

APERITIFS A CROQUER

ÉVOLUTION DU SECTEUR
ENTRE 2009, 2013 ET 2021

RAPPORT DÉTAILLÉ
ÉDITION 2025

PRESENTATION DES INTERVENANTS

Coordination de l'étude

Marine LANDREAU – INRAE

Coordination scientifique

Olivier ALLAIS – INRAE

Johanna CALVARIN - INRAE

Odeline MOLLE – INRAE

Ghislaine NARAYANANE – INRAE

Sophie NICKLAUS – INRAE

Contribution scientifique

Shakila BOYER – INRAE

Blandine GIRAudeau – INRAE

Marianne TRICHARD – INRAE

Virginie MOLINA – INRAE

Fanny SADIER – INRAE

Cloé TEDESCHI – INRAE

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage Oqali le 29/05/2025.

SOMMAIRE

L'OQALI EN QUELQUES MOTS	11
PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS	12
INTRODUCTION	15
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	16
1.1. Sources des données.....	16
1.2. Nomenclature	16
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	18
2.1. Couverture du marché	18
2.2. Représentativité des segments de marché.....	18
3. EVOLUTION DE L'OFFRE.....	20
3.1. Evolution de l'offre par famille.....	20
3.2. Evolution de l'offre par segment de marché.....	23
3.3. Etude du renouvellement de l'offre	25
3.4. Etude de l'offre des produits porteurs du Nutri-Score.....	28
3.4.1. Comparaison de la répartition des produits avec et sans Nutri-Score.....	28
3.4.2. Répartition des produits par classe de Nutri-Score.....	34
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE.....	39
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES	45
5.1. SANS CONSIDERATION DU NUTRI-SCORE.....	45
5.1.1. Méthodologie.....	45
5.1.2. Proportion de produits renseignés par nutriment d'intérêt.....	47
5.1.3. Matières grasses.....	48
5.1.4. Acides gras saturés	58
5.1.5. Sel.....	84
5.1.6. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées sans considération du Nutri-Score.....	98
5.2. Avec considération du Nutri-Score.....	102
5.2.1. Méthodologie.....	102
5.2.1. Comparaison des valeurs nutritionnelles des produits avec et sans Nutri-Score en 2021	104
5.2.1.1. Matières grasses.....	104
5.2.1.1. Acides gras saturés	110
5.2.1.1. Sel.....	117
5.2.1.2. Synthèse.....	123

5.2.2.	Effet de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché et des valeurs nutritionnelles pour les produits appariés	125
5.2.2.2.	Effet sur les parts de marché	125
5.2.2.3.	Effet sur les valeurs nutritionnelles.....	126
6.	Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle	129
6.1.	Méthodologie	129
6.2.	Résultats.....	130

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 par sous-groupe, en nombre de références et en volumes de ventes (des produits récoltés par l'Oqali associés à une part de marché d'après Kantar – Panel Worldpanel) par rapport à l'échantillon de 2013.....	26
Figure 2 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 par sous-groupe, en nombre de références et en volumes de ventes (des produits récoltés par l'Oqali associés à une part de marché d'après Kantar – Panel Worldpanel) par rapport à l'échantillon de 2009.....	27
Figure 3 : Répartition des produits avec Nutri-Score (n=467) par segment de marché, pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2021	30
Figure 4 : Répartition des produits avec Nutri-Score (n=467) par classe A, B, C, D et E, pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2021	34
Figure 5 : Répartition des produits avec Nutri-Score par classe A, B, C, D et E, en nombre de référence (à gauche) et en volume de ventes (à droite), par famille au sein du secteur des Apéritifs à croquer en 2021 (tri par effectif décroissant).....	35
Figure 6 : Répartition des produits avec Nutri-Score en nombre de références (à gauche) et en volume de ventes (à droite) par classe A, B, C, D et E, et par segment de marché au sein du secteur des Apéritifs à croquer en 2021 (tri par effectif décroissant).....	37
Figure 7 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2013 et 2021 pour le secteur des Apéritifs à croquer	43
Figure 8 : Evolutions de la taille des portions indiquées des produits appariées entre 2013 et 2021, par famille.....	44
Figure 9 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Arachides et graines	52
Figure 10 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés.....	53
Figure 11 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles.....	55
Figure 12 : Teneurs en matières grasses des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles	56
Figure 13 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Arachides et graines	62
Figure 14 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Arachides et graines	63
Figure 15 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Choux.....	65

Figure 16 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Choux.....	66
Figure 17 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Cacahuètes enrobées salées	67
Figure 18 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Cacahuètes enrobées salées	68
Figure 19 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crackers apéritif.....	70
Figure 20 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crêpes dentelles.....	72
Figure 21 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crêpes dentelles	73
Figure 22 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés.....	75
Figure 23 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés.....	76
Figure 24 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Bretzels	78
Figure 25 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tortillas	79
Figure 26 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles	81
Figure 27 : Teneurs en AGS des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles	82
Figure 28 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crackers apéritif.....	88
Figure 29 : Teneurs en sel des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crackers apéritif.....	89
Figure 30 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés	91
Figure 31 : Teneurs en sel des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés.....	92
Figure 32 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tortillas.....	94

Figure 33 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles.....	95
Figure 34 : Teneurs en sel des couples appariées entre 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles	96
Figure 35 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer.....	109
Figure 36 : Evolution, référence par référence, de la teneur en AGS des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer et seuils de points correspondants au calcul du score nutritionnel du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score », pour la composante « graisses saturées ».....	116
Figure 37 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer et seuils de points.....	122
Figure 38 : Proportion des produits appariés pour lesquels le calcul du nombre de points des composantes « graisses saturées » et « sel » donne un résultat amélioré/identique/dégradé entre 2013 et 2021 pour le secteur des Apéritifs à croquer.....	124
Figure 39 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre t_{n-1} et t_n	129
Figure 40 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2013	131
Figure 41 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2009	131

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Description des familles de produits	17
Tableau 2 : Répartition des volumes de ventes par segment de marché, des échantillons Oqali et du marché du secteur des Apéritifs à croquer, d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, en 2009, 2013 et 2021.....	19
Tableau 3 : Evolution de l'offre alimentaire par famille, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché (des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché d'après Kantar – Panel Worldpanel), pour le secteur des Apéritifs à croquer, entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009 - 2021).....	21
Tableau 4 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché (des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché d'après Kantar – Panel Worldpanel), pour le secteur des Apéritifs à croquer, entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009-2021).....	23
Tableau 5 : Répartition des produits et des parts de marché des produits avec et sans Nutri-Score en 2021 (T2), par famille.....	29
Tableau 6 : Répartition des produits et des parts de marché des produits avec et sans Nutri-Score en 2021(T2), par segment de marché	30
Tableau 7 : Répartition, en nombre de références et en volumes de ventes, des produits avec et sans Nutri-Score en 2021, par sous-groupe étudié entre 2013 et 2021 (tri par effectif décroissant)	32
Tableau 8 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Apéritifs à croquer entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009 et 2021), pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.....	40
Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2009, 2013 et 2021 (tri par effectif 2021 décroissant).....	41
Tableau 10 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché.....	48
Tableau 11 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour les familles avec une évolution significative à l'échelle de l'offre entière	50
Tableau 12 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière en nombre de références et en pondérant par les parts de marché.....	58
Tableau 13 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour les familles avec une évolution significative à l'échelle de l'offre entière	60

Tableau 14 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière en nombre de références et en pondérant par les parts de marché.....	84
Tableau 15 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour les familles avec une évolution significative à l'échelle de l'offre entière	86
Tableau 16 : Récapitulatif des tests effectués dans la partie 5.2 Avec considération du Nutri-Score.....	103
Tableau 17 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en matières grasses entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec Nutri-Score en 2021 à l'échelle des familles avec et sans pondération par les parts de marchés ainsi que les différents segments de marché	105
Tableau 18 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en matières grasses entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe	107
Tableau 19 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe	111
Tableau 20 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe	113
Tableau 21 : Récapitulatif des différences des teneurs en sel entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec Nutri-Score en 2021 à l'échelle des familles avec et sans pondération par les parts de marchés ainsi que les différents segments de marché	118
Tableau 22 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en sel entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe	120
Tableau 23 : Nombre de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score et estimation de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences, pour le secteur entier et par famille (tri par valeur absolue décroissante de l'estimateur DiD par famille)	126
Tableau 24 : Nombre de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score et estimation et estimation de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des teneurs moyennes en matières grasses, AGS et sel entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences, pour le secteur entier et par famille (tri par valeur absolue de l'estimateur DiD par famille décroissante).....	128
Tableau 25 : Evolution des moyennes pondérées entre 2013 et 2021 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1	130
Tableau 26 : Répartition des produits porteurs du Nutri-Score par classe, par famille et par segment de marché dans le secteur des Apéritifs à croquer en 2021	132

Tableau 27 : Parts de marché par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Apéritifs à croquer entre 2013 et 2021 (T1-T2) - méthode 1.....	133
--	-----

Tableau 28 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe entre 2013 et 2021 (T1-T2)	134
---	-----

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2013 et 2009	131
---	-----

Annexe 2 : Répartition des produits porteurs du Nutri-Score en 2021.....	132
--	-----

Annexe 3 : Parts de marché par famille et par sous-groupe.....	133
--	-----

Annexe 4 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe	134
--	-----

L'OQALI EN QUELQUES MOTS

L'Observatoire de l'alimentation (Oqali) a été créé en 2008 pour appuyer les politiques publiques visant à améliorer la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire. Fondé par les ministères chargés de l'alimentation, de la santé et de la consommation, son pilotage est confié conjointement à l'Anses (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail) et à INRAE (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement). Il s'inscrit dans le cadre du Programme national pour l'alimentation (PNA) et du Programme national nutrition santé (PNNS).

L'Oqali assure un suivi global de l'offre alimentaire et de la qualité nutritionnelle des produits transformés disponibles sur le marché français. Pour cela, il mène de façon périodique des études sur des catégories de produits (secteurs). Pour étudier finement la composition nutritionnelle de ces catégories de produits, celles-ci sont décomposées en sous-catégories de produits (familles), homogènes définies selon un ou plusieurs critères, comme par exemple l'ingrédient principal ou l'occasion de consommation.

L'objectif de ces études dites sectorielles est de présenter l'évolution :

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

Les missions de l'Oqali intègrent également la réalisation d'études sur des sujets transversaux tels que l'utilisation des ingrédients (additifs, ingrédients sucrants, etc.), le suivi du déploiement du Nutri-Score¹ ou encore le suivi de certains accords collectifs signés entre des professionnels de l'agroalimentaire et les pouvoirs publics (par exemple l'accord collectif visant à la réduction de la quantité de sel dans les pains).

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/2025/03/OQALI-2024_Lexique_03_02_25.pdf.

¹ En 2017, le gouvernement français a mis en place un système d'étiquetage nutritionnel simplifié, le Nutri-Score, pouvant être utilisé par les industriels et les distributeurs sur la base du volontariat. Il s'agit d'un logo qui informe de la qualité nutritionnelle des produits sous une forme simplifiée et complémentaire à la déclaration nutritionnelle obligatoire (fixée par la réglementation européenne). Il combine une échelle de 5 couleurs et 5 lettres (allant du vert foncé pour le A à l'orange foncé pour le E) et il peut être apposé par les industriels et les distributeurs sur la face avant de leurs produits et/ou sur leur site de vente en ligne.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Cette étude décrit l'évolution de l'offre, des informations étiquetées et de la composition nutritionnelle des produits du secteur des Apéritifs à croquer entre 2009 (T0, n= 576 couvrant 54% du marché), 2013 (T1, n=1057 couvrant 62% du marché) et 2021 (T2, n= 1576 couvrant 68% du marché).

Une offre par famille de produits globalement stable

L'offre par famille (19 familles étudiées) reste globalement stable en nombre de références ou en volume de ventes, entre 2013 et 2021. Néanmoins, un **renouvellement important de l'offre** est noté, signe d'une dynamique de mise sur le marché/retrait de produits (66% des produits 2021 correspondent à des produits ajoutés (n=1048)).

Des informations étiquetées qui évoluent

L'information nutritionnelle étiquetée évolue entre 2013 et 2021, à l'échelle du secteur entier : la fréquence de présence des portions indiquées diminue significativement (-12 pp), alors que celle des allégations nutritionnelles et de santé augmente significativement sur cette période (respectivement +10 pp et +3 pp).

Une baisse du contenu en AGS pour une famille sur deux du secteur

Parmi les évolutions significatives, seules des diminutions sont observées pour les teneurs en matières grasses, acides gras saturés et sel pour les familles de ce secteur, entre 2013 et 2021 :

- Pour les matières grasses : à la baisse pour 3 familles (Arachides et graines, Soufflés et Tuiles) ;
- Pour les acides gras saturés : à la baisse pour 9 familles (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif, Crêpes dentelles, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles)
- Pour le sel : à la baisse pour 4 familles (Crackers apéritif, Soufflés, Tortillas et Tuiles)

Comparaison des teneurs moyennes en nutriments par famille entre 2009 (T0), 2013 (T1) et 2021 (T2)		SANS PONDERATION PAR LES PARTS DE MARCHÉ ¹					
↘	Diminution statistiquement significative	MATIERES GRASSES		AGS		SEL	
↗	Augmentation statistiquement significative	2013-2021 (T1-T2)	2009-2021 (T0-T2)	2013-2021 (T1-T2)	2009-2021 (T0-T2)	2013-2021 (T1-T2)	2009-2021 (T0-T2)
	Arachides et graines	↘		↘	↘		
	Choux			↘	↘		
	Cacahuètes enrobées salées			↘	↘		↘
	Cacahuètes enrobées sucrées						
	Cocktail de fruits						
	Crackers apéritif			↘	↘	↘	↘
	Crêpes dentelles			↘	↘		
	Feuilletés						↘
	Gaufrettes				↘		
	Gressins						
	Mélanges de fruits et graines		↘				↘
	Mélanges asiatiques						
	Chips de crevette						
	Soufflés	↘		↘	↘	↘	↘
	Bretzels			↘	↘		↘
	Tortillas		↘	↘	↘	↘	↘
	Tuiles	↘	↘	↘	↘	↘	↘
	Autres apéritifs à croquer						

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Woripanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Ces évolutions peuvent être liées au renouvellement de l'offre mais peuvent également traduire de potentiels efforts de reformulations par les industriels pour certaines familles.

En pondérant par les parts de marché, les évolutions significatives des valeurs nutritionnelles moyennes par famille sont plus nombreuses, majoritairement à la baisse (pour les trois nutriments cités ci-dessus).

A l'échelle du secteur entier, les teneurs moyennes pondérées en matières grasses, acides gras saturés et sel diminuent. Globalement, les reformulations et le renouvellement de l'offre permettent d'améliorer la qualité nutritionnelle, alors que les choix opérés par les consommateurs tendent à contrebalancer ces efforts.

Près d'un tiers des produits affichant un Nutri-Score²

En 2021, **30% des références de ce secteur apposent le Nutri-Score** (n=467) et celles-ci sont très majoritairement classées C et D (respectivement 28% et 32%, soit 60% des produits porteurs du logo).

² Les éléments présentés dans cette étude se rapportent au Nutri-Score tel qu'utilisé en 2020, c'est-à-dire sans la modification de l'algorithme proposée par le comité scientifique européen du Nutri-Score en 2022 et entrée en vigueur sur le marché français le 16 mars 2025.

Impact de l'apposition du Nutri-Score³ sur la composition des produits et leurs parts de marché

L'étude des valeurs nutritionnelles des produits avec et sans Nutri-Score montre que pour la plupart des couples familles/nutriments, **les produits avec Nutri-Score possèdent des teneurs en nutriments comparables aux produits sans Nutri-Score.**

En pondérant par les parts de marché, les évolutions significatives des valeurs nutritionnelles moyennes sont plus nombreuses (de 4 à 8 familles selon le nutriment).

Les produits avec Nutri-Score sont principalement mieux positionnés que les produits sans Nutri-Score selon les familles pour les matières grasses et les acides gras saturés. Pour le sel, les produits avec Nutri-Score sont mieux ou moins bien positionnés que les produits sans Nutri-Score selon les familles.

De manière plus générale, à l'échelle du secteur entier, l'apposition du Nutri-Score n'a pas été associée à une évolution significative des parts de marché ni des valeurs nutritionnelles en considérant les produits présents à la fois en 2013 et 2021.

³ Les éléments présentés dans cette étude se rapportent au Nutri-Score tel qu'utilisé en 2020, c'est-à-dire sans la modification de l'algorithme proposée par le comité scientifique européen du Nutri-Score en 2022 et entrée en vigueur sur le marché français le 16 mars 2025.

INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter, pour le secteur des Apéritifs à croquer, l'évolution :

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

L'Oqali recueille également tous les types d'étiquetage nutritionnel simplifié présents sur les emballages, dont le Nutri-Score⁴ que le gouvernement français a mis en place en 2017 et dont l'apposition est basée sur le volontariat. Des indicateurs supplémentaires ont donc été intégrés dans cette étude afin de caractériser les produits porteurs de ce logo, en particulier :

- étudier leur répartition au niveau du secteur entier, par famille, par segment de marché et par sous-groupe, en nombre de références et en volume de vente ;
- comparer la composition nutritionnelle des produits recueillis en 2021 avec et sans ce logo ;
- étudier l'évolution de la composition nutritionnelle des produits déjà présents sur le marché en 2013 et porteurs de Nutri-Score en 2021 ;
- évaluer l'effet de l'apposition du Nutri-Score sur les parts de marché et la composition nutritionnelle des produits.

A noter qu'en 2021, pour le secteur des Apéritifs à croquer, 8 produits sont porteurs du logo Nutri-couleurs.

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. A l'occasion de corrections effectuées, certaines informations étudiées 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 du secteur⁵.

L'ensemble des définitions utiles pour la lecture de ce rapport est disponible dans le lexique⁶.

Par convention, dans ce rapport le terme « pp » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ». L'expression « long terme » est utilisée pour désigner la période comprise entre les 2 suivis les plus éloignés c'est-à-dire entre 2009-2021 (T0-T2).

⁴ Il s'agit d'un logo qui informe de la qualité nutritionnelle des produits sous une forme simplifiée et complémentaire à la déclaration nutritionnelle obligatoire (fixée par la réglementation européenne). Il combine une échelle de 5 couleurs et 5 lettres (allant du vert foncé pour le A à l'orange foncé pour le E) et il peut être apposé par les industriels et les distributeurs sur la face avant de leurs produits et/ou sur leur site de vente en ligne.

⁵ « *Etude du secteur des Apéritifs à croquer-Oqali-Données 2009-Edition 2011* » et « *Etude du secteur de la Apéritifs à croquer-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015* », disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

⁶ Lexique, disponible sur le site internet de l'Oqali : https://www.oqali.fr/media/2025/03/OQALI-2024-Lexique_03_02_25.pdf

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Le secteur des Apéritifs à croquer couvre l'ensemble des produits assimilés vendus au rayon ambiant comme les biscuits salés, les mélanges de graines, ou encore des fruits à coques. Les popcorn et maïs à éclater sucrés ou salés sont exclus de ce secteur.

L'étude porte sur 576 produits recueillis en 2009 (T0) ; 1057 en 2013 (T1) et 1576 en 2021 (T2). La différence d'effectifs entre les trois années d'étude peut s'expliquer en partie par une collecte plus exhaustive des produits présents sur le marché en 2021.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille (cf. 1.2 Nomenclature) et par segment de marché⁷ (tels que définis dans le lexique⁸).

1.1. Sources des données

En 2021, 48% des données provenaient de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali, 38% de moyens propres Oqali et 14% d'emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs.

Pour 2009 et 2013, l'information est présente dans les rapports publiés sur le site⁹.

1.2. Nomenclature

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur et compte 19 familles de produits présentées dans le Tableau 1.

A noter que cette nomenclature a subi des remaniements mineurs depuis la publication de la première étude d'évolution du secteur des Apéritifs à croquer¹⁰. Pour ce rapport d'évolution, certaines familles ont évolué, suite à la précision de leur définition.

⁷ Le secteur des Apéritifs à croquer comporte des références de distributeurs spécialisés bio (DS bio), de marques nationales (MN), de marques de distributeurs (MDD), de marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg), et d'Enseignes à Dominante marque propre (EDMP) (anciennement hard discount (HD)).

⁸ Lexique, disponible sur le site internet de l'Oqali : https://www.oqali.fr/media/2025/03/OQALI-2024_Lexique_03_02_25.pdf

⁹ Étude données 2009 et Étude d'évolution données 2009 vs. 2013 : <https://www.oqali.fr/publications-oqali/etudes-par-categories-d-aliments/>

¹⁰ Étude d'évolution données 2009 vs. 2013 : https://www.oqali.fr/media/2021/12/OQALI-2016_Rapport-evolution-secteur-Aperitifs-a-croquer.pdf

Tableau 1: Description des familles de produits

Noms de famille	Définitions actualisées
Arachides et graines	Amandes, arachides ou cacahuètes, fèves, graines de courge, graines de tournesol, noisettes, noix d'Amazonie, noix de cajou, noix de macadamia, noix de pécan, pistaches, maïs. Ces produits sont grillés et/ou salés et/ou avec matières grasses et/ou aromatisés. Il peut s'agir de graines seules ou d'un mélange de graines, avec ou sans coque. Les cacahuètes enrobées sont exclues de cette famille.
Bretzels	Biscuits apéritifs salés de type sticks ou bretzels.
Cacahuètes enrobées salées	Cacahuètes ou arachides enrobées salées, dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « enrobé ». L'enrobage peut contenir des amidons, de l'huile, du sel, des poudres d'épices, des arômes, des additifs ou des colorants... Les cacahuètes au wasabi sont incluses dans cette famille.
Cacahuètes enrobées sucrées	Cacahuètes enrobées de sucre ou caramélisées.
Chips de crevette	Produits salés à la crevette dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « chips » ou « pétales ».
Choux	Produits salés dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « chou ». Ils peuvent être fourrés (goût ou fourrage fromage, saumon-aneth etc....)
Cocktail de fruits	Mélanges de fruits séchés et/ou confits et/ou frits. Il peut s'agir de fruits sucrés ou nature. Les mélanges contenant des graines sont exclus de cette famille.
Crackers apéritif	Petits biscuits secs, sablés, crackers, toasts salés et croustillants consommés à l'apéritif. Ces produits ne sont ni soufflés, ni feuilletés. Toutes les tartines craquantes (apéritives ou non) sont exclues du secteur.
Crêpes dentelles	Produits salés dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « crêpe » ou ses dérivés (Crêperolles, Crêpettes...). Ils peuvent être croquants, roulés et fourrés au fromage, saumon, bacon, tomate etc...
Feuilletés	Produits salés dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « feuilleté » ou « flûte » ou « torsade » ou « palmier ». Ils peuvent être nature ou aromatisés (saveur tomate, fromage etc...). Les flûtes de type gressins sont exclues de cette famille.
Gaufrettes	Produits salés dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « gaufrette ». Ils peuvent être fourrés ou aromatisés (fromage, curry, ail et ciboulette etc....)
Gressins	Produits salés dont le nom et/ou la dénomination de vente contient le terme « gressin » ou « grissini » ou « flûte ». Ils peuvent être nature ou au sésame et/ou aux olives et/ou à l'huile d'olive etc... Les flûtes feuilletées et/ou pur beurre sont exclues de cette famille.
Mélanges asiatiques	Mélanges de biscuits et de cacahuètes enrobées aromatisés d'une sauce soja. Les cacahuètes et petits pois au wasabi sont exclus de cette famille.
Mélanges de fruits et graines	Mélanges de fruits/légumes séchés (sucrés et/ou confits et/ou frits) et graines (grillées et/ou salées et/ou caramélisées)
Mini cakes	Mini cakes salés (jambon-olives / emmental-noix...)
Soufflés	Pétales ou produits soufflés à base de pomme de terre ou de farine de céréales. Les chips de crevette, les tortillas et les tuiles sont exclues de cette famille.
Tortillas	Spécialités à base de maïs dont le nom et/ou la dénomination de vente contient un des termes suivants « chips de maïs », « snack de maïs », « tortilla » et/ou « nacho ». Elles peuvent être roulées, nature, épicées ou aromatisées (goût olive, fromage, chili, barbecue etc...)
Tuiles	Produits frits à base de pomme de terre déshydratée ou en poudre et/ou farines de céréales. Nature ou aromatisés (goût paprika, fromage, poulet rôti, barbecue etc....), ces produits ont un nom et/ou une dénomination de vente qui contient généralement le mot « tuile ».
Autres apéritifs à croquer	Tous les produits qui ne seraient pas classables dans les familles précitées (les produits au wasabi, les assortiments dont les différents produits ne font pas partis de la même famille, arachides caramélisées, etc..).

