augmentation pour la famille Jus de fruits** entre 2013 et 2019 (+8 points) ainsi que dans une moindre mesure entre 2009 et 2019 (+4 points). Par ailleurs, une **diminution est observée** entre 2013 et 2019 pour la famille **Jus de fruits à base de jus concentrés** (-7 points), diminution également retrouvée entre 2009 et 2019 (-12 points). De plus, la proportion de produits de la famille **Nectars diminue également** entre 2013 et 2019 mais reste globalement stable entre 2013 et 2019 (+1 point). Enfin, les familles Smoothies et Jus de légumes voient leurs proportions légèrement augmenter entre 2013 et 2019 (+2 points pour les 2 familles) comme entre 2009 et 2019 (respectivement +2 points et +4 points ; à nuancer par des effectifs faibles en 2009 : n=2 pour ces 2 familles). En 2019, la famille la plus représentée, pour ce segment de marché, correspond aux Jus de fruits (44,4%).

L'offre 2019 des **distributeurs spécialisés biologiques se concentre sur les familles Jus de fruits (78,3%) et Jus de légumes (21,7%)**. Pour rappel, les produits de ce segment n'ont été collectés que pour les suivis 2013 et 2019, période durant laquelle la part des effectifs de la famille Jus de fruits diminue légèrement au profit de celle de la famille Jus de légumes (respectivement -4 points et +4 points).

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

Afin d'identifier si les références produits disponibles l'année B<sup>16</sup> sont semblables à celles recueillies l'année A<sup>17</sup>, les produits sont classés selon les sous-groupes suivants :

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

Cette segmentation est désignée par le terme « **sous-groupes** » dans la suite du rapport. Les **produits identiques et les produits modifiés forment les produits appariés** : ce sont les produits qui possèdent une version, identique ou non, l'année A et l'année B.

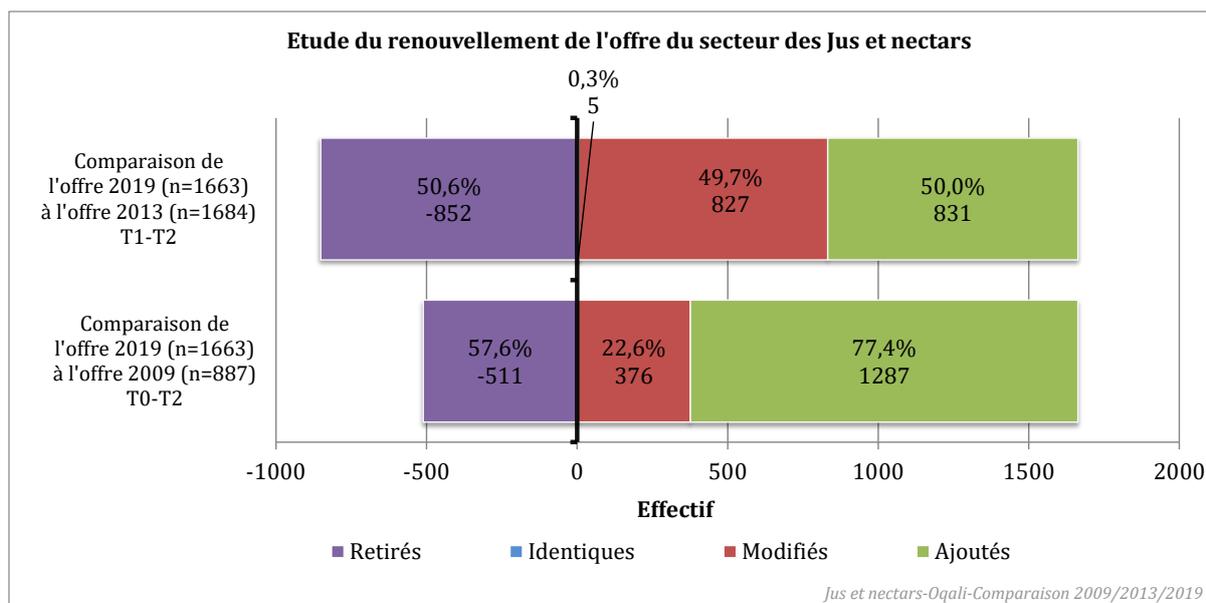
La Figure 3 présente le renouvellement de l'offre du secteur des Jus et nectars en comparant les produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés<sup>18</sup> entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

---

<sup>16</sup> Pour cette étude, l'année B correspond au suivi 2019.

<sup>17</sup> Pour cette étude, l'année A correspond à l'année servant de comparaison (2009 ou 2013 selon les cas).

<sup>18</sup> Les évolutions de l'offre entre 2009 et 2013 ne sont pas représentées sur cette figure. Ces évolutions sont détaillées dans le premier suivi d'évolution du secteur (Etude du secteur des Jus et nectars-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015 disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>).



**Figure 3 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Jus et nectars : comparaison des offres 2019-2013, 2019-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.**

**Entre 2013 et 2019**, sur l'ensemble du secteur et en nombre de références, un **renouvellement important des produits** est observé : **les produits ajoutés (captés par l'Oqali en 2019 mais pas en 2013) sont majoritaires** et représentent 50,0% de l'offre 2019 (n=831), juste devant les produits modifiés (présents en 2013 et en 2019 dans une version évoluée) qui, eux, en représentent 49,7% (n=827). Seulement 0,3% (n=5) des produits sont identiques en tous points entre 2013 et 2019 et 50,6% des produits pris en compte en 2013 n'ont pas été retrouvés pour l'étude d'évolution (n=852).

Ce renouvellement important est également observé entre 2009 et 2019.

L'Annexe 2 détaille le renouvellement de l'offre par segment de marché entre 2013 et 2019 ainsi qu'entre 2009 et 2019.

Le Tableau 7 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

**Tableau 7 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

Sous-groupe		Retirés <sup>1</sup>	Identiques <sup>2</sup>	Modifiés <sup>3</sup>	Ajoutés <sup>4</sup>
Répartition des volumes de vente <sup>5</sup> des produits récoltés par l'Oqali	Entre 2013 et 2019 (T1-T2)	26,7%	0,2%	78,4%	21,4%
	Entre 2009 et 2019 (T0-T2)	36,9%		43,7%	56,3%
Effectif de produits associés à un volume de vente	Entre 2013 et 2019 (T1-T2)	739	5	796	751
	Entre 2009 et 2019 (T0-T2)	399		372	1180

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

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali l'année A et l'année B semblables en tout point

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

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

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

Case en vert : part de marché la plus élevée

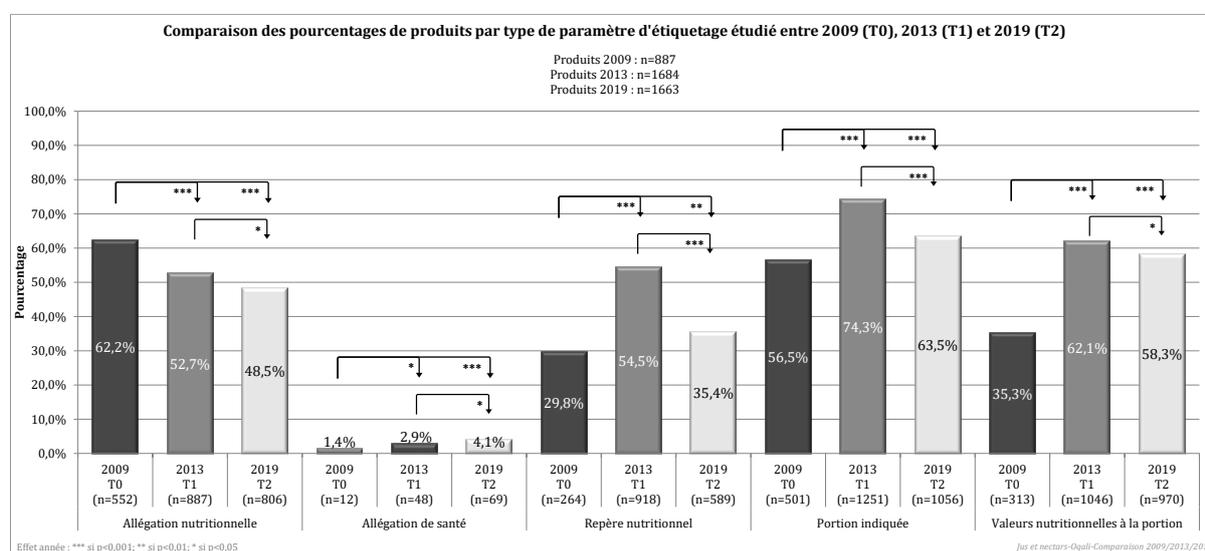
A l'échelle du secteur total et en termes de volumes de vente associés aux produits récoltés par l'Oqali, **les références modifiées entre 2013 et 2019 sont celles possédant les volumes de vente les plus élevés** (78,4% des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2019 ayant été associés à un volume de vente Kantar – Panel Worldpanel). Elles sont suivies par les produits ajoutés, qui représentent 21,4% des volumes de vente. A noter que les produits identiques représentent 0,2% des volumes de vente de 2019. Les produits retirés correspondent quant à eux à 26,7% du volume de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2013 ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel.

## 5. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE<sup>19</sup>

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, les fréquences de la présence de 5 paramètres nutritionnels<sup>20</sup> ont été suivies : allégations nutritionnelles et de santé, repères nutritionnels, portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion (Figure 4). A noter que ces indicateurs ne prennent pas en compte les volumes de vente.

Un tableau récapitulatif le détail des effectifs de produits récoltés en 2009, 2013 et 2019 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 1.

**A l'échelle du secteur des Jus et nectars, des évolutions significatives concernant la présence de tous les paramètres d'étiquetage sont constatées entre les différentes années de suivi (Figure 4, Tableau 8).**



**Figure 4 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Jus et nectars entre 2009, 2013 et 2019.**

<sup>19</sup> Des tests statistiques (chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives de la proportion de produits présentant ou non tel paramètre entre les années. Les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont décrits dans le rapport méthodologique 2010 (Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>). Par convention, le terme « significatif » a été employé afin de signifier que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05). Ce test tient compte à la fois de la proportion et des effectifs : plus les effectifs sont élevés, plus les écarts de proportion mis en évidence sont faibles. Lorsque cette différence est significative, elle est signifiée par une flèche entre les 2 années sur les figures et par des étoiles dans les tableaux.

<sup>20</sup> La fréquence de présence d'un étiquetage nutritionnel simplifié n'est pas étudiée dans ce rapport car trop peu de produits en présentent un en 2019 (n=112 soit 7% des références collectées).

**Tableau 8 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.**

	Allégation nutritionnelle					Allégation de santé					Repère nutritionnel					Portion indiquée					Valeurs nutritionnelles à la portion				
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (10 ans)
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																									
Secteur (T0 : n=887 ; T1 : n=1684 ; T2 : n=1663)	62,2%	52,7%	48,5%	-4*	-14***	1,4%	2,9%	4,1%	+1*	+3***	29,8%	54,5%	35,4%	-19***	+6**	56,5%	74,3%	63,5%	-11***	+7***	35,3%	62,1%	58,3%	-4*	+23***
<b>Famille de produits</b>																									
Jus de fruits (T0 : n=433 ; T1 : n=880 ; T2 : n=975)	78,1%	63,6%	58,5%	-5*	-20***	1,2%	4,3%	5,3%	+1	+4***	32,6%	59,9%	35,8%	-24***	+3	61,7%	76,8%	68,0%	-9***	+6*	39,5%	65,3%	62,5%	-3	+23***
Jus de fruits a base de jus concentrés (T0 : n=228 ; T1 : n=319 ; T2 : n=198)	67,5%	60,8%	52,0%	-9*	-16**	2,2%	2,2%	3,5%	+1	+1	22,4%	47,3%	46,5%	-1	+26***	41,7%	74,0%	66,7%	-7	+25***	28,1%	58,0%	62,1%	+4	+34***
Nectars (T0 : n=166 ; T1 : n=359 ; T2 : n=372)	22,3%	26,2%	28,0%	+2	+6	1,2%	0,0%	0,5%	+1	-1	31,9%	52,6%	30,6%	-22***	-1	55,4%	69,4%	53,8%	-16***	-2	32,5%	63,0%	50,0%	-13***	+17***
Smoothies (T0 : n=37 ; T1 : n=43 ; T2 : n=29)	51,4%	48,8%	27,6%	-21	-24	0,0%	0,0%	0,0%	+0	+0	24,3%	39,5%	34,5%	-5	+10	81,1%	83,7%	48,3%	-35**	-33**	43,2%	34,9%	44,8%	+10	+2
Jus de légumes (T0 : n=23 ; T1 : n=83 ; T2 : n=89)	17,4%	21,7%	23,6%	+2	+6	0,0%	3,6%	9,0%	+5	+9	43,5%	41,0%	27,0%	-14	-17	73,9%	65,1%	52,8%	-12	-21	34,8%	54,2%	43,8%	-10	+9
<b>Segment de marché</b>																									
Marques nationales (T0 : n=209 ; T1 : n=538 ; T2 : n=579)	74,6%	57,8%	54,9%	-3	-20***	3,8%	4,8%	8,1%	+3*	+4*	25,8%	24,7%	18,5%	-6*	-7*	42,6%	44,2%	39,0%	-5	-4	20,6%	19,7%	30,7%	+11***	+10**
Marques de distributeurs (T0 : n=462 ; T1 : n=770 ; T2 : n=820)	66,5%	55,3%	49,8%	-6*	-17***	0,9%	2,5%	2,3%	-0,2	+1	37,9%	73,2%	47,0%	-26***	+9**	75,3%	94,4%	80,2%	-14***	+5*	50,6%	87,3%	76,3%	-11***	+26***
Marques de distributeurs entrée de gamme (T0 : n=82 ; T1 : n=103 ; T2 : n=58)	22,0%	19,4%	19,0%	-0	-3	0,0%	0,0%	0,0%	+0	+0	19,5%	42,7%	51,7%	+9	+32***	41,5%	70,9%	60,3%	-11	+19*	18,3%	61,2%	56,9%	-4	+39***
Enseignes à dominante marques propres (T0 : n=134 ; T1 : n=245 ; T2 : n=160)	53,0%	49,4%	36,3%	-13**	-17**	0,0%	0,0%	0,0%	+0	+0	14,2%	69,4%	41,9%	-28***	+28***	22,4%	82,9%	81,3%	-2	+59***	15,7%	80,0%	81,3%	+1	+66***
Distributeurs spécialisés biologiques (T0 : n=0 ; T1 : n=28 ; T2 : n=46)		32,1%	23,9%	-8			10,7%	6,5%	-4			25,0%	0,0%	-25			35,7%	15,2%	-20*			32,1%	6,5%	-26	

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre les 2 années (\* 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 les 2 années (\* 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 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

Entre 2013 et 2019, des diminutions significatives sont observées concernant la présence de repère nutritionnel (54,5% en 2013 vs 35,4% en 2019), de portion indiquée (74,3% vs 63,5%), de valeurs nutritionnelles à la portion (62,1% vs 58,3%) ainsi que d'allégations nutritionnelles (52,7% vs 48,5%) (Figure 4 et Tableau 8). Ces diminutions significatives observées à l'échelle du secteur entre 2013 et 2019 sont notamment portées au niveau des segments de marché par les marques de distributeurs (-26 points pour les repères nutritionnels, -14 points pour la présence de portion indiquée, -11 points pour les valeurs nutritionnelles à la portion et -6 points pour les allégations nutritionnelles ; Tableau 8). Par ailleurs, les enseignes à dominante marques propres présentent également des diminutions significatives pour la présence de repère nutritionnel (-28 points) et d'allégations nutritionnelles (-13 points). De même, les marques nationales présentent une diminution significative pour la présence de repère nutritionnel (-6 points) et les distributeurs spécialisés biologiques pour la présence de portion indiquée (-20 points) (Tableau 8). A noter que la présence de valeurs nutritionnelles à la portion augmente de façon significative pour les marques nationales (+11 points) (Tableau 8). Au niveau des familles, les diminutions significatives observées à l'échelle du secteur sont portées par (Tableau 8):

- 3 familles pour la présence de portion indiquée : Smoothies (-35 points), Nectars (-16 points) ainsi que Jus de fruits (-9 points) ;
- 2 familles pour la présence de repère nutritionnel : Jus de fruits (-24 points) et Nectars (-22 points) ;
- 2 familles pour la présence d'allégations nutritionnelles : Jus de fruits à base de jus concentrés (-9 points) et Jus de fruits (-5 points) ;
- 1 famille pour la présence de valeurs nutritionnelles à la portion : Nectars (-13 points).

En 2019, les **allégations nutritionnelles** portent principalement sur les sucres ajoutés (60% des produits comportant une allégation nutritionnelle, avec un message du type « sans sucres ajoutés » par exemple) et sur les vitamines et minéraux (55%, avec des messages du type « (naturellement) riche en vitamines » ou « (naturellement) source en vitamines ») (Tableau 9 et Tableau 10).