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

2.1. Couverture¹¹ du marché

D'après les données Kantar – Panel Worldpanel et en considérant le marché des Apéritifs à croquer, une augmentation du volume de vente total du secteur est observée entre les 3 années de suivi (+20% entre 2013 et 2021 et +26% entre 2009 et 2021).

Les produits pris en compte dans cette étude couvrent¹¹ au minimum 54% du marché du secteur en volume en 2009, 62% en 2013 et 68% en 2021. La couverture¹¹ du marché a augmentée entre les 2 derniers suivis 2013 et 2021 (+6pp) et entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2021 (+14pp).

A noter que cette couverture¹¹ 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 (soit 7% des produits Oqali en 2009, 11% de ceux de 2013 et 2021). Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worldpanel¹² ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

2.2. Représentativité des segments de marché

Le Tableau 2 présente, pour les années 2009, 2013 et 2021, la répartition des volumes de ventes par segment de marché des échantillons Oqali par rapport au marché 2009, 2013 et 2021 (d'après Kantar - Panel Worldpanel).

¹¹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

¹² Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

Tableau 2 : Répartition des volumes de ventes par segment de marché, des échantillons Oqali et du marché du secteur des Apéritifs à croquer, d'après les données Kantar - Panel Worldpanel¹³, en 2009, 2013 et 2021

Répartition en volumes de ventes selon les segments de marché	2009 (T0)			2013 (T1)			2021 (T2)		
	Secteur entier selon Kantar Worldpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel ¹ (n=538; 54% du marché en volume)	Delta (pp)	Secteur entier selon Kantar Worldpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel ¹ (n=937; 62% du marché en volume)	Delta (pp)	Secteur entier selon Kantar Worldpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel ¹ (n=1401; 68% du marché en volume)	Delta (pp)
Marques nationales	48%	44%	-3	55%	48%	-6	56%	56%	+0,3
Marques de distributeurs	26%	26%	+1	28%	33%	+5	26%	27%	+1
Marques de distributeurs entrée de gamme	6%	7%	+1	5%	6%	+1	2%	2%	+0,5
Enseignes à dominante marques propres	20%	22%	+2	12%	13%	+0,4	16%	14%	-2
Distributeurs spécialisés bio	-	-	-	-	-	-	+0,1	+0,02	-0,04
Total	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-

¹ « - » : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Worldpanel¹³

¹³ Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

Les répartitions des volumes de ventes par segment de marché, au sein des échantillons Oqali et du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel, sont globalement similaires.

Néanmoins, on note une sous-estimation des marques nationales dans les échantillons Oqali de 2009 et 2013 (respectivement -3pp et -6pp par rapport au marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel) et une surestimation des marques de distributeurs en 2013 (+5pp par rapport au marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel).

Dans l'échantillon Oqali 2021, la représentativité des enseignes à dominantes marques propres est légèrement sous-estimée (-2pp par rapport au marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel)

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

3. EVOLUTION DE L'OFFRE

Cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution de l'offre par famille, par segment de marché et par sous-groupe¹⁴ 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 2021 pour lesquelles il a été possible d'attribuer un volume de vente selon les données Kantar - Panel Worldpanel¹⁵).

3.1. Evolution de l'offre par famille

Le Tableau 3 compare la répartition par famille des références étudiées entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2021), avec et sans pondération par les parts de marché.

¹⁴ Tels que définis dans le lexique, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/media/2025/03/OQALI-2024-Lexique-03-02-25.pdf>

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

Tableau 3 : Evolution de l'offre alimentaire par famille, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché (des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché¹⁶ d'après Kantar – Panel Worldpanel¹⁷), pour le secteur des Apéritifs à croquer, entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009 - 2021)

Famille de produits	NOMBRE DE REFERENCE								EN PONDERANT PAR LES PARTS DE MARCHÉ							
	Répartition des références recueillies					Nombre de références recueillies			Répartition des références recueillies ¹					Nombre de références recueillies ²		
	2009 T0	2013 T1	2021 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2013 T1	2021 T2	2009 T0	2013 T1	2021 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2013 T1	2021 T2
Arachides et graines	20%	20%	21%	+1	+1	114	214	334	33%	29%	26%	-3	-6	107	172	292
Autres apéritifs à croquer	0,0%	0,1%	1%	+1	+1	0	1	21	0,0%	0,0%	0,5%	+0,5	+0,5	0	1	13
Bretzels	2%	2%	2%	-0	+0	10	26	34	6%	7%	5%	-2	-1	10	26	34
Cacahuètes enrobées salées	3%	2%	2%	+1	-1	20	20	38	3%	3%	3%	+0,6	+0,6	17	19	34
Cacahuètes enrobées sucrées	0,5%	0,5%	0,7%	+0	+0	3	5	11	0,4%	0,1%	0,9%	+0,8	+0,6	2	3	10
Chips de crevette	0,7%	1%	0,9%	-1	+0	4	15	14	0,2%	0,6%	0,5%	-0	+0,2	4	15	14
Choux	2%	2%	0,8%	-1	-2	14	18	13	0,5%	0,3%	0,1%	-0	-0	14	15	12
Cocktail de fruits	1%	2%	2%	-1	+0	7	22	24	1%	1%	0,5%	-1	-1	7	18	19
Crackers apéritif	15%	15%	14%	-1	-1	89	158	222	16%	17%	14%	-3	-2	85	146	195
Crêpes dentelles	3%	2%	3%	+1	-1	19	17	44	0,2%	0,2%	0,3%	+0,1	+0,2	12	17	36
Feuilletés	6%	5%	6%	+0	-0	33	55	89	2%	2%	1%	-0	-0	31	49	74
Gaufrettes	2%	2%	1%	-1	-1	9	18	16	0,6%	0,4%	0,9%	+0,5	+0,3	9	17	16
Gressins	3%	3%	4%	+1	+1	15	36	62	1%	1%	2%	+0,8	+0,9	13	28	51
Mélanges asiatiques	0,9%	1%	0,6%	-1	-0	5	14	9	0,6%	0,2%	0,3%	+0,1	-0	5	7	8
Mélanges de fruits et graines	3%	5%	10%	+5	+6	19	50	154	2%	2%	5%	+2	+3	18	46	135
Mini cakes	0,5%	0,2%	0,0%	-0	-1	3	2	0	0,0%	0,0%	0,0%	-0	-0	3	2	0
Soufflés	22%	25%	19%	-6	-3	124	259	296	20%	21%	22%	+0,9	+2	118	234	273
Tortillas	6%	6%	6%	+1	+0	36	60	100	3%	3%	6%	+3	+2	34	58	93
Tuiles	9%	6%	6%	-0	-3	52	67	95	11%	13%	12%	-1	+1	49	64	92
Total	100%	100%	100%			576	1057	1576	100%	100%	100%	-	-	538	937	1401

Chiffres en gras : pourcentage le plus élevé par année

Chiffres grisés : effectif inférieur ou égal à 10

Case en vert : variations supérieures ou égales à 5 pp entre les 2 années

¹: Sont pris en compte uniquement les produits pour lesquels il a été possible d'attribuer une part de marché selon les données Kantar-Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

²: Parts de marché : ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar-Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

pp: point de pourcentage

¹⁶ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar-Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

¹⁷ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

En nombre de références, la famille des Soufflés est majoritaire en 2009 et 2013 (respectivement 22% et 25%). En 2021, la famille la plus représentée est celle des Arachides et graines (21%).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), l'offre par famille de produits est similaire, en nombre de références, mise à part pour les familles des Mélanges de fruits et graines (+5pp) et des Soufflés (-6pp).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), l'offre par famille de produits est similaire, en nombre de références, mise à part pour la famille des Mélanges de fruits et graines (+6pp).

Quelle que soit l'année d'étude considérée, la famille des Arachides et graines est majoritaire, en volumes de ventes (soit 33% de l'offre en 2009, 29% de l'offre en 2013, et 26% en 2021).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la répartition des volumes de ventes par famille reste globalement stable.

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la répartition des volumes de ventes par famille reste globalement stable, mis à part la famille des Arachides et graines (-6pp).

3.2. Evolution de l'offre par segment de marché

Le Tableau 4 présente la répartition des produits étudiés et celle des volumes de ventes des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel¹⁸, par segment de marché, entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2021).

Tableau 4 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché (des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché¹⁹ d'après Kantar – Panel Worldpanel²⁰), pour le secteur des Apéritifs à croquer, entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009-2021)

Segments de marché	NOMBRE DE REFERENCES								EN PONDERANT PAR LES PARTS DE MARCHE							
	Nombre de références recueillies en pourcentage					Nombre de références recueillies			Répartition des volumes de ventes des produits récoltés par l'Oqali ¹					Effectif des produits associés à une part de marché ²		
	2009	2013	2021	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009	2013	2021	2009	2013	2021	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009	2013	2021
Marques nationales	22%	24%	37%	+13	+15	125	254	582	44%	46%	57%	+11	+13	117	215	504
Marques de distributeurs	45%	51%	46%	-5	+1	260	542	722	25%	33%	27%	-6	+2	255	499	684
Marques de distributeurs entrée de gamme	10%	5%	3%	-3	-7	55	57	41	9%	6%	2%	-4	-7	54	51	40
Enseignes à dominante marques propres	24%	19%	13%	-7	-11	136	204	199	22%	15%	14%	-1	-8	112	172	163
Distributeurs spécialisés bio	-	-	2%	-	-	0	0	32	-	-	0,02%	-	-	0	0	10
Total général	100%	100%	100%			576	1057	1576	100%	100%	100%			538	937	1401

pp : points de pourcentage

¹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali, selon Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

² Sont pris en compte uniquement les produits pour lesquels il a été possible d'attribuer une part de marché selon les données Kantar-Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

Casus en vert : variations supérieures ou égales à 5 pp entre les 2 années

- : aucun produit collecté

Quelle que soit l'année d'étude considérée, les marques de distributeurs correspondent au segment de marché majoritaire, en nombre de références (45% de l'échantillon en 2009, 51% en 2013 et 46% en 2021).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), on observe une augmentation de la proportion, en nombre de références, des marques nationales (+13pp) au détriment des marques de distributeurs et des enseignes à dominante marques propres (respectivement -5 et -7pp). Ce constat peut s'expliquer, en partie, par une collecte plus exhaustive des marques nationales en 2021 par rapport à 2013.

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), on observe une augmentation de la proportion, en nombre de références, des marques nationales (+15pp) au détriment des marques de distributeurs entrée de gamme et des enseignes à dominante marques propres (respectivement -7pp et -11pp). Ce constat peut s'expliquer, en partie, par une collecte plus exhaustive des marques nationales en 2021 par rapport à 2009.

A noter que, dans l'échantillon 2021, des produits de distributeurs spécialisés, biologiques ou non, ont été nouvellement collectés.

¹⁸ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

¹⁹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar-Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

²⁰ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

Quelle que soit l'année d'étude considérée, les marques nationales correspondent au segment de marché majoritaire, en volumes de vente (soit 44% de l'échantillon en 2009, 46% en 2013 et 57% en 2021), bien qu'il ne s'agisse pas du segment de marché comportant le plus de références collectées.

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), on observe une augmentation de la proportion, en volumes de ventes, des marques nationales (+11pp) au détriment des marques de distributeurs (-6pp).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), on observe une augmentation de la proportion, en volumes de ventes, des marques nationales (+13pp) au détriment des marques de distributeurs entrée de gamme et des enseignes à dominante marques propres (respectivement -7pp et -8pp).

3.3. Etude du renouvellement de l'offre

Afin d'identifier si les références produits disponibles l'année B²¹ sont semblables à celles recueillies l'année A²², les produits ont été classés selon les sous-groupes suivants :

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

La Figure 1 présente le renouvellement de l'offre du secteur des Apéritifs à croquer en comparant les 2 dernières années de suivi (T1-T2 : 2013 à 2021) à partir du classement des produits en identiques, modifiés, ajoutés et retirés²³.

La décomposition de l'échantillon de 2021 en sous-groupe par rapport aux échantillons 2009 et 2013, à l'échelle des segments de marché, est présentée en Annexe 1.

²¹ Pour cette étude, l'année B correspond au suivi 2021.

²² Pour cette étude, l'année A correspond à l'année servant de comparaison (2009 ou 2013 selon les cas).

²³ Les évolutions de l'offre entre 2009 (T0) et 2013 (T1) ne sont pas représentées sur cette figure. Ces évolutions sont détaillées dans le premier suivi d'évolution du secteur (*Etude du secteur de la Apéritifs à croquer-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015*, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>).

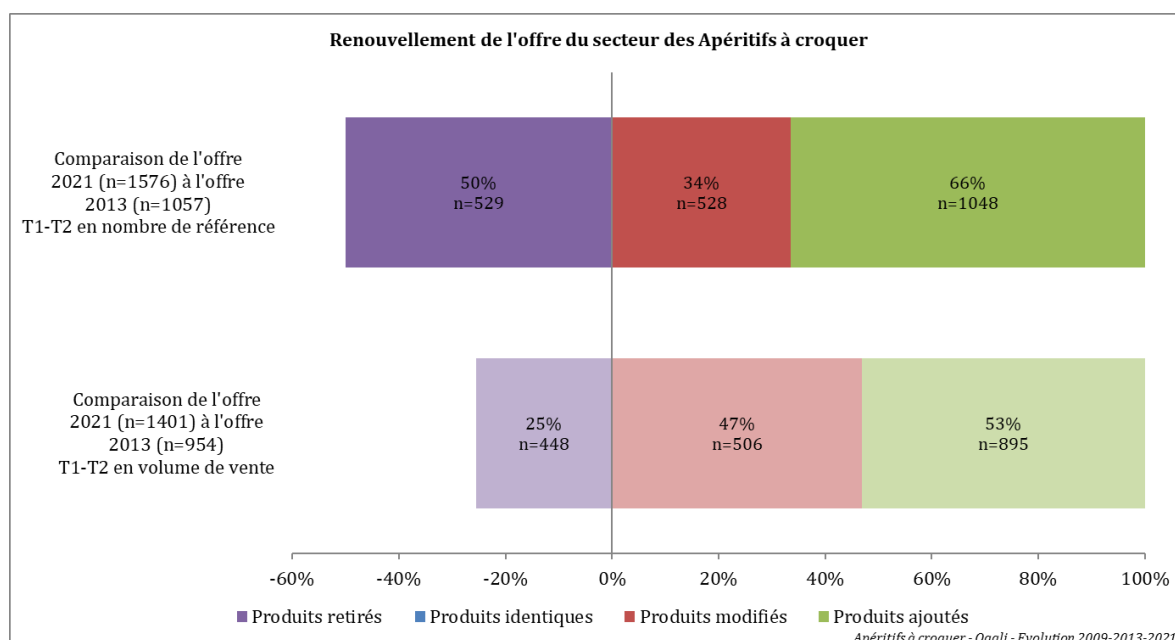


Figure 1 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 par sous-groupe, en nombre de références et en volumes de ventes (des produits récoltés par l'Oqali associés à une part de marché²⁴ d'après Kantar – Panel Worldpanel²⁵) par rapport à l'échantillon de 2013

Un renouvellement important de l'offre est à souligner entre les 2 derniers suivis 2013 et 2021 (T1-T2 ; Figure 1), avec :

- **66% des produits de 2021 ajoutés (n=1048) correspondant à 44% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2021 et associés à un volume de vente ;**
- **Aucun produit identique entre 2013 et 2021 ;**
- **34% des produits de 2021 modifiés (n=528) correspondant à 56% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2021 et associés à un volume de vente ;**
- **50% des produits de 2013 retirés (n=529) correspondant à 25% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2013 et associés à un volume de vente.**

La Figure 2 présente le renouvellement de l'offre du secteur des Apéritifs à croquer en comparant 2 années de suivi les plus éloignées (T0-T2 : 2009 à 2021) à partir du classement des produits en identiques, modifiés, ajoutés et retirés²⁶.

²⁴ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar-Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

²⁵ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

²⁶ Les évolutions de l'offre entre 2009 (T0) et 2013 (T1) ne sont pas représentées sur cette figure. Ces évolutions sont détaillées dans le premier suivi d'évolution du secteur (*Etude du secteur de la Apéritifs à croquer-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015*, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>).

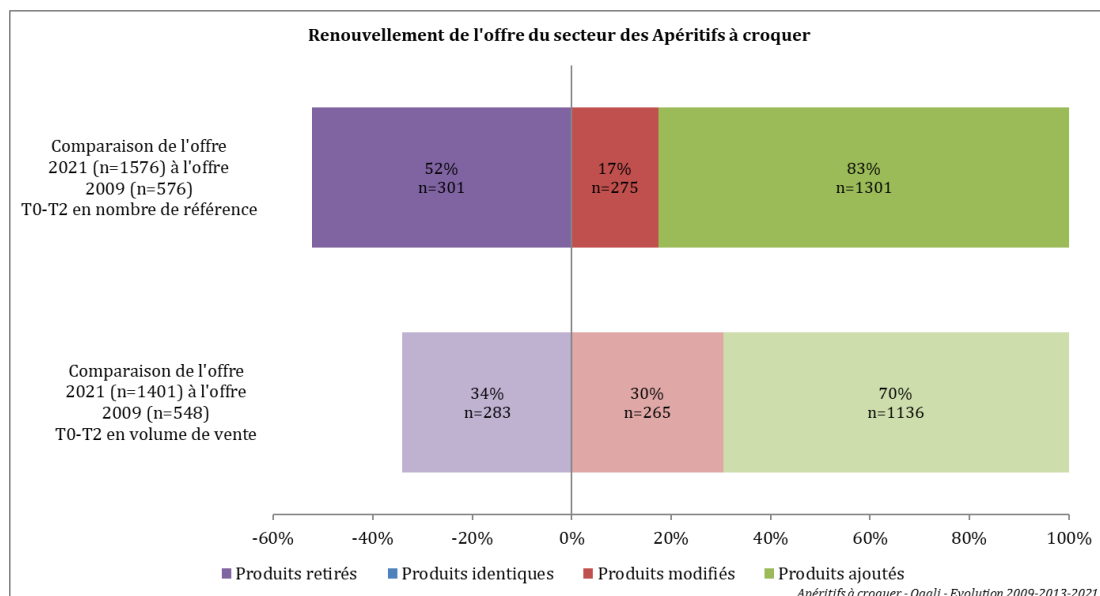


Figure 2 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 par sous-groupe, en nombre de références et en volumes de ventes (des produits récoltés par l'Oqali associés à une part de marché²⁷ d'après Kantar – Panel Worldpanel²⁸) par rapport à l'échantillon de 2009

Un renouvellement important de l'offre est à souligner entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2021 (T0-T2 ; Figure 2), avec :

- **83% des produits de 2021 ajoutés (n=1301) correspondant à 57% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2021 et associés à un volume de vente ;**
- **Aucun produit identique entre 2009 et 2021 ;**
- **17% des produits de 2021 modifiés (n=275) correspondant à 43% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2021 et associés à un volume de vente.**
- **52% des produits de 2009 retirés (n=301) correspondant à 34% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2013 et associés à un volume de vente.**

²⁷ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar-Panel Worldpanel (données d'achats de ménages représentatives de la population française)

²⁸ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

3.4. Etude de l'offre des produits porteurs du Nutri-Score²⁹

Cette section se concentre uniquement sur les produits apposant un Nutri-Score : En 2021, sur le secteur des Apéritifs à croquer, seul 8 produits apposent un étiquetage nutritionnel simplifié de type Nutri-Couleurs.

Cette partie a pour objectif d'étudier en 2021 (T2), la répartition des produits porteurs ou non du Nutri-Score à l'échelle du secteur entier, puis par famille, par segment de marché et enfin par sous-groupe.

Un tableau détaillant les effectifs de produits récoltés en 2021 et porteurs du Nutri-Score pour le secteur entier, par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

3.4.1. Comparaison de la répartition des produits avec et sans Nutri-Score

A l'échelle du secteur entier

En 2021, sur les 1576 produits étudiés pour ce secteur, 30% (n=467) apposent un Nutri-Score : ils représentent 20% des volumes de ventes du secteur.

Par famille

Le Tableau 5 présente la répartition, en nombre de références, des produits de 2021 avec et sans Nutri-Score au sein de chaque famille du secteur ainsi que les parts de marché, en volumes de ventes, associées.

²⁹ Les éléments présentés dans cette étude se rapportent au Nutri-Score tel qu'utilisé en 2020, c'est-à-dire sans la modification de l'algorithme proposée par le comité scientifique européen du Nutri-Score en 2022 et entrée en vigueur sur le marché français le 16 mars 2025.

Tableau 5 : Répartition des produits et des parts de marché des produits avec et sans Nutri-Score en 2021 (T2), par famille

Famille de produits	TOUS PRODUITS			TOUS PRODUITS PONDERES		
	Nombre total de produits	Part des produits avec Nutri-Score	Part des produits sans Nutri-Score	Nombre total de produits	Part de marché ¹ des produits avec Nutri-Score	Part de marché ¹ des produits sans Nutri-Score
Arachides et graines	334	27%	73%	292	39%	61%
Autres apéritifs à croquer	21	24%	76%	13	24%	76%
Bretzels	34	35%	65%	34	18%	82%
Cacahuètes enrobées salées	38	26%	74%	34	13%	87%
Cacahuètes enrobées sucrées	11	18%	82%	10	12%	88%
Chips de crevette	14	29%	71%	14	28%	72%
Choux	13	69%	31%	12	75%	25%
Cocktail de fruits	24	13%	88%	19	3%	97%
Crackers apéritif	222	27%	73%	195	12%	88%
Crêpes dentelles	44	25%	75%	36	22%	78%
Feuilletés	89	38%	62%	74	24%	76%
Gaufrettes	16	44%	56%	16	12%	88%
Gressins	62	19%	81%	51	23%	77%
Mélanges asiatiques	9	44%	56%	8	21%	79%
Mélanges de fruits et graines	154	33%	68%	135	30%	70%
Soufflés	296	32%	68%	273	30%	70%
Tortillas	100	33%	67%	93	71%	29%
Tuiles	95	28%	72%	92	22%	78%

¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

En 2021, sur les 19 familles de ce secteur, 18 présentent au moins un produit avec un Nutri-Score. Seule la famille des Minis cakes n'a aucun produit apposant le logo.

La part des produits porteurs de Nutri-Score varie de 13% (pour la famille Cocktail de fruits) **à 69%** (pour la famille Choux). Pour 8 familles, la part de produits avec Nutri-Score est supérieure à 30%. Ces proportions peuvent être à nuancer selon les effectifs parfois faibles pour certaines familles (par exemple, la famille Mélanges asiatiques : n=9).

Les parts de marché des produits porteurs de Nutri-Score varie de 12% (pour les familles Cacahuètes enrobées sucrées, Crackers apéritif et Gaufrettes) **à 75%** (pour la famille Choux). Pour 5 familles, les parts de marché des produits porteurs du Nutri-Score sont supérieures ou égales à 30%.

Par segment de marché

En nombre de références, les produits avec Nutri-Score sont principalement des produits de marques de distributeurs (74%) et marques nationales (18%). Les produits issus des marques de distributeurs entrée de gamme et des enseignes à dominante marques propres représentent

chacun 4% des produits avec Nutri-Score. Aucun produit de distributeurs spécialisés biologiques n'appose le Nutri-Score.

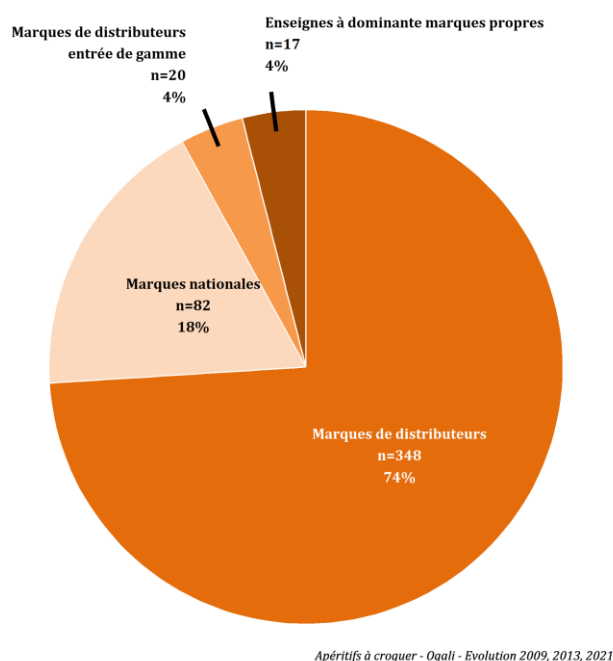


Figure 3 : Répartition des produits avec Nutri-Score (n=467) par segment de marché, pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2021

Le Tableau 6 présente la répartition en nombre de références des produits de 2021 avec et sans Nutri-Score, pour chacun des segments de marché, ainsi que les parts de marché, en volumes de ventes, associées.

Tableau 6 : Répartition des produits et des parts de marché des produits avec et sans Nutri-Score en 2021(T2), par segment de marché

Segment de marché	TOUS PRODUITS			TOUS PRODUITS PONDERES		
	Nombre total de produits	Part des produits avec Nutri-Score	Part des produits sans Nutri-Score	Nombre total de produits	Part de marché ¹ des produits avec Nutri-Score	Part de marché ¹ des produits sans Nutri-Score
Marques nationales	582	14%	86%	504	19%	82%
Marques de distributeurs	722	48%	52%	684	63%	38%
Marques de distributeurs entrée de gamme	41	49%	51%	40	57%	80%
Enseignes à dominante marques propres	199	9%	92%	163	6%	95%
Distributeurs spécialisés bio	32	0%	100%	10	0%	0%

¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

A l'exception des distributeurs spécialisés biologiques, la part des produits apposant le Nutri-Score, au sein de chaque segment, varie de 9% (pour les enseignes à dominante marques propres) à 49% (pour les marques de distributeurs entrée de gamme) et les parts de marché des produits porteurs de Nutri-Score varient de 6% (pour les enseignes à dominante marques propres) à 63% (pour les marques de distributeurs).

Par sous-groupe

En tenant compte de la présence du Nutri-Score sur leur emballage, les produits de 2021 sont répartis par sous-groupe³⁰ comme suit ³¹ :

- **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). Ici, ce sous-groupe est divisé en deux :
 - Les produits appariés avec évolution des valeurs nutritionnelles (« Appariés avec évol VN ») : il s'agit des produits présentant au moins une modification pour une valeur nutritionnelle entre l'année A et l'année B ;
 - Les produits appariés sans évolution des valeurs nutritionnelles (« Appariés sans évol VN ») : il s'agit des produits modifiés sur un paramètre autre que celui des valeurs nutritionnelles ;
- **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).

Par définition, il n'y a aucun produit identique avec un Nutri-Score puisque l'apparition du logo sur un emballage (à partir de 2017) traduit bien une modification (il s'agit alors d'un produit apparié avec ou sans évolution des valeurs nutritionnelles).

En 2021, les produits porteurs du Nutri-Score sont majoritairement des produits ajoutés (59% ; n=276), 36% sont des produits appariés dont les valeurs nutritionnelles ont évolué (n=170) et 4% sont des produits appariés dont les valeurs nutritionnelles n'ont pas évolué (n=21).

Le Tableau 7 détaille la répartition des produits de 2021 avec et sans Nutri-Score au sein de chacun de ces sous-groupes et les parts de marché associées.

Tableau 7 : Répartition, en nombre de références et en volumes de ventes, des produits avec et sans Nutri-Score en 2021, par sous-groupe étudié entre 2013 et 2021 (tri par effectif décroissant)

Sous groupe	TOUS PRODUITS			TOUS PRODUITS PONDERES		
	Nombre total de produits (T2-2021)	Part des produits avec Nutri-Score %	Part des produits sans Nutri-Score %	Nombre total de produits (T2-2021)	Part de marché ¹ des produits avec Nutri-Score %	Part de marché ¹ des produits sans Nutri-Score %
Ajoutés	1042	26%	74%	895	21%	79%
Appariés avec évolution VN*	466	36%	64%	447	37%	63%
Appariés sans évolution VN*	60	35%	65%	59	22%	78%
Identiques	0	-	-	0	-	-

¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

*VN = valeurs nutritionnelles

³⁰ L'année A correspond à 2013 et l'année B à 2021.

³¹ Les produits « Retirés » ne sont donc pas étudiés ici car ne présentant pas de Nutri-Score.

En nombre de produits, les produits appariés, avec ou non évolution des valeurs nutritionnelles entre 2013 et 2021, présentent la part la plus importante de produits porteurs du Nutri-Score en 2021 (respectivement 36% et 35%). A noter qu'en termes d'effectifs, ce sont les produits ajoutés qui présentent le plus de produits avec Nutri-Score (n=276).

En part de marché, les produits appariés avec évolution des valeurs nutritionnelles ont la part la plus importante des produits porteurs de Nutri-Score en 2021 (37%). Au sein des produits ajoutés, les produits porteurs du Nutri-Score représentent 21% des parts de marché et 22% pour les produits appariés sans évolution de valeurs nutritionnelles.

3.4.2. Répartition des produits par classe³² de Nutri-Score

A l'échelle du secteur entier

La Figure 4 présente la répartition des produits porteurs de Nutri-Score dans les classes A, B, C, D et E, pour le secteur entier en 2021.

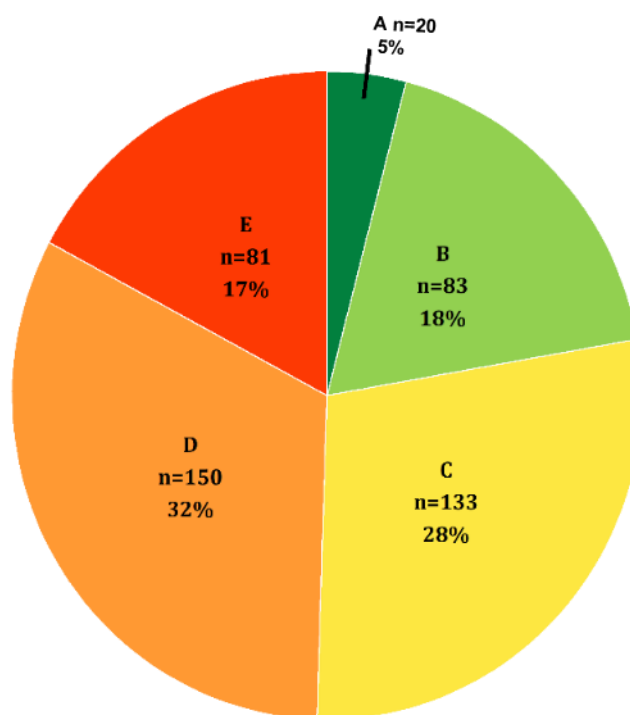


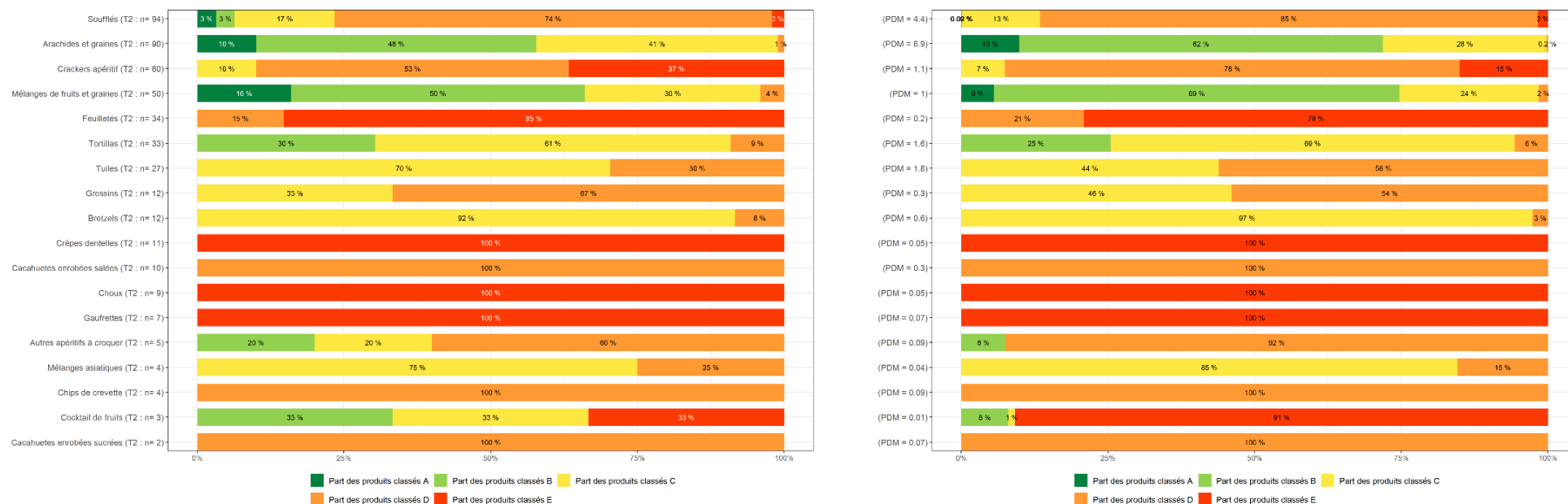
Figure 4 : Répartition des produits avec Nutri-Score (n=467) par classe A, B, C, D et E, pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2021

En 2021, les produits porteurs du Nutri-Score sont principalement classés D (32% ; n=150) et C (28% ; n=133). Viennent ensuite les classes B et E (respectivement 18% ; n=83 et 17% ; n=81) puis la classe A très peu représentée dans ce secteur (5% ; n=20).

³² Le terme « classe » désigne le score A, B, C, D ou E affiché sur le produit.

Par famille

La Figure 5 présente la répartition des produits de 2021 porteurs de Nutri-Score, en nombre de références et en volumes de ventes, par classe et par famille de produits du secteur des Apéritifs à croquer.



Apéritifs à croquer - Oqali - Evolution 2009, 2013, 2021

Figure 5 : Répartition des produits avec Nutri-Score par classe A, B, C, D et E, en nombre de référence (à gauche) et en volume de ventes (à droite), par famille au sein du secteur des Apéritifs à croquer en 2021 (tri par effectif décroissant).

Parmi les 18 familles comptant des produits avec Nutri-Score en 2021 :

- **7 familles présentent une majorité de produits classés D ;**
- **4 familles présentent une majorité de produits classés C ;**
- **4 familles présentent une majorité de produits classés E**
- **2 familles présentent une majorité de produits classés B ;**
- **1 famille présente des produits classés B, C et E en quantité similaire ;**
- **aucune famille ne présente une majorité de produits classés A.**

A noter également que :

- **6 familles ont une seule classe représentée** (ce sont principalement des familles qui présentent de faibles effectifs de produits avec Nutri-Score) :
- 9 familles ont 2 ou 3 classes représentées
- 3 familles présentent 4 classes ou plus.

Les résultats observés pour certaines familles sont à nuancer du fait des faibles effectifs de produits avec Nutri-Score associés.

En 2021, les classes les plus représentées, en volumes de ventes, sont les classes D et E. Parmi les 18 familles comptant des produits avec Nutri-Score, 8 présentent une majorité de produits classés D, 5 familles présentent une majorité de produits classés E, 3 familles présentent une majorité de produits classés C et 2 familles présentent une majorité de produits classés B. Aucune famille ne présente une majorité de produits classés A.

Par segment de marché

La Figure 6 présente la répartition des produits porteurs de Nutri-Score, en nombre de références et en volume de ventes par classe par segment de marché en 2021, du secteur des Apéritifs à croquer.

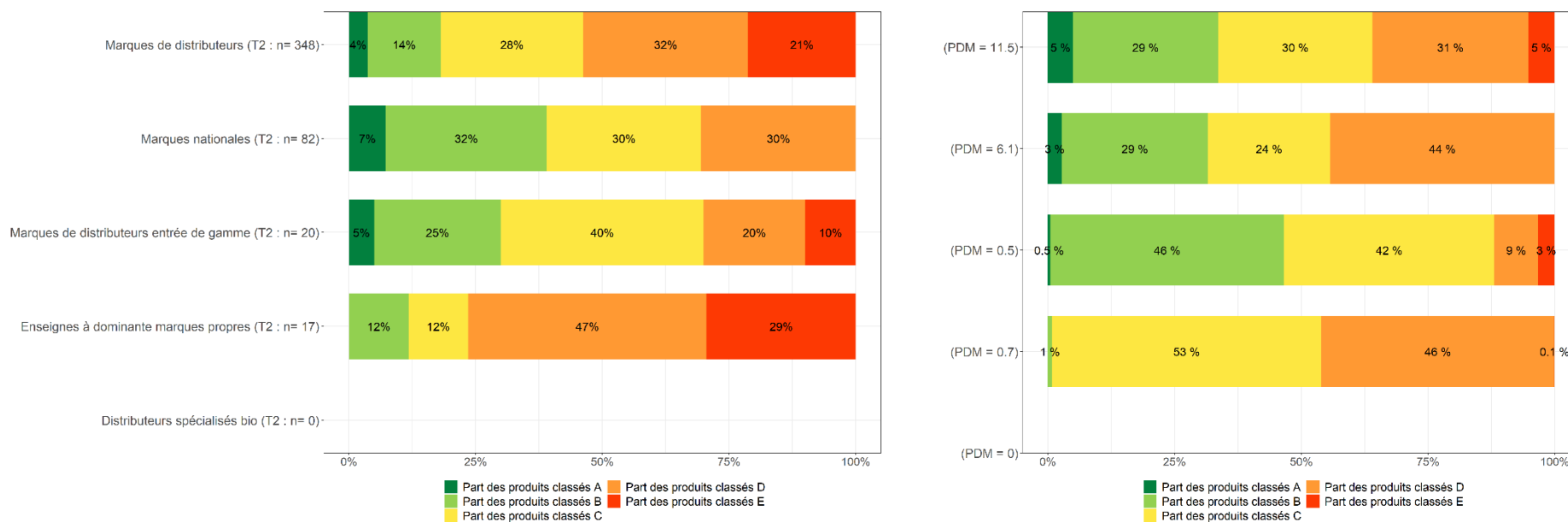


Figure 6 : Répartition des produits avec Nutri-Score en nombre de références (à gauche) et en volume de ventes (à droite) par classe A, B, C, D et E, et par segment de marché au sein du secteur des Apéritifs à croquer en 2021 (tri par effectif décroissant).

En 2021, les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marques propres présentent majoritairement des produits de classe D (respectivement 32% et 47% en nombre de références). En volumes de ventes ce sont les marques de distributeurs entrée de gamme et les enseignes à dominante marques propres qui présentent majoritairement des produits de classe C (respectivement 42% et 53%).

Les marques de distributeurs entrée de gamme présentent majoritairement des produits de classe C en nombre de références (40%) et de classe B en volumes de vente (46%).

Les marques nationales présentent une majorité de produits classés B (32% en nombre de références) et classés D (44% en volumes de vente des marques nationales porteuses du logo) et **aucun produit classé E (en nombre de références, comparativement aux autres segments de marché).**

A noter néanmoins que les marques nationales qui s'engagent peuvent apposer le Nutri-Score sur des produits relativement bien classés. A l'inverse, les marques de distributeurs et marques de distributeurs entrée de gamme, dès lors qu'elles s'engagent dans la démarche Nutri-Score, sont dans l'obligation d'apposer le Nutri-Score sur l'ensemble de leur gamme³³.

³³ Extrait du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score » (Article 6.1.1) : « Si l'Exploitant Titulaire décide d'utiliser le Logo Classant sur une ou plusieurs de ses marques en application de l'Article 5.1 du Règlement d'usage, il a obligation de l'utiliser sur l'ensemble des catégories de Produits qu'il met sur le marché sous ses marques inscrites au Règlement d'usage. ».

4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

Cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution des fréquences de présence de 3 paramètres parmi les informations présentes sur les emballages : il s'agit des allégations nutritionnelles, des allégations de santé et des portions indiquées (définis dans le lexique³⁴). A noter que ces indicateurs ne prennent pas en compte les volumes de ventes.

Dans ces traitements, seules les références pour lesquelles l'Oqali dispose d'un emballage complet ont été prises en compte, soit :

- 544 références parmi les 576 collectées en 2009 ;
- 1039 références sur 1057 collectées en 2013 ;
- 1576 références en 2021 (soit la totalité des références collectées cette année).

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. Le détail des analyses réalisées est détaillé dans le rapport méthodologique.

Par convention, le terme « significatif » est employé afin de signifier que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05). 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.

A l'échelle du secteur des Apéritifs à croquer, des évolutions significatives sont constatées entre les différentes années de suivi sur les 3 paramètres suivis : des augmentations de la fréquence de présence des allégations nutritionnelles et de santé sont constatées entre les 2 derniers suivis (T1-T2) et/ou à plus long terme (T0-T2). En revanche une diminution des portions indiquées est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2). (Tableau 8).

³⁴ Lexique, disponible sur le site de l'Oqali https://www.oqali.fr/media/2025/03/OQALI-2024_Lexique_03_02_25.pdf

Tableau 8 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Apéritifs à croquer entre les 2 derniers suivis (2013 et 2021) et sur le long terme (2009 et 2021), pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché

	Allégations nutritionnelles					Allégations de santé					Portions indiquées				
	2009 T0	2013 T1	2021 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2013 T1	2021 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2013 T1	2021 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)
Ensemble des produits du secteur															
Secteur (T0: n=544; T1 : n=1039; T2 : n=1576)	7%	6%	15%	+10***	+9***	0%	0%	3%	+3***	+3***	57%	74%	61%	-12***	+4
Famille de produits															
Arachides et graines (T0: n=104; T1 : n=206; T2 : n=334)	0%	8%	18%	+10***	+18***	0%	0%	3%	+3	+3	41%	65%	49%	-16***	+7
Autres apéritifs à croquer (T0: n=0; T1 : n=1; T2 : n=21)	-	0%	33%	+33	-	-	0%	14%	+14	-	-	100%	24%	-76	-
Bretzels (T0: n=10; T1 : n=26; T2 : n=34)	10%	4%	9%	+5	-1	0%	0%	0%	+0	+0	40%	85%	71%	-14	+31
Cacahuètes enrobées salées (T0: n=13; T1 : n=15; T2 : n=38)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	62%	80%	63%	-17	+2
Cacahuètes enrobées sucrées (T0: n=3; T1 : n=5; T2 : n=11)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	0%	20%	27%	+7	+27
Chips de crevette (T0: n=4; T1 : n=15; T2 : n=14)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	25%	73%	79%	+5	+54
Choux (T0: n=14; T1 : n=18; T2 : n=13)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	57%	89%	77%	-12	+20
Cocktail de fruits (T0: n=7; T1 : n=22; T2 : n=24)	0%	9%	38%	+28*	+38	0%	0%	8%	+8	+8	43%	50%	63%	+13	+20
Crackers apéritif (T0: n=88; T1 : n=156; T2 : n=222)	16%	8%	9%	+1	-7	0%	0%	0%	+0	+0	70%	86%	57%	-29***	-14*
Crêpes dentelles (T0: n=19; T1 : n=17; T2 : n=44)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	100%	94%	82%	-12	-18
Feuilletés (T0: n=32; T1 : n=53; T2 : n=89)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	91%	87%	58%	-28***	-32***
Gaufrettes (T0: n=9; T1 : n=18; T2 : n=16)	0%	6%	0%	-6	+0	0%	0%	0%	+0	+0	100%	72%	75%	+3	-25
Gressins (T0: n=14; T1 : n=36; T2 : n=62)	64%	25%	16%	-9	-48	0%	0%	0%	+0	+0	86%	69%	39%	-31**	-47**
Mélanges asiatiques (T0: n=5; T1 : n=14; T2 : n=9)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	20%	14%	67%	+52	+47
Mélanges de fruits et graines (T0: n=16; T1 : n=49; T2 : n=154)	0%	20%	59%	+39***	+59***	0%	10%	25%	+14*	+25	31%	65%	47%	-18*	+16
Mini cakes (T0: n=3; T1 : n=2; T2 : n=0)	0%	0%	-	-	-	0%	0%	-	-	-	100%	100%	-	-	-
Soufflés (T0: n=124; T1 : n=259; T2 : n=296)	6%	3%	11%	+8***	+6	0%	0%	0%	+0	+0	46%	69%	77%	+8*	+31***
Tortillas (T0: n=36; T1 : n=60; T2 : n=100)	8%	0%	7%	+7	-1	0%	0%	0%	+0	+0	53%	72%	76%	+4	+23**
Tuiles (T0: n=43; T1 : n=67; T2 : n=95)	7%	0%	3%	+3	-4	0%	0%	0%	+0	+0	65%	97%	81%	-16**	+16*
Segment de marché															
Marques nationales (T0: n=95; T1 : n=241; T2 : n=582)	15%	8%	24%	+15***	+9	0%	2%	7%	+5**	+7**	62%	67%	56%	-12**	-6
Marques de distributeurs (T0: n=258; T1 : n=538; T2 : n=722)	5%	7%	11%	+4*	+5*	0%	0%	2%	+2**	+2	76%	83%	62%	-21***	-14***
Marques de distributeurs entrée de gamme (T0: n=55; T1 : n=57; T2 : n=41)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	22%	46%	59%	+13	+37***
Enseignes à dominante marques propres (T0: n=136; T1 : n=203; T2 : n=199)	7%	2%	5%	+2	-2	0%	0%	0%	+0	+0	32%	65%	86%	+21***	+54***
Distributeurs spécialisés bio (T0: n=0; T1 : n=0; T2 : n=32)	-	-	63%	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-

Les pourcentages sont arrondis à l'entier, un pourcentage nul peut correspondre à un faible effectif
 * : aucun produit collecté
 Chiffres grisés : secteur, famille ou segments de marché non testé(e)
 Case en orange : augmentation significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
 Case en violet : diminution significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
 Bifet année : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05

Allégation nutritionnelle

A l'échelle du secteur, la proportion de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle augmente significativement entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) (respectivement +10 et +9pp) (Tableau 8). Entre 2013 et 2021 (T1-T2) cette augmentation est essentiellement portée par les marques nationales (+15pp) et les marques de distributeurs (+4pp). A noter que les marques de distributeurs présentent également une augmentation significative entre 2009 et 2021 (T0-T2) (+5pp).

A l'échelle des familles, on note une augmentation significative de la proportion de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s), entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour 2 familles : celles des Arachides et graines (respectivement +10pp et +18pp), Mélanges de fruits et graines (respectivement +39pp et +59pp). Les familles des Cocktail de fruits et Soufflés présentent également une augmentation significativement de cette proportion entre les 2 derniers suivis uniquement (T1-T2) (respectivement +28pp et +8pp).

Le Tableau 9 présente les effectifs et les fréquences d'apparition des allégations nutritionnelles, par nutriment, au sein des produits en présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009, 2013 ou 2021.

Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Apéritifs à croquer en 2009, 2013 et 2021 (tri par effectif 2021 décroissant).

Nutriments concernés	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle		
	2009 T0	2013 T1	2021 T2	2009 (n=37)	2013 (n=60)	2021 (n=242)
Fibres	14	13	98	38%	22%	40%
Vitamines et minéraux	5	8	87	14%	13%	36%
Sodium/sel	3	19	85	8%	32%	35%
Matières grasses	15	25	45	41%	42%	19%
Protéines	0	6	39	0%	10%	16%
Sucres	0	1	15	0%	2%	6%
Acides gras saturés (AGS)	9	4	4	24%	7%	2%
Acides gras polyinsaturés	3	0	2	8%	0%	1%
Acides gras insaturés	0	0	2	0%	0%	1%

Chiffres en gras : pourcentage le plus élevé par année

Les allégations nutritionnelles les plus fréquemment rencontrées concernent :

- les matières grasses (41%) et les fibres (38%) en 2009,
- les matières grasses (42%) et le sodium/sel (32%) en 2013 et
- les fibres (40%), les vitamines et les minéraux (36%) et le sodium/sel (35%) en 2021 (**Erreur ! Source du renvoi introuvable.**).

Allégation de santé

A l'échelle du secteur, la proportion de produits présentant au moins une allégation de santé augmente significativement entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) (+3pp pour les deux années), (Tableau 8). Entre 2013 et 2021 (T1-T2) cette augmentation est essentiellement portée par les marques nationales (+5pp) et les marques de distributeurs (+2pp). A noter que les marques nationales présentent également une augmentation significative entre 2009 et 2021 (T0-T2) (+7pp).

A l'échelle des familles, on note une augmentation significative de la proportion de produits avec allégation(s) de santé, entre 2013 et 2021 (T1-T2), pour la famille des Mélanges de fruits et graines (+14pp).