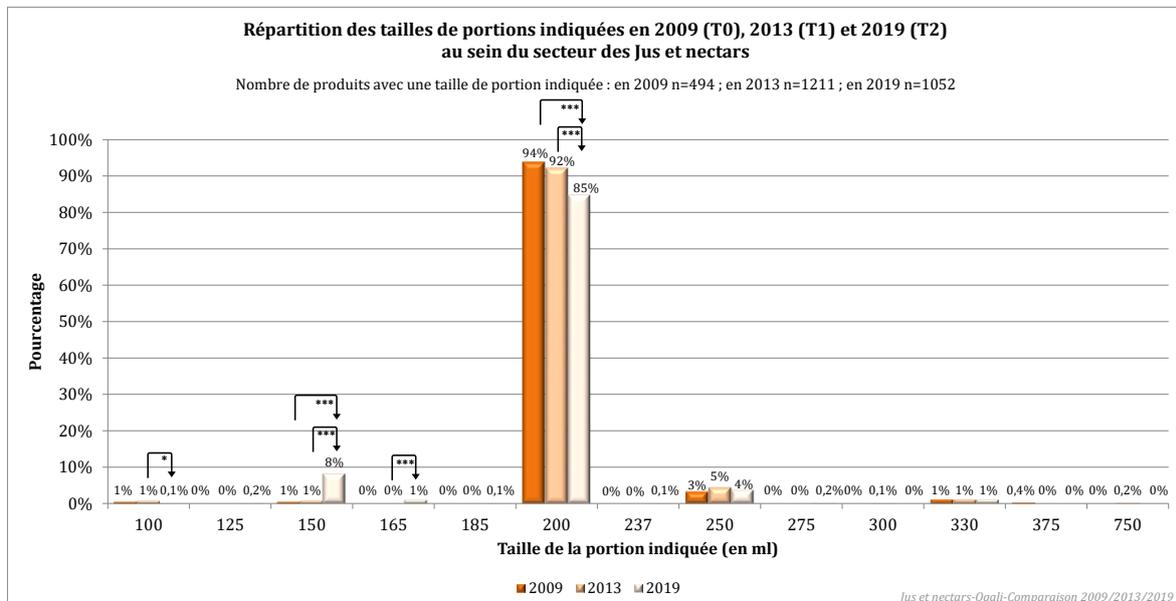
**Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant).**

Nutriments concernés	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 (n=552)	2013 (n=887)	2019 (n=806)
Sucres ajoutés	458	646	484	83%	73%	60%
Vitamines et minéraux	295	429	445	53%	48%	55%
Sel/Sodium	0	10	16	0%	1%	2%
Sucres	11	9	11	2%	1%	1%
Valeur énergétique	1	3	8	0,2%	0,3%	1%
Fibres	8	6	3	1%	1%	0,4%
Polyphénols	5	3	2	1%	0,3%	0,2%
Matières grasses	0	1	1	0%	0,1%	0,1%
Proanthocyanidines	0	1	0	0%	0,1%	0%

**Tableau 10 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant).**

Type d'allégation nutritionnelle	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 (n=552)	2013 (n=887)	2019 (n=806)
SANS SUCRES AJOUTES	458	646	484	83%	73%	60%
NATURELLEMENT RICHE ou RICHE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	160	117	274	29%	13%	34%
NATURELLEMENT SOURCE ou SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	72	285	188	13%	32%	23%
ENRICHIS EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	28	86	42	5%	10%	5%
SANS SODIUM OU SANS SEL AJOUTE	0	8	14	0%	1%	2%
REDUCTION DE LA TENEUR EN SUCRES	11	8	9	2%	1%	1%
A TENEUR GARANTIE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	77	30	8	14%	3%	1%
FAIBLE VALEUR ENERGETIQUE	0	3	5	0%	0,3%	1%
NATURELLEMENT SOURCE ou SOURCE DE FIBRES	3	3	3	1%	0,3%	0,4%
VALEUR ENERGETIQUE REDUITE	1	0	3	0,2%	0%	0,4%
CONTIENT NATURELLEMENT ou CONTIENT DES POLYPHENOLS	5	3	2	1%	0,3%	0,2%
SANS SUCRES	0	1	2	0%	0,1%	0,2%
SANS SODIUM OU SANS SEL	0	1	1	0%	0,1%	0,1%
PAUVRE EN SODIUM OU EN SEL	0	0	1	0%	0%	0,1%
SANS MATIERES GRASSES	0	0	1	0%	0%	0,1%
NATURELLEMENT RICHE ou RICHE EN FIBRES	5	3	0	1%	0,3%	0%
CONTIENT DES PROANTHOCYANIDINES	0	1	0	0%	0,1%	0%
FAIBLE TENEUR EN MATIERES GRASSES	0	1	0	0%	0,1%	0%
REDUIT EN SODIUM OU EN SEL	0	1	0	0%	0,1%	0%

En ce qui concerne les tailles de portion indiquée, celle de 200 ml reste majoritaire pour les 3 suivis mais diminue significativement (-7 points) entre 2013 et 2019 au profit principalement de la portion indiquée de 150 ml (+7 points). Cela peut s'expliquer par la mise en place par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS), fin 2018, d'une charte de bonnes pratiques visant à abaisser la portion indiquée de jus de 200 ml à 150 ml. Les autres tailles de portions indiquées dont la fréquence de présence évoluent de façon significative sont 100 ml (diminution significative de -1 point) et 165 ml (augmentation significative de +1 point ; tous les produits appartiennent à la même marque) (Figure 5). A noter que 5 portions indiquées apparaissent en 2019 pour un nombre très faible de produits tandis que 2 disparaissent.



**Figure 5 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2013 et 2019 pour le secteur des Jus et nectars.**

Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés<sup>21</sup> mentionnant une taille de portion indiquée les 2 années de suivi (2013-2019 : n=542 ; 2009-2019 : n=232), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique (Tableau 11). Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

**Tableau 11 : Evolutions des tailles de portions indiquées des produits appariés, par famille de produits, au sein des Jus et nectars entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.**

	Famille de produits	Diminutions de la taille de la portion indiquée, en ml (n=23)						Taille de la portion indiquée identique (n=503)		Augmentations de la taille de la portion indiquée, en ml (n=16)					
		%	N	Min	Max	Moy	ET	%	N	%	N	Min	Max	Moy	ET
Entre 2013 et 2019 (T1-T2)	Jus de fruits (n=328)	7%	22	-50	-50	-50	0	90%	294	4%	12	50	50	50	0
	Jus de fruits a base de jus concentrés (n=87)	1%	1	-50	-50	-50		97%	84	2%	2	50	50	50	0
	Nectars (n=100)	0%	0					99%	99	1%	1	50	50	50	
	Smoothies (n=5)	0%	0					80%	4	20%	1	50	50	50	
	Jus de légumes (n=22)	0%	0					100%	22	0%	0				
Entre 2009 et 2019 (T0-T2)	Jus de fruits (n=135)	8%	11	-50	-50	-50	0	92%	124	0%	0				
	Jus de fruits a base de jus concentrés (n=39)	0%	0					100%	39	0%	0				
	Nectars (n=48)	0%	0					100%	48	0%	0				
	Smoothies (n=2)	0%	0					100%	2	0%	0				
	Jus de légumes (n=8)	0%	0					100%	8	0%	0				

%= Pourcentage de produits en comparaison de la famille ; N=Nombre de produits appariés (produits présents les 2 années sous une forme identique ou modifiée) présentant une portion indiquée chiffrée les 2 années de suivi ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Chiffre grisé : effectif de produit (N) égal à 1 ou 2  
 Case en vert : pourcentage de produits majoritaire par famille  
 Case vide : aucun produit apparié présentant une diminution et/ou une augmentation et/ou une taille de portion identique a été collecté dans l'échantillon Oqali les 2 années considérées

A l'inverse, la présence d'allégations de santé augmente significativement entre 2013 et 2019 (passant respectivement de 2,9% à 4,1%) (Figure 4 et Tableau 8). Cette augmentation significative est portée en particulier par les marques nationales (+3 points ; Tableau 8). En 2019, les allégations de santé portent notamment sur les effets des vitamines/minéraux sur le système immunitaire (29% des produits comportant une allégation de santé) ainsi que sur la fatigue (20%) (Tableau 12).

**Tableau 12 : Fréquence des différents types d'allégations de santé pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019 (tri par pourcentage 2019 décroissant).**

Type d'allégation de santé	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation de santé		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 (n=12)	2013 (n=48)	2019 (n=69)
VITAMINES OU MINERAUX ET SYSTEME IMMUNITAIRE	0	0	20	0%	0%	29%
VITAMINES OU MINERAUX ET FATIGUE	1	13	14	8%	27%	20%
VITAMINES OU MINERAUX ET METABOLISME	0	12	9	0%	25%	13%
AUTRE SUBSTANCE ET STRESS OXYDATIF	4	14	8	33%	29%	12%
VITAMINES OU MINERAUX ET STRESS OXYDATIF	0	0	4	0%	0%	6%
VITAMINE E ET STRESS OXYDATIF	2	0	3	17%	0%	4%
VITAMINES OU MINERAUX ET MUSCLE	0	0	3	0%	0%	4%
PRODUIT ET SYSTEME DIGESTIF	0	2	2	0%	4%	3%
VITAMINES OU MINERAUX ET PEAU	1	1	1	8%	2%	1%
PRODUIT ET PERFORMANCE PHYSIQUE/FONCTION COGNITIVE	0	1	1	0%	2%	1%
AUTRE SUBSTANCE ET METABOLISME	0	0	1	0%	0%	1%
EAU ET PERFORMANCE PHYSIQUE/FONCTION COGNITIVE/HYDRATATION	0	0	1	0%	0%	1%
PLANTES ET SYSTEME DIGESTIF	0	0	1	0%	0%	1%
PRODUIT ET METABOLISME	0	0	1	0%	0%	1%
VITAMINES OU MINERAUX ET ABSORPTION DU FER	4	4	0	33%	8%	0%
VITAMINES OU MINERAUX ET VISION	0	1	0	0%	2%	0%

<sup>21</sup> Produits présents à la fois l'année A et l'année B sous une forme identique ou modifiée.

## 6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES

### 6.1. Méthodologie

L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles a été réalisée pour :

- **les sucres**<sup>22</sup> dont la composition est étudiée pour l'ensemble des familles ;
- **le sel** uniquement pour la famille Jus de légumes qui possède plusieurs produits contenant du sel ajouté (2009 : n=18 ; 2013 : n=48 ; 2019 : n=53).

A noter que pour les **fibres alimentaires**, des limites ont été identifiées concernant l'évolution de la composition nutritionnelle des produits de ce secteur basée sur les résultats observés du fait :

- de la présence de biais importants d'étiquetage (la proportion de produits étiquetant une valeur nutritionnelle pour les fibres alimentaires a diminué de façon importante entre 2013 et 2019, notamment pour les produits de 2019 présentant une teneur en fibres alimentaires parmi les plus faibles en 2013) ;
- d'un changement dans la façon d'étiqueter les valeurs nutritionnelles pour ce nutriment (utilisation plus fréquente de la mention « traces<sup>23</sup> » et des valeurs nutritionnelles non quantifiées avec le symbole « < »<sup>24</sup>).

Par conséquent pour les fibres alimentaires, seuls les résultats concernant les fréquences d'étiquetage (partie 0.6.2. Fréquence d'étiquetage par nutriment suivi) sont présentés et commentés dans le corps du rapport. Les tableaux récapitulatifs des différences de teneurs moyennes pour les fibres alimentaires entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 pour les 5 familles<sup>25</sup> du secteur, sont présentés en Annexe 3.

Les statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché pour les années 2009, 2013 et 2019 sont présentées en Annexe 4 et ce pour la valeur énergétique ainsi que les 7 nutriments suivants : matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres alimentaires. Pour les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel, la teneur en sodium a été convertie en sel avec un facteur de conversion de 2,5 (2009 : n= 535; 2013 : n=601 ; 2019 : n=9).

**Ainsi, ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriment d'intérêt pour le**

---

<sup>22</sup> Pour rappel les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

<sup>23</sup> Par convention, l'Oqali considère une valeur de 0,0001 pour les valeurs nutritionnelles déclarées sous forme de traces.

<sup>24</sup> Par convention, l'Oqali divise par 2 les valeurs non quantifiées.

<sup>25</sup> Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars, Smoothies et Jus de légumes.

**secteur des Jus et nectars, pour 100 ml, par famille de produits et par année de suivi, avec et sans pondération par les parts de marché<sup>26</sup>.**

Concernant les données pondérées par les parts de marché, tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché. Ainsi les effectifs présentés pour les données pondérées peuvent être plus faibles que ceux de l'étude des données non pondérées par les parts de marché. L'objectif étant de caractériser au mieux les évolutions des teneurs moyennes observées entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits entre 2009, 2013 et 2019**, en considérant l'ensemble de l'offre recueillie, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble ;
- **au niveau des familles de produits en pondérant les teneurs en nutriments par les parts de marché<sup>27</sup> entre 2009, 2013 et 2019**, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble en prenant en compte les volumes de vente. **L'objectif étant d'intégrer le choix des consommateurs (demande) à l'étude de l'évolution de la composition nutritionnelle (offre) afin de donner plus de poids aux produits les plus consommés ;**
- **au niveau des familles de produits, pour les produits appariés entre 2013 et 2019 ainsi qu'entre 2009 et 2019** pour préciser les évolutions des teneurs observées sur les produits préexistants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon l'année A, et qui le sont toujours l'année B, sous une forme strictement identique ou modifiée (correspond aux groupes de produits identiques et modifiés). Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi, pour un nutriment donné, les effectifs de produits appariés suivis sont donc égaux pour l'année A et l'année B, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre. A noter que dans le cas particulier des familles Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, le terme « reformulation » n'est pas employé lors de l'étude de l'évolution des teneurs en sucres. En effet, ces produits ne contiennent pas de sucres ajoutés, ainsi les évolutions constatées ne sont pas dues à la réduction ou à l'augmentation de l'emploi de sucres. Ceci n'est pas valable pour la famille Nectars, dont les produits peuvent contenir des sucres ajoutés ;
- **au niveau des familles de produits, pour les produits retirés et des produits ajoutés entre 2013 et 2019 ainsi qu'entre 2009 et 2019** afin d'identifier si un renouvellement de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) explique les évolutions observées :

---

<sup>26</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

<sup>27</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

- retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année A mais pas l'année B (produits retirés du marché entre l'année A et l'année B ou non captés par l'Oqali l'année B) ;
  - ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année B mais pas l'année A (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali l'année A) ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché entre 2009, 2013 et 2019** pour observer si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché.

Un focus est également réalisé **au niveau des produits appariés entre 2013 et 2019**, afin d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles évolutions observées. Sur les graphiques, les valeurs en abscisse correspondent à la numérotation des couples de produits retrouvés en 2013 et en 2019 (ils sont classés par teneur en 2013 décroissante). Pour un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur de la référence en 2013 et le carré rouge la teneur de cette même référence en 2019 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques).

Les traitements statistiques de la partie « Evolution de la composition nutritionnelle » ont évolué : les tests de Mann-Whitney, de Wilcoxon et de Student, utilisés dans les études sectorielles précédentes, ont été remplacés par des tests de permutation. L'intérêt des tests de permutation repose sur leur flexibilité et leur robustesse lorsque les hypothèses statistiques des tests habituels ne sont pas vérifiées. Dans le cas des études sectorielles de l'Oqali, l'utilisation de ces nouveaux tests permet de s'adapter aux tailles d'échantillons aléatoires et notamment aux échantillons de petites tailles, retrouvés pour certaines familles étudiées, ou encore de limiter l'impact des observations aberrantes parfois présentes dans les données. Par ailleurs, le principe des tests de permutation est de travailler conditionnellement aux données observées, sans avoir à formuler des hypothèses sur la distribution théorique de la variable observée. Néanmoins, pour pouvoir réaliser les tests, il est nécessaire que l'effectif cumulé sur les 2 années soit supérieur ou égal à 6. Cette évolution dans les tests statistiques effectués peut occasionner, à la marge, des différences de résultats entre ce rapport et le précédent publié pour ce secteur. Par convention, le terme « significatif » a été employé afin d'indiquer que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05).

Dans les graphiques, les évolutions significatives entre les teneurs moyennes sont signalées par une flèche entre les 2 échantillons comparés. La valeur de la différence des teneurs moyennes est indiquée dans le sens suivant : [teneur du groupe en bout de flèche – teneur du groupe à l'origine de la flèche]. Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

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

Enfin, les résultats obtenus entre 2009 et 2019 sont à mettre au regard de l'augmentation modérée de la couverture du marché entre 2009 (56% du marché en volume) et 2019 (81%).

## **6.2. Fréquence d'étiquetage par nutriment suivi**

Pour l'étude des valeurs nutritionnelles étiquetées, il est nécessaire de prendre en compte les fréquences d'étiquetage des nutriments d'intérêt pour les 3 années de suivi afin d'identifier d'éventuels biais d'étiquetage (Tableau 13). Les cases grisées matérialisent les évolutions supérieures ou égales à 20 points de la proportion de produits étiquetant leurs valeurs nutritionnelles entre 2009 et 2019 à l'échelle du secteur, des familles et des segments.

**L'analyse des fréquences d'étiquetage par nutriment montre qu'il existe une forte évolution de la présence de valeurs nutritionnelles étiquetées entre 2009 et 2019 pour l'ensemble des nutriments à l'échelle du secteur : augmentation de 25 points pour les sucres et de 24 points pour le sel tandis qu'à l'inverse, diminution de 24 points pour les fibres alimentaires.**

Entre 2009 et 2019 et pour l'étiquetage des sucres et du sel, des augmentations importantes sont retrouvées pour les marques de distributeurs entrée de gamme (+67 points pour les 2 nutriments) ainsi que les enseignes à dominante marques propres (+32 points pour les 2 nutriments). A noter que les marques nationales voient également une augmentation assez forte de l'étiquetages des sucres (+20 points). Par ailleurs, 3 familles sur les 5 étudiées comportent des augmentations importantes d'étiquetage des sucres et du sel : Nectars (+42 points pour ces 2 nutriments), Jus de légumes (+26 points pour ces 2 nutriments) et Jus de fruits à base de jus concentrés (+29 points pour les sucres et +27 points pour le sel). Cela s'explique notamment par la mise en application du règlement 1169/2011<sup>28</sup> dit « INCO » qui a rendu obligatoire, à partir de fin 2014, l'étiquetage nutritionnel des éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel. A noter que selon le positionnement des valeurs nutritionnelles des produits présents sur le marché en 2009 et 2013 sans étiquetage nutritionnel, une partie des évolutions constatées dans la suite de ce rapport pourrait être expliquée par ces modifications d'étiquetage (biais d'étiquetage) entre 2009 et 2019. Entre 2013 et 2019, les fréquences d'étiquetages des sucres et du sel sont globalement similaires.

A l'inverse, la proportion de produits étiquetant les fibres alimentaires a fortement diminué (-24 points) entre 2009 et 2019. Cette évolution est également retrouvée au sein des enseignes à dominante marques propres (-60 points) et des marques nationales (-37 points) ainsi que pour 4 des 5 familles du secteur : Jus de fruits à base de jus concentrés (-39 points), Jus de légumes (-28 points), Smoothies (-27 points) et Jus de fruits (-26 points). Ces évolutions sont même supérieures entre 2013 et 2019. Pour mémoire, l'étiquetage de valeurs nutritionnelles pour ce nutriment est facultatif. Ainsi, selon le positionnement des valeurs nutritionnelles pour

---

<sup>28</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2016 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 2016.

les fibres alimentaires des produits présents sur le marché entre 2 suivis sans étiquetage nutritionnel, une partie des évolutions est, en partie, expliquée par ces modifications d'étiquetage (biais d'étiquetage) entre 2009 et 2019 ainsi qu'entre 2013 et 2019. En effet, en considérant par exemple les évolutions entre 2013 et 2019, si les produits de 2013 n'étiquetant pas de valeurs nutritionnelles pour les fibres comportaient des teneurs relativement importantes pour ce nutriment et qu'en 2019, ces mêmes produits étiquettent les fibres alimentaires sans que la teneur n'ait changée, alors cela augmente la teneur moyenne en fibres alimentaires de la famille sans qu'il n'y ait eu de reformulation de ces produits. Ainsi, pour rappel, les évolutions portant sur les fibres alimentaires ne seront pas commentées dans ce rapport car elles ne relèvent pas d'une modification de la composition nutritionnelle des produits<sup>29</sup> mais plutôt de la présence de ce biais d'étiquetage et, lorsque les valeurs nutritionnelles pour les fibres alimentaires sont étiquetées, de l'utilisation plus fréquente de la mention « traces » et des valeurs non quantifiées en 2019 par rapport à 2013.

**Tableau 13 : Fréquences d'étiquetage des sucres, fibres alimentaires et sel en 2009, 2013 et 2019 pour le secteur des Jus et nectars étudié.**

Fréquences d'étiquetage des valeurs nutritionnelles pour le secteur Jus et nectars	Sucres				Fibres alimentaires				Sel			
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T0-T2 (10 ans)	2009 T0	2013 T1	2019 T2	Delta T0-T2 (10 ans)
<b>Ensemble des produits du secteur</b>												
Secteur (2009 : n=887 ; 2013 : n=1684 ; 2019 : n=1663)	74%	87%	99%	<b>+25</b>	76%	82%	51%	<b>-24</b>	75%	87%	99%	<b>+24</b>
<b>Famille de produits</b>												
Jus de fruits (2009 : n=433 ; 2013 : n=880 ; 2019 : n=975)	81%	90%	99%	<b>+18</b>	83%	85%	57%	<b>-26</b>	82%	90%	99%	<b>+17</b>
Jus de fruits a base de jus concentrés (2009 : n=228 ; 2013 : n=319 ; 2019 : n=198)	71%	89%	100%	<b>+29</b>	73%	87%	34%	<b>-39</b>	73%	89%	100%	<b>+27</b>
Nectars (2009 : n=166 ; 2013 : n=359 ; 2019 : n=372)	58%	80%	99,7%	<b>+42</b>	58%	73%	48%	<b>-11</b>	58%	80%	100%	<b>+42</b>
Smoothies (2009 : n=37 ; 2013 : n=43 ; 2019 : n=29)	89%	93%	100%	<b>+11</b>	89%	88%	62%	<b>-27</b>	89%	93%	100%	<b>+11</b>
Jus de légumes (2009 : n=23 ; 2013 : n=83 ; 2019 : n=89)	74%	78%	100%	<b>+26</b>	74%	73%	46%	<b>-28</b>	74%	78%	100%	<b>+26</b>
<b>Segment de marche</b>												
Marques nationales (2009 : n=209 ; 2013 : n=538 ; 2019 : n=579)	78%	73%	98%	<b>+20</b>	80%	65%	44%	<b>-37</b>	79%	73%	98%	<b>+19</b>
Marques de distributeurs (2009 : n=462 ; 2013 : n=770 ; 2019 : n=820)	81%	97%	100%	<b>+19</b>	84%	94%	67%	<b>-17</b>	83%	97%	99,9%	<b>+17</b>
Marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=82 ; 2013 : n=103 ; 2019 : n=58)	33%	69%	100%	<b>+67</b>	33%	68%	43%	<b>+10</b>	33%	69%	100%	<b>+67</b>
Enseignes a dominante marques propres (2009 : n=134 ; 2013 : n=245 ; 2019 : n=160)	68%	93%	100%	<b>+32</b>	68%	88%	8%	<b>-60</b>	68%	93%	100%	<b>+32</b>
Distributeurs spécialisés biologiques (2009 : n=0 ; 2013 : n=28 ; 2019 : n=46)		93%	100%			93%	43%			93%	100%	

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

Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

<sup>29</sup> L'ajout de fibres alimentaires n'est pas autorisé dans les jus et nectars, seules les fibres contenues dans les jus et les purées de fruits ou de légumes mis en œuvre sont autorisés (décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine et modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013).

### 6.3. Evolution des teneurs en sucres

Pour rappel, l'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle des sucres porte sur les teneurs en sucres totaux étiquetés, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris). Ainsi, pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés<sup>30</sup>, les évolutions qui pourraient être observées sont dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes utilisés) ou de l'offre de parfums. Seuls les Nectars peuvent contenir des sucres ajoutés. Cependant pour ces derniers, les teneurs minimales en jus et/ou purée de fruits sont réglementées et définies par fruits.

#### 6.3.1. Jus de fruits

Le Tableau 14 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits.

**Tableau 14 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) de la famille Jus de fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100ml	%	g/100ml	%												
TOUS PRODUITS			Ensemble de l'offre			-0,5***	-5%	-0,6***	-6%	350	10,9	2,4	788	10,8	2,3	966	10,3	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES			Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>			-0,6***	-6%	-0,6***	-6%	284	10,3	0,5	725	10,3	0,4	903	9,7	0,3
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	-0,5***	-5%								427	10,7	2,1	427	10,2	2,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,4*	-4%								788	10,8	2,3	511	10,4	2,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,6***	-5%								357	10,9	2,6	966	10,3	2,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,5*	-5%								357	10,9	2,6	511	10,4	2,3	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,6	-5%	172	10,8	2,0						172	10,2	1,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,6***	-5%	350	10,9	2,4						765	10,3	2,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-0,7**	-7%	176	11,0	2,7						966	10,3	2,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-0,7**	-6%	176	11,0	2,7						765	10,3	2,3	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		-0,6**	-6%	-0,6*	-6%	86	10,8	2,3	235	10,8	2,8	339	10,2	2,3			
	MDD		-0,4**	-4%	-0,6**	-5%	217	11,0	2,3	427	10,9	2,1	511	10,4	2,1			
	MDDeg		-1,1	-11%	-1,5	-14%	5	10,8	3,2	17	10,4	1,5	9	9,3	0,6			
	EDMP		-0,6	-6%	-0,6	-6%	42	10,5	2,8	88	10,5	1,9	71	10,0	2,0			
	DSbio		-0,6	-6%						21	11,3	2,3	36	10,7	3,2			

<sup>1</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille** (Tableau 14 ; Figure 7), une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre 2013 et 2019 (- 0,5g/100ml soit -5%) ainsi qu'entre 2009 et 2019 (- 0,6g/100ml soit -6%).

<sup>30</sup> Les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés ne sont pas autorisés à utiliser des sucres ajoutés (réglementation en vigueur depuis 2013, les produits pris en compte en 2009 n'en comportaient également pas). Les produits des familles des Smoothies et des Jus de légumes pris en compte dans cette étude ne comportent pas de sucres ajoutés.

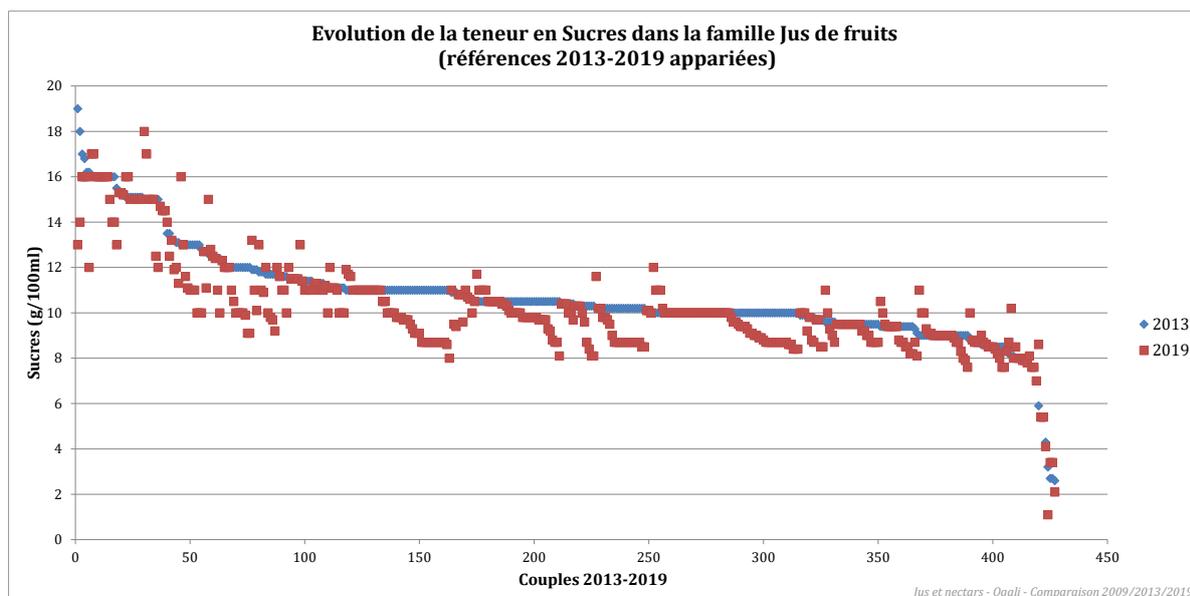
### **La diminution significative observée entre 2013 et 2019 s'explique en partie :**

- **par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs** (Tableau 14 ; Figure 7). Les produits « Ajoutés T1-T2 »<sup>31</sup> présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que celles des produits « Retirés T1-T2 »<sup>32</sup> (-0,5g/100ml soit -5%) et de l'ensemble de l'offre T1 (-0,4g/100ml soit -4%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que les produits « Retirés T1-T2 » (-0,6g/100ml soit -5%). A noter que les jus de raisin, correspondant à des jus parmi les plus sucrés, représentent 11% de la proportion des produits « Retirés T1-T2 » (n=41) et seulement 6% des produits « Ajoutés T1-T2 » (n=29) ;
- **par des évolutions sur les produits appariés à la baisse** (Tableau 14 ; Figure 7). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est mise en évidence pour les produits appariés entre 2013 et 2019 (-0,5g/100ml soit -5%). L'étude des teneurs référence par référence entre 2013 et 2019 (Figure 6) montre que ces évolutions sont réparties sur l'ensemble des produits. Quelques augmentations sont également observées. Les couples n°55 et n°59 correspondent à des jus multi-fruits et la diminution de leurs teneurs s'explique par la modification de plusieurs fruits dont la disparition du raisin dans les listes d'ingrédients en 2019. Concernant le couple n°56, l'augmentation observée s'explique par une modification des fruits rouges utilisés et notamment une diminution de la proportion de jus de cerise utilisée et l'ajout de purée de fraise. Les plus fortes diminutions concernent notamment des jus mono fruit comme des jus de pruneaux, des jus de grenade et d'agrumes. A noter que quelques produits présentent une teneur en sucres inférieure à 6g/100ml, correspondant à 2 jus de cranberry, 1 jus de myrtille, 1 jus de mandarine et que les 4 teneurs les plus faibles sont des eaux de coco. Après échange avec les professionnels du groupe de travail, il est possible que certaines évolutions puissent s'expliquer au moins en partie par un changement dans les variétés de fruits utilisés, dans l'origine du fruit et/ou par des variations de la teneur en sucres des fruits selon les conditions climatiques.

---

<sup>31</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2013.

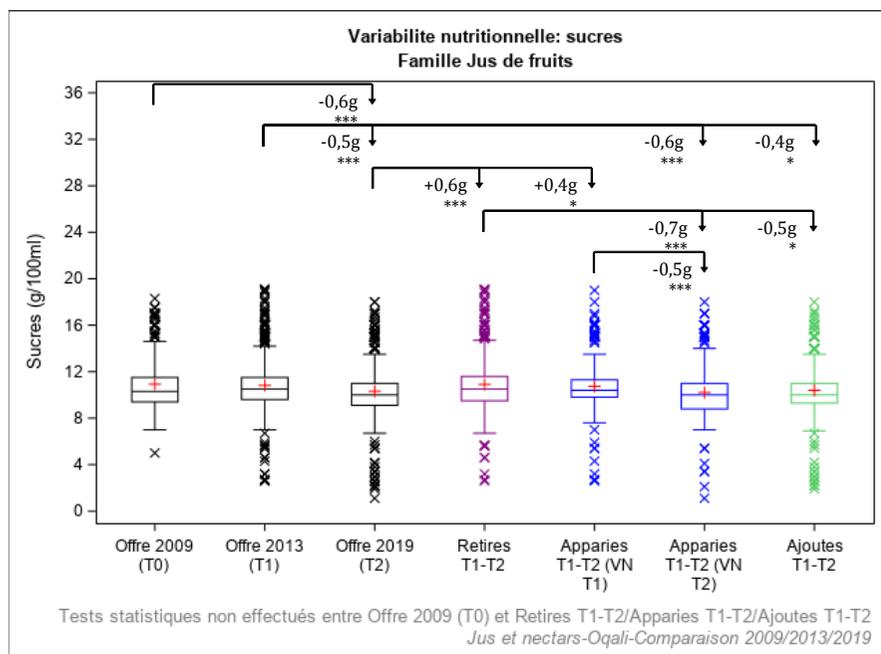
<sup>32</sup> Produits retirés du marché entre 2013 et 2019 ou non captés par l'Oqali en 2019.



**Figure 6 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Jus de fruits étudiée.**

**Au niveau des segments de marché** (Tableau 14 ; Figure 8), cette diminution significative entre 2013 et 2019, est notamment portée par les marques nationales (-0,6g/100ml soit -6%) ainsi que par les marques de distributeurs (-0,4g/100ml soit -4%). A noter que ces évolutions sont également observées entre 2009 et 2019.

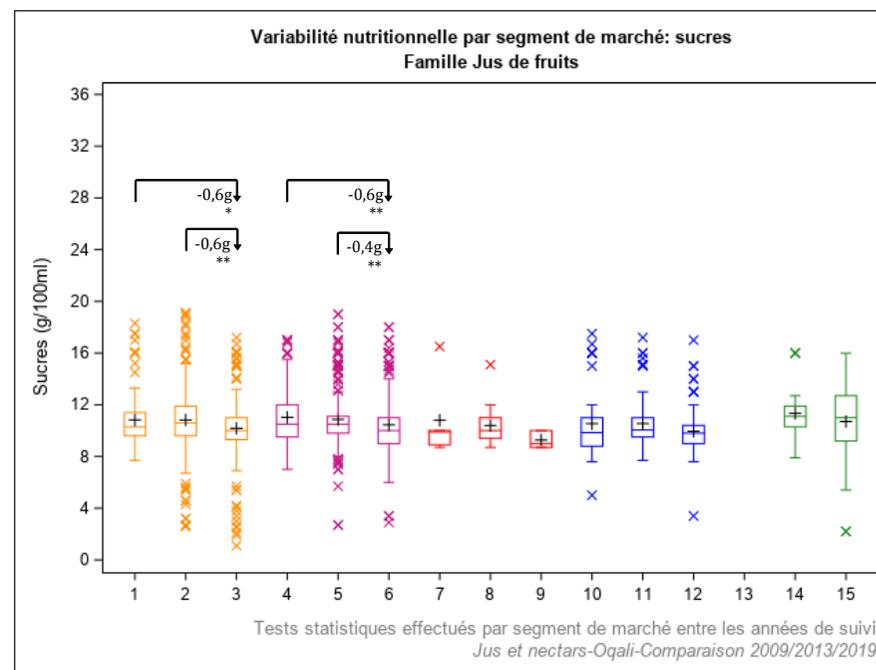
**Enfin, au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché** (Tableau 14), une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre 2013 et 2019 (-0,6g/100ml soit -6%) ainsi qu'entre 2009 et 2019 (-0,6g/100ml soit -6%). A noter que cette famille représente 66,9% des volumes de vente de 2019 (Tableau 4), ce qui signifie que ces évolutions peuvent avoir un impact pour le consommateur.



Légende	Définition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=350)
Offre 2013 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=788)
Offre 2019 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2019 (n=966)
Retirés T1-T2	Produits retirés entre 2013 et 2019 ou non captés par l'Oqali en 2019 (n=357)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2013 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=427)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2019 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=427)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2013 (n=511)

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

**Figure 7 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Jus de fruits étudiée.**



Légende	Année de suivi	Définition	Légende	Année de suivi	Définition
1	2009	Marques nationales (n=86)	10	2009	Enseignes à dominante marques propres (n=42)
2	2013	Marques nationales (n=235)	11	2013	Enseignes à dominante marques propres (n=88)
3	2019	Marques nationales (n=339)	12	2019	Enseignes à dominante marques propres (n=71)
4	2009	Marques de distributeurs (n=217)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2013	Marques de distributeurs (n=427)	14	2013	Distributeurs spécialisés bio (n=21)
6	2019	Marques de distributeurs (n=511)	15	2019	Distributeurs spécialisés bio (n=36)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=5)			
8	2013	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=17)			
9	2019	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=9)			

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

**Figure 8 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Jus de fruits.**

### 6.3.2. Jus de fruits à base de jus concentrés

Le Tableau 15 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés.

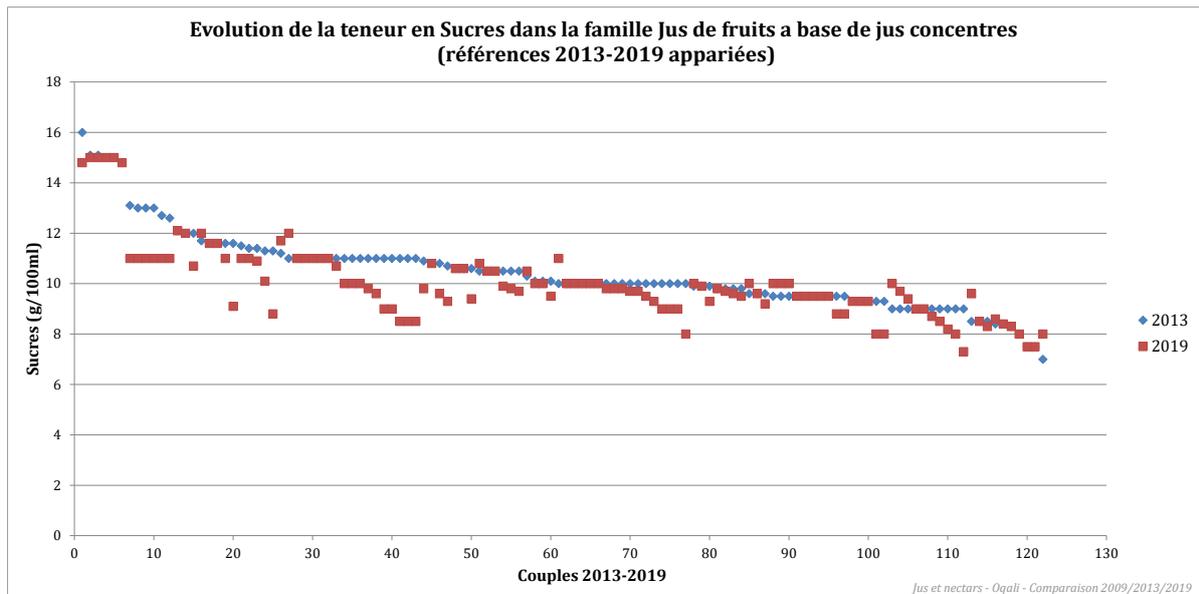
**Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100ml	%	g/100ml	%										
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		-0,4*	-4%	-0,4	-4%	161	10,6	1,7	284	10,7	1,7	198	10,2	1,9	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,3**	-3%	-0,5**	-5%	142	10,3	0,4	258	10,2	0,3	193	9,8	0,4	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	-0,4***	-4%							124	10,5	1,6	124	10,0	1,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,2	-2%							284	10,7	1,7	56	10,4	2,0
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,5	-5%							159	10,8	1,7	198	10,2	1,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,3	-3%							159	10,8	1,7	56	10,4	2,0
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,7	-7%	56	10,3	1,4				56	9,6	1,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,01	-0,1%	161	10,6	1,7				119	10,6	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-0,5	-5%	104	10,8	1,8				198	10,2	1,9	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-0,2	-2%	104	10,8	1,8				119	10,6	2,1	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		-0,8*	-7%	-0,9*	-8%	39	10,9	1,6	60	10,8	1,8	54	10,1	1,5	
	MDD		-0,2	-2%	-0,2	-2%	80	10,6	1,5	115	10,6	1,6	77	10,4	2,1	
	MDDeg		-0,3	-3%	-1,0	-8%	9	11,5	2,5	33	10,8	1,9	26	10,5	2,5	
	EDMP		-0,5	-5%	+0,1	+1%	33	10,0	1,6	76	10,6	1,6	41	10,1	1,4	
	DSbio															

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille** (Tableau 15 ; Figure 10), une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre 2013 et 2019 (- 0,4g/100ml soit -4%).