Portion indiquée

A l'échelle du secteur, on observe une diminution significative de la proportion de produits présentant une portion indiquée, entre 2013 et 2021 (T1-T2) (-12pp), essentiellement portée par les marques de distributeurs et les marques nationales (respectivement -21pp et -12pp) (Tableau 8). A l'inverse, les enseignes à dominante marques propres présentent une augmentation significative de la fréquence de présence de portion indiquée (+21pp).

Au niveau des familles, on retrouve une diminution significative de la proportion de produits indiquant une portion pour 6 familles de produits, en particulier celles des Crackers apéritif (-29pp), Feuilletés (-28pp) et Gressins (-31pp) qui connaissent les plus fortes baisses entre 2013 et 2021 (T1-T2) (Tableau 8).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), aucune évolution significative de la proportion de produits indiquant une portion n'est observée à l'échelle du secteur. Cependant, on observe une diminution significative de cette proportion pour les marques de distributeurs (-14pp) et une augmentation significative pour les marques de distributeurs entrée de gamme (+37pp) et les enseignes à dominante marques propres (+54%).

Au niveau des familles, on observe :

- 3 diminutions significatives de la proportion de produits indiquant une portion, dont la plus importante concerne la famille des Gressins (-47pp) (Tableau 8)
- 3 augmentations significatives de la proportion de produits indiquant une portion, dont la plus importante concerne la famille des Soufflés (+31pp) (Tableau 8).

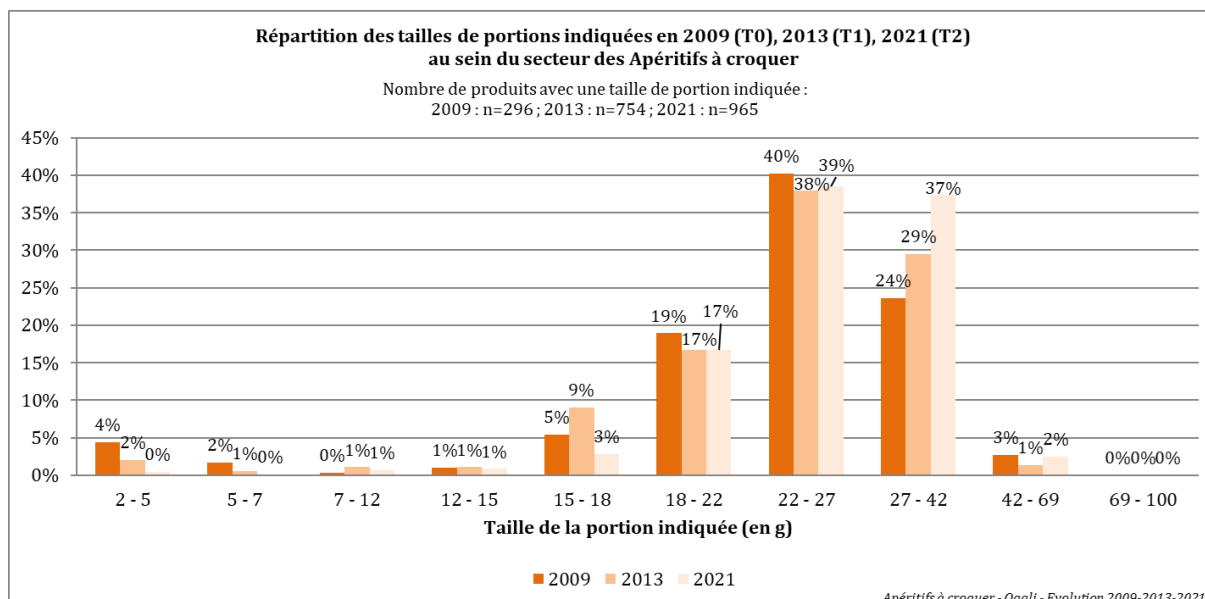
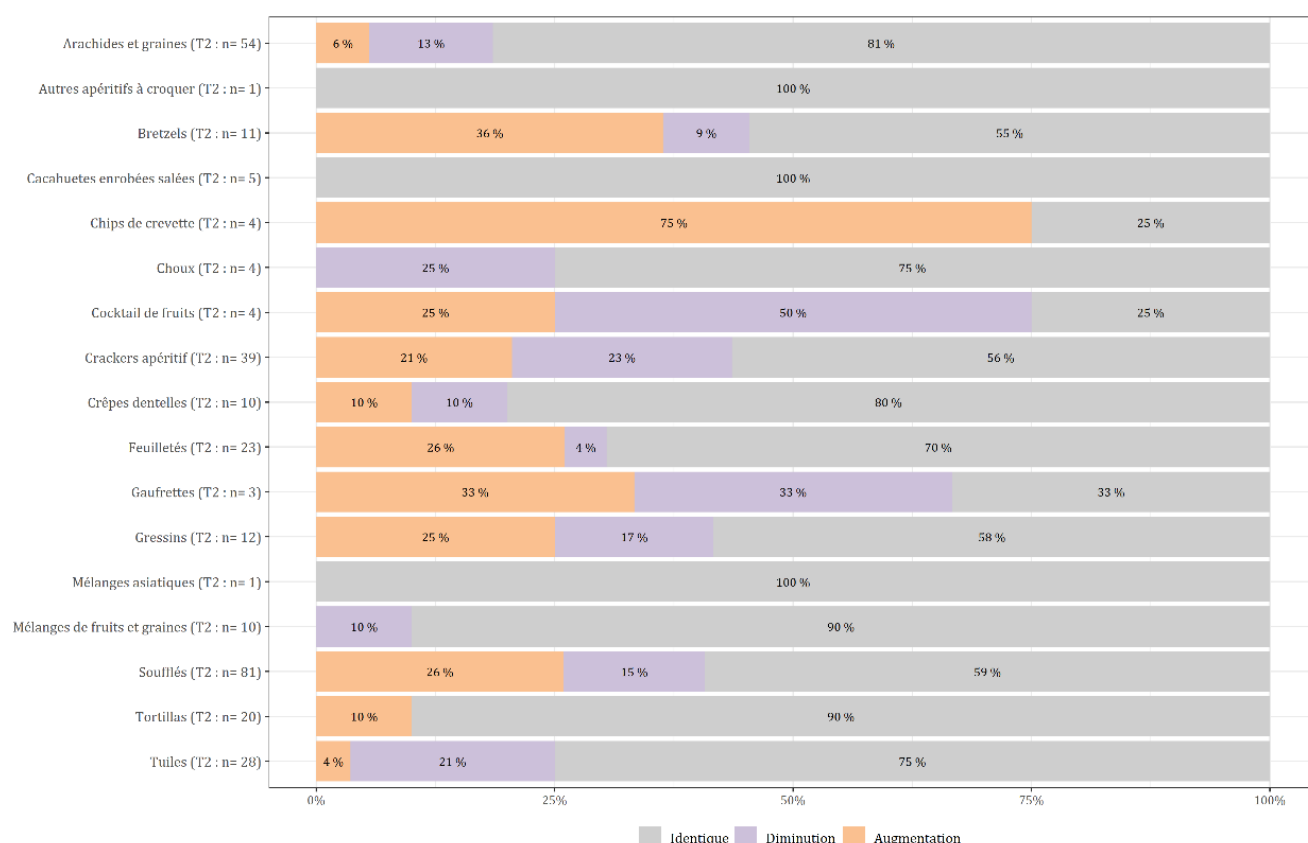


Figure 7 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2013 et 2021 pour le secteur des Apéritifs à croquer

Comme l'illustre la Figure 7, **au niveau du secteur, les portions indiquées les plus fréquentes sont comprises entre 18g et 42g pour les trois années de suivi (83% en 2009, 84% en 2013 et 93% en 2021 des produits avec une portion chiffrée) et plus particulièrement entre 22g et 27g (40% en 2009, 38% en 2013 et 39% en 2021 des produits avec une portion chiffrée).**

La Figure 8 présente les évolutions de tailles de portions chiffrées, observées entre 2013 et 2021 (T1-T2), au sein de produits appariés, par famille de produits.



Apéritifs à croquer - Oqali - Evolution 2009, 2013, 2021

Figure 8 : Evolutions de la taille des portions indiquées des produits appariées entre 2013 et 2021, par famille.

Parmi les 310 couples de produits appariés et présentant une portion chiffrée en 2013 et en 2021, 68% ont une taille de portion identique les deux années (212 produits sur 310), 14% voient leur taille de portion diminuer (44 produits sur 310) et 18% connaissent une augmentation de leur taille de portion (54 produits sur 310).

A l'exception des familles des Chips de crevette, Cocktail de fruits et Gaufrettes (avec respectivement 4 ; 4 et 3 couples appariés indiquant une portion chiffrée en 2013 et 2021), toutes les familles du secteur présentent des produits appariés avec la même portion chiffrée en 2013 et 2021 (figure 8).

5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETTES

5.1. SANS CONSIDERATION DU NUTRI-SCORE

5.1.1. Méthodologie

L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles a été réalisée pour trois nutriments d'intérêt pour ce secteur : **les matières grasses, les acides gras saturés (AGS) et le sel.**

Ainsi, cette partie 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 secteur des Apéritifs à croquer, pour 100g, par famille de produits et par année, avec et sans pondération par les parts de marché³⁵.

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 les 2 derniers suivis et les 2 suivis les plus éloignés, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits entre 2009 (T0), 2013 (T1) et 2021 (T2)**, 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 marché³⁵ entre 2009 (T0), 2013 (T1) et 2021 (T2)**, 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, en se plaçant au niveau des produits appariés entre 2013 et 2021 (T1-T2) ainsi qu'entre 2009 et 2021 (T0-T2)** pour préciser si les évolutions des teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de 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.

Une analyse est également réalisée **au niveau des produits appariés entre les 2 derniers suivis (2013 et 2020)** afin d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Sur les graphiques, pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le carré bleu représente la teneur de la référence en

³⁵ 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).

2013 et le carré rouge la teneur de la référence en 2020 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneur 2013 décroissante.

- **au niveau des familles de produits, entre sous-groupes de produits**, afin d'identifier si un renouvellement de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) peut, en partie, expliquer les évolutions observées. Pour chaque couple d'années étudié (T1-T2 et T0-T2), les tests suivants sont réalisés :
 - Offre T1 (respectivement T0) vs. Produits ajoutés au T2³⁶ ;
 - produits ajoutés³⁷ vs. produits appariés de l'année B ;
 - produits retirés³⁷ vs. produits appariés de l'année A ;
 - Produits retirés au T2 vs. Offre T2 ;
 - Produits retirés³⁷ au T2 vs. Produits ajoutés³⁶ au T2.
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché entre 2009 (T0), 2013 (T1) et 2021 (T2)** pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché.

Les traitements statistiques de la partie « Evolution de la composition nutritionnelle » ont évolué, ce qui peut occasionner, à la marge, des différences de résultats entre ce rapport et le/les précédents publié(s) pour ce secteur. Le détail de ces évolutions est présenté dans le rapport méthodologique 2024³⁸.

Par convention, le terme « significatif » est 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.

Dans la suite du rapport, l'ensemble des résultats significatifs mis en évidence au niveau des familles entières, sans pondération par les parts de marché, est détaillé. Ainsi, les résultats significatifs, observés au niveau des couples famille-sous-groupes et des couples famille-segment de marché, sont présentés dans le corps du rapport uniquement lorsqu'une évolution significative a été mise en évidence à l'échelle de la famille entière et sans pondération par les parts de marché. Néanmoins, seuls les graphiques pour lesquels une significativité est observée sur l'ensemble de l'offre entre T1 et T2 seront présentés.

Si des éléments permettent d'expliquer ces évolutions significatives, ils sont décrits dans les paragraphes suivants. 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 ces évolutions.

³⁶ Les produits ajoutés correspondent aux produits captés par l'Oqali au T2 mais pas au T1 (resp. T0) (innovations ou extensions de gamme par exemple, et produits non captés par l'Oqali au T1 (resp. T0))

³⁷ Les produits retirés correspondent aux produits captés par l'Oqali au T1 (resp. T0) mais pas au T2 (produits retirés du marché entre le T1 (resp. T0) et le T2 ou non captés par l'Oqali au T2)

³⁸ Rapport méthodologique - Edition 2024, disponibles sur le site de l'Oqali https://www.oqali.fr/media/2025/05/RAPPORT-METHODOLOGIQUE_OQALI_version_2.pdf

Enfin, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait de l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (54% du marché en volume), 2013 (62%) et 2021 (68%).

5.1.2. Proportion de produits renseignés par nutriment d'intérêt

Pour étudier l'évolution des valeurs nutritionnelles, il est nécessaire de prendre en compte les proportions de références pour lesquelles les teneurs en nutriments d'intérêt sont renseignées dans la base de données Oqali, pour les trois années d'étude : cela permet d'identifier les éventuels biais à considérer dans l'interprétation des résultats.

Ainsi, entre 2013 et 2021 (T1-T2), on constate une augmentation marquée de la fréquence d'étiquetage :

- des **matières grasses** pour les familles Cacahuètes enrobées sucrées, Cocktail de fruits et Mélanges asiatiques : les résultats observés pour ces 3 familles seront donc à nuancer pour ce nutriment ;
- des **acides gras saturés** (AGS) et du **sel** pour les familles Arachides et graines, Cacahuètes enrobées sucrées, Cocktail de fruits, Gressins, Mélanges asiatiques, Chips de crevette, Soufflés et Tortillas : les résultats observés pour ces 8 familles seront donc à nuancer pour ces nutriments.

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), d'autres biais de fréquence d'étiquetage des nutriments peuvent exister.

5.1.3. Matières grasses

Le Tableau 10 présente les évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour l'ensemble des familles à l'échelle de l'offre entière, avec et sans pondération par les parts de marché.

Tableau 10 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière, en nombre de références et en pondérant par les parts de marché

MATIERES GRASSES	Nombre de références					En pondérant par les parts de marché				
	T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines (T0 n:114 ; T1 n:214 ; T2 n:334)	49,4	-2,7**	-5%	-1,7	-3%	50,0	-0,5	-1%	-0,9	-2%
Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)	56,0	+1,2	+2%	+2,2	+4%	56,0	+0,3	+0%	+2,9*	+5%
Cacahuètes enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:38)	28,8	+0,1	+0%	-0,9	-3%	32,1	+2,2	+7%	+2,2*	+7%
Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)	28,6	-2,4	-8%	-	-	30,5	-0,5	-1%	-	-
Cocktail de fruits (T0 n:7 ; T1 n:22 ; T2 n:24)	7,2	-1,2	-14%	-3,3	-32%	10,7	+1,4	+15%	-0,2	-2%
Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)	23,0	-1,1	-5%	-1,6	-6%	25,8	+0,3	+1%	-0,1	-0%
Crêpes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)	37,3	+0,4	+1%	+2,6	+7%	37,2	-0,4	-1%	+0,5	+1%
Feuilletés (T0 n:33 ; T1 n:55 ; T2 n:89)	27,0	+1,9	+7%	+0,4	+1%	24,3	-1,6	-6%	-3,6*	-13%
Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:16)	36,8	+1,3	+4%	-5,5	-13%	36,8	-1,7	-4%	-4,0	-10%
Gressins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)	14,3	+0,4	+3%	+1,1	+9%	15,9	+1,1	+7%	+3,6**	+29%
Mélanges de fruits et graines (T0 n:19 ; T1 n:50 ; T2 n:154)	27,2	-1,2	-4%	-5,6*	-17%	26,8	-3,4*	-11%	-0,6	-2%
Mélanges asiatiques (T0 n:5 ; T1 n:14 ; T2 n:9)	7,2	-1,0	-12%	-2,7	-27%	8,5	-0,3	-3%	+0,6	+8%
Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)	30,9	+1,1	+4%	+4,4	+16%	31,5	+0,9	+3%	+4,7***	+17%
Soufflés (T0 n:124 ; T1 n:259 ; T2 n:296)	22,6	-1,4*	-6%	-0,6	-3%	25,0	-0,7	-3%	-0,5	-2%
Bretzels (T0 n:10 ; T1 n:26 ; T2 n:34)	4,6	+0,6	+15%	+1,5	+48%	4,7	+0,4	+8%	+2,0***	+73%
Tortillas (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)	22,4	-0,7	-3%	-2,4**	-10%	23,2	+1,0	+5%	+0,1	+0%
Tuiles (T0 n:52 ; T1 n:67 ; T2 n:95)	26,8	-2,4***	-8%	-1,9**	-7%	29,5	-0,6	-2%	-0,9	-3%
Autres apéritifs à croquer (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:21)	26,9	-0,1	-0%	-	-	27,1	+0,1	+0%	-	-

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Woripanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté ; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne

Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), sans pondération par les parts de marché, **3 familles** sur les 18 testées présentent **une diminution significative** de leur teneur moyenne en matières grasses de -5% à -8%, selon les familles (Arachides et graines, Soufflés et Tuiles).

Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021) (T0-T2), **3 familles** sur les 16 testées présentent une **diminution significative** de leur teneur moyenne en matières grasses de -7% à -17%, selon les familles (Mélanges de fruits et graines, Tortillas et Tuiles).

Par ailleurs, en intégrant les parts de marché aux analyses, on observe les évolutions significatives suivantes :

- Entre les 2 derniers suivis (2013-2021), 1 famille, parmi les 18 familles testées, présente une diminution significative de la teneur moyenne pondérée de -11% (Mélange de fruits et graines)
- Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021), parmi les 16 familles testées :
 - 1 famille présente une diminution significative de la teneur moyenne pondérée de -13% (Feuilletés)
 - 5 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée de +5% à +73%, selon les familles (Choux, Cacahuètes enrobées salées, Gressins, Chips de crevette et Bretzels).

Le Tableau 11 présente les évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle des familles entières, avec et sans pondération, par sous-groupe et par segment de marché.

Tableau 11 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour les familles avec une évolution significative à l'échelle de l'offre entière

Matières grasses (g/100g)		T2 2021	Evol. T1-T2	%	Evol. T0-T2	%	
		Moy	g/100g	%	g/100g	%	
		Arachides et graines (T0 n:114 ; T1 n:214 ; T2 n:334)					
TOUS PRODUITS		49.4	-2.7**	-5%	-1.7	-3%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	50.0	-0.5	-1%	-0.9	-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	51.9	-0.2	-0%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	51.5	-	-	+0.6	+1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	48.3	-3.8***	-7%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	49.4	-2.7*	-5%	-	-
		Retirés vs Ajoutés	46.3	-3.1*	-7%	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	49.0	-	-	-2.1	-4%
		Retirés vs Offre T2	49.4	-	-	-1.9	-4%
		Retirés vs Ajoutés	49.0	-	-	-2.4	-5%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	46.5	-3.6	-7%	-3.9	-8%	
	MDD	51.5	-2.7*	-5%	-2.0	-4%	
	MDDeg	49.2	-0.6	-1%	+0.7	+1%	
	EDMP	52.8	+2.7	+5%	+2.6	+5%	
	DS bio	40.8	-	-	-	-	
		Cacahuètes enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:38)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	28.8	+0.1	+0%	0.9	3%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	32.1	+2.2	+7%	+2.2*	+7%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	28.9	+0.2	+1%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	28.6	-	-	-1.7	-6%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	28.8	+0.0	+0%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	28.8	0.0	0%	-	-
		Retirés vs Ajoutés	28.8	-0.1	-0%	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	28.9	-	-	-0.9	-3%
		Retirés vs Offre T2	28.8	-	-	-0.5	-2%
		Retirés vs Ajoutés	28.9	-	-	0.5	2%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	31.9	+2.3	+8%	+4.0	+15%	
	MDD	26.9	-0.7	-3%	-3.6	-12%	
	MDDeg	-	-	-	-	-	
	EDMP	29.5	-0.3	-1%	-1.3	-4%	
	DS bio	-	-	-	-	-	
		Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	23.0	-1.1	-5%	-1.6	-6%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	25.8	+0.3	+1%	0.1	0%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	25.8	-0.5*	-2%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	26.7	-	-	1.3*	5%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	21.8	-2.4**	-10%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	23.0	+0.6	+3%	-	-
		Retirés vs Ajoutés	21.8	-0.6	-3%	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	22.4	-	-	-2.2	-9%
		Retirés vs Offre T2	23.0	-	-	+0.7	+3%
		Retirés vs Ajoutés	22.4	-	-	+0.1	+1%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	20.8	-3.3*	-14%	-1.8	-8%	
	MDD	24.0	+0.1	+1%	-2.6	-10%	
	MDDeg	21.3	0.8	3%	+0.1	+1%	
	EDMP	25.2	+2.1	+9%	+1.7	+7%	
	DS bio	25.8	-	-	-	-	
		Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:16)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	36.8	+1.3	+4%	-5.5	-13%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	36.8	-1.7	-4%	-4.0	-10%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	39.1	-1.9	-5%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	37.6	-	-	-4.0	-10%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	35.6	+0.0	+0%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	36.9	+5.1	+16%	-6.1	-14%
		Retirés vs Ajoutés	35.6	+3.9	+12%	-7.6	-17%
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	36.1	-	-	-6.1	-14%
		Retirés vs Offre T2	36.8	-	-	-7.6	-17%
		Retirés vs Ajoutés	36.1	-	-	-8.2	-19%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	30.0	+2.4	+9%	-	-	
	MDD	38.5	0.5	1%	2.4	6%	
	MDDeg	-	-	-	-	-	
	EDMP	36.6	-0.2	-1%	-16.1	-31%	
	DS bio	-	-	-	-	-	
		Mélanges asiatiques (T0 n:5 ; T1 n:14 ; T2 n:9)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	7.2	-1.0	-12%	-2.7	-27%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	8.5	-0.3	-3%	+0.6	+8%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	10.0	-0.5	-5%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	-	-	-	-	-	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	6.5	-1.7	-21%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	7.2	0.3	4%	-	-
		Retirés vs Ajoutés	6.5	-1.0	-13%	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7.2	-	-	-2.7	-27%
		Retirés vs Offre T2	7.2	-	-	-2.7	-27%
		Retirés vs Ajoutés	7.2	-	-	-2.7	-27%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	7.1	-0.5	-7%	-0.7	-9%	
	MDD	7.4	-2.4	-25%	-8.0	-52%	
	MDDeg	-	-	-	-	-	
	EDMP	-	-	-	-	-	
	DS bio	-	-	-	-	-	
		Bretzels (T0 n:10 ; T1 n:26 ; T2 n:34)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	4.6	+0.6	+15%	+1.5	+48%	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	4.7	+0.4	+8%	+2.0***	+73%	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	4.4	+0.7	+20%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	2.9	-	-	0.3	9%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	4.9	+0.8	+21%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	4.6	-0.3	-5%	-	-
		Retirés vs Ajoutés	4.9	-0.0	-1%	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5.1	-	-	+2.0	+63%
		Retirés vs Offre T2	4.6	-	-	+1.6	+54%
		Retirés vs Ajoutés	5.1	-	-	+2.1	+70%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	6.2	+0.3	+5%	+3.6	+138%	
	MDD	3.7	+0.5	+16%	-0.2	-6%	
	MDDeg	2.5	+0.1	+2%	+0.5	+26%	
	EDMP	3.9	+0.3	+8%	+0.9	+29%	
	DS bio	5.4	-	-	-	-	
		Autres apéritifs à croquer (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:21)					
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	26.9	-0.1	-0%	-	-	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	27.1	+0.1	+0%	-	-	
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	27.0	+0.0	+0%	-	-	
	Produits appariés T0-T2	-	-	-	-	-	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	26.9	-0.1	-0%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	26.9	-	-	-	-
		Retirés vs Ajoutés	26.9	-	-	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	26.9	-	-	-	-
		Retirés vs Offre T2	26.9	-	-	-	-
		Retirés vs Ajoutés	26.9	-	-	-	-
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	24.6	-	-	-	-	
	MDD	31.0	+4.0	+15%	-	-	
	MDDeg	-	-	-	-	-	
	EDMP	38.7	-	-	-	-	
	DS bio	26.4	-	-	-	-	

		T2 2021	Evol. T1-T2	%	Evol. T0-T2	%
		Moy	g/100g	%	g/100g	%
		Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:31)				
		56.0	+1.2	+2%	+2.2	+4%
		56.0	+0.5	-1%	+2.9*	+5%
		55.8	+0.5	+1%	-	-
		55.3	-	-	+0.6	+1%
		56.2	+1.4	+3%	-	-
		56.0	+1.6	+3%	-	-
		56.2	+1.8	+3%	-	-
		56.1	-	-	+2.7	+5%
		56.0	-	-	+3.0	+6%
		56.4	-	-	+3.5	+7%
		-	-	-	-	-
		56.1	+1.6	+3%	+2.6	+5%
		55.3	-0.1	-0%	+1.0	+2%
		-	-	-	-	-
		Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)				
		28.6	-2.4	-8%	-	-
		30.5	-0.5	-1%	-	-
		25.0	-0.5	-25%	-	-
		-	-	-	-	-
		29.4	-1.6	-5%	-	-
		28.6	-1.1	-4%	-	-
		29.4	-0.3	-1%	-	-
		28.6	-	-	-	-
		28.6	-	-	-	-
		28.6	-	-	-	-
		27.7	-0.7	-2%	-	-
		28.5	-5.0	-15%	-	-
		-	-	-	-	-
		31.9	+0.9	+3%	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		Crispes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)				
		37.3	+0.4	+1%	+2.6	+7%
		37.2	+0.4	+1%	+0.5	+1%
		37.1	-0.3	-1%	-	-
		37.2	-	-	0.3	1%
		37.4	+0.5	+1%	-	-
		37.3	12.1	+6%	-	-
		37.4	+2.1	+6%	-	-
		37.3	-	-	+2.6	+8%
		37.3	-	-	+3.9	+12%
		37.3	-	-	+3.9*	+12%
		37.1	+5.5	+18%	+3.8	+12%
		37.5	+0.3	+1%	+0.4	+1%
		-	-	-	-	-
		36.8	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		Gressins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)				
		14.3	+0.4	+3%	+1.1	+9%
		15.9	+1.1	+7%	+3.6**	+29%
		16.9	+0.8	+5%	-	-
		14.5	-	-	+1.1	+8%
		13.4	-0.5	-4%	-	-
		14.1	+2.9	+19%	-	-
		13.8	+1.4	+12%	-	-
		14.2	-	-	+1.1	+8%
		14.3	-	-	+2.3	+20%
		14.2	-	-	+2.3	+19%
		12.8	+2.8	+28%	+2.6	+25%
		17.0	+0.4	+2%	+3.5	+25%
		-	-	-	-	-
		14.0	+0.8	+6%	+0.3	+2%
		11.3	-	-	-	-
		Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)				
		30.9	+1.1	+4%	+4.4	+16%
		31.5	+0.9	+3%	+4.7***	+17%
		30.5	-0.2	-1%	-	-
		31.0	-	-	+4.0	+15%
		31.2	+1.4	+5%	-	-
		30.9	+1.8	+6%	-	-
		31.2	+2.1	+7%	-	-
		31.3	-	-	+4.8	+18%
		30.9	-	-	+4.8	+18%
		31.3	-	-	+5.2	+20%
		30.0	+2.9	+10%	-	-
		31.3	+1.3	+4%	+4.8*	+18%
		-	-	-	-	-
		29.8	-2.0	-6%	-	-
		-	-	-	-	-
		Tortillons (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)				
		22.4	-0.7	-3%	2.4**	+10%
		23.2	+1.0	+5%	+0.1	+0%
		22.0	-0.4*	-2%	-	-
		22.6	-0.6	-2%	-1.8***	-7%
		22.5	-1.4	-6%	-	-
		22.4	-1.2	-6%	-	-
		22.5	-2.2	-5%	-	-
		22.4	-	-	2.3**	9%
		22.4	-	-	-2.7*	-11%
		22.4	-	-	-2.7**	-11%
		23.9	-1.1	-4%	-1.9	-7%
		21.0	-1.4*	-6%	-4.1***	-16%
		20.0	-1.5	-7%	-2.0	-9%
		22.3	-1.5	-6%	-1.9	-8%
		23.3	-	-	-	-

		T2 2021	Evol. T1-T2	%	Evol. T0-T2	%
		Moy	g/100g	%	g/100g	%
		Mini cakes (T0 n:3 ; T1 n:2 ; T2 n:0)				
		0.0	-21.6	-100%	-20.9	-100%
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retourné par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

* - : aucun produit collecté, « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Coefficients gris : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière ou au sein des références apportées ou entre 2 sous-groupes non testés

Cas en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Cas en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

Significativité : ** si p<0.01, * si p<0.05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)

T2 2021		Evol. T1-T2	Evol. T0-T2		
Moy		g/100g	%	g/100g	%
Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)					
56.0		+1.2	+2%	+2.2	+4%
56.0		+0.3	+0%	+2.9*	+5%
55.8		+0.5	+1%	-	-
55.3		-	-	+0.6	+1%
56.2		+1.4	+3%	-	-
56.0		+1.6	+3%	-	-
56.2		+1.8	+3%	-	-
56.4		-	-	+2.7	+5%
56.0		-	-	+3.0	+6%
56.4		-	-	+3.5	+7%
-		-	-	-	-
56.1		+1.6	+3%	+2.6	+5%
55.3		-0.1	-0%	+1.0	+2%
Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)					
29.6		-2.4	-8%	-	-
30.5		-0.5	-1%	-	-
25.0		-8.5	-25%	-	-
-		-	-	-	-
29.4		-1.6	-5%	-	-
28.6		-1.1	-4%	-	-
29.4		-0.3	-1%	-	-
28.6		-	-	-	-
28.6		-	-	-	-
28.6		-	-	-	-
27.7		-0.7	-2%	-	-
28.5		-5.0	-15%	-	-
-		-	-	-	-
31.9		+0.9	+3%	-	-
Crêpes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)					
37.3		+0.4	+1%	+2.6	+7%
37.2		+0.4	+1%	+0.5	+1%
37.1		-0.3	-1%	-	-
37.2		-	-	-0.3	-1%
37.4		+0.5	+1%	-	-
37.3		+2.1	+6%	-	-
37.4		+2.1	+6%	-	-
37.3		-	-	+2.6	+8%
37.3		-	-	+3.9	+12%
37.1		-	-	+3.9*	+12%
37.1		+5.5	+18%	+3.8	+12%
37.5		+0.3	+1%	+0.4	+1%
36.8		-	-	-	-
Grossins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)					
14.3		+0.4	+3%	+1.1	+9%
15.9		+1.1	+7%	+3.6**	+29%
16.9		+0.8	+5%	-	-
14.5		-	-	+1.1	+8%
13.4		-0.5	-4%	-	-
14.3		+2.3	+19%	-	-
13.4		+1.4	+12%	-	-
14.2		-	-	+1.1	+8%
14.2		-	-	+2.3	+20%
14.2		-	-	+2.3	+19%
12.8		+2.8	+28%	+2.6	+25%
17.0		+0.4	+2%	+3.5	+25%
14.0		+0.8	+6%	+0.3	+2%
11.3		-	-	-	-
Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)					
30.9		+1.1	+4%	+4.4	+16%
31.5		+0.9	+3%	+4.7***	+17%
30.5		-0.2	-1%	-	-
31.0		-	-	+4.0	+15%
31.2		+1.4	+5%	-	-
30.9		+1.8	+6%	-	-
31.2		+2.1	+7%	-	-
31.3		-	-	+4.8	+18%
30.9		-	-	+4.8	+18%
31.3		+1.3	+4%	+4.8*	+18%
31.3		-	-	-	-
29.8		-2.0	-6%	-	-
Tortillas (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)					
22.4		-0.7	-3%	-2.4**	-10%
23.2		+1.0	+5%	+0.1	+0%
22.0		0.4*	2%	-	-
22.6		-	-	1.8***	7%
22.5		-0.6	-2%	-	-
22.4		-1.4	-6%	-	-
22.5		-1.2	-5%	-	-
22.4		-	-	2.3**	9%
22.4		-	-	2.7*	11%
23.9		-1.1	-4%	-2.7**	-11%
23.1		-1.4*	-6%	-4.1***	-16%
20.0		-1.5	-7%	-2.0	-9%
22.3		-1.5	-6%	-1.9	-8%
23.3		-	-	-	-

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), parmi les 3 **diminutions significatives** des teneurs moyennes en matières grasses, observées à l'échelle des familles entières :

- **toutes peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre** se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement plus faible que l'offre de 2013 (Arachides et graines, Soufflés et Tuiles) ;
- **1 peut être expliquée par des reformulations** à la baisse pour une famille (Tuiles).

A noter que pour ces 3 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Arachides et graines et Tuiles), les marques nationales (Soufflés) et les enseignes à dominantes marques propres (Tuiles).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), parmi les 3 évolutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses, observées à l'échelle des familles entières :

- 3 peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement plus faibles de celle de l'offre de 2009 pour les 3 familles (Mélange de fruits et graines, Tortillas et Tuiles) ;
- 2 peuvent être expliquées par des reformulations à la baisse pour les 2 familles (Tortillas et Tuiles).

A noter que pour 2 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Tortillas et Tuiles) et les enseignes à dominantes marques propres (Tuiles).

Ci-dessous sont détaillés les résultats des familles pour lesquelles l'évolution significative des teneurs moyennes en matières grasses, sans pondération par les parts de marché, peut être expliquée par le renouvellement de l'offre et/ou des efforts de reformulations et/ou portées essentiellement par tout ou partie des segments de marché.

Arachides et graines

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses, observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-2,7g/100g) et peut être, en partie, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-3,8g/100g) et à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-3,8g/100g);
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en matières grasses est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -2,7g/100g).

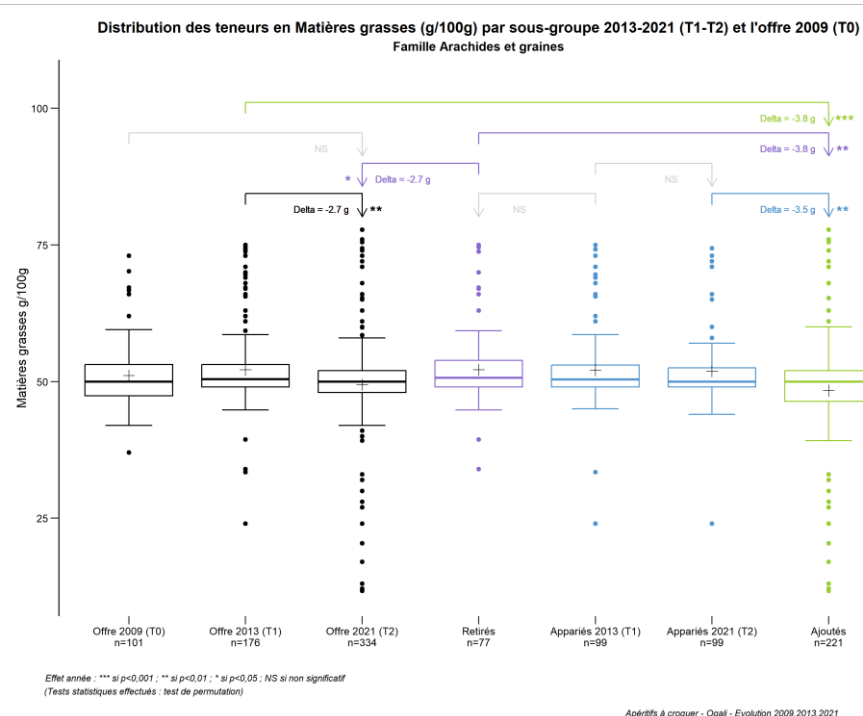


Figure 9 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Arachides et graines

Mélange de fruits et graines

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses, observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, peut-être, en partie, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en matières grasses est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -6,2g/100g).

Soufflés

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses observée, entre, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales (-3,6g/100g) et peut être, en partie, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-2,2g/100g) et à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-2,4g/100g);
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en matières grasses est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -1,6g/100g).

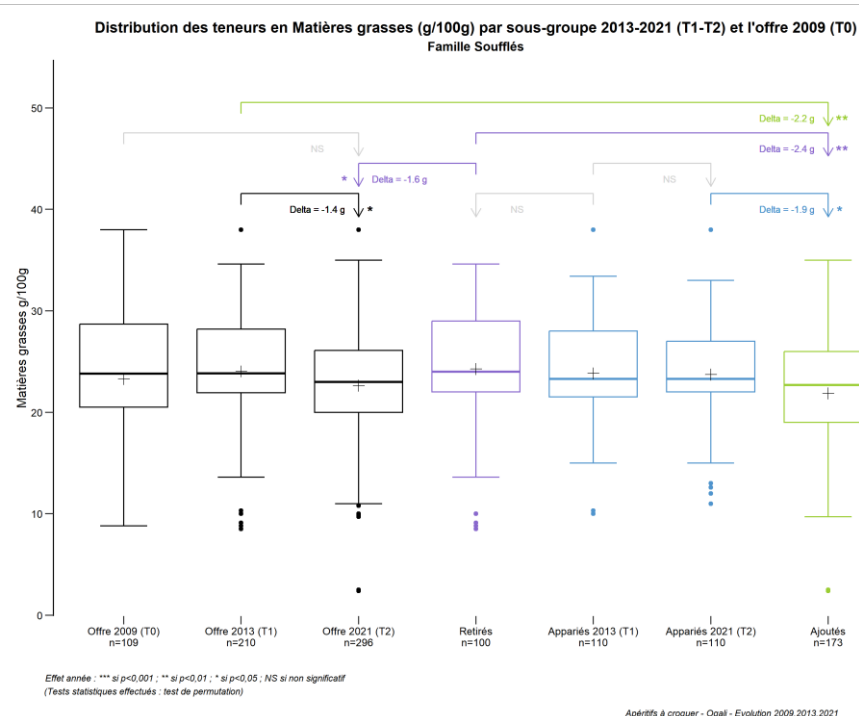


Figure 10 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés

Tortillas

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-4,1g/100g) et peut être expliquée par :

- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en matières grasses entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-1,8g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 86% des produits appariés de cette famille (12 couples sur 14).
- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-2,3g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2009 retirés (T0) (-2,7g/100g);
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en matières grasses est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -2,7g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marques propres (respectivement -1,7 et -4,1 g/100g) et peut être, expliquée par :

-un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en matières grasses significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-2,4g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-3,0g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en matières grasses est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -3,0g/100g).

- des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en matières grasses entre 2013 et 2021 (T1-T2) (-1,9g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 83% des produits appariés de cette famille (29 couples sur 35)(Figure 12).

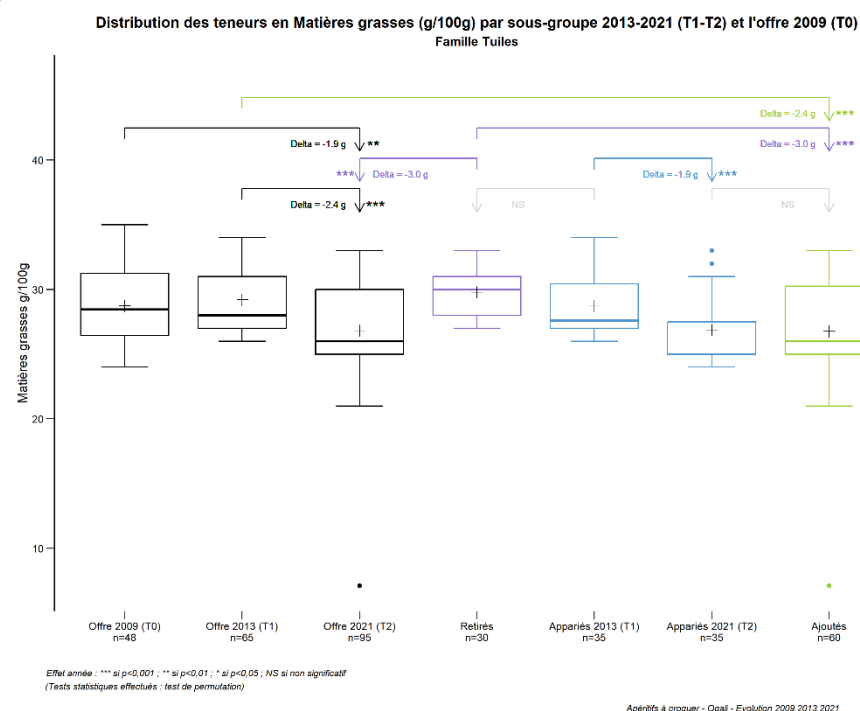
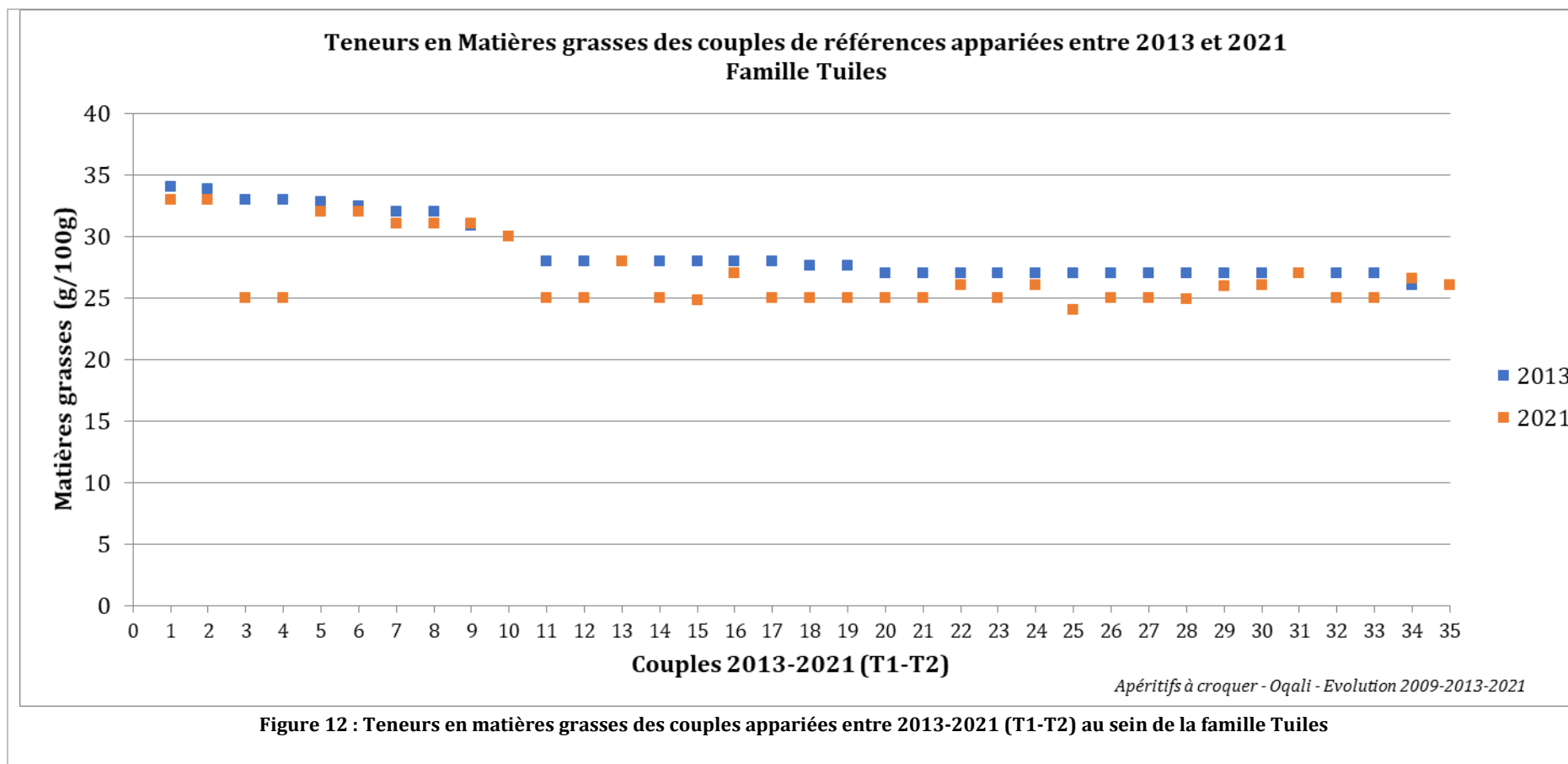


Figure 11 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marque propre (respectivement -1,2g et -4,8/100g) et peut être, expliquée par :

- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en matières grasses entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-2,1g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 72% des produits appariés de cette famille (18 couples sur 25).

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en **matières grasses** significativement supérieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-2,0g/100g)

5.1.4. Acides gras saturés

Le Tableau 12 présente les évolutions des teneurs en acides gras saturés (AGS) entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour l'ensemble des familles à l'échelle de l'offre entière avec et sans pondération par les parts de marché.

Tableau 12 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière en nombre de références et en pondérant par les parts de marché

ACIDES GRAS SATURÉS	Nombre de références					En pondérant par les parts de marché				
	T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines (T0 n:114 ; T1 n:214 ; T2 n:334)	7,1	-0,9***	-12%	-1,5***	-18%	7,1	-0,9***	-11%	-1,8***	-20%
Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)	35,6	-6,5***	-15%	-6,9***	-16%	34,5	-9,9***	-22%	-8,3***	-19%
Cacahuètes enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:38)	4,1	-1,7***	-30%	-3,7***	-48%	4,7	-3,1***	-40%	-3,5***	-43%
Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)	4,2	+0,3	+7%	-	-	5,1	+0,9	+22%	-	-
Cocktail de fruits (T0 n:7 ; T1 n:22 ; T2 n:24)	5,6	-1,6	-23%	-4,4	-44%	9,2	+0,9	+11%	-1,9	-17%
Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)	8,0	-1,5*	-16%	-3,4**	-30%	8,5	-3,6***	-30%	-4,2***	-33%
Crêpes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)	16,2	-14,3***	-47%	-8,2***	-33%	16,2	-15,4***	-49%	-11,2**	-41%
Feuilletés (T0 n:33 ; T1 n:55 ; T2 n:89)	16,4	+1,3	+9%	-1,0	-6%	14,3	-1,4	-9%	-3,2*	-18%
Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:16)	29,7	+1,9	+7%	-7,5*	-20%	25,5	-8,9***	-26%	-10,7***	-30%
Gressins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)	2,8	-0,7	-21%	-0,2	-8%	2,8	-0,7	-19%	+0,1	+2%
Mélanges de fruits et graines (T0 n:19 ; T1 n:50 ; T2 n:154)	4,4	+0,8	+23%	-0,8	-15%	4,2	+0,7	+19%	-0,8	-16%
Mélanges asiatiques (T0 n:5 ; T1 n:14 ; T2 n:9)	1,3	-0,6	-31%	-0,4	-22%	1,5	+0,0	+2%	+0,3	+26%
Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)	2,7	-0,0	-2%	+0,3	+12%	2,6	-0,2	-6%	+0,2*	+9%
Soufflés (T0 n:124 ; T1 n:259 ; T2 n:296)	2,9	-2,9***	-50%	-4,3***	-59%	4,0	-2,1***	-34%	-4,2***	-51%
Bretzels (T0 n:10 ; T1 n:26 ; T2 n:34)	0,6	-0,8**	-56%	-0,8*	-55%	0,5	-1,3***	-72%	-0,6***	-54%
Tortillas (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)	2,4	-3,3***	-57%	-7,5***	-75%	2,8	-2,1***	-43%	-6,0***	-68%
Tuiles (T0 n:52 ; T1 n:67 ; T2 n:95)	2,7	-4,7***	-63%	-6,4***	-70%	2,8	-3,2***	-53%	-5,9***	-67%
Autres apéritifs à croquer (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:21)	5,3	+2,2	+72%	-	-	5,1	+2,0	+64%	-	-

* ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté ; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne

Significativité : ***si p<0,001 ; **si p<0,01 ; *si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), sans pondération par les parts de marché, 9 familles sur les 18 testées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés (AGS) de -12% à -63%, selon les familles (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles)

Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021) (T0-T2), 10 familles parmi les 16 testées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés de -16% à -75%, selon les familles (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Gaufrettes, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles).

Par ailleurs, en intégrant les parts de marché aux analyses, les évolutions significatives des teneurs moyennes pondérées en acides gras saturés sont observées sur les périodes considérées :

- Entre les 2 derniers suivis (2013-2021) (T1-T2), 10 familles parmi les 18 testées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée de -11% à -72%, selon les familles (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Gaufrettes, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles) ;
- Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021) (T1-T2), parmi les 16 familles testées :
 - 1 famille présente une augmentation significative de la teneur moyenne pondérée de +9% (Chips de crevette). A noter que cette famille présente un faible effectif au T0 ;
 - 11 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée de -18% à -68%, selon les familles (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Feuilletés, Gaufrettes, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles).

Le Tableau 13 présente les évolutions des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) et 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle des familles entières, avec et sans pondération, par sous-groupe et par segment de marché.