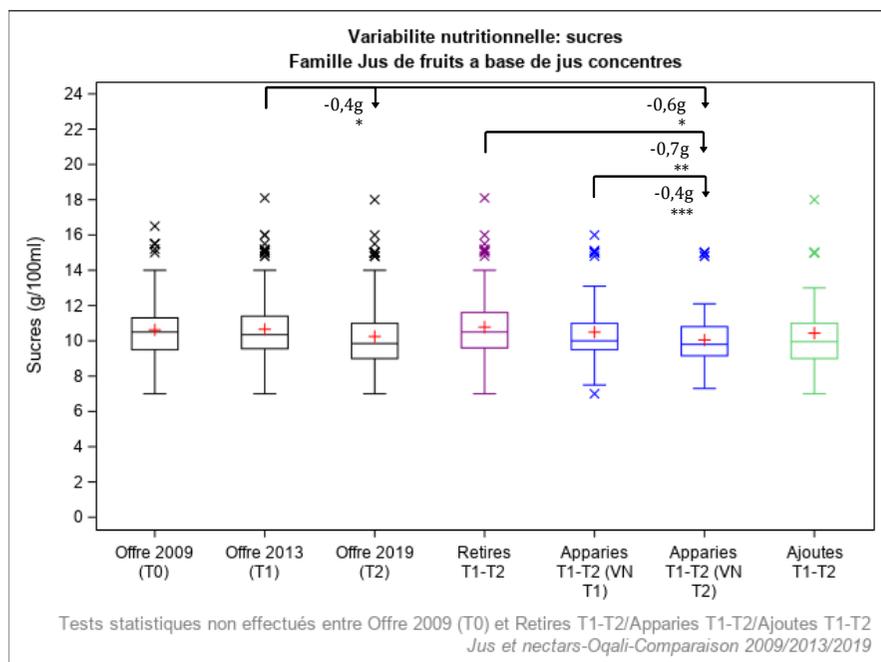
**Cette diminution significative observée entre 2013 et 2019 s'explique en partie par des évolutions sur les produits appariés à la baisse** (Tableau 15 ; Figure 10). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est mise en évidence pour les produits appariés entre 2013 et 2019 (-0,4g/100ml soit -4%). L'étude des teneurs référence par référence entre 2013 et 2019 (Figure 9) montre que ces évolutions à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. Quelques augmentations sont également observées. Le couple n°9 correspond à un jus multi-fruits et sa diminution s'explique par la modification de plusieurs fruits. Après échange avec les professionnels du groupe de travail, il est possible que certaines évolutions puissent s'expliquer par un changement dans les variétés de fruits utilisés et/ou dans l'origine du fruit. Néanmoins, les différences de teneurs en sucres les plus importantes entre 2013 et 2019 pour les mono-fruits sont de plus faible amplitude que celles observées pour la famille Jus de fruits : en effet les jus de fruits à base de jus concentré doivent respecter des seuils réglementaires en degrés brix (correspondant à une teneur en sucres minimale).



**Figure 9 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.**

**Au niveau des segments de marché** (Tableau 15 ; Figure 11), cette diminution significative entre 2013 et 2019, est notamment portée par les marques nationales (-0,8g/100ml soit -7%). L'évolution est également observée entre 2009 et 2019 (-0,9g/100ml soit -8%).

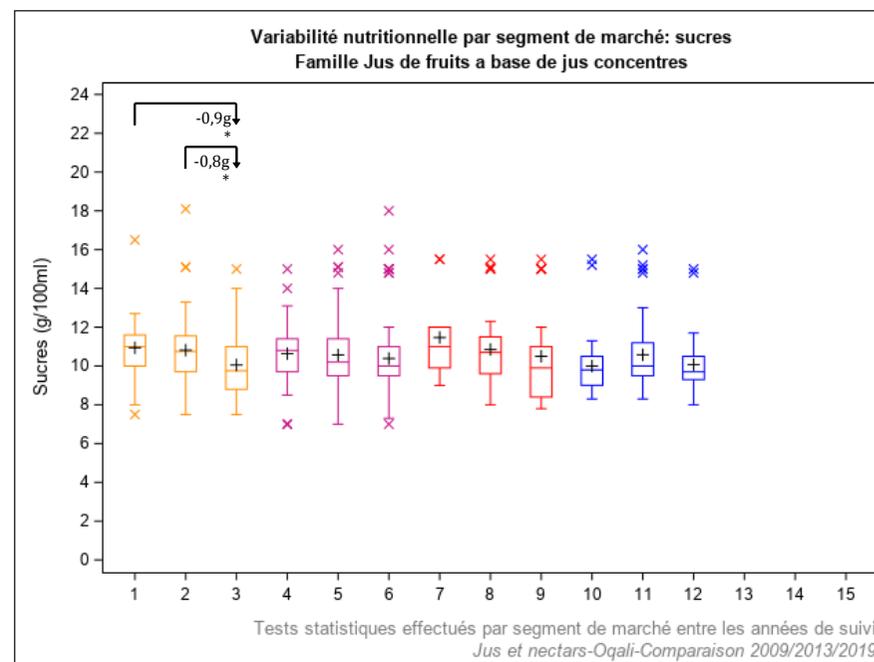
**Enfin, au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché** (Tableau 15), une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre 2013 et 2019 (-0,3g/100ml soit -3%) ainsi qu'entre 2009 et 2019 (-0,5g/100ml soit -5%).



Légende	Définition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=161)
Offre 2013 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=284)
Offre 2019 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2019 (n=198)
Retirés T1-T2	Produits retirés entre 2013 et 2019 ou non captés par l'Oqali en 2019 (n=159)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2013 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=124)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2019 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=124)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2013 (n=56)

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

**Figure 10 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.**



Légende	Année de suivi	Définition	Légende	Année de suivi	Définition
1	2009	Marques nationales (n=39)	10	2009	Enseignes à dominante marques propres (n=33)
2	2013	Marques nationales (n=60)	11	2013	Enseignes à dominante marques propres (n=76)
3	2019	Marques nationales (n=54)	12	2019	Enseignes à dominante marques propres (n=41)
4	2009	Marques de distributeurs (n=80)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2013	Marques de distributeurs (n=115)	14	2013	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2019	Marques de distributeurs (n=77)	15	2019	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=9)			
8	2013	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=33)			
9	2019	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=26)			

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

**Figure 11 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.**

### 6.3.3. Nectars

Le Tableau 16 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Nectars.

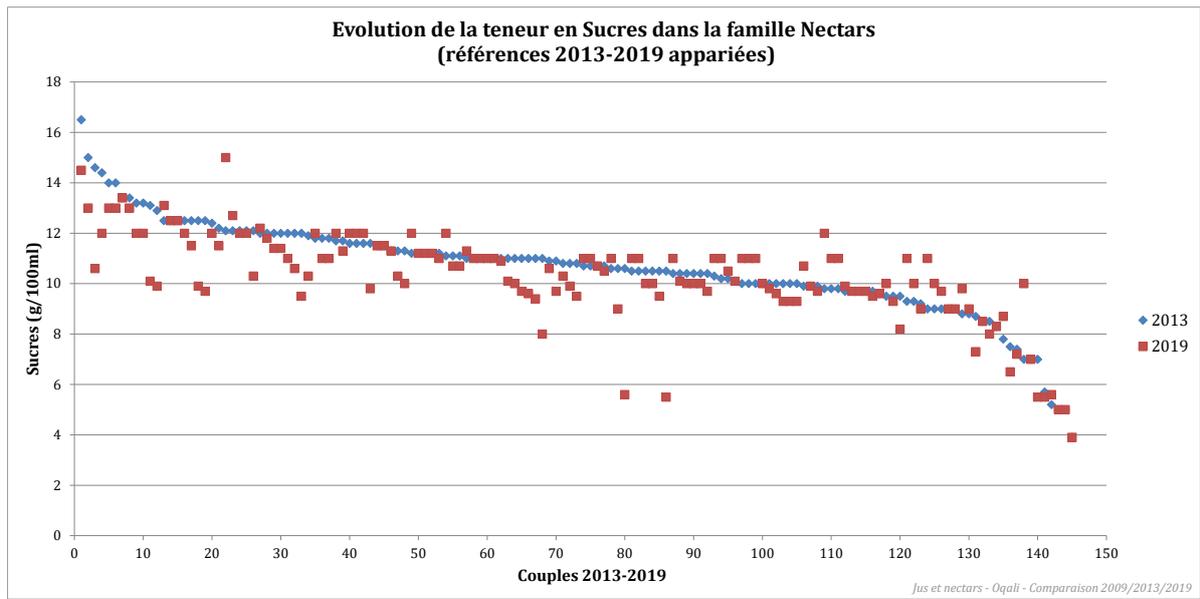
**Tableau 16 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Nectars.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) de la famille Nectars		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)													
		g/100ml	%	g/100ml	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-0,1%	+0,2	+2%	96	10,0	2,5	286	10,2	2,2	371	10,2	2,2			
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-1%	-0,4	-5%	82	9,5	0,6	242	9,2	0,4	346	9,1	0,4			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,4***	-3%							145	10,6	1,9	145	10,3	1,8
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-1%							286	10,2	2,2	186	10,1	2,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,5	+5%							141	9,7	2,4	371	10,2	2,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,3	+3%							141	9,7	2,4	186	10,1	2,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,4	-3%	51	10,6	1,6				51	10,3	1,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+1%	96	10,0	2,5				290	10,1	2,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,0	+11%	45	9,2	3,0				371	10,2	2,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,9	+10%	45	9,2	3,0				290	10,1	2,3	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	+0,2	+2%	+0,03	+0,3%	19	10,4	2,5	56	10,2	2,6	137	10,4	2,5			
	MDD	-0,1	-1%	+0,03	+0,3%	51	10,4	1,8	158	10,5	1,5	178	10,4	1,5			
	MDDeg	-0,9	-11%	-1,1	-13%	13	8,3	2,8	21	8,1	2,5	23	7,2	2,3			
	EDMP	-0,1	-1%	+0,6	+6%	13	9,3	3,6	51	9,9	2,8	33	9,8	2,4			
	DSbio																

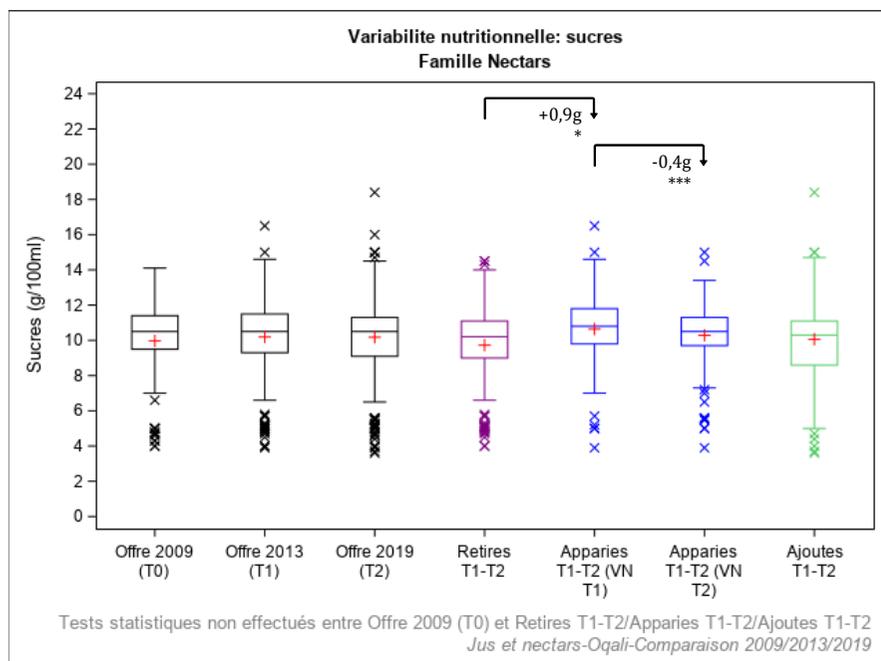
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, pondérée ou non par les parts de marché, ainsi que pour les segments de marché, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 16 ; Figure 13 et Figure 14).**

Cependant, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est mise en évidence pour les produits appariés (-0,4g/100g soit -3%), indiquant que des **reformulations à la baisse** ont eu lieu entre 2013 et 2019 (Figure 13 ; Tableau 16). L'étude des teneurs référence par référence entre 2013 et 2019 (Figure 12) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits et que les plus fortes diminutions sont observées sur les produits dont les teneurs en sucres en 2013 étaient parmi les teneurs moyennes et les teneurs les plus élevées. Quelques augmentations sont également observées. Les reformulations supérieures à la baisse mise en évidence pour les couples n°81 et n°87 s'expliquent en partie par l'utilisation d'un édulcorant intense (glycosides de stéviol) en 2019 remplaçant le sucre et le sirop de glucose fructose utilisés en 2013. Le couple n°69 est devenu sans sucres ajoutés et a vu, dans le même temps, augmenter sa teneur en fruits de 50% à 75%. Concernant les couples n°13 et n°19, la teneur en mono-fruit a diminué respectivement de 35% à 25% et de 65% à 50% tandis que le reste de la liste d'ingrédients n'a pas évolué (les quantités en sucres et en eau ne sont pas étiquetées). Pour les autres références, l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage, dont la liste des ingrédients, ainsi que l'échange d'informations avec les professionnels du groupe de travail n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions.



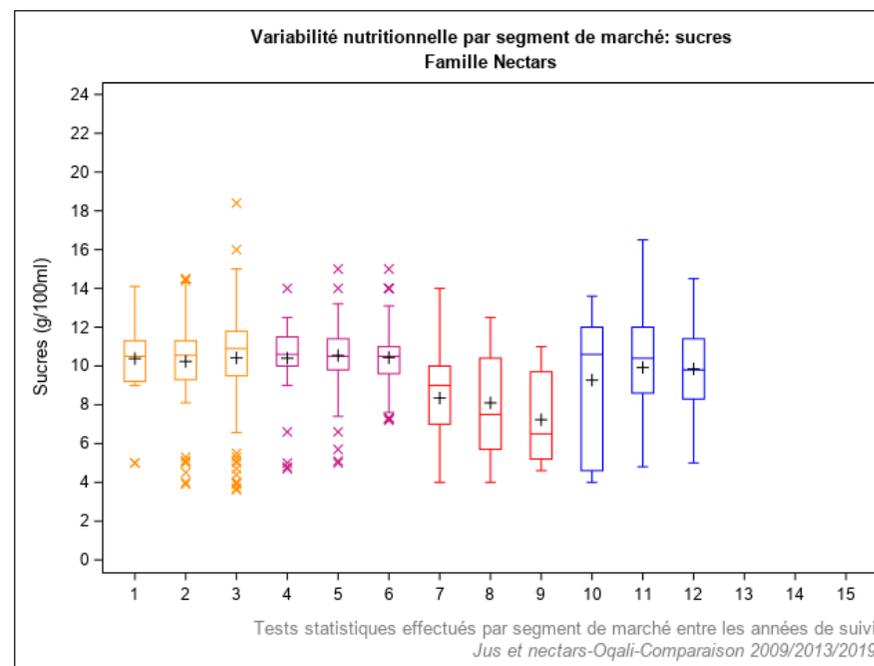
**Figure 12 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2013 et 2019, de la famille Nectars étudiée.**



Légende	Définition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=96)
Offre 2013 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=286)
Offre 2019 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2019 (n=371)
Retirés T1-T2	Produits retirés entre 2013 et 2019 ou non captés par l'Oqali en 2019 (n=141)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2013 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=145)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2019 présents à la fois en 2013 et en 2019, sous une forme identique ou modifiée (n=145)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2013 (n=186)

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

Figure 13 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et sous-groupe au sein de la famille Nectars étudiée.



Légende	Année de suivi	Définition	Légende	Année de suivi	Définition
1	2009	Marques nationales (n=19)	10	2009	Enseignes à dominante marques propres (n=13)
2	2013	Marques nationales (n=56)	11	2013	Enseignes à dominante marques propres (n=51)
3	2019	Marques nationales (n=137)	12	2019	Enseignes à dominante marques propres (n=33)
4	2009	Marques de distributeurs (n=51)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2013	Marques de distributeurs (n=158)	14	2013	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2019	Marques de distributeurs (n=178)	15	2019	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=13)			
8	2013	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=21)			
9	2019	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=23)			

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

Figure 14 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par année et segment de marché au sein de la famille Nectars étudiée.

### 6.3.4. Smoothies

Le Tableau 17 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Smoothies.

**Tableau 17 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Smoothies.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) de la famille Smoothies		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100ml	%	g/100ml	%										
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4	+4%	-0,3	-2%	33	11,8	1,4	40	11,1	1,4	29	11,5	2,1	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,9**	+9%	-0,5	-4%	28	12,1	0,2	37	10,7	0,1	25	11,7	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2													
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	+0,5	+5%						40	11,1	1,4	22	11,6	2,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	+0,3	+3%						34	11,2	1,5	29	11,5	2,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	+0,4	+4%						34	11,2	1,5	22	11,6	2,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,2	-2%	33	11,8	1,4				26	11,7	2,1
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-0,4	-3%	30	11,9	1,4				29	11,5	2,1
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-0,3	-2%	30	11,9	1,4				26	11,7	2,1
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	+0,7	+7%	-0,6	-5%	18	12,1	1,1	25	10,8	1,3	13	11,5	2,9	
	MDD	+0,02	+0,1%	-0,01	-0,1%	13	11,2	1,4	11	11,2	1,1	10	11,2	1,4	
	MDDeg														
	EDMP	-0,9	-7%	-1,4	-10%	2	13,6	2,3	4	13,1	1,5	6	12,2	0,7	
	DSbio														

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : tests de permutation  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**Aucune évolution significative de l'ensemble de l'offre de la famille ainsi que des segments de marché n'est observée (Tableau 17).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, la teneur moyenne en sucres augmente significativement entre 2013 et 2019 (+0,9g/100ml soit +9% ; Tableau 17).**

## 6.3.5 Jus de légumes

Le Tableau 18 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée que ce soit entre 2013 et 2019 ou entre 2009 et 2019** (Tableau 18).

**Tableau 18 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) de la famille Jus de légumes		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100ml	%	g/100ml	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-2%	+0,1	+1%	17	4,3	1,5	65	4,4	1,8	89	4,3	1,9		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2	+7%	-0,03	-1%	15	4,1	0,2	58	3,8	0,2	80	4,1	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2	-4%							37	4,4	1,7	37	4,3	1,6	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,03	+1%							65	4,4	1,8	47	4,5	2,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-3%								28	4,5	1,9	89	4,3	1,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01	+0,2%								28	4,5	1,9	47	4,5	2,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,7	-15%	9	5,0	0,9				9	4,2	1,3		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+2%	17	4,3	1,5				77	4,4	2,0		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,8	+24%	8	3,5	1,6				89	4,3	1,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,9	+25%	8	3,5	1,6				77	4,4	2,0		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,6	-12%	+0,9	+25%	1	3,7		17	5,3	1,8	26	4,6	2,1		
		MDD		-0,2	-4%	-0,3	-8%	15	4,4	1,5	34	4,2	1,7	44	4,1	1,3		
		MDDeg																
		EDMP		-0,1	-3%	+0,4	+12%	1	3,1		9	3,6	1,5	9	3,5	0,8		
		DSbio		+0,8	+17%						5	4,9	2,3	10	5,7	3,2		

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année

A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B

(\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

### 6.3.6. Synthèse de l'évolution des teneurs en sucres<sup>33</sup>

En comparant l'ensemble de l'offre 2013 à l'ensemble de l'offre 2019 sans pondération par les parts de marché, **2 familles sur les 5 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en sucres, à la baisse** : Jus de fruits (-0,5g/100ml soit -5%) et Jus de fruits à base de jus concentrés (-0,4g/100ml ; -4%) (Tableau 19).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2013 et 2019, **3 familles sur les 5 présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sucres** :

- les 2 familles dont la teneur moyenne en sucres diminue significativement à l'échelle de la famille : Jus de fruits (-0,5g/100ml ; -5%) et Jus de fruits à base de jus concentrés (-0,4g/100ml ; -4%) ;
- la famille Nectars pour laquelle ces reformulations ne sont pas suffisamment fortes pour avoir un impact significatif à l'échelle de la famille (-0,4g/100ml ; -3%).