Tableau 13 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour les familles avec une évolution significative à l'échelle de l'offre entière

Acides gras saturés (g/100g)		T2 2021	Evol. T1-T2	T2 2021	Evol. T0-T2	
		Moy	g/100g	%	g/100g	%
		Arachides et graines (T0 n:14 ; T1 n:214 ; T2 n:334)				
TOUS PRODUITS		7.1	0.9***	-12%	1.5***	18%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	7.1	-0.9***	-11%	-1.8***	-20%
	Produits appartenant T1-T2	7.3	-0.9***	-11%	-	-
REFORMULATIONS		7.4	-	-	-0.9***	-11%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	7.0	-1.1***	-13%	-
		Retirés vs Offre T2	7.1	-0.7**	-9%	-
		Retirés vs Ajoutés	7.0	-0.8*	-11%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7.0	-	-1.5***	-18%
		Retirés vs Offre T2	7.1	-	-1.9***	-21%
		Retirés vs Ajoutés	7.0	-	-1.9***	-21%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	6.9	0.7	9%	-1.7*	-20%
	MDD	7.2	-1.1**	-13%	-1.4**	-21%
	MDDeg	7.0	0.8	11%	0.8	11%
	EDMP	7.5	-0.4	-5%	-1.3	-14%
	DS bio	4.2	-	-	-	-
		Cacahuètes enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:30)				
TOUS PRODUITS		4.1	-1.7***	-30%	-3.7***	-40%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	4.7	-3.1***	-40%	-3.5***	-43%
	Produits appartenant T1-T2	4.1	1.5*	26%	-	-
REFORMULATIONS		4.1	-	-	-4.3*	-51%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	4.1	1.7**	30%	-
		Retirés vs Offre T2	4.1	-2.0**	-33%	-
		Retirés vs Ajoutés	4.1	-2.0**	-33%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	4.1	-	-3.7***	-48%
		Retirés vs Offre T2	4.1	-	-3.3***	-45%
		Retirés vs Ajoutés	4.1	-	-3.2***	-44%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	5.0	-2.5**	-33%	-2.2**	-31%
	MDD	3.5	0.2	5%	4.7***	57%
	MDDeg	-	-	-	-	-
	EDMP	4.1	2.9	42%	4.3**	51%
	DS bio	-	-	-	-	-
		Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)				
TOUS PRODUITS		8.0	-1.5*	-16%	3.4**	30%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	8.5	-3.6***	-30%	-4.2***	-33%
	Produits appartenant T1-T2	7.7	-2.7***	-26%	-	-
REFORMULATIONS		12.4	-	-	1.9*	13%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	8.3	-1.2	-13%	-
		Retirés vs Offre T2	8.0	0.8	9%	-
		Retirés vs Ajoutés	8.3	-0.5	-5%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7.7	-	3.7**	32%
		Retirés vs Offre T2	8.0	-	-1.7	-17%
		Retirés vs Ajoutés	7.7	-	-1.9	-20%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	7.7	-2.7	-26%	-2.6	-25%
	MDD	8.5	-1.3	-13%	-4.8*	-36%
	MDDeg	4.1	-6.3	-61%	5.9	59%
	EDMP	5.5	-1.6	-22%	-0.5	-9%
	DS bio	13.4	-	-	-	-
		Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:16)				
TOUS PRODUITS		29.7	+1.9	+7%	-7.5*	-20%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	25.5	8.9***	26%	10.7***	30%
	Produits appartenant T1-T2	34.4	-2.0	6%	-	-
REFORMULATIONS		32.3	-	-	-4.0	-11%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	28.7	+0.9	+3%	-
		Retirés vs Offre T2	29.7	+7.7	+35%	-
		Retirés vs Ajoutés	28.7	+6.7	+30%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	27.7	-	-9.5	-26%
		Retirés vs Offre T2	29.7	-	-10.7	-26%
		Retirés vs Ajoutés	27.7	-	-12.7	-31%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	17.8	+9.7	+121%	-	-
	MDD	32.4	-0.2	-1%	3.5	10%
	MDDeg	-	-	-	-	-
	EDMP	32.8	-0.3	-1%	-15.0	-31%
	DS bio	-	-	-	-	-
		Mélanges asiatiques (T0 n:5 ; T1 n:14 ; T2 n:9)				
TOUS PRODUITS		1.3	-0.6	-31%	-0.4	-22%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	1.5	+0.0	+2%	+0.3	+26%
	Produits appartenant T1-T2	1.3	-0.5	-20%	-	-
REFORMULATIONS		-	-	-	-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	1.4	-0.5	-26%	-
		Retirés vs Offre T2	1.3	-0.6	-32%	-
		Retirés vs Ajoutés	1.4	-0.5	-27%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	1.3	-	0.4	22%
		Retirés vs Offre T2	1.3	-	-0.4	-22%
		Retirés vs Ajoutés	1.3	-	-0.4	-22%
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	1.3	-1.0	-42%	-	-
	MDD	1.3	-0.4	-24%	-1.1	-45%
	MDDeg	-	-	-	-	-
	EDMP	-	-	-	-	-
	DS bio	-	-	-	-	-
		Bretzels (T0 n:10 ; T1 n:26 ; T2 n:34)				
TOUS PRODUITS		0.6	0.8**	56%	0.8*	55%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	0.5	1.3***	72%	0.6***	54%
	Produits appartenant T1-T2	0.6	-0.6	-50%	-	-
REFORMULATIONS		0.4	-	-	-1.0	-74%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	0.7	-0.8	-53%	-
		Retirés vs Offre T2	0.6	-1.4*	-69%	-
		Retirés vs Ajoutés	0.7	1.3	66%	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	0.7	-	-0.7	-50%
		Retirés vs Offre T2	0.6	-	-	-
		Retirés vs Ajoutés	0.7	-	-	-
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	0.9	1.9**	67%	-0.1	-8%
	MDD	0.4	-0.3	-40%	-1.2**	-74%
	MDDeg	0.3	+0.1	+25%	0.0	75%
	EDMP	0.5	-0.6	-55%	-	-
	DS bio	1.0	-	-	-	-
		Autres apéritifs à croquer (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:21)				
TOUS PRODUITS		5.3	+2.2	+72%	-	-
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché¹	5.1	+2.0	+64%	-	-
	Produits appartenant T1-T2	3.7	+0.6	+19%	-	-
REFORMULATIONS		-	-	-	-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	5.4	+2.3	+75%	-
		Retirés vs Offre T2	5.3	-	-	-
		Retirés vs Ajoutés	5.4	-	-	-
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5.3	-	-	-
		Retirés vs Offre T2	5.3	-	-	-
		Retirés vs Ajoutés	5.3	-	-	-
SEGMENTS DE MARCHÉ	MN	6.1	-	-	-	-
	MDD	3.9	+0.0	+26%	-	-
	MDDeg	-	-	-	-	-
	EDMP	6.4	-	-	-	-
	DS bio	3.1	-	-	-	-

		T2 2021	Evol. T1-T2	T2 2021	Evol. T0-T2	
		Moy	g/100g	%	g/100g	%
		Choix (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)				
		35.6	6.5***	15%	6.9***	16%
		34.5	-9.9***	-22%	-8.3***	-19%
		35.2	-7.8*	-18%	-	-
		35.5	-	-	-7.0	-16%
		36.0	-6.1*	-14%	-	-
		35.6	5.8*	14%	-	-
		36.0	-5.4	-13%	-	-
		35.7	-	-	-6.7*	-16%
		35.6	-	-	-6.8*	-16%
		35.7	-	-	-6.7*	-16%
		35.2	-6.0**	-14%	-7.3**	-17%
		37.8	-7.3	-16%	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-

* ratio des volumes des produits identifiés par l'Opali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy. moyenne

« - » : aucun produit collecté ; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appartenant ou entre 2 sous-groupes non testés

Cas en orange : augmentation significative de la teneur moyenne, pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

Cas en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

Significativité : ***p<0.001 ; **p<0.01 ; *p<0.05 (Test statistique effectuant : test de permutation)

T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)									
35.6	6.5***	15%	6.9***	16%	0.0	10.1	100%	9.2	100%
34.5	-9.9***	-22%	-8.3***	-19%	-	-	-	-	-
35.2	-7.8*	-18%	-	-	-	-	-	-	-
35.5	-	-	7.0	16%	-	-	-	-	-
36.0	-6.1*	-14%	-	-	-	-	-	-	-
35.6	-5.8*	-14%	-	-	-	-	-	-	-
36.0	-5.4	-13%	-	-	-	-	-	-	-
35.7	-	-	-6.7*	-16%	-	-	-	-	-
35.6	-	-	-6.8*	-16%	-	-	-	-	-
35.7	-	-	-6.7*	-16%	-	-	-	-	-
35.2	-6.0**	-14%	-7.3**	-17%	-	-	-	-	-
37.8	-7.3	-16%	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)									
4.2	+0.3	+7%	-	-	5.6	-1.6	-29%	-4.4	-44%
5.1	+0.9	+22%	-	-	9.2	+0.9	+11%	1.9	17%
-	-	-	-	-	10.8	+2.0	+22%	-	-
-	-	-	-	-	13.9	-	-	+6.9	199%
4.3	+0.4	+10%	-	-	3.2	-4.0	-55%	-	-
4.2	+0.3	+7%	-	-	5.6	-0.3	-5%	-	-
4.3	+0.4	+10%	-	-	3.2	-2.7	-45%	-	-
4.2	-	-	-	-	4.5	-	-	-5.5	-55%
4.2	-	-	-	-	5.6	-	-	-10.4	-65%
4.2	-	-	-	-	4.5	-	-	-11.5	-72%
4.0	-0.3	-8%	-	-	2.4	-2.8	-54%	-	-
3.4	-	-	-	-	8.8	+0.9	+11%	-1.2	12%
5.9	+2.3	+64%	-	-	7.1	+1.1	+18%	-	-
-	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-
Crêpes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)									
16.2	-14.3***	-47%	-8.2***	-33%	16.4	+1.3	+9%	-1.0	-6%
16.2	-15.4***	-49%	-11.2**	-41%	14.3	-1.4	-9%	-3.2*	-18%
15.8	-15.5***	-50%	-	-	14.9	-0.2	-2%	-	-
15.5	-	-	-18.3	-54%	17.5	-	-	+0.2	+1%
16.4	-14.1***	-46%	-	-	14.7	+2.4	+16%	-	-
16.2	-11.4***	-41%	-	-	17.4	+1.6	+9%	-	-
16.4	-11.3***	-41%	-	-	16.5	+7.5	+17%	-	-
16.4	-	-	8.0***	33%	16.6	-	-	-0.8	4%
16.2	-	-	-5.3**	-25%	16.4	-	-	-3.8	-19%
16.4	-	-	-5.1**	-24%	16.6	-	-	-3.5	-17%
16.7	+4.6	+38%	4.0	19%	16.6	+1.6	+11%	-0.1	-0%
15.9	-15.7***	-50%	-17.8***	-52%	16.4	+1.1	+7%	+1.0	+6%
16.3	-	-	-	-	15.5	+1.4	+10%	-7.5***	-33%
-	-	-	-	-	19.2	-	-	-	-
Gressins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)									
2.8	-0.7	-21%	-0.2	-8%	4.4	+0.8	+23%	-0.8	-15%
2.8	0.7	19%	+0.1	+2%	4.2	+0.7	+19%	0.8	16%
3.5	-0.3	-8%	-	-	2.8	0.2	7%	-	-
2.7	-	-	-0.4	-13%	4.3	-	-	+0.0	0%
2.5	1.0	28%	-	-	4.7	+1.1	+32%	-	-
2.8	-0.3	-10%	-	-	4.4	-0.1	-1%	-	-
2.5	0.5	18%	-	-	4.7	+0.3	+6%	-	-
2.8	-	-	-0.2	-5%	4.4	-	-	-0.7	-15%
2.8	-	-	0.0	1%	4.4	-	-	-1.2	21%
2.8	+0.1	+2%	-	-	4.4	-	-	-1.1	21%
2.4	-0.6	-19%	+0.8	+54%	4.7	+1.3	+38%	2.7	36%
3.7	-0.1	-3%	+0.8	+30%	3.9	+0.4	+13%	-0.1	-3%
-	-	-	-	-	4.8	-0.7	-12%	-	-
2.1	-1.1	-36%	3.0	60%	4.7	-0.3	-7%	-	-
1.8	-	-	-	-	3.6	-	-	-	-
Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)									
2.7	-0.0	-2%	+0.3	+12%	2.9	-2.9***	-50%	4.3***	59%
2.6	-0.2	-6%	+0.2*	+9%	4.0	-2.1***	-34%	4.2***	51%
2.4	-0.3	-11%	-	-	2.9	-2.9***	-44%	-	-
2.9	+0.1	+5%	-	-	2.8	-3.0***	-52%	5.2***	65%
2.7	0.1	2%	-	-	2.9	-3.7***	-56%	-	-
2.9	+0.1	+5%	-	-	2.8	-3.8***	-57%	-	-
2.7	-	-	+0.3	+14%	2.8	-	-	4.4***	61%
2.7	-	-	+0.3	11%	2.9	-	-	3.4***	53%
2.7	-	-	+0.3	+14%	2.8	-	-	3.5***	56%
3.8	+1.2	+46%	-	-	2.8	-2.7***	-49%	-8.2***	-75%
2.6	0.2	6%	+0.2	+6%	2.5	-3.3***	-57%	4.8***	66%
2.2	-0.6	-21%	-	-	8.3	+0.8	+10%	-	-
-	-	-	-	-	2.7	-3.9***	-59%	-1.0*	28%
Tortillas (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)									
2.4	3.3***	57%	7.5***	75%	2.7	4.7***	63%	6.4***	70%
2.8	2.1***	43%	6.0***	68%	2.8	3.2***	53%	5.9***	67%
2.3	-1.3	-37%	-	-	2.5	-5.6***	-69%	-	-
2.5	-	-	-6.1*	-71%	2.6	-	-	-7.0***	-73%
2.5	3.2***	56%	-	-	2.8	-4.6***	-62%	-	-
2.4	-5.7***	-70%	-	-	2.7	-3.9***	-59%	-	-
2.5	5.6***	69%	-	-	2.8	3.8***	58%	-	-
2.5	-	-	-7.5***	-75%	2.7	-	-	-6.3***	-70%
2.4	-	-	-8.6***	-78%	2.7	-	-	-5.6***	-67%
2.5	-	-	-8.5***	-77%	2.7	-	-	-5.6***	-67%
2.8	+0.4	+19%	+0.1	+5%	3.1	1.2***	27%	3.6***	53%
2.1	-3.6***	-63%	9.8***	83%	2.5	-6.6***	-73%	-10.0***	-80%
5.5	4.0	42%	4.5	45%	2.5	-6.9***	-74%	-0.8***	25%
2.2	-4.6*	-68%	-9.2*	-81%	-	-	-	-	-
2.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), parmi les **9 diminutions significatives** des teneurs moyennes en acides gras saturés, observées à l'échelle des familles entières :

- 8 peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés plus faible que l'offre de 2013 (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crêpes dentelles, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles)
- 7 peuvent être expliquées par des reformulations à la baisse (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Soufflés et Tuiles)

A noter que pour 8 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Arachides et graines, Choux, Crêpes dentelles, Soufflés, Tortillas et Tuiles), les marques nationales (Cacahuètes enrobées salées, Soufflés, Bretzels et Tuiles) et les enseignes à dominantes marques propres (Soufflés, Tortillas et Tuiles).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), parmi les 10 évolutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés, observées à l'échelle des familles entières :

- 8 peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus faibles de celle de l'offre de 2009 (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif, Crêpes dentelles, Soufflés, Tortillas et Tuiles) ;
- 6 peuvent être expliquées par des reformulations à la baisse (Arachides et graines, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif, Soufflés, Tortillas et Tuiles)

A noter que pour 9 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Arachides et graines, Choux, Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif, Crêpes dentelles, Bretzels, Soufflés, Tortillas et Tuiles), les marques nationales (Arachides et graines, Cacahuètes enrobées salées, Soufflés et Tuiles) et les enseignes à dominantes marques propres (Cacahuètes enrobées salées, Soufflés, Tortillas et Tuiles).

Ci-dessous sont détaillés les résultats des familles pour lesquelles l'évolution significative des teneurs moyennes en matières grasses, sans pondération par les parts de marché, peut être expliquée par le renouvellement de l'offre et/ou des efforts de reformulations et/ou portées essentiellement par tout ou partie des segments de marché.

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-1,1g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-1,1g/100g) et à celle des produits retirés de 2013 (T1) (-0,8g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,7g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés** (-0,9g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 65% des produits appariés de cette famille (57 couples sur 87)(Figure 14).

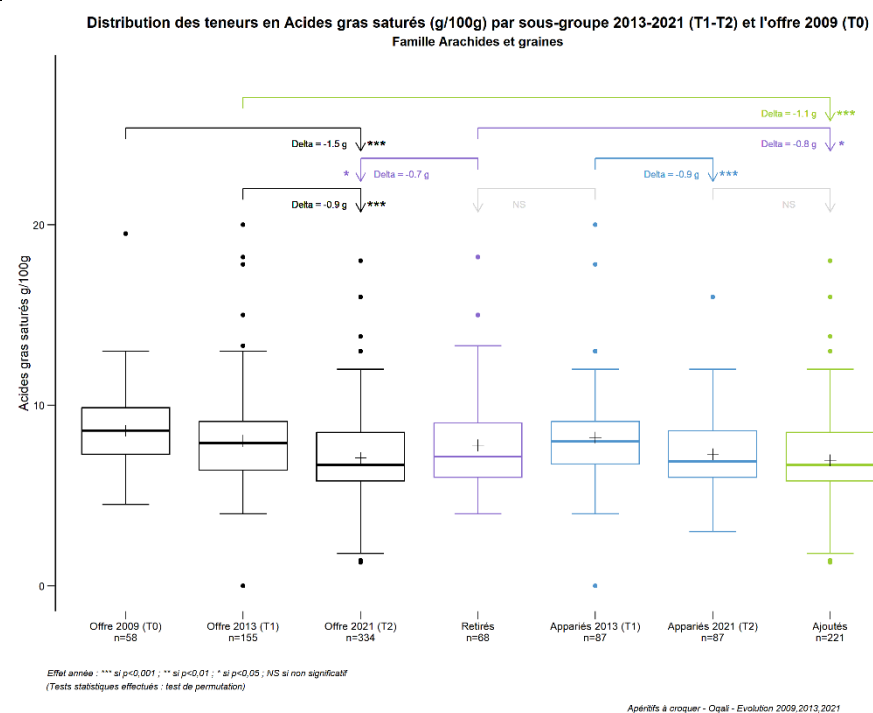
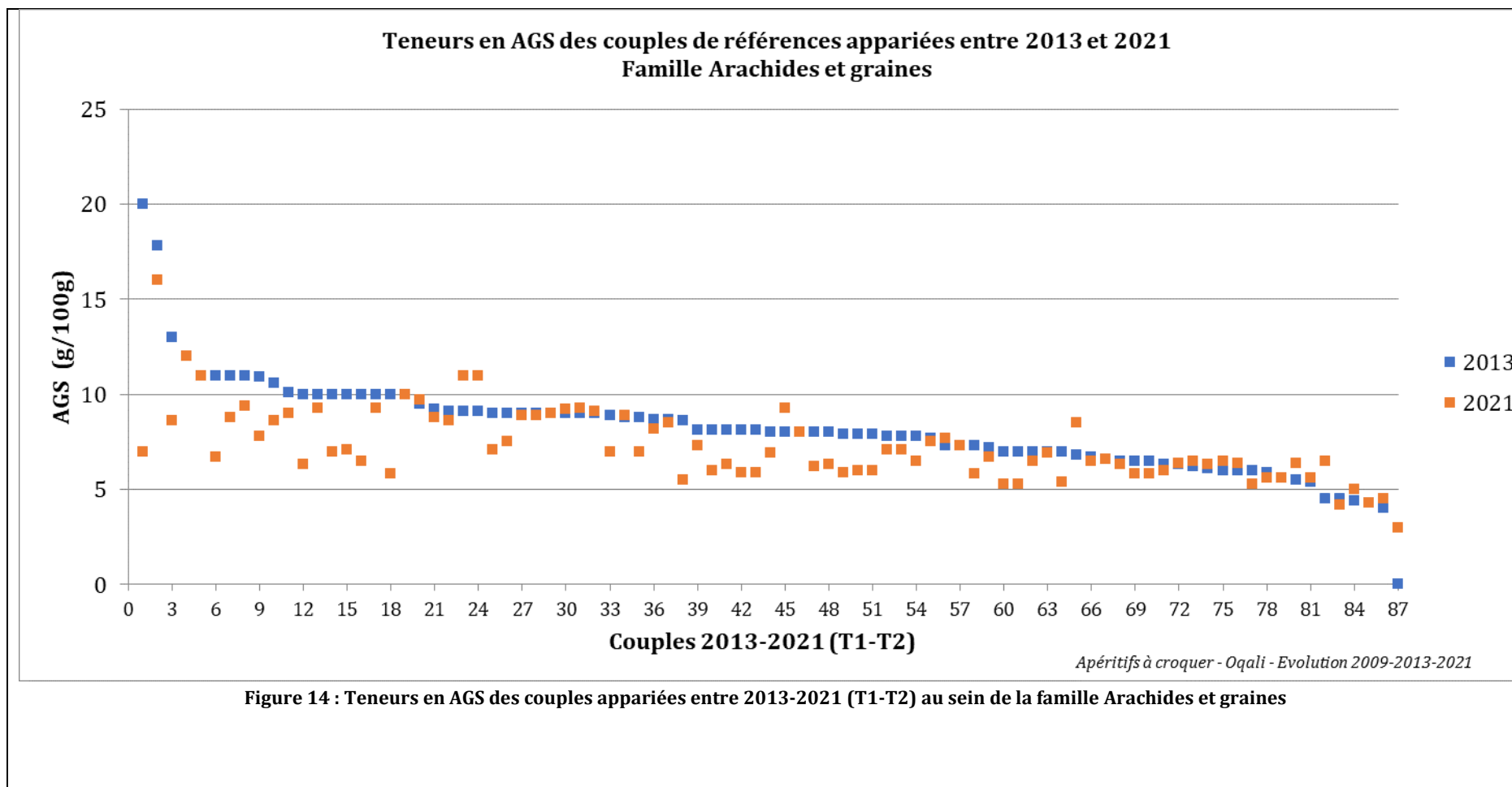


Figure 13 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Arachides et graines



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales et marques de distributeurs (respectivement -1,7g et -1,4g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieur à celle de l'offre de 2009 (T0) (-1,5g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2009 retirés (T0) (-1,9g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -1,9g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-0,9g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 73% des produits appariés de cette famille (24 couples sur 33).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-6,0g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (- 6,1g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de - 5,8g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (- 7,8g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur la totalité des produits appariés de cette famille (**Figure 15**).