En considérant le **renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits)**, des évolutions significatives sont observées pour **1 famille sur les 5, entre 2013 et 2019, à la baisse**. Il s'agit de la famille Jus de fruits dont la teneur moyenne en sucres diminue significativement à l'échelle de la famille.

En pondérant par les parts de marché et en comparant l'ensemble de l'offre 2013 à l'ensemble de l'offre 2019, **3 familles sur les 5 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en sucres** :

- **2 à la baisse** : Jus de fruits (-0,6g/100ml ; -6%) et Jus de fruits à base de jus concentrés (-0,3g/100ml ; -3%) ;

- **1 à la hausse** : Smoothies (+0,9g/100ml ; +9%).

En considérant les **segments de marché** entre 2013 et 2019, **3 baisses** significatives sur les données non pondérées sont observées pour 2 des 5 segments de marché suivis. Elles sont portées par les marques nationales (Jus de fruits : -0,6g/100ml soit -6% ; Jus de fruits à base de jus concentrés : -0,8g/100ml soit -7%) et par les marques de distributeurs (Jus de fruits : -0,4g/100ml soit -4%).

Le Tableau 19 reprend les évolutions des teneurs moyennes en sucres (en g/100ml et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019.

---

<sup>33</sup> Pour rappel, l'étude de l'évolution des teneurs en sucres porte sur les teneurs en sucres totaux étiquetées. Ainsi, pour les familles Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés conformément à la réglementation en vigueur depuis 2013, les évolutions observées peuvent être dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes) et/ou à des modifications de l'offre de parfums.

**Tableau 19 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes en sucres par famille entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, avec et sans pondération par les parts de marché.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100ml) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (10 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)		
		g/100ml	%	g/100ml	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Jus de fruits (T0 : n=350 ; T1 : n=788 ; T2 : n=966)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,5***	-5%	-0,6***	-6%	350	10,9	2,4	788	10,8	2,3	966	10,3	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de	-0,6***	-6%	-0,6***	-6%	284	10,3	0,5	725	10,3	0,4	903	9,7	0,3
<b>Jus de fruits a base de jus concentres (T0 : n=161 ; T1 : n=284 ; T2 : n=198)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,4*	-4%	-0,4	-4%	161	10,6	1,7	284	10,7	1,7	198	10,2	1,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de	-0,3**	-3%	-0,5**	-5%	142	10,3	0,4	258	10,2	0,3	193	9,8	0,4
<b>Nectars (T0 : n=96 ; T1 : n=286 ; T2 : n=371)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-0,1%	+0,2	+2%	96	10,0	2,5	286	10,2	2,2	371	10,2	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de	-0,1	-1%	-0,4	-5%	82	9,5	0,6	242	9,2	0,4	346	9,1	0,4
<b>Smoothies (T0 : n=33 ; T1 : n=40 ; T2 : n=29)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4	+4%	-0,3	-2%	33	11,8	1,4	40	11,1	1,4	29	11,5	2,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de	+0,9**	+9%	-0,5	-4%	28	12,1	0,2	37	10,7	0,1	25	11,7	0,1
<b>Jus de legumes (T0 : n=17 ; T1 : n=65 ; T2 : n=89)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-2%	+0,1	+1%	17	4,3	1,5	65	4,4	1,8	89	4,3	1,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de	+0,2	+7%	-0,03	-1%	15	4,1	0,2	58	3,8	0,2	80	4,1	0,1

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

N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; n=effectif de produits étiquetant le nutriment concerné sur les données non pondérées de l'année indiquée

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

## 6.4. Evolution des teneurs en sel

Pour l'étude des teneurs en sel, seule la famille pour laquelle des produits présentent du sel ajouté dans les listes d'ingrédients est considérée : il s'agit de la famille Jus de légumes (2009 : n=18 ; 2013 : n=48 ; 2019 : n=53). C'est pourquoi, les tableaux récapitulatifs des différences de teneurs moyennes pour ce nutriment entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 sont présentés en Annexe 5 pour les 4 autres familles. A noter que les familles Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars et Smoothies étant composées de fruits, celles-ci ne peuvent pas contenir de sel ajouté<sup>34</sup>.

Le Tableau 20 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée que ce soit entre 2013 et 2019 ou entre 2009 et 2019** (Tableau 20).

Les produits présentant du sel ajouté correspondent en très grande majorité à des jus de tomates et des cocktails de plusieurs légumes contenant de la tomate<sup>35</sup>.

**Tableau 20 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein de la famille Jus de légumes.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100ml) de la famille Jus de légumes			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100ml	%	g/100ml	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,004	-1%	-0,13	-27%	17	0,46	0,41	65	0,34	0,27	89	0,34	0,36	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,002	-0,5%	-0,18	-32%	15	0,57	0,06	58	0,39	0,02	80	0,39	0,05	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,06	+20%						37	0,33	0,22	37	0,39	0,49	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,07	-22%						65	0,34	0,27	47	0,27	0,20	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,02	-5%						28	0,36	0,32	89	0,34	0,36	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,09	-25%						28	0,36	0,32	47	0,27	0,20	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,15	-32%	9	0,45	0,56				9	0,31	0,17	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,12	-26%	17	0,46	0,41				77	0,34	0,39	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,14	-29%	8	0,48	0,18				89	0,34	0,36	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,14	-28%	8	0,48	0,18				77	0,34	0,39	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,04	-13%	-0,29	-48%	1	0,60		17	0,36	0,43	26	0,31	0,31	
		MDD		+0,05	+16%	-0,09	-20%	15	0,45	0,44	34	0,31	0,18	44	0,36	0,44	
		MDDeg															
		EDMP		-0,06	-14%	-0,13	-26%	1	0,50		9	0,43	0,17	9	0,37	0,18	
		DSbio		-0,05	-17%						5	0,32	0,26	10	0,27	0,24	

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

<sup>34</sup> Les produits à dominante fruits de ces familles contenant également des légumes (en proportion moindre que les fruits) peuvent contenir du sel ajouté. A noter qu'aucun de ceux collectés par l'Oqali, ne contient de sel ajouté.

<sup>35</sup> L'ajout de sel est autorisé dans les jus de tomates et les jus de tomates à base de concentré (décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine, modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013).

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

Toutes les familles sont considérées pour l'étude des sucres<sup>36</sup> mais seule la famille des Jus de légumes<sup>37</sup> est étudiée pour le sel (seule famille à présenter des produits ajoutant du sel dans la liste des ingrédients). Pour rappel, les évolutions concernant les fibres alimentaires ne sont pas commentées car leur étiquetage a fortement diminué (-24 points) entre 2009 et 2019.

### 6.5.1. Entre 2013 et 2019

**Entre 2013 et 2019**, en considérant uniquement les familles d'intérêt du secteur des Jus et nectars, des évolutions significatives sont mises en évidence en particulier pour les sucres sur **les données non pondérées** :

- pour les sucres : 2 familles sur les 5 du secteur présentent une diminution significative de leur teneur moyenne : Jus de fruits (-0,5g/100ml soit -5%) et Jus de fruits à base de jus concentrés (-0,4g/100ml soit -4%). Ces évolutions s'expliquent en partie par des évolutions à la baisse sur les produits appariés et, pour les Jus de fruits, par un renouvellement de l'offre ;
- pour le sel : la famille d'intérêt ne présente pas d'évolution significative de sa teneur moyenne.

**En pondérant par les parts de marché**, des évolutions significatives un peu plus nombreuses sont mises en évidence pour les 2 nutriments suivis et **entre 2013 et 2019** :

- pour les sucres : 3 familles sur les 5 du secteur présentent une évolution significative de leur teneur moyenne :
  - 2 à la baisse (Jus de fruits : -0,6g/100ml soit -6% ; Jus de fruits à base de jus concentrés : -0,3g/100ml soit -3%) ;
  - 1 à la hausse (Smoothies : +0,9g/100ml soit +9%) ;
- pour le sel : la famille d'intérêt ne présente pas d'évolution significative de sa teneur moyenne.

---

<sup>36</sup> Pour rappel, l'étude de l'évolution des teneurs en sucres porte sur les teneurs en sucres totaux étiquetées. Ainsi, pour les familles Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés conformément à la réglementation en vigueur depuis 2013, les évolutions observées peuvent être dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes) et/ou à des modifications de l'offre de parfums.

<sup>37</sup> Sont ainsi exclues les familles Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars et Smoothies.

## 6.5.2. Entre 2009 et 2019

**Entre 2009 et 2019**, en considérant uniquement les familles d'intérêt du secteur des Jus et nectars, des évolutions significatives sont mises en évidence en particulier sur les sucres **pour les données non pondérées** :

- pour les sucres : 1 famille sur les 5 du secteur présente une diminution significative de sa teneur moyenne (Jus de fruits : -0,6g/100ml soit -6%) ;
- pour le sel : la famille d'intérêt ne présente pas d'évolution significative de sa teneur moyenne.

**En pondérant par les parts de marché et entre 2009 et 2019**, des évolutions significatives légèrement plus nombreuses sont mises en évidence :

- pour les sucres : 2 familles sur les 5 étudiées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne (Jus de fruits : -0,6g/100ml soit -6% ; Jus de fruits à base de jus concentrés : -0,5g/100ml soit -5%) ;
- pour le sel : la famille d'intérêt ne présente aucune évolution significative de sa teneur moyenne.

Les évolutions de teneurs moyennes en sucres et sel, à l'échelle de la famille avec et sans pondération par les parts de marché, entre 2013 et 2019 ainsi qu'entre 2009 et 2019 sont présentées dans le Tableau 21. Le Tableau 22 reprend l'ensemble des évolutions de teneurs moyenne en sucres et sel pour chacune des familles du secteur des Jus et nectars.

**Tableau 21 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, avec et sans pondération par les parts de marché.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2013 (T1) et 2019 (T2)		Sucres (g/100ml)			Sel (g/100ml)		
		2019 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (10 ans)	2019 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (10 ans)
Ensemble des références							
Jus de fruits	TOUS PRODUITS	10,3	-5%***	-6%***	0,01	Non considéré	
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	9,7	-6%***	-6%***	0,01		
Jus de fruits a base de jus concentres	TOUS PRODUITS	10,2	-4%*	-4%	0,01	Non considéré	
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	9,8	-3%**	-5%**	0,005		
Nectars	TOUS PRODUITS	10,2	-0,1%	+2%	0,01	Non considéré	
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	9,1	-1%	-5%	0,01		
Smoothies	TOUS PRODUITS	11,5	+4%	-2%	0,01	Non considéré	
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	11,7	+9%**	-4%	0,01		
Jus de legumes	TOUS PRODUITS	4,3	-2%	+1%	0,34	-1%	-27%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	4,1	+7%	-1%	0,39	-0,5%	-32%

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2 ; utilisé également pour les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour le sel (Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars ainsi que la famille Smoothie)

Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

**Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en nutriments entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 au sein du secteur des Jus et nectars étudié.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis de 2013 et 2019 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés de 2009 et 2019 (T0-T2)		Sucres (g/100ml)					Sel (g/100ml)				
		2019 T2	Différences entre les moyennes				2019 T2	Différences entre les moyennes			
			T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (10 ans)				T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (10 ans)		
		Moy	g/100ml	%	g/100ml	%	Moy	g/100ml	%	g/100ml	%
<b>Jus de fruits</b>											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	10,3	-0,5***	-5%	-0,6***	-6%	0,01	-0,002		-0,001	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	9,7	-0,6***	-6%	-0,6***	-6%	0,01	-0,002		-0,001	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	10,2	-0,5***	-5%		0,01	-0,004			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	10,4	-0,4*	-4%		0,01	+0,0002			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	10,3	-0,6***	-5%		0,01	-0,001			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	10,4	-0,5*	-5%		0,01	+0,001			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	10,2			-0,6	-5%	0,01		-0,005	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	10,3			-0,6***	-5%	0,01		+0,0003	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	10,3			-0,7**	-7%	0,01		-0,002	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	10,3			-0,7**	-6%	0,01		-0,001	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	10,2	-0,6**	-6%	-0,6*	-6%	0,01	-0,002		+0,005	
	MDD	10,4	-0,4**	-4%	-0,6**	-5%	0,01	-0,004		-0,01	
	MDDeg	9,3	-1,1	-11%	-1,5	-14%	0,01	-0,01		+0,003	
	EDMP	10,0	-0,6	-6%	-0,6	-6%	0,01	-0,001		-0,002	
	DSbio	10,7	-0,6	-6%			0,05	+0,04			
<b>Jus de fruits à base de jus concentrés</b>											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	10,2	-0,4*	-4%	-0,4	-4%	0,01	-0,01		-0,01	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	9,8	-0,3**	-3%	-0,5**	-5%	0,005	-0,01		-0,003	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	10,0	-0,4***	-4%		0,005	-0,01			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	10,4	-0,2	-2%		0,01	-0,004			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	10,2	-0,5	-5%		0,01	-0,005			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	10,4	-0,3	-3%		0,01	-0,003			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	9,6			-0,7	-7%	0,004		-0,003	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	10,6			-0,0	-0,1%	0,01		-0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	10,2			-0,5	-5%	0,01		-0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	10,6			-0,2	-2%	0,01		-0,01	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	10,1	-0,8*	-7%	-0,9*	-8%	0,01	-0,01		+0,002	
	MDD	10,4	-0,2	-2%	-0,2	-2%	0,005	-0,01		-0,01	
	MDDeg	10,5	-0,3	-3%	-1,0	-8%	0,01	-0,01		-0,01	
	EDMP	10,1	-0,5	-5%	+0,1	+1%	0,01	-0,01		+0,001	
	DSbio										
<b>Nectars</b>											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	10,2	-0,01	-0,1%	+0,2	+2%	0,01	-0,001		+0,002	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	9,1	-0,1	-1%	-0,4	-5%	0,01	-0,005		-0,001	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	10,3	-0,4***	-3%		0,01	+0,0003			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	10,1	-0,1	-1%		0,01	+0,0004			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	10,2	+0,5	+5%		0,01	-0,003			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	10,1	+0,3	+3%		0,01	-0,002			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	10,3			-0,4	-3%	0,01		+0,001	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	10,1			+0,1	+1%	0,01		+0,002	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	10,2			+1,0	+11%	0,01		+0,001	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	10,1			+0,9	+10%	0,01		+0,002	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	10,4	+0,2	+2%	+0,03	+0,3%	0,01	-0,01		+0,002	
	MDD	10,4	-0,1	-1%	+0,03	+0,3%	0,01	+0,004		+0,01	
	MDDeg	7,2	-0,9	-11%	-1,1	-13%	0,01	-0,01		-0,01	
	EDMP	9,8	-0,1	-1%	+0,6	+6%	0,01	-0,004		-0,01	
	DSbio										
<b>Smoothies</b>											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	11,5	+0,4	+4%	-0,3	-2%	0,01	+0,002		+0,01	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	11,7	+0,9**	+9%	-0,5	-4%	0,01	-0,003		+0,003	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	11,3	+0,5	+5%		0,003	-0,01			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	11,6	+0,5	+5%		0,01	+0,003			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	11,5	+0,3	+3%		0,01	+0,003			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	11,6	+0,4	+4%		0,01	+0,004			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	10,6			-0,3	-3%	0,00			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	11,7			-0,2	-2%	0,01		+0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	11,5			-0,4	-3%	0,01		+0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	11,7			-0,3	-2%	0,01		+0,01	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	11,5	+0,7	+7%	-0,6	-5%	0,01	+0,004		+0,01	
	MDD	11,2	+0,02	+0,1%	-0,1	-0,1%	0,01	+0,003		+0,01	
	MDDeg										
	EDMP	12,2	-0,9	-7%	-1,4	-10%	0,01	+0,01		+0,01	
	DSbio										
<b>Jus de légumes</b>											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	4,3	-0,1	-2%	+0,1	+1%	0,34	-0,004	-1%	-0,13	-27%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	4,1	+0,2	+7%	-0,03	-1%	0,39	-0,002	-0,5%	-0,18	-32%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	4,3	-0,2	-4%		0,39	+0,06	+20%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	4,5	+0,03	+1%		0,27	-0,07	-22%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	4,3	-0,1	-3%		0,34	-0,02	-5%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	4,5	+0,01	+0,2%		0,27	-0,09	-25%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	4,2			-0,7	-15%	0,31		-0,15	-32%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	4,4			+0,1	+2%	0,34		-0,12	-26%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	4,3			+0,8	+24%	0,34		-0,14	-29%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	4,4			+0,9	+25%	0,34		-0,14	-28%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	4,6	-0,6	-12%	+0,9	+25%	0,31	-0,04	-13%	-0,29	-48%
	MDD	4,1	-0,2	-4%	-0,3	-8%	0,36	+0,05	+16%	-0,09	-20%
	MDDeg										
	EDMP	3,5	-0,1	-3%	+0,4	+12%	0,37	-0,06	-14%	-0,13	-26%
	DSbio	5,7	+0,8	+17%			0,27	-0,05	-17%		

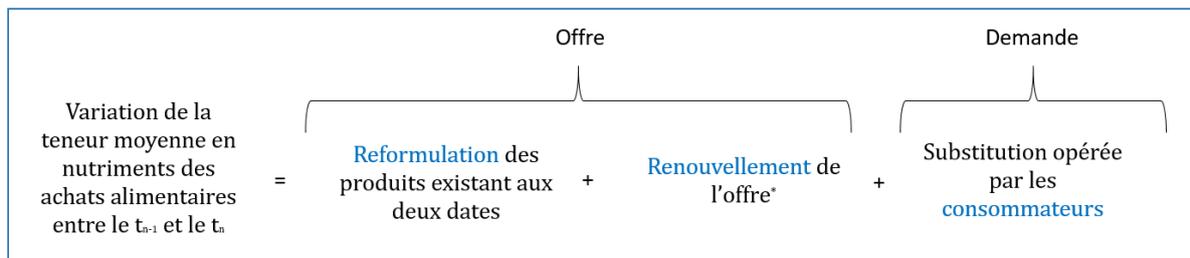
<sup>1</sup> ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
Moy=Moyenne ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=Enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : tests de permutation  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2 ; utilisé également pour les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour le sel  
Case en pointillés : non étudié  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude du sel  
Familles non pertinentes pour l'étude du sel : Jus de fruits, Jus de fruits à base de concentrés, Nectars et Smoothies

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

### 7.1. Méthodologie

Cette partie évalue la contribution relative des changements du côté de l'offre (évolution de la qualité nutritionnelle des aliments) et de la demande (changements des comportements de consommation, estimés à partir des données d'achats Kantar-Panel Worldpanel<sup>38</sup>) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur des Jus et nectars, entre 2013 et 2019. Le détail de la méthode dite « Griffith » et de l'algorithme appliqués est décrit dans le rapport de l'étude transversale *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation - Edition 2019*<sup>39</sup> ainsi que dans le rapport méthodologique<sup>40</sup>. A noter que cet indicateur n'est réalisé qu'entre 2013 et 2019 car plus la période de temps est étendue et plus l'effectif de produits reformulés diminue, ce qui peut biaiser la contribution des reformulations<sup>41</sup> par rapport aux deux autres leviers étudiés.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (uniquement les sucres puisque le sel n'est pas un nutriment pertinent à l'échelle du secteur entier mais pour une seule famille uniquement), 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 15). 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 15 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre  $t_{n-1}$  et  $t_n$ .

<sup>38</sup> Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

<sup>39</sup> Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation – Oqali – Edition 2019 – [Autres études - OQALI](#)

<sup>40</sup> Disponible sous [https://www.oqali.fr/media/2024/09/OQALI\\_2024\\_Rapport-methodologique.pdf](https://www.oqali.fr/media/2024/09/OQALI_2024_Rapport-methodologique.pdf).

<sup>41</sup> Pour le secteur des Jus et nectars, le terme « reformulations » comprend les reformulations de produits observées sur les nectars ainsi que les évolutions observées sur le tableau des valeurs nutritionnelles pour les 4 autres familles de produits.

A noter que cette méthode ne permet pas de conclure sur l'évolution des teneurs moyennes en nutriments, pondérées par les parts de marché, à l'échelle du secteur. En effet pour cette méthode, la somme des parts de marché utilisées a été rapportée à 100%<sup>42</sup> et les valeurs nutritionnelles manquantes ont été inférées : elles ne reflètent donc pas exactement la réalité du marché. Comme cité ci-dessus, **cette méthode ne donne pas d'élément sur des évolutions statistiquement significatives au cours du temps mais permet de comprendre si celles-ci sont le résultat de reformulations, d'un renouvellement de l'offre et/ou de substitutions opérées par les consommateurs.**

**Ainsi, les effectifs, les moyennes non pondérées et pondérées et les pourcentages présentés par la suite ne sont donc pas comparables à ceux de la partie 6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETTES.**

## 7.2. Résultats

Les produits retirés représentent 27% des volumes de ventes du secteur en 2013 et les produits nouveaux 21% en 2019. Le poids des produits appariés augmente entre les deux années d'étude, passant de 73% des volumes de ventes du secteur en 2013 à 79% en 2019 (Annexe 6).

Le Tableau 23 présente, uniquement pour les sucres<sup>43</sup>, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2013 et 2019, sur le secteur. Les évolutions des teneurs moyennes pondérées en sucres y sont décomposées selon les contributions respectives des reformulations, du renouvellement des produits sur le marché et des substitutions opérées par les consommateurs.

**Tableau 23 : Evolution des moyennes pondérées entre 2013 et 2019 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs.**

Jus et nectars	Moyenne pondérée (g/100ml)		Evolution des moyennes pondérées à l'échelle du secteur entier (hypothèses Griffith)	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2013	2019		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Sucres	10,0	9,6	-4,7%	-3,6%	-1,5%	+0,4%

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

Ces résultats permettent de montrer que pour le secteur, la diminution estimée de la teneur moyenne pondérée **en sucres est principalement expliquée par des reformulations ainsi qu'un renouvellement de l'offre** (avec une contribution respective de -3,6% et de -1,5%). Les substitutions réalisées par les consommateurs, au sein des produits retrouvés les deux années d'étude, participent très faiblement à cette évolution (+0,4%).

<sup>42</sup> Les produits non couverts par l'Oqali sont supposés avoir la même évolution que l'échantillon étudié sur la période (cette méthode « distord » d'autant moins les données que les couvertures du marché des échantillons étudiés sont élevées et du même ordre de grandeur à chacun des temps de suivi et que les échantillons sont représentatifs du marché à  $t_{n-1}$  comme à  $t_n$ ).

<sup>43</sup> Seul nutriment pour lequel l'étude des valeurs nutritionnelle est pertinente à l'échelle du secteur entier.

A noter que, dans cette partie les évolutions sont étudiées, pour les sucres, à l'échelle du secteur entier alors que, dans la partie 6, ces évolutions sont détaillées par famille de produits. Certaines familles, proportionnellement à leurs volumes de ventes, peuvent avoir un poids plus élevé au sein du secteur entier, ce qui explique que les résultats, présentés dans cette partie, peuvent ne pas aller systématiquement dans le sens de ceux observés, famille par famille, dans la partie 6.

Le détail des effectifs et teneurs moyennes par sous-groupe, à l'échelle des familles, est présenté dans l'Annexe 7.

## **8. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES : ETUDE DE L'EVOLUTION DE L'OFFRE ET DE LA DISTRIBUTION DES TENEURS EN SUCRES SUITE A LA MISE EN PLACE DE LA TAXATION SUR LES BOISSONS SUCREES ET/OU EDULCOREES**

Une taxe sur les boissons sucrées et/ou édulcorées (mais non alcoolisées), dite « taxe soda » a été mise en place en 2012 par les pouvoirs publics. A l'origine, le montant de la taxe était fixe et s'appliquait dès que la boisson présentait un ajout de sucres et/ou d'édulcorants, peu importe la quantité de sucres ajoutés. En 2018, les modalités de la taxe ont évolué : le montant de la taxe est devenu proportionnel à la quantité de sucres ajoutés dans les produits avec la mise en place de paliers. Ainsi, une boisson uniquement édulcorée entre dans le champ d'application du premier palier de la taxe (redevance la plus faible) et plus la quantité de sucres ajoutés (en kg de sucres ajoutés par hectolitre de boisson) augmente, plus la redevance est importante<sup>44</sup>.

Au sein des Jus et nectars et en dehors de la famille Smoothies<sup>45</sup>, seule la famille Nectars est concernée par la taxe puisque dans ces produits peuvent être ajoutés des sucres et/ou des édulcorants d'après la réglementation<sup>46</sup>. Ces traitements supplémentaires viennent compléter ceux réalisés sur le secteur des Boissons rafraichissantes sans alcool (dont les résultats sont disponibles [via le lien suivant : https://www.oqali.fr/media/2024/03/OQALI\\_2024\\_Rapport\\_evolution\\_BRSA.pdf](https://www.oqali.fr/media/2024/03/OQALI_2024_Rapport_evolution_BRSA.pdf)).

Même si la taxe considère les quantités de sucres ajoutés et non de sucres totaux, seules ces dernières sont mentionnées de façon obligatoire sur les emballages des produits. Ainsi, les traitements présentés dans cette partie tiennent compte uniquement des quantités de sucres totaux. Cela implique une approximation importante pour les nectars : les sucres des jus de fruits et/ou de la purée de fruits ne sont pas considérés comme des sucres ajoutés mais sont comptabilisés dans les sucres totaux, donc la quantité de sucres totaux est supérieure à la quantité de sucres ajoutés pour ces produits. C'est pourquoi, peu d'indicateurs sont présentés dans cette partie, car les évolutions des sucres totaux ne reflètent pas les évolutions des sucres ajoutés. Par ailleurs, tous les nectars ne présentent pas de valeur nutritionnelle pour les sucres. Ainsi 42% des nectars collectés par l'Oqali n'indiquaient pas de teneur en sucres en 2009, ils étaient 20% en 2013 et 0,3% en 2019 (Tableau 13). Par conséquent, selon le positionnement de la teneur en sucres totaux des nectars présents sur le marché en 2009, et dans une moindre mesure en 2013, un biais d'étiquetage est possible et peut expliquer une partie des évolutions observées dans cette partie.

---

<sup>44</sup> Les modalités et taux pour la contribution sur les boissons contenant du sucre ajouté au 1<sup>er</sup> janvier 2024 sont disponibles sur <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F32101>.

<sup>45</sup> Les produits Oqali de la famille Smoothie ne contiennent pas de sucres ajoutés.

<sup>46</sup> Décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine, modifié par le décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret.

## 8.1. Evolution de l'offre des produits, en nombre de références et en volumes de vente

### 8.1.1. Ensemble des nectars : taxés et non taxés

La Figure 16 compare la répartition des références collectées par l'Oqali taxées (ou qui auraient été taxées pour les données 2009) et non taxées, en nombre de références sur les 3 années suivies : 2009, 2013 et 2019. La Figure 17 présente les mêmes résultats en ce qui concerne les volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel.

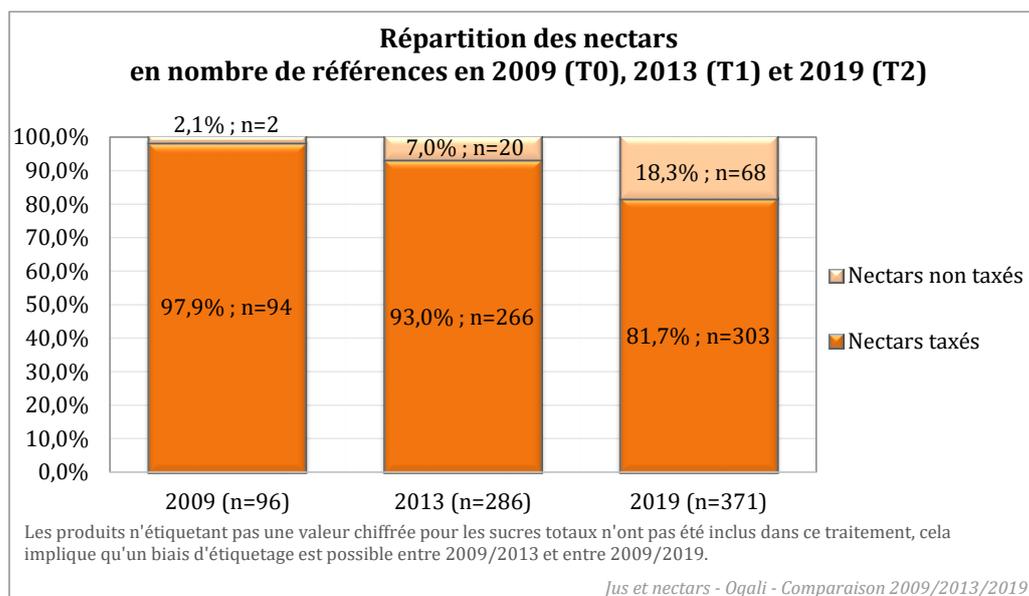


Figure 16 : Répartition des nectars taxés et non taxés, en nombre de références, en 2009, 2013 et 2019.

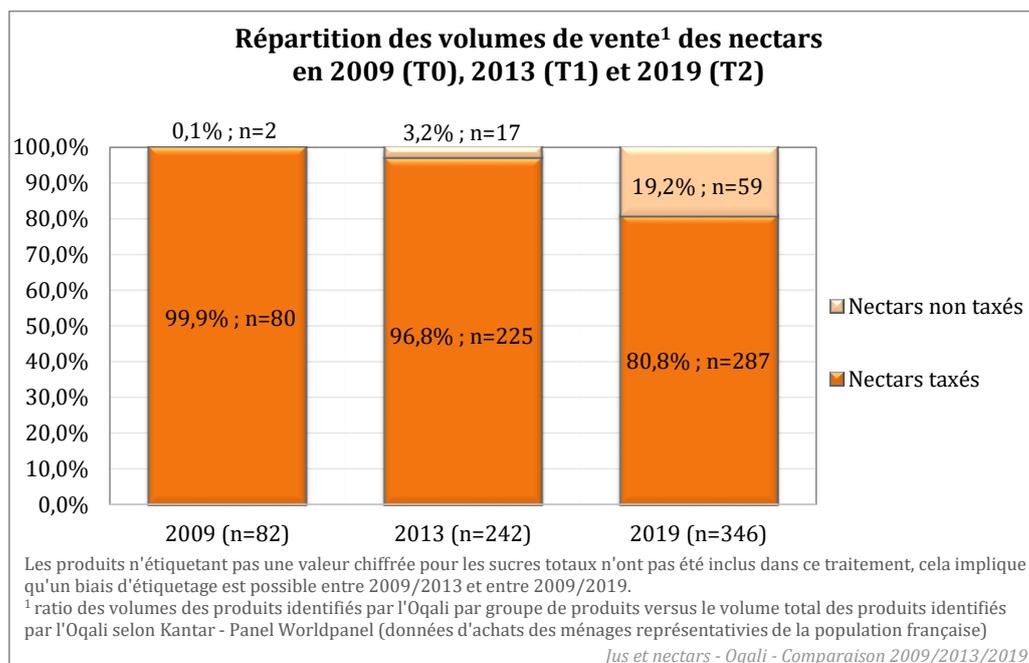


Figure 17 : Répartition des volumes de vente des nectars taxés et non taxés en 2009, 2013 et 2019.

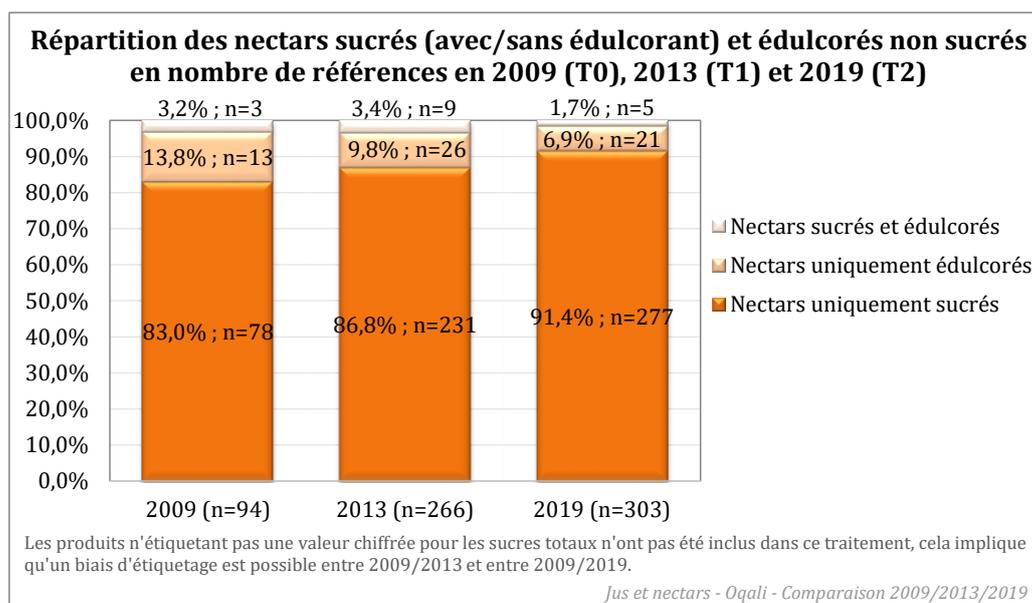
Au sein des nectars, la proportion de produits non concernés par la taxe, correspondant aux produits sans sucres ajoutés et sans édulcorant, augmente en nombre de références (+5 points entre 2009 et 2013 ; +11 points entre 2013 et 2019 ; Figure 16).

En pondérant par les parts de marché, les volumes de vente des nectars non taxés augmentent également (+3 points entre 2009 et 2013 ; +16 points entre 2013 et 2019 ; Figure 17).

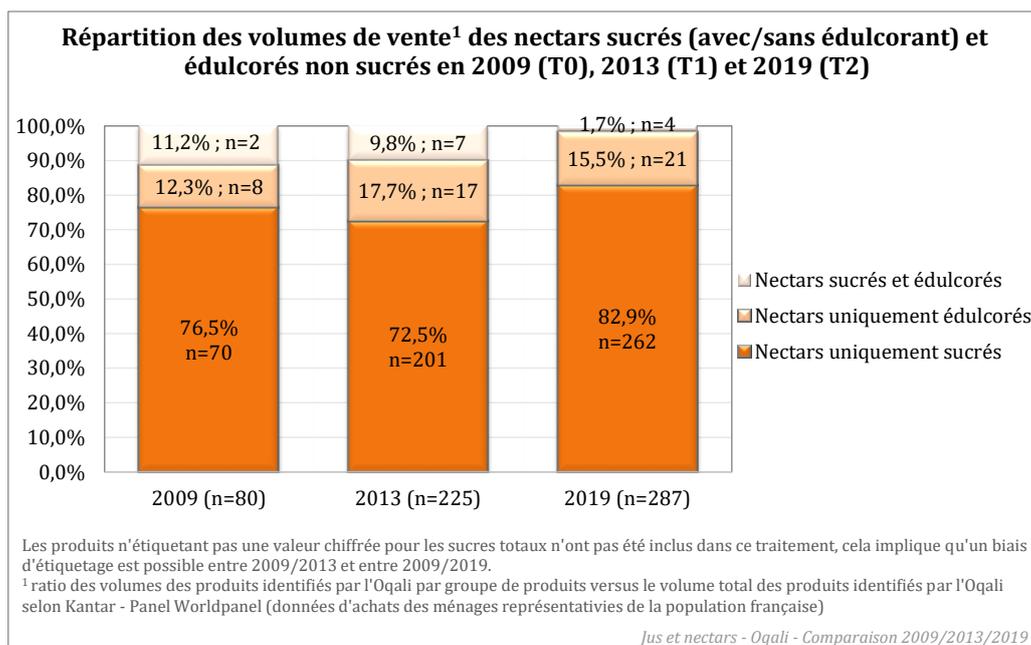
Cette évolution semble liée à la taxe (les nectars sans sucres ajoutés et sans édulcorant sont les seuls à ne pas être taxés).

### 8.1.2. Nectars concernés par la taxe : nectars sucrés et édulcorés, nectars édulcorés, nectars sucrés

La Figure 18 compare la proportion des nectars taxés (ou qui auraient été taxés pour les données 2009) selon s'ils sont sucrés et édulcorés, uniquement édulcorés ou uniquement sucrés pour les 3 années suivies : 2009, 2013 et 2019. La Figure 19 présente les mêmes résultats en ce qui concerne les volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel.



**Figure 18 : Répartition des nectars taxés (sucrés et édulcorés, uniquement édulcorés ou uniquement sucrés), en nombre de références, en 2009, 2013 et 2019.**



**Figure 19 : Répartition des volumes de vente des nectars taxés (sucrés et édulcorés, uniquement édulcorés ou uniquement sucrés) en 2009, 2013 et 2019.**

Au sein des nectars taxés, les nectars uniquement sucrés représentent une très large majorité de l'offre que ce soit en nombre de références (91,4% des nectars taxés en 2019) ou en volume de vente (82,9% des nectars taxés en 2019). La proportion des nectars uniquement sucrés augmente entre 2013 et 2019 (+5 points en nombre de références et +10 points en volume de vente) tandis qu'entre 2009 et 2013, cette évolution est légèrement moins importante en nombre de références (+4 points) et même à la baisse en volume de vente (-4 points).