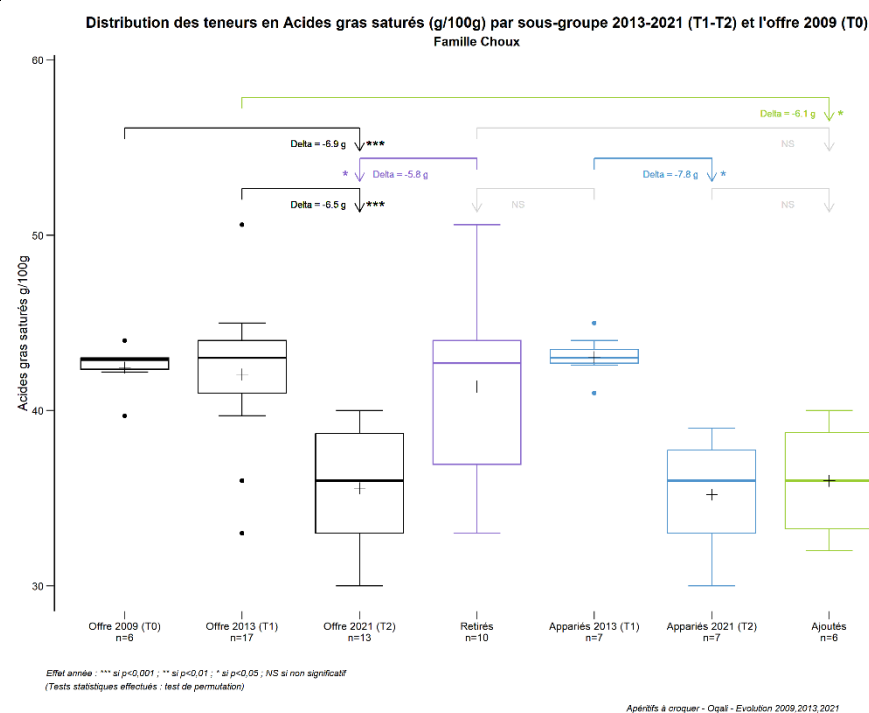
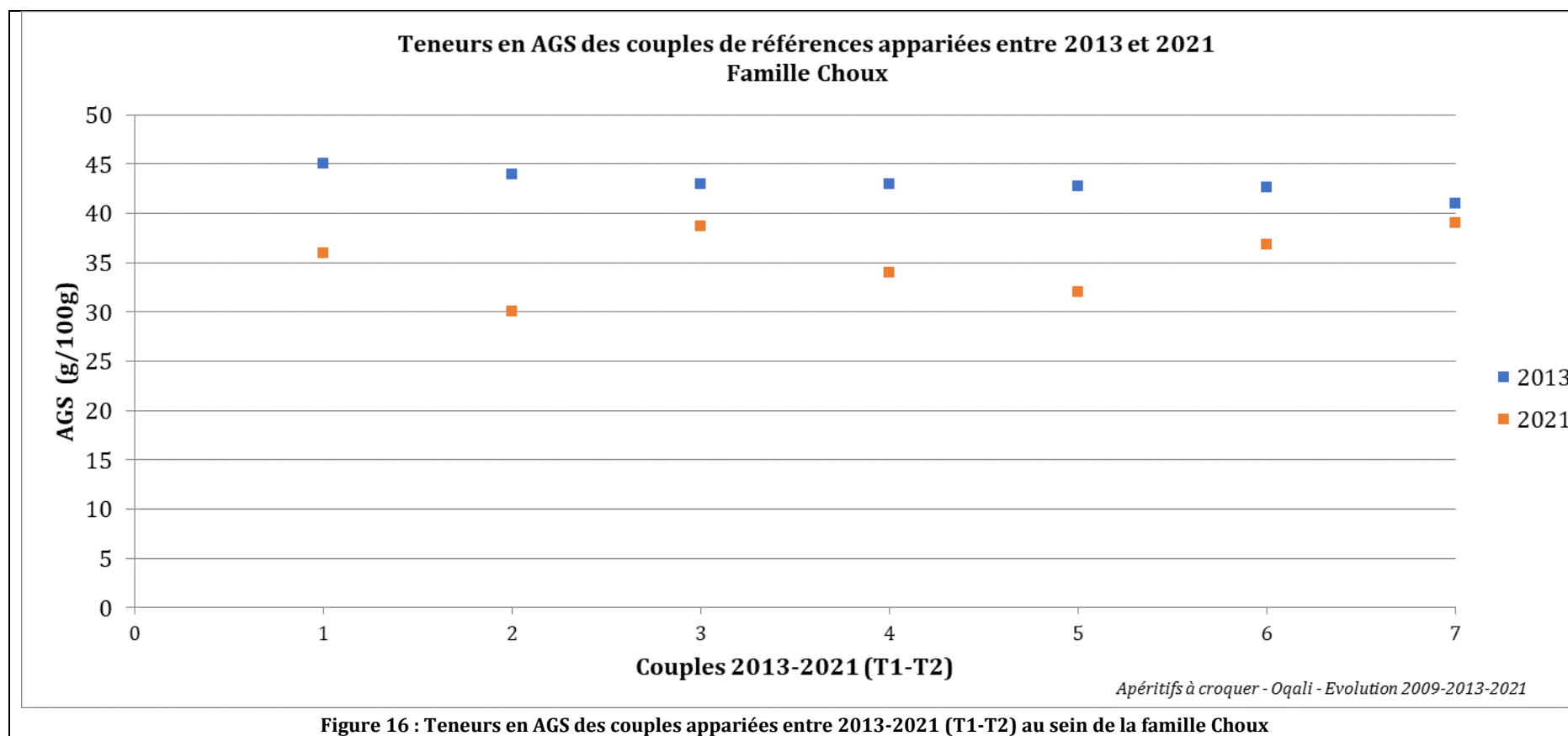


Figure 15 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Choux



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par marques de distributeurs (-7,3g/100g et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieur à celle de l'offre de 2009 (T0) (-6,7g/100g) et à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-6,7g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -6,8g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales (-2,5g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-1,7g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2013 (T1) (-2,0g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -2,0g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-1,5g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 70% des produits appariés de cette famille (7 couples sur 10)(Figure 18).

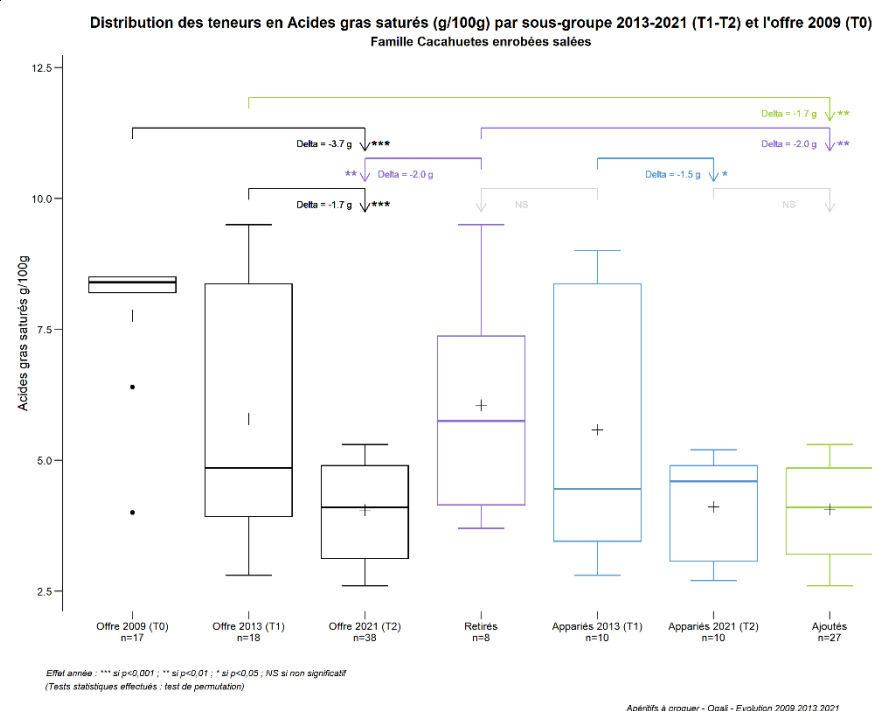
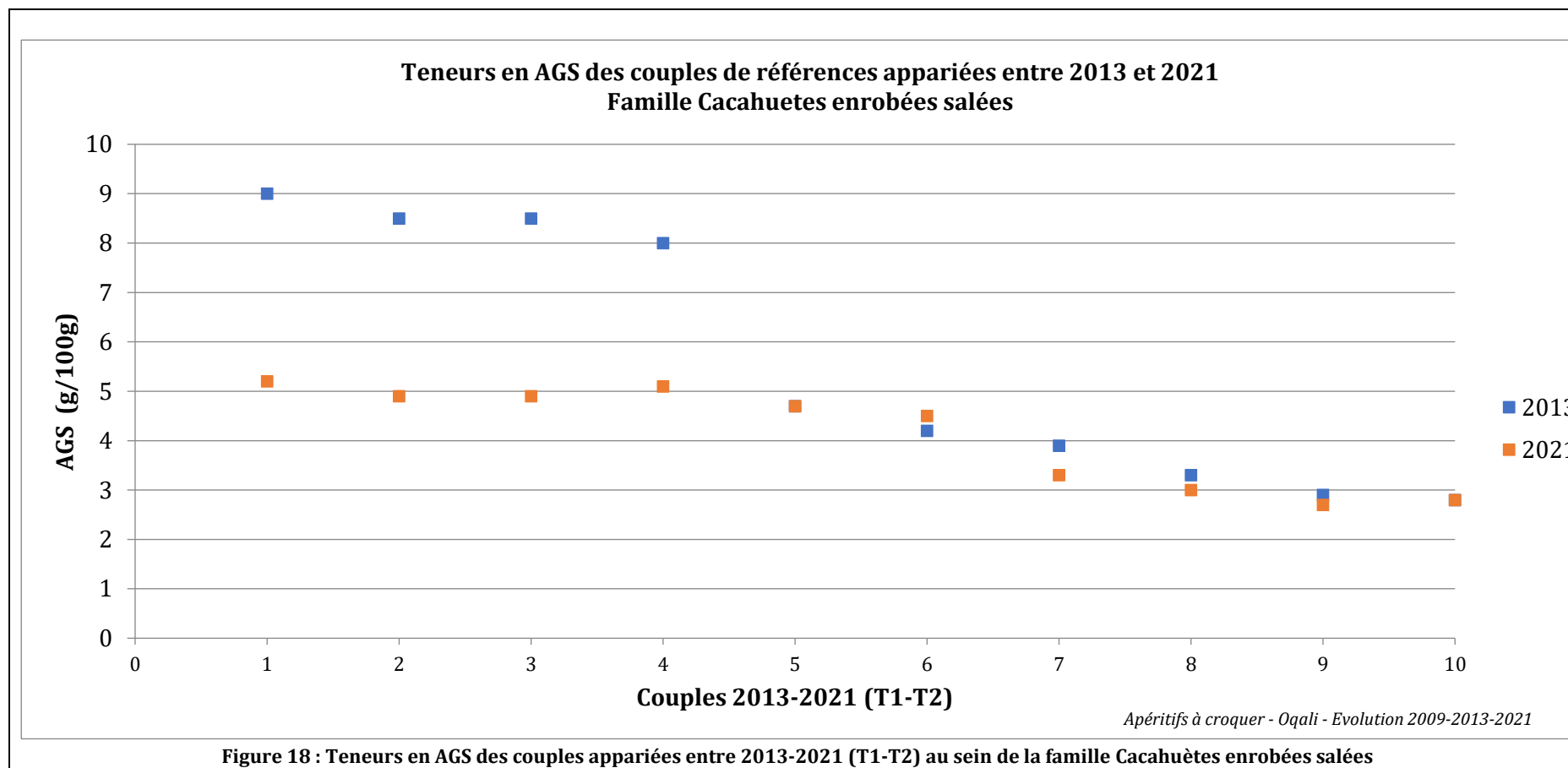


Figure 17 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Cacahuètes enrobées salées

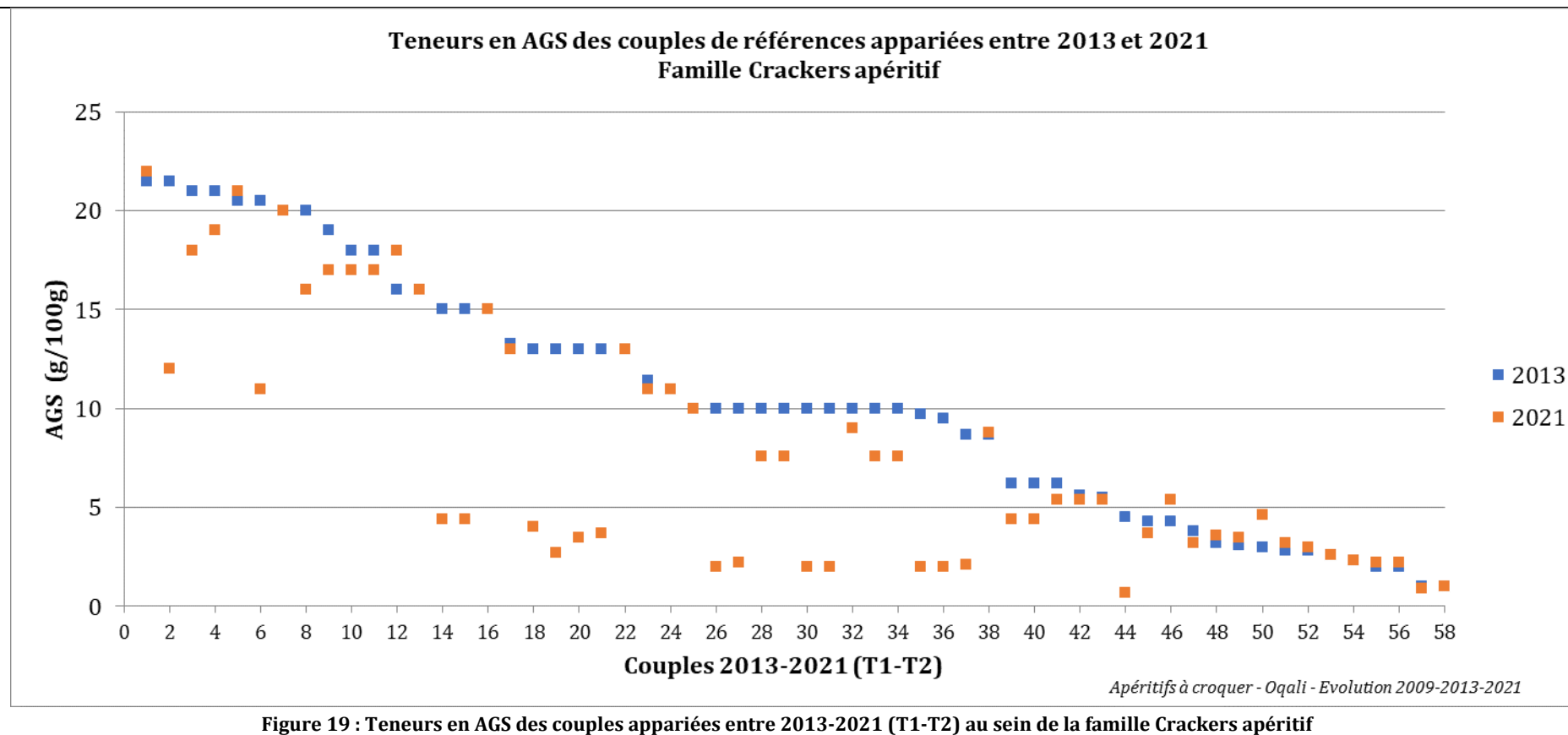


Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, marques de distributeurs et enseignes à dominantes marques propres (respectivement -2,2g, -4,7g et -4,3g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieur à celle de l'offre de 2009 (T0) (-3,7g/100g) et à celle des produits de 2009 retirés (T0) (-3,2g/100g) ;

- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -3,3g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-4,3g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur tous les produits appariés de cette famille.

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, peut être, expliquée par des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2) (-2,7g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 64% des produits appariés de cette famille (37 couples sur 58)(Figure 19).



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-4,5g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieur à celle de l'offre de 2009 (T0) (-3,7g/100g)
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-1,9g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 60% des produits appariés de cette famille (12 couples sur 20).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-15,7g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-14,1g/100g) et à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-11,3g/100g);
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -11,4g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-15,5g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur la totalité des produits appariés de cette famille (Figure 21).

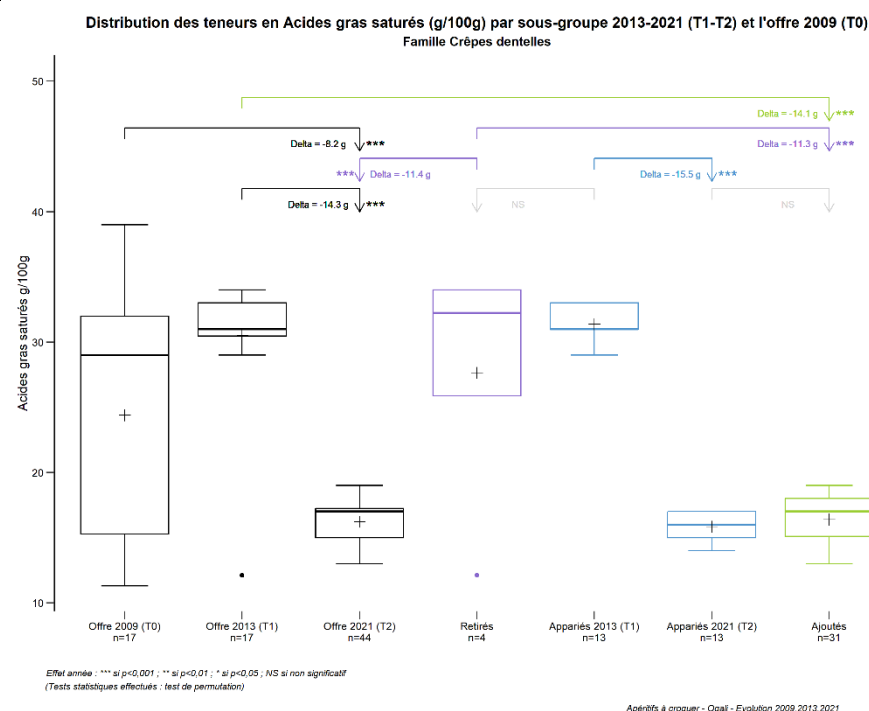
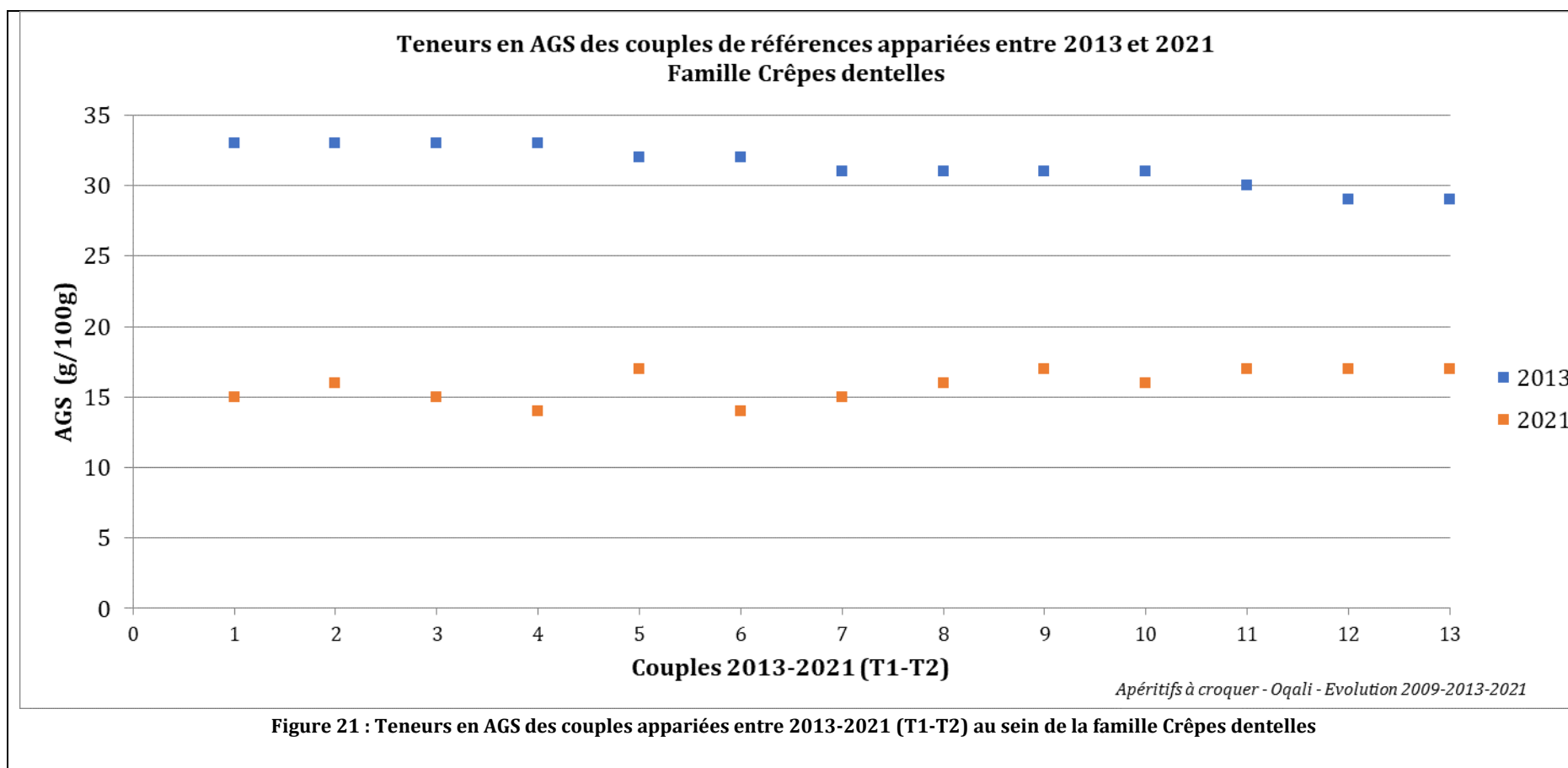


Figure 20 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crêpes dentelles



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par marques de distributeurs (-17,5g/100g) et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-8,0g/100g) et à celle des produits de 2009 retirés (T0) (-5,1g/100g) ;

- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -5,3g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, les marques de distributeurs (-2,7g/100g) et les enseignes à dominantes marques propres (-3,3g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-3,0g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-3,8g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -3,7g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-2,3g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 61% des produits appariés de cette famille (63 couples sur 103) (Figure 23).

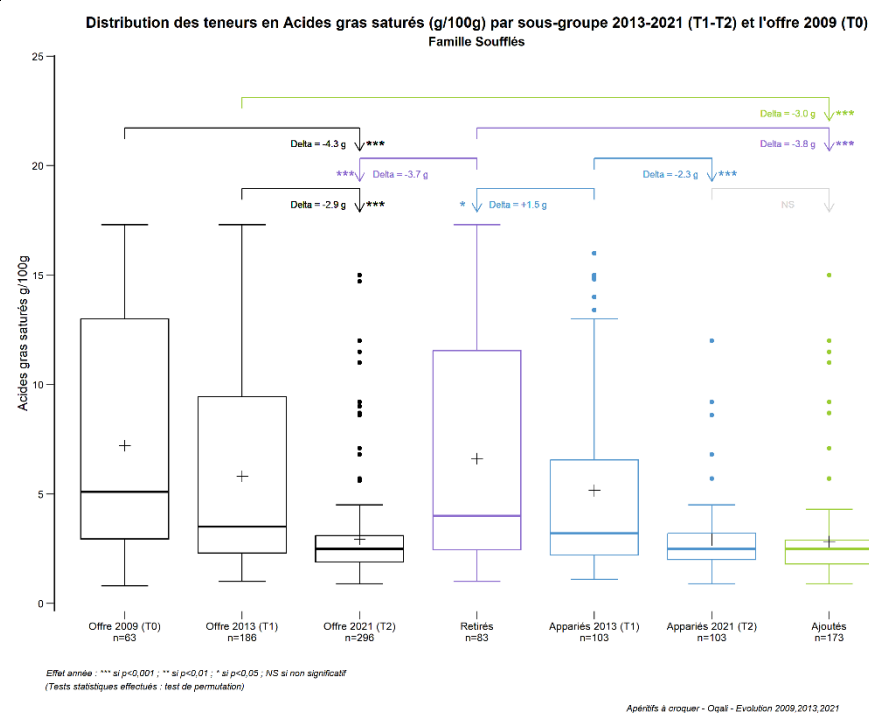
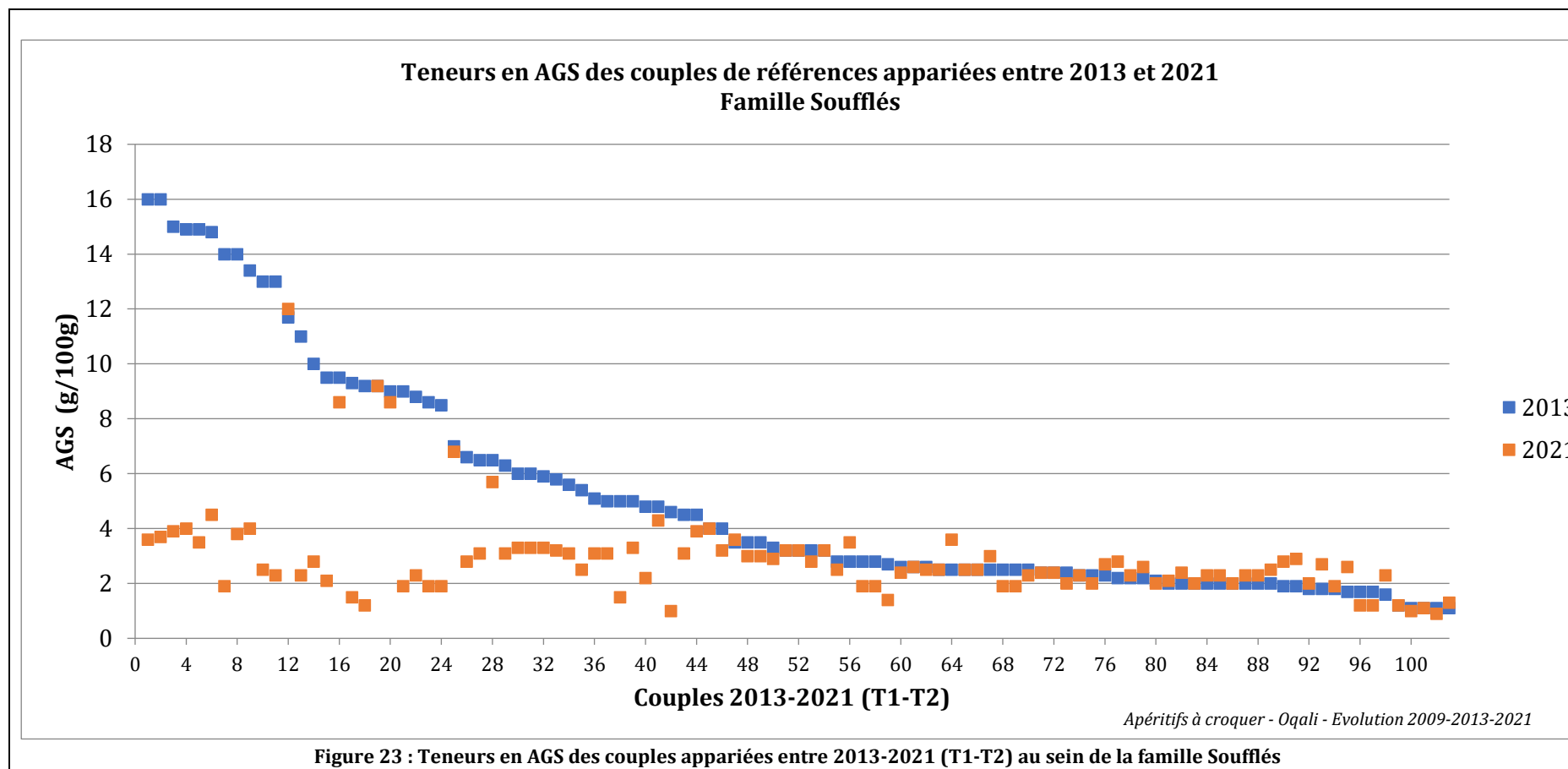


Figure 22 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, marques de distributeurs et enseignes à dominantes marques propres (respectivement -8,2g, -4,8g et -1,0g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-4,4g/100g) et à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-3,5g/100g) ;

- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -3,4g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution de la teneur en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-5,2g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 82% des produits appariés de cette famille (28 couples sur 34) ;

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales (-1,9g/100g) et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -1,4g/100g).