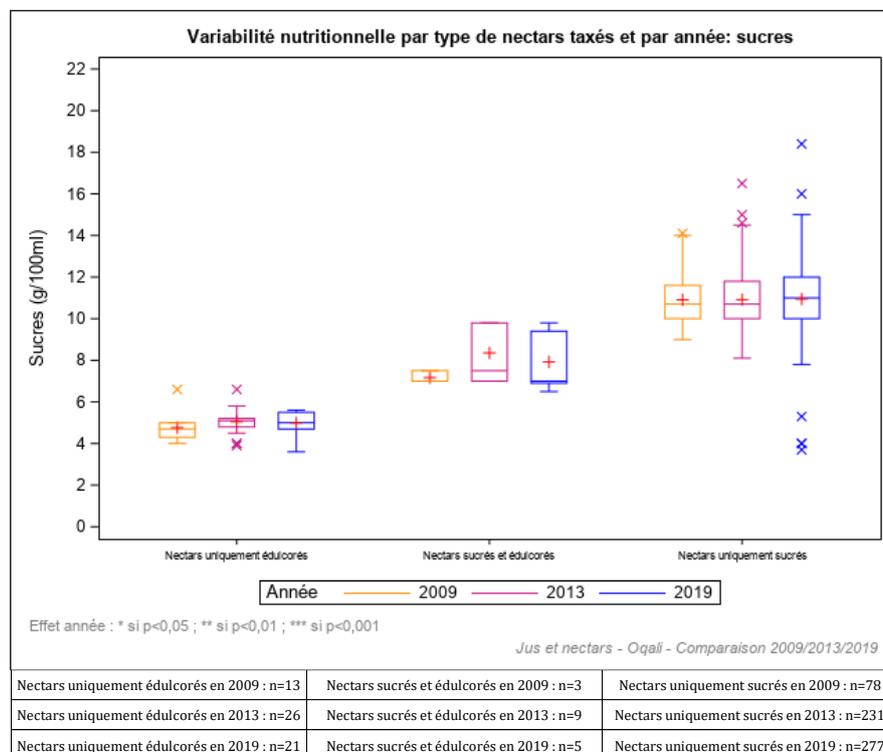
Les nectars uniquement édulcorés voient leur proportion globalement diminuer que ce soit en nombre de références (-4 points entre 2009 et 2013 ; -3 points entre 2013 et 2019) ou en volume de vente (-2 points entre 2013 et 2019). A noter qu'en volume de vente, sur la période 2009 à 2013, cette proportion augmente (+5 points).

Enfin, la proportion de nectars sucrés et édulcorés reste globalement faible en nombre de références entre 2009, 2013 et 2019 (respectivement 3,2% ; 3,4% et 1,7%) tandis qu'elle diminue en considérant les volumes de vente et en particulier entre 2013 et 2019 (-1 point entre 2009 et 2013 ; -8 points entre 2013 et 2019).

## 8.2. Evolution de l'offre de la teneur en sucres au sein des nectars taxés (nectars sucrés, nectars édulcorés, nectars sucrés et édulcorés), en nombre de références

Comme indiqué précédemment, seules les quantités de sucres totaux sont étiquetées sur les emballages des produits. Ainsi, les résultats présentés ci-dessous tiennent compte des sucres totaux et non des sucres ajoutés. Cela signifie que les sucres naturellement présents dans les jus de fruits et/ou la purée de fruits sont comptabilisés dans les sucres totaux tandis qu'ils ne sont pas considérés dans le calcul de la taxe sur les boissons contenant des sucres ajoutés et/ou des édulcorants. Etant donné que pour les nectars, la teneur minimale en fruits est réglementée et comprise entre 25% et 50% selon la variété des fruits utilisés, la quantité en sucres totaux est bien supérieure à la quantité de sucres ajoutés. C'est pourquoi, contrairement aux indicateurs présentés dans l'Etude du secteur des Boissons rafraichissantes sans alcool – Oqali – Comparaison 2010/2013/2019 – Edition 2024, seule la variabilité des teneurs en sucres totaux des nectars taxés sera présentée, sans pondération par les parts de marché.

La Figure 20 présente la variabilité des teneurs en sucres totaux (g/100ml) pour chaque type de nectars taxés (uniquement édulcorés, sucrés et édulcorés, uniquement sucrés) et par année de suivi : 2009, 2013 et 2019. Le Tableau 24 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019 pour chaque type de nectars taxés (uniquement édulcorés, sucrés et édulcorés, uniquement sucrés).



**Figure 20 : Variabilité des teneurs en sucres totaux (g/100ml) par année et par type de nectars taxés.**

**Tableau 24 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres totaux sur les 3 périodes étudiées selon le type de nectars taxés.**

	Différences entre les moyennes						Données 2009 (T0)					Données 2013 (T1)					Données 2019 (T2)				
	T0-T1 (4 ans)		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Min	Max	Moy	ET	N	Min	Max	Moy	ET	N	Min	Max	Moy	ET
	g/100ml	%	g/100ml	%	g/100ml	%															
Nectars uniquement édulcorés	+0,3	+6%	-0,1	-1%	+0,2	+5%	13	4,0	6,6	4,8	0,7	26	3,9	6,6	5,1	0,6	21	3,6	5,6	5,0	0,5
Nectars sucrés et édulcorés	+1,2	+17%	-0,4	-5%	+0,8	+11%	3	7,0	7,5	7,2	0,3	9	7,0	9,8	8,4	1,4	5	6,5	9,8	7,9	1,6
Nectars uniquement sucrés	+0,01	+0,1%	+0,03	+0,2%	+0,03	+0,3%	78	9,0	14,1	10,9	1,2	231	8,1	16,5	10,9	1,4	277	3,7	18,4	10,9	1,7

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Tests statistiques effectués : tests de permutation  
 Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

Au sein des nectars taxés, aucun des types de nectars ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne, que ce soit entre 2013 et 2019 ou entre 2009 et 2019. Ces résultats descriptifs restent à confirmer par des études complémentaires permettant d'établir la causalité. A noter que les nectars sucrés présentant des teneurs en sucres totaux inférieures à 6g/100ml en 2019 correspondent à 3 nectars de coco (eau de coco contenant 1% ou moins de fructose selon les produits) et à un nectar de citron indiquant être allégé en sucres.

### 8.3. Synthèse de l'évolution de l'offre et de la variabilité des teneurs en sucres totaux suite à la mise en place de la taxation sur les boissons sucrées et/ou édulcorées au sein de la famille Nectars

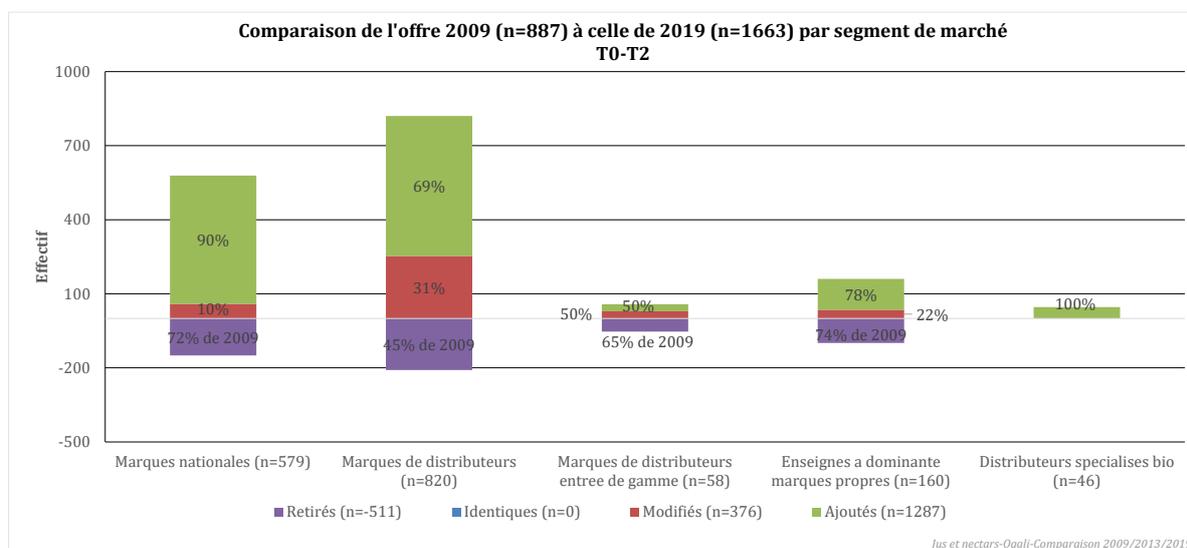
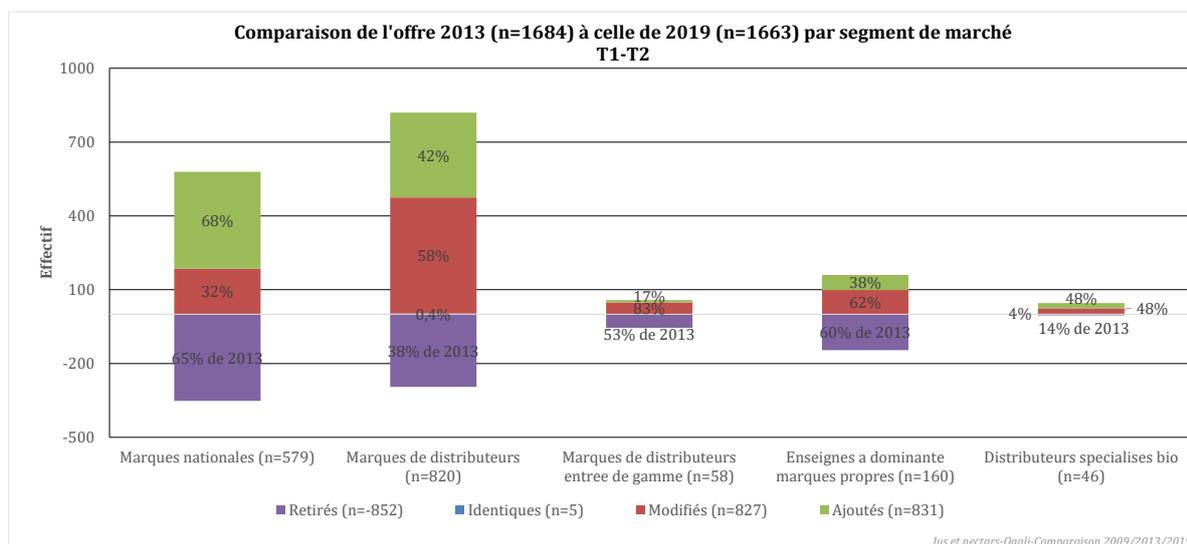
**En termes d'offre** et parmi l'ensemble des nectars présentant une teneur en sucres (étiquetage des sucres totaux), la part des nectars non taxés (produit non sucrés et non édulcorés) augmente entre 2009, 2013 et 2019 que ce soit en nombre de références (+16 points entre 2009 et 2019) ou en volume de vente (+19 points entre 2009 et 2019), l'évolution étant plus marquée entre 2013 et 2019 (taxe évolutive) qu'entre 2010 et 2013 (taxe fixe). Parmi les nectars concernés par la taxe (sucrés et/ou édulcorés), les produits sucrés et édulcorés ainsi que ceux uniquement édulcorés voient leurs proportions diminuer entre 2009 et 2019 en nombre de références (respectivement -2 points et -7 points). En pondérant par les parts de marché, la proportion de nectars sucrés et édulcorés diminue (-10 points) entre 2009 et 2019 tandis qu'elle augmente pour les nectars uniquement édulcorés (+3 points) sur cette même période. Entre 2013 et 2019, cette proportion de nectars uniquement édulcorés diminue (-2 points). Cela traduit donc que de moins en moins de produits sans sucres ajoutés utilisent des édulcorants. Une hypothèse serait que la taxation des boissons édulcorées non sucrées aurait pu réduire leur utilisation. Ces résultats descriptifs restent à confirmer par des études complémentaires permettant d'établir la causalité

En considérant les nectars taxés, l'étude de la **distribution des teneurs en sucres totaux** montre que la teneur moyenne en sucres totaux n'évolue pas de façon significative entre 2009, 2013 et 2019 pour aucun des 3 groupes étudiés (uniquement édulcorés, sucrés et édulcorés, uniquement sucrés).

## Annexe 1 : Effectifs de produits par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019

<i>Effectifs de produits au sein des Jus et nectars en 2009, 2013 et 2019</i>	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Enseignes à dominante marques propres			Distributeurs spécialisés biologiques			Tous segments de marché confondus		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Jus de fruits	105	311	348	252	437	511	22	20	9	54	89	71	0	23	36	433	880	975
Jus de fruits a base de jus concentres	50	69	54	91	117	77	37	53	26	50	80	41	0	0	0	228	319	198
Nectars	31	96	138	87	170	178	22	30	23	26	63	33	0	0	0	166	359	372
Smoothies	22	28	13	13	11	10	0	0	0	2	4	6	0	0	0	37	43	29
Jus de legumes	1	34	26	19	35	44	1	0	0	2	9	9	0	5	10	23	83	89
<b>Toutes familles confondues</b>	<b>209</b>	<b>538</b>	<b>579</b>	<b>462</b>	<b>770</b>	<b>820</b>	<b>82</b>	<b>103</b>	<b>58</b>	<b>134</b>	<b>245</b>	<b>160</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>46</b>	<b>887</b>	<b>1684</b>	<b>1663</b>

## Annexe 2 : Etude du renouvellement de l'offre par segment de marché : comparaison des offres 2013-2019, 2009-2019 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.



## Annexe 3 : Evolutions des teneurs en fibres alimentaires pour les familles du secteur des Jus et nectars

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres alimentaires pour les échantillons entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, au sein de chaque sous-groupe et segment de marché, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution pour les 5 familles du secteur : Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars, Smoothies et Jus de légumes.

Evolutions des teneurs moyennes en Fibres alimentaires (g/100ml) de la famille Jus de fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
			g/100ml	%	g/100ml	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		+0,1		+0,1		359	0,2	0,3	747	0,3	0,3	552	0,4	0,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1		+0,1		289	0,3	0,1	689	0,3	0,1	531	0,4	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,1										254	0,3	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	+0,2										747	0,3	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	+0,1										326	0,3	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	+0,1										326	0,3	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			+0,1		101	0,3	0,3					101	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			+0,1		359	0,2	0,3					432	0,4
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+0,1		185	0,3	0,4					552	0,4
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+0,1		185	0,3	0,4					432	0,4
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		+0,1		+0,2		89	0,4	0,4	210	0,4	0,4	176	0,5	0,5
	MDD		+0,1		+0,1		223	0,2	0,3	418	0,2	0,3	344	0,3	0,2
	MDDeg		+0,1		+0,2		5	0,1	0,1	17	0,2	0,2	6	0,3	0,1
	EDMP		+0,2		+0,2		42	0,2	0,2	81	0,2	0,2	9	0,4	0,6
	DSbio		+0,2							21	0,4	0,4	17	0,5	0,6

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude des fibres alimentaires

Evolutions des teneurs moyennes en Fibres alimentaires (g/100ml) de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
			g/100ml	%	g/100ml	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		+0,1		+0,1		166	0,2	0,2	279	0,2	0,2	67	0,3	0,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1		+0,1		144	0,1	0,05	254	0,1	0,05	67	0,2	0,05
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,2										39	0,1	0,1
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	+0,1										279	0,2	0,2
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	+0,1										156	0,2	0,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	+0,1										156	0,2	0,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			+0,2		22	0,1	0,1					22	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			+0,1		166	0,2	0,2					35	0,2
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+0,1		109	0,2	0,2					67	0,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+0,1		109	0,2	0,2					35	0,2
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		+0,2		+0,1		41	0,1	0,2	58	0,1	0,2	16	0,3	0,2
	MDD		+0,1		+0,1		83	0,2	0,2	113	0,2	0,2	40	0,3	0,2
	MDDeg		+0,2		+0,2		9	0,1	0,1	32	0,1	0,2	11	0,3	0,1
	EDMP						33	0,2	0,1	76	0,2	0,2			
	DSbio														

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude des fibres alimentaires

Evolutions des teneurs moyennes en Fibres alimentaires (g/100ml) de la famille Nectars			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)													
			g/100ml	%	g/100ml	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1		+0,2		97	0,2	0,2	263	0,2	0,3	178	0,3	0,3		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1		+0,2		83	0,1	0,03	223	0,1	0,03	162	0,3	0,02		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,1							75	0,2	0,2	75	0,3	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1								263	0,2	0,3	88	0,3	0,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1									125	0,2	0,3	178	0,3	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1									125	0,2	0,3	88	0,3	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2		23	0,1	0,1				23	0,3	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,2		97	0,2	0,2				142	0,3	0,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1		46	0,2	0,3				178	0,3	0,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2		46	0,2	0,3				142	0,3	0,3		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,2		+0,3		19	0,2	0,4	47	0,3	0,4	47	0,5	0,4		
		MDD		+0,1		+0,1		52	0,1	0,2	150	0,2	0,2	120	0,3	0,1		
		MDDeg		+0,2		+0,1		13	0,1	0,2	21	0,1	0,1	8	0,3	0,0		
		EDMP		+0,5		+0,7		13	0,2	0,2	45	0,4	0,3	3	0,9	0,1		
		DSbio																

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude des fibres alimentaires

Evolutions des teneurs moyennes en Fibres alimentaires (g/100ml) de la famille Smoothies			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)													
			g/100ml	%	g/100ml	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2		-0,1		33	1,1	0,6	38	1,2	0,5	18	1,0	0,3		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,4		-0,4		28	1,3	0,1	35	1,2	0,04	18	0,9	0,01		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,3							6	1,2	0,4	6	1,0	0,3		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2								38	1,2	0,5	12	1,0	0,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2									32	1,2	0,5	18	1,0	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,2									32	1,2	0,5	12	1,0	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1		3	0,9	0,4				3	0,8	0,3		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1		33	1,1	0,6				15	1,0	0,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,1		30	1,1	0,6				18	1,0	0,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1		30	1,1	0,6				15	1,0	0,3		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,3		-0,02		18	1,1	0,7	23	1,4	0,4	8	1,1	0,3		
		MDD		-0,2		-0,1		13	1,0	0,5	11	1,1	0,5	10	0,8	0,1		
		MDDeg																
		EDMP						2	1,0	0,7	4	0,6	0,7					
		DSbio																

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; EDMP=enseignes à dominante marques propres; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet: diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange: augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années; pour les sous-groupes: teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués: tests de permutation  
Chiffres grisés: effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide: aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude des fibres alimentaires

Evolutions des teneurs moyennes en Fibres alimentaires (g/100ml) de la famille Jus de légumes			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100ml	%	g/100ml	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,02		+0,1		17	0,4	0,4	61	0,5	0,4	41	0,5	0,3	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01		+0,1		15	0,3	0,1	54	0,5	0,04	39	0,5	0,03	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,02							22	0,4	0,4	22	0,4	0,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04							61	0,5	0,4	18	0,5	0,4	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,05							26	0,5	0,4	41	0,5	0,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01							26	0,5	0,4	18	0,5	0,4	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,4		7	0,1	0,2				7	0,5	0,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1		17	0,4	0,4				31	0,5	0,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,1		8	0,6	0,4				41	0,5	0,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1		8	0,6	0,4				31	0,5	0,3	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,2		-0,6		1	1,0		13	0,7	0,5	5	0,4	0,4	
		MDD		+0,1		+0,2		15	0,3	0,4	34	0,3	0,3	32	0,5	0,3	
		MDDeg															
		EDMP		-0,4		-0,5		1	0,6		9	0,5	0,3	1	0,1		
		DSbio		-0,4							5	0,8	0,3	3	0,4	0,2	

<sup>1</sup> ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : tests de permutation  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude des fibres alimentaires

## Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2009, 2013 et 2019 : statistiques descriptives pour 100ml

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, pour 2009, 2013 et 2019, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché, pour 100ml. Le nombre de produits inclus dans le calcul de la moyenne pondérée est plus faible que pour la moyenne non pondérée car seuls les produits pour lesquels une part de marché a pu être affectée (par référence = code barre) ont été considérés.

Les coefficients de variation permettent de mettre en avant les nutriments présentant la plus forte dispersion au sein d'une famille de produits.

Jus de fruits	Valeur énergétique (kcal/100ml)			Matières grasses (g/100ml)			Acides gras saturés (g/100ml)			Glucides (g/100ml)			Sucres (g/100ml)			Protéines (g/100ml)			Sel (g/100ml)			Fibres alimentaires (g/100ml)		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Effectif <sup>1</sup>	415	843	965	413	843	968	348	786	956	415	843	968	350	788	966	415	843	968	356	789	965	359	747	552
Minimum	33	12	14	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,6	3,2	2,9	5,0	2,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	86	93	84	0,5	1,3	0,8	0,1	0,5	0,5	21,0	21,0	20,0	18,3	19,1	18,0	1,2	1,6	1,1	0,25	0,26	0,73	2,6	3,0	2,3
1er quartile	44	45	42	0,0	0,0001	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	10,1	9,6	9,4	9,6	9,1	0,3	0,3	0,2	0,00	0,0001	0,00	0,0001	0,1	0,3
Mediane	47	48	45	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	11,0	11,0	10,8	10,3	10,5	10,0	0,5	0,5	0,3	0,0001	0,01	0,01	0,1	0,2	0,3
3eme quartile	51	52	50	0,1	0,2	0,3	0,0001	0,001	0,1	12,0	12,0	12,0	11,5	11,5	11,0	0,6	0,6	0,6	0,01	0,02	0,01	0,4	0,3	0,5
Moyenne	49	49	47	0,1	0,1	0,1	0,01	0,02	0,02	11,5	11,5	10,9	10,9	10,8	10,3	0,5	0,5	0,4	0,01	0,01	0,01	0,2	0,3	0,4
Ecart-type	8	10	9	0,1	0,1	0,1	0,03	0,04	0,03	2,3	2,4	2,4	2,4	2,3	2,2	0,2	0,3	0,3	0,03	0,02	0,04	0,3	0,3	0,4
Effectif <sup>2</sup>	331	778	904	330	778	904	284	724	898	331	778	904	284	725	903	331	778	904	287	726	902	289	689	531
Moyenne ponderee	46	47	44	0,1	0,1	0,1	0,02	0,01	0,02	10,7	10,7	10,2	10,3	10,3	9,7	0,5	0,5	0,4	0,01	0,01	0,01	0,3	0,3	0,4

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Jus de fruits a base de jus concentrés	Valeur énergétique (kcal/100ml)			Matières grasses (g/100ml)			Acides gras saturés (g/100ml)			Glucides (g/100ml)			Sucres (g/100ml)			Protéines (g/100ml)			Sel (g/100ml)			Fibres alimentaires (g/100ml)		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Effectif <sup>1</sup>	218	308	198	216	308	198	159	284	198	218	308	198	161	284	198	217	308	198	166	284	198	166	279	67
Minimum	30	30	32	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,5	7,5	7,5	7,0	7,0	7,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	75	92	72	0,5	0,5	0,3	0,1	0,1	0,3	17,0	22,7	18,0	16,5	18,1	18,0	1,5	1,2	1,2	0,25	0,13	0,10	0,9	1,0	0,8
1er quartile	43	44	42	0,0001	0,0001	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	10,1	9,9	9,5	9,6	9,0	0,3	0,2	0,1	0,00	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
Mediane	46	47	45	0,1	0,1	0,1	0,0001	0,0001	0,0001	11,0	11,0	10,6	10,5	10,4	9,9	0,5	0,5	0,3	0,004	0,01	0,01	0,1	0,1	0,3
3eme quartile	50	50	49	0,1	0,2	0,3	0,01	0,1	0,1	11,9	11,9	11,5	11,3	11,4	11,0	0,6	0,6	0,6	0,01	0,02	0,01	0,3	0,3	0,3
Moyenne	47	48	46	0,1	0,1	0,1	0,01	0,02	0,02	11,0	11,3	10,9	10,6	10,7	10,2	0,4	0,4	0,4	0,01	0,01	0,01	0,2	0,2	0,3
Ecart-type	6	7	7	0,1	0,1	0,1	0,02	0,02	0,04	1,6	1,8	1,9	1,7	1,7	1,9	0,2	0,2	0,3	0,03	0,02	0,01	0,2	0,2	0,2
Effectif <sup>2</sup>	187	276	193	186	276	193	141	258	193	187	276	193	142	258	193	186	276	193	144	258	193	144	254	67
Moyenne ponderee	45	45	45	0,1	0,1	0,1	0,01	0,02	0,03	10,6	10,6	10,3	10,3	10,2	9,8	0,4	0,4	0,4	0,01	0,01	0,005	0,1	0,1	0,2

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Nectars	Valeur énergétique (kcal/100ml)			Matières grasses (g/100ml)			Acides gras saturés (g/100ml)			Glucides (g/100ml)			Sucres (g/100ml)			Protéines (g/100ml)			Sel (g/100ml)			Fibres alimentaires (g/100ml)		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Effectif <sup>1</sup>	144	319	369	144	319	372	95	286	370	144	319	372	96	286	371	144	319	372	97	286	372	97	263	178
Minimum	19	18	18	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,1	4,2	1,3	4,0	3,9	3,6	0,0	0,0	0,0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	64	78	74	0,7	1,0	1,0	0,1	1,0	0,3	15,6	19,0	18,4	14,1	16,5	18,4	1,0	0,9	0,8	0,03	0,13	0,25	1,4	1,9	2,0
1er quartile	44	43	40	0,0001	0,0001	0,0	0,0	0,0	0,0	10,5	10,3	9,6	9,5	9,3	9,1	0,1	0,2	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
Mediane	47	47	46	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0001	11,4	11,2	11,0	10,5	10,5	10,5	0,2	0,3	0,3	0,01	0,01	0,01	0,1	0,1	0,3
3eme quartile	51	51	49	0,1	0,1	0,3	0,0001	0,01	0,1	12,2	12,1	12,0	11,4	11,5	11,3	0,3	0,4	0,3	0,01	0,02	0,02	0,2	0,3	0,3
Moyenne	46	46	45	0,05	0,1	0,1	0,01	0,02	0,02	11,0	11,0	10,7	10,0	10,2	10,2	0,2	0,3	0,2	0,01	0,01	0,01	0,2	0,2	0,3
Ecart-type	10	9	9	0,1	0,1	0,2	0,02	0,1	0,03	2,4	2,3	2,3	2,5	2,2	2,2	0,2	0,2	0,2	0,01	0,02	0,02	0,2	0,2	0,3
Effectif <sup>2</sup>	126	270	346	126	270	346	81	242	346	126	270	346	82	242	346	126	270	346	83	242	346	83	223	162
Moyenne ponderee	43	42	39	0,05	0,05	0,1	0,005	0,01	0,02	10,3	9,9	9,4	9,5	9,2	9,1	0,2	0,3	0,2	0,01	0,01	0,01	0,1	0,1	0,3

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Smoothies	Valeur énergétique (kcal/100ml)			Matières grasses (g/100ml)			Acides gras saturés (g/100ml)			Glucides (g/100ml)			Sucres (g/100ml)			Protéines (g/100ml)			Sel (g/100ml)			Fibres alimentaires (g/100ml)		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Effectif <sup>1</sup>	37	43	29	37	43	29	33	40	28	37	43	29	33	40	29	37	43	29	33	40	27	33	38	18
Minimum	41	45	41	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,4	9,6	8,2	8,6	8,4	5,9	0,3	0,4	0,0	0,00	0,00	0,00	0,0001	0,0001	0,6
Maximum	71	73	77	1,2	1,2	2,2	1,1	1,1	1,6	17,3	16,0	17,3	15,2	15,2	17,3	1,4	1,4	0,8	0,04	0,03	0,05	2,8	2,0	1,7
1er quartile	50	50	52	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	11,1	12,0	10,9	10,4	11,0	0,5	0,5	0,3	0,00	0,0001	0,00	0,7	0,9	0,8
Mediane	55	54	56	0,1	0,1	0,0	0,0001	0,0	0,0	12,9	11,9	12,3	11,7	11,1	11,6	0,6	0,6	0,6	0,0001	0,01	0,01	1,1	1,3	0,9
3eme quartile	58	58	60	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	13,9	13,0	13,0	12,5	11,9	12,0	0,7	0,6	0,6	0,01	0,01	0,01	1,4	1,5	1,0
Moyenne	55	55	56	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	12,7	12,1	12,6	11,8	11,1	11,5	0,6	0,6	0,5	0,004	0,01	0,01	1,1	1,2	1,0
Ecart-type	7	6	8	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,3	1,9	1,5	1,7	1,4	1,4	2,1	0,2	0,2	0,3	0,01	0,01	0,01	0,6	0,5	0,3
Effectif <sup>2</sup>	31	40	25	31	40	25	28	37	24	31	40	25	28	37	25	31	40	25	28	37	23	28	35	18
Moyenne ponderee	55	54	55	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,03	13,1	12,0	12,4	12,1	10,7	11,7	0,7	0,6	0,5	0,004	0,01	0,01	1,3	1,2	0,9

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Jus de legumes	Valeur énergétique (kcal/100ml)			Matières grasses (g/100ml)			Acides gras saturés (g/100ml)			Glucides (g/100ml)			Sucres (g/100ml)			Protéines (g/100ml)			Sel (g/100ml)			Fibres alimentaires (g/100ml)		
	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2	2009 T0	2013 T1	2019 T2
Effectif <sup>1</sup>	21	75	89	21	75	89	17	65	89	21	75	89	17	65	89	21	75	89	17	65	89	17	61	41
Minimum	15	14	11	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,4	1,5	2,0	1,2	1,0	0,0001	0,0001	0,0	0,08	0,00	0,00	0,0001	0,0001	0,0
Maximum	32	71	44	0,2	0,3	0,8	0,1	0,1	0,3	7,5	16,0	11,5	7,3	8,0	11,0	1,5	1,4	1,1	1,88	1,50	3,00	1,0	1,5	1,0
1er quartile	20	17	18	0,0001	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	3,0	3,1	3,1	3,0	3,0	0,5	0,5	0,5	0,30	0,13	0,10	0,1	0,1	0,3
Mediane	22	23	22	0,1	0,1	0,1	0,0001	0,0001	0,0001	4,5	4,6	4,2	3,7	4,0	3,6	0,8	0,6	0,7	0,50	0,30	0,30	0,1	0,5	0,5
3eme quartile	26	31	29	0,2	0,2	0,3	0,01	0,1	0,1	5,9	7,0	6,8	5,5	6,0	5,1	1,0	0,8	0,8	0,60	0,50	0,50	0,8	0,8	0,6
Moyenne	23	25	24	0,1	0,1	0,1	0,02	0,03	0,03	4,7	5,2	4,9	4,3	4,4	4,3	0,8	0,7	0,6	0,46	0,34	0,34	0,4	0,5	0,5
Ecart-type	5	10	8	0,1	0,1	0,1	0,03	0,03	0,05	1,6	2,3	2,1	1,5	1,8	1,9	0,3	0,2	0,3	0,41	0,27	0,36	0,4	0,4	0,3
Effectif <sup>2</sup>	19	66	80	19	66	80	15	58	80	19	66	80	15	58	80	19	66	80	15	58	80	15	54	39
Moyenne ponderee	22	21	22	0,1	0,1	0,2	0,02	0,03	0,03	4,6	4,1	4,6	4,1	3,8	4,1	0,7	0,7	0,6	0,57	0,39	0,39	0,3	0,5	0,5

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

## Annexe 5 : Evolutions des teneurs en sel pour les familles qui ne sont pas d'intérêt pour ce nutriment

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sel pour les échantillons entre 2013 et 2019 et entre 2009 et 2019, au sein de chaque sous-groupe et segment de marché, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution pour les 4 familles : Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars et Smoothies.

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100ml) de la famille Jus de fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100ml	%	g/100ml	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,002		-0,001		356	0,01	0,03	789	0,01	0,02	965	0,01	0,04	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,002		-0,001		287	0,01	0,004	726	0,01	0,003	902	0,01	0,002	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,004							426	0,01	0,02	426	0,01	0,03	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,002							789	0,01	0,02	511	0,01	0,05	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,001								358	0,01	0,02	965	0,01	0,04
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,001								358	0,01	0,02	511	0,01	0,05
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,005		171	0,01	0,03				171	0,01	0,01	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,003		356	0,01	0,03				765	0,01	0,05	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,002		182	0,01	0,03				965	0,01	0,04	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,001		182	0,01	0,03				765	0,01	0,05	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,002		+0,005		87	0,004	0,01	236	0,01	0,03	339	0,01	0,02	
		MDD		-0,004		-0,01		222	0,01	0,04	427	0,01	0,02	510	0,01	0,03	
		MDDeg		-0,01		+0,003		5	0,004	0,01	17	0,01	0,01	9	0,01	0,01	
		EDMP		-0,001		-0,002		42	0,02	0,04	88	0,01	0,02	71	0,01	0,05	
		DSbio		+0,04							21	0,01	0,01	36	0,05	0,17	

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude du sel

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100ml) de la famille Jus de fruits à base de jus concentrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100ml	%	g/100ml	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01		-0,01		166	0,01	0,03	284	0,01	0,02	198	0,01	0,01
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01		-0,003		144	0,01	0,01	258	0,01	0,005	193	0,005	0,002
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,01							124	0,01	0,02	124	0,005	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,004							284	0,01	0,02	56	0,01	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,005							159	0,01	0,02	198	0,01	0,01
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,003							159	0,01	0,02	56	0,01	0,02
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,003		56	0,01	0,01				56	0,004	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,01		166	0,01	0,03				119	0,01	0,01
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,01		109	0,01	0,03				198	0,01	0,01
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,01		109	0,01	0,03				119	0,01	0,01
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,01		+0,002		41	0,004	0,01	60	0,01	0,04	54	0,01	0,01
		MDD		-0,01		-0,01		83	0,02	0,04	115	0,01	0,01	77	0,005	0,01
		MDDeg		-0,01		-0,01		9	0,01	0,01	33	0,01	0,02	26	0,01	0,01
		EDMP		-0,01		+0,001		33	0,01	0,01	76	0,01	0,01	41	0,01	0,01
		DSbio														

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude du sel

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100ml) de la famille Nectars			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100ml	%	g/100ml	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,001		+0,002		97	0,01	0,01	286	0,01	0,02	372	0,01	0,02
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,005		-0,001		83	0,01	0,002	242	0,01	0,003	346	0,01	0,003
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,0003							145	0,01	0,02	145	0,01	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,0004							286	0,01	0,02	187	0,01	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,003							141	0,01	0,02	372	0,01	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,002							141	0,01	0,02	187	0,01	0,03
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,001		51	0,01	0,01				51	0,01	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,002		97	0,01	0,01				291	0,01	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,001		46	0,01	0,01				372	0,01	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,002		46	0,01	0,01				291	0,01	0,02
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,01		+0,002		19	0,01	0,01	56	0,01	0,03	138	0,01	0,02
		MDD		+0,004		+0,01		52	0,01	0,01	158	0,01	0,01	178	0,01	0,03
		MDDeg		-0,01		-0,01		13	0,01	0,01	21	0,02	0,03	23	0,01	0,01
		EDMP		-0,004		-0,01		13	0,01	0,01	51	0,01	0,02	33	0,01	0,01
		DSbio														

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude du sel

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100ml) de la famille Smoothies			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2013 (T1)			Données 2019 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (10 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100ml	%	g/100ml	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,002		+0,01		33	0,004	0,01	40	0,01	0,01	27	0,01	0,01	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,003		+0,003		28	0,004	0,001	37	0,01	0,001	23	0,01	0,0004	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,01							6	0,01	0,01	6	0,003	0,01	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,003							40	0,01	0,01	20	0,01	0,02	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,003							34	0,01	0,01	27	0,01	0,01	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,004							34	0,01	0,01	20	0,01	0,02	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,00		3	0,00	0,00				3	0,00	0,00	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,01		33	0,004	0,01				24	0,01	0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,01		30	0,004	0,01				27	0,01	0,01	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,01		30	0,004	0,01				24	0,01	0,01	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,004		+0,01		18	0,01	0,01	25	0,01	0,01	11	0,01	0,02	
		MDD		+0,003		+0,01		13	0,002	0,004	11	0,004	0,01	10	0,01	0,01	
		MDDeg															
		EDMP		+0,01		+0,01		2	0,0001	0,00	4	0,0001	0,00	6	0,01	0,003	
		DSbio															

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP=enseignes à dominante marques propres ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées ou delta non présenté car la famille n'est pas pertinente pour l'étude du sel

## Annexe 6 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Jus et nectars d'après la méthode Griffith

Les données ci-dessous ont été ajustées selon une méthodologie spécifique (cf. la partie méthode dans « Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle ») et le rapport méthodologique 2024. Celles-ci ont fait l'objet d'une sélection et une inférence des valeurs manquantes a été effectuée. Elles peuvent donc différer des données utilisées dans la partie « Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées ».

**Parts de marché par famille et par sous-groupe T1-T2 (méthode 1)**

Familles	PDM groupe X en 2013	PDM groupe C en 2013	PDM groupe C en 2019	PDM groupe N en 2019	PDM en 2013	PDM en 2019
Jus de fruits	13%	45%	52%	15%	59%	67%
Jus de fruits a base de jus concentres	8%	20%	14%	3%	28%	16%
Nectars	5%	7%	12%	4%	12%	15%
Smoothies	0,4%	0,01%	0,01%	0,1%	0,4%	0,1%
Jus de legumes	0,2%	1%	1%	0,3%	1%	1%
<b>Total</b>	<b>27%</b>	<b>73%</b>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*PDM : Part de marché  
 " - " : aucun produit dans l'échantillon étudié  
 Groupe X : produits retirés  
 Groupe C : produits appariés  
 Groupe N : produits nouveaux*

## Annexe 7 : Teneurs moyennes non pondérées en sucres par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith

Les données ci-dessous ont été ajustées selon une méthodologie spécifique (cf. la partie méthode dans « Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle ») et le rapport méthodologique 2024. Celles-ci ont fait l'objet d'une sélection et une inférence des valeurs manquantes a été effectuée. Elles peuvent donc différer des données utilisées dans la partie « Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées ».

**Teneurs moyennes non pondérées T1-T2 en sucres par famille et par sous-groupe**

Familles	Eff.X	Eff.C	Eff.N	Sucres			
				Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2013	Moy.2013	Moy.2019	Moy.2019
Jus de fruits	384	446	470	10,8	10,7	10,2	10,4
Jus de fruits a base de jus concentres	155	141	54	10,7	10,6	10,2	10,5
Nectars	131	184	167	9,8	10,6	10,3	10,0
Smoothies	33	7	19	11,2	10,8	11,2	11,5
Jus de legumes	36	39	41	4,3	4,3	4,1	4,5
<b>Total</b>	<b>739</b>	<b>817</b>	<b>751</b>	<b>10,3</b>	<b>10,3</b>	<b>9,9</b>	<b>10,0</b>

Moy : Moyenne

Eff : Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées par la moyenne pondérée de la famille à l'année  $T_{n-1}$ . Pour les produits appariés les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées si possible par celles du père ou du fils.