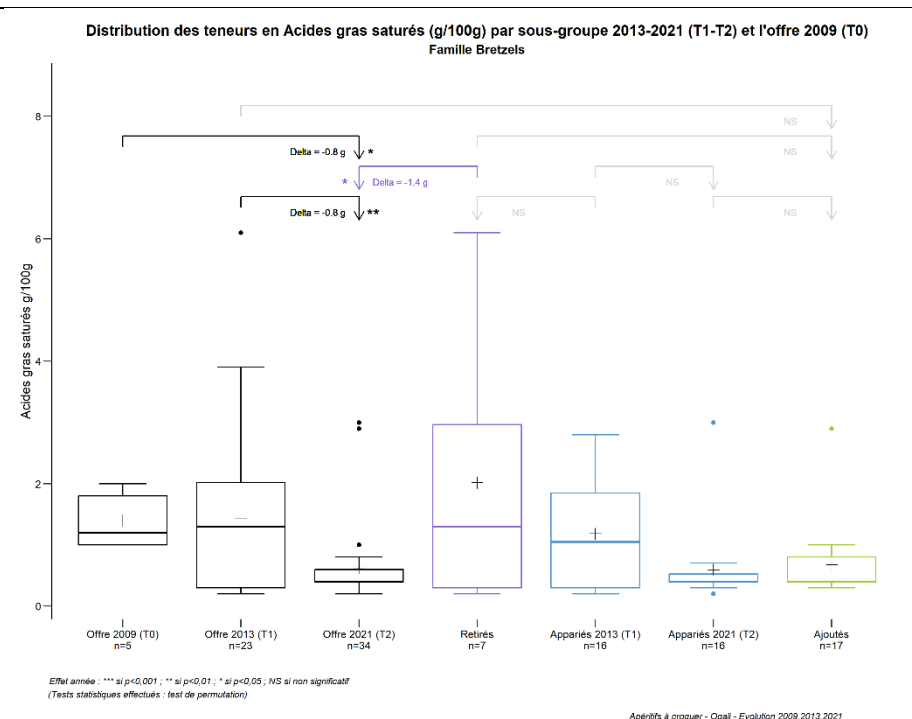


Figure 24 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Bretzels

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyennes en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-1,2g/100g).

Tortillas

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -3,6g et -4,6g/100g) et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-3,2g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-5,6g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -5,7g/100g).

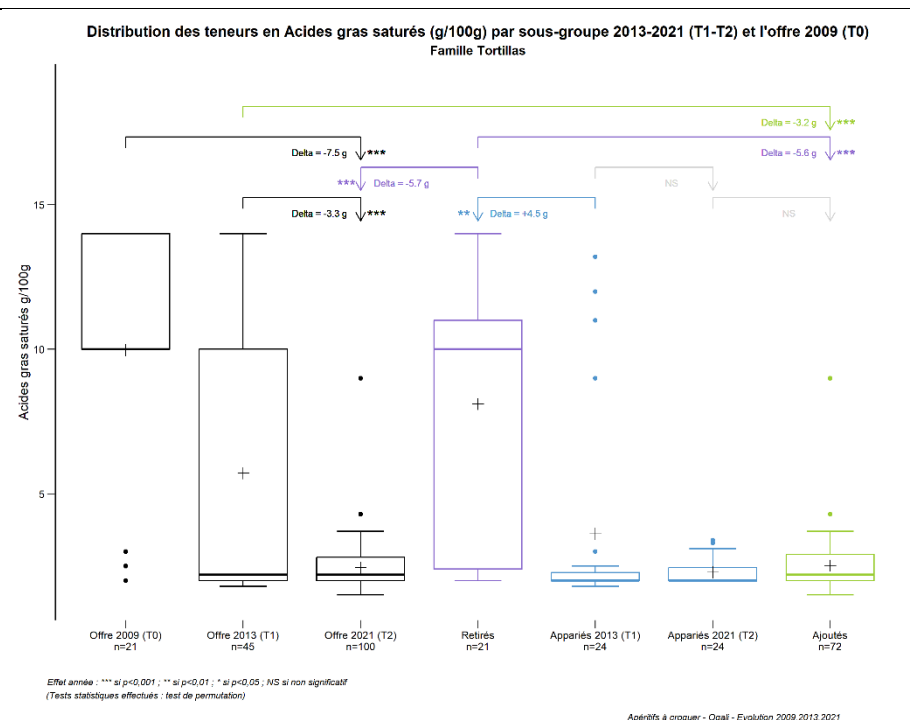


Figure 25 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tortillas

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs et enseignes à dominantes marques propres (respectivement -9,8g et -9,2g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-7,5g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-8,5g/100g) ;

- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -8,6g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-6,1g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 67% des produits appariés de cette famille (6 couples sur 9).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, les marques de distributeurs et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -1,2g, -6,6g et -6,9g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-4,6g/100g) et à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-3,8g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -3,9g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-5,6g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 91% des produits appariés de cette famille (32 couples sur 35)(Figure 27) ;

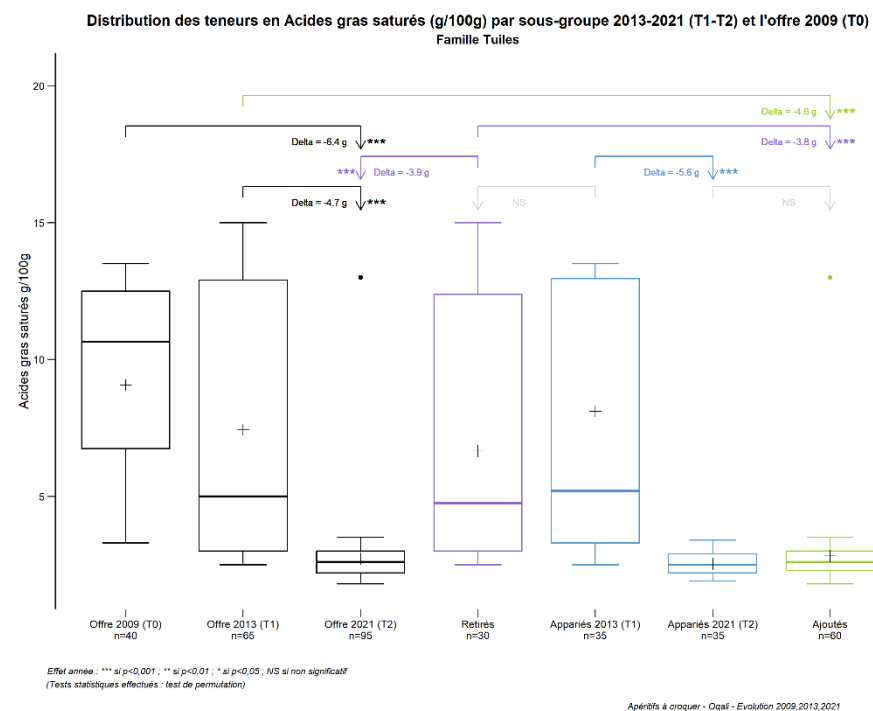
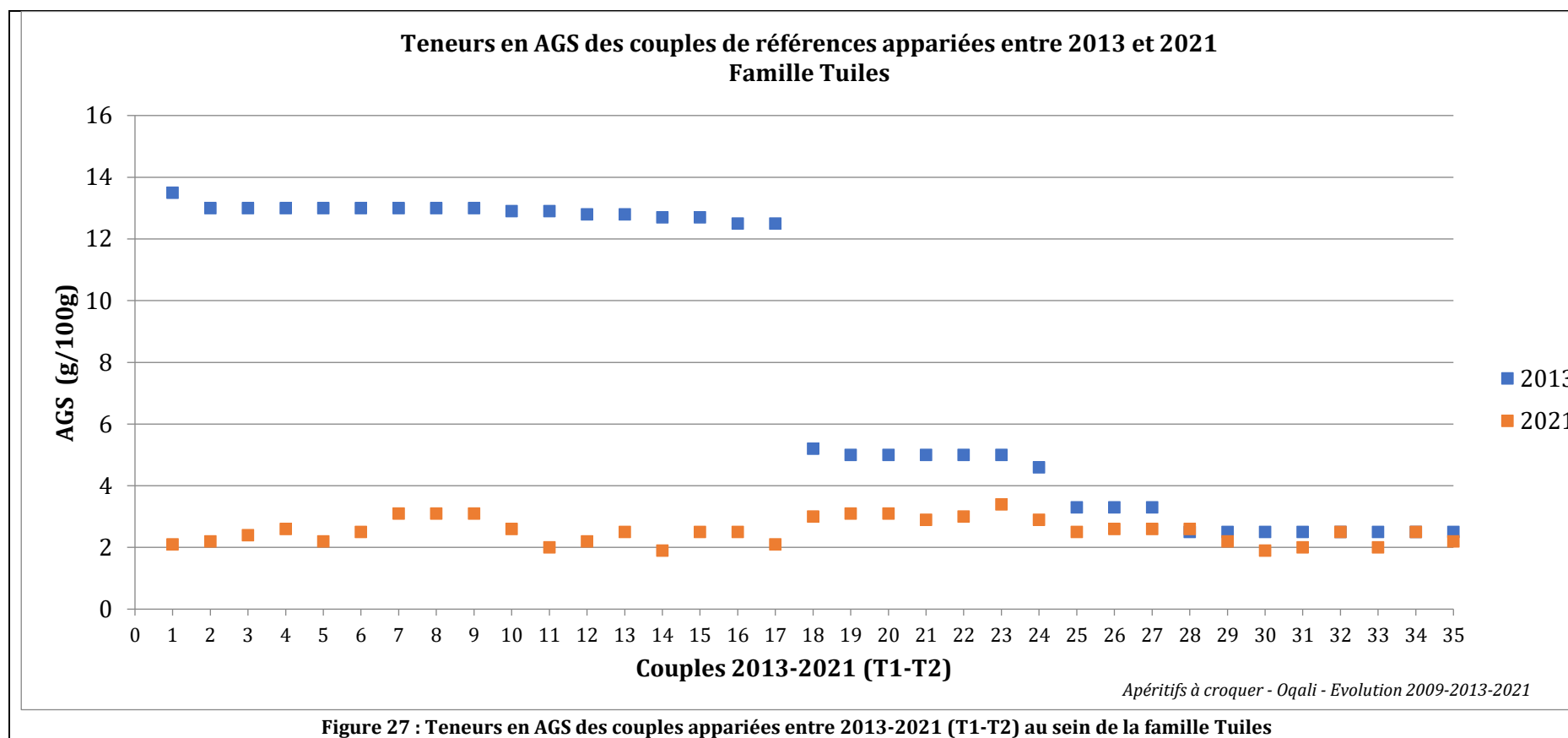


Figure 26 : Variabilité des teneurs en AGS (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, marques de distributeurs et enseignes à dominantes marques propres (respectivement -3,6g, -10,0g et -0,8g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-6,3g/100g) et à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-5,6g/100g) ;

- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en acides gras saturés est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -5,6g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-7,0g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur les 35 produits appariés de cette famille ;

5.1.5. Sel

Le Tableau 14 présente les évolutions des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) pour l'ensemble des familles à l'échelle de l'offre entière avec et sans pondération par les parts de marché.

Tableau 14 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2) et entre 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle de l'offre entière en nombre de références et en pondérant par les parts de marché

SEL	Nombre de références					En pondérant par les parts de marché				
	T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%	Moy (g/100g)	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines (T0 n:114 ; T1 n:214 ; T2 n:334)	1,13	0,05	+5%	0,01	+1%	1,13	0,14	+14%	0,01	+1%
Choux (T0 n:14 ; T1 n:18 ; T2 n:13)	1,43	-0,05	-4%	-0,09	-6%	1,38	0,03	+2%	-0,09	-6%
Cacahuètes enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:38)	2,15	-0,11	-5%	-0,73***	-25%	2,20	0,00	-0%	-0,30	-12%
Cacahuètes enrobées sucrées (T0 n:3 ; T1 n:5 ; T2 n:11)	0,02	-0,01	-29%	-	-	0,02	-0,03	-64%	-	-
Cocktail de fruits (T0 n:7 ; T1 n:22 ; T2 n:24)	0,18	-0,19	-52%	-0,19	-52%	0,25	-0,10	-28%	-0,14	-37%
Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)	1,91	-0,25***	-12%	-0,30***	-14%	1,89	-0,14*	-7%	-0,26*	-12%
Crêpes dentelles (T0 n:19 ; T1 n:17 ; T2 n:44)	2,03	0,02	+1%	0,09	+4%	1,98	-0,05	-2%	0,49	+33%
Feuilletés (T0 n:33 ; T1 n:55 ; T2 n:89)	2,18	0,04	+2%	-0,31*	-12%	2,09	0,02	+1%	-0,46***	-18%
Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:16)	1,82	-0,31	-15%	-0,03	-2%	1,46	-0,56***	-28%	-0,67***	-32%
Gressins (T0 n:15 ; T1 n:36 ; T2 n:62)	1,69	-0,08	-5%	-0,15	-8%	1,75	-0,01	-1%	-0,04	-2%
Mélanges de fruits et graines (T0 n:19 ; T1 n:50 ; T2 n:154)	0,13	-0,08	-39%	-0,42**	-76%	0,11	-0,09*	-44%	-0,29	-72%
Mélanges asiatiques (T0 n:5 ; T1 n:14 ; T2 n:9)	1,15	0,14	+14%	0,16	+16%	1,23	+0,21**	+21%	+0,32***	+35%
Chips de crevette (T0 n:4 ; T1 n:15 ; T2 n:14)	2,03	-0,04	-2%	0,50	+32%	1,95	-0,07	-3%	+0,42***	+28%
Soufflés (T0 n:124 ; T1 n:259 ; T2 n:296)	1,89	-0,50***	-21%	-0,72***	-28%	1,85	-0,26***	-12%	-0,38***	-17%
Bretzels (T0 n:10 ; T1 n:26 ; T2 n:34)	3,14	-0,14	-4%	-1,33**	-30%	2,94	-0,03	-1%	-1,89***	-39%
Tortillas (T0 n:36 ; T1 n:60 ; T2 n:100)	1,15	-0,18**	-13%	-0,27**	-19%	1,03	-0,19**	-16%	-0,34***	-25%
Tuiles (T0 n:52 ; T1 n:67 ; T2 n:95)	1,37	-0,23***	-14%	-0,25***	-15%	1,32	-0,19***	-12%	-0,23***	-15%
Autres apéritifs à croquer (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:21)	1,12	-0,48	-30%	-	-	1,13	-0,47	-29%	-	-

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

* = » : aucun produit collecté ; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne

Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), sans pondération par les parts de marché, 4 familles sur les 18 testées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sel de -12% à -21%, selon les familles (Crackers apéritifs, Soufflés, Tortillas et Tuiles).

Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021) (T0-T2), 8 familles sur les 16 testées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sel de -12% à -76%, selon les familles (Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritifs, Feuilletés, Mélanges de fruits et de graines, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles).

Par ailleurs, en intégrant les parts de marché aux analyses, davantage d'évolutions significatives des teneurs moyennes pondérées en sel sont observées sur les périodes considérées :

- Entre les 2 derniers suivis (2013-2021), parmi les 18 familles testées :
 - 1 famille présente une augmentation significative de la teneur moyenne pondérée de +21% (Mélanges asiatiques). A noter que cette famille présente un faible effectif.
 - 6 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée de -7% à -44%, selon les familles (Crackers apéritif, Gaufrettes, Mélanges de fruits et graines, Soufflés, Tortillas et Tuiles).
- Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2021), parmi les 16 familles testées :
 - 2 familles présentent une augmentation significative de la teneur moyenne pondérée de +28% et +35% (respectivement pour les Mélanges asiatiques et les Chips de crevette). A noter que ces familles présentent des faibles effectifs.
 - 7 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée de -12% à -39%, selon les familles (Crackers apéritif, Feuilletés, Gaufrettes, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles).

Le Tableau 15 présente les évolutions des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2) et 2009 et 2021 (T0-T2) à l'échelle des familles entières, avec et sans pondération, par sous-groupe et par segment de marché.

Sel (g/100g)		T2 2021	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		
		Moy	g/100g	%	g/100g	%	
TOUS PRODUITS		Arachides et graines (T0 n:14 ; T1 n:214 ; T2 n:34)					
		1.13	+0.05	+5%	+0.01	+1%	
TOUS PRODUITS PONDERES		1.13	+0.14	+14%	+0.01	+1%	
REFORMULATIONS		0.99	-0.15**	-13%	-	-	
		0.95	-	-	-0.24***	-20%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE		Offre T1 vs Ajoutés	-	+7%	-	-	
		Retirés vs Offre T2	1.13	+0.13	+13%	-	
		Retirés vs Ajoutés	1.15	+0.16	+16%	-	
		Offre T0 vs Ajoutés	1.16	-	+0.04	+3%	
		Retirés vs Offre T2	1.13	-	+0.10	+9%	
SEGMENTS DE MARCHÉ		Retirés vs Ajoutés	1.14	+0.13	+12%	-	
		MN	1.50	+0.38	+34%	+44%	
		MDD	0.87	-0.13	-13%	-20%	
		MDDeg	1.02	-0.14	-12%	-34	
		EDMP	0.89	-0.38*	-30%	-28%	
		DS bio	-	-	-	-	
		Cachoues enrobées salées (T0 n:20 ; T1 n:20 ; T2 n:38)					
		2.15	-0.11	-5%	-0.73***	-25%	
TOUS PRODUITS PONDERES		2.20	-0.00	-0%	-0.30	-12%	
REFORMULATIONS		2.20	-0.09	-4%	-	-	
		2.19	-	-	-0.76	-11%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE		Offre T1 vs Ajoutés	2.14	-0.13	-6%	-	
		Retirés vs Offre T2	2.15	0.08	3%	-	
		Retirés vs Ajoutés	2.14	-0.09	-4%	-	
		Offre T0 vs Ajoutés	2.15	-	0.74***	26%	
		Retirés vs Offre T2	2.15	-	-1.04***	-33%	
SEGMENTS DE MARCHÉ		Retirés vs Ajoutés	2.15	-	-1.04***	-33%	
		MN	2.15	+0.17	+9%	0.18	8%
		MDD	2.20	-0.23	-9%	-0.42	-16%
		MDDeg	-	-	-	-	
		EDMP	2.04	-1.46	-42%	-2.48**	-55%
		DS bio	-	-	-	-	
		Crackers apéritif (T0 n:89 ; T1 n:158 ; T2 n:222)					
		1.91	-0.25***	-12%	-0.30***	-14%	
TOUS PRODUITS PONDERES		1.89	-0.14*	-7%	-0.26*	-12%	
REFORMULATIONS		1.78	-0.23**	-11%	-	-	
		1.91	-	-	0.16	8%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE		Offre T1 vs Ajoutés	1.96	-0.70**	-9%	-	
		Retirés vs Offre T2	1.91	0.37***	16%	-	
		Retirés vs Ajoutés	1.96	-0.32***	-14%	-	
		Offre T0 vs Ajoutés	1.92	-	-0.30**	-14%	
		Retirés vs Offre T2	1.91	-	-0.39**	-17%	
SEGMENTS DE MARCHÉ		Retirés vs Ajoutés	1.92	-	-0.38**	-17%	
		MN	1.96	0.07	4%	0.29	13%
		MDD	1.90	-0.30**	-14%	-0.17	-8%
		MDDeg	1.96	-0.47	-19%	+0.95	+95%
		EDMP	1.60	-0.57**	-26%	-2.10***	-57%
		DS bio	2.15	-	-	-	
		Gaufrettes (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:6)					
		1.82	-0.31	-15%	-0.03	-2%	
TOUS PRODUITS PONDERES		1.46	-0.56***	-28%	-0.67***	-32%	
REFORMULATIONS		1.88	-0.21	-10%	-	-	
		1.80	-	-	0.18	9%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE		Offre T1 vs Ajoutés	1.85	-0.28	-13%	-	
		Retirés vs Offre T2	1.82	-0.34	-1		

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), parmi les **4 diminutions significatives** des teneurs moyennes en sel, observées à l'échelle des familles entières :

- toutes peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés plus faible que l'offre de 2013 (Crackers apéritifs, Soufflés, Tortillas et Tuiles)
- 3 peuvent être expliquées par des reformulations à la baisse (Crackers apéritifs, Soufflés et Tuiles)

A noter que pour ces 4 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Soufflés et Tuiles), les marques nationales (Crackers apéritif, Soufflés, Tortillas et Tuiles) et les enseignes à dominantes marques propres (Crackers apéritif, Soufflés et Tuiles).

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), parmi les 8 évolutions significatives des teneurs moyennes en sel, observées à l'échelle des familles entières :

- 7 peuvent être expliquées par un renouvellement de l'offre se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus faibles de celle de l'offre de 2009 (Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif, Mélanges de fruits et graines, Soufflés, Bretzels, Tortillas et Tuiles) ;
- 3 peuvent être expliquées par des reformulations à la baisse (Feuilletés, Soufflés et Tuiles)

A noter que pour 5 familles, l'évolution significative à la baisse, observée à l'échelle de la famille entière, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (Mélanges de fruits et graines, Soufflée et Tuiles), les marques nationales (Soufflés et Tuiles) et les enseignes à dominantes marques propres (Cacahuètes enrobées salées, Crackers apéritif et Soufflés).

Ci-dessous sont détaillés les résultats des familles pour lesquelles l'évolution significative des teneurs moyennes en matières grasses, sans pondération par les parts de marché, peut être expliquée par le renouvellement de l'offre et/ou des efforts de reformulations et/ou portées essentiellement par tout ou partie des segments de marché.

Cacahuètes enrobées salées

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les enseignes à dominantes marques propres (-2,48g/100g) et peut être, expliquée par **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :

- o l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,74g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-1,04g/100g) ;
- o le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -1,04g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marque propre (respectivement -0,30g et -0,57g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-0,20g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-0,32g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,37g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-0,23g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 45% des produits appariés de cette famille (26 couples sur 58)(Figure 29).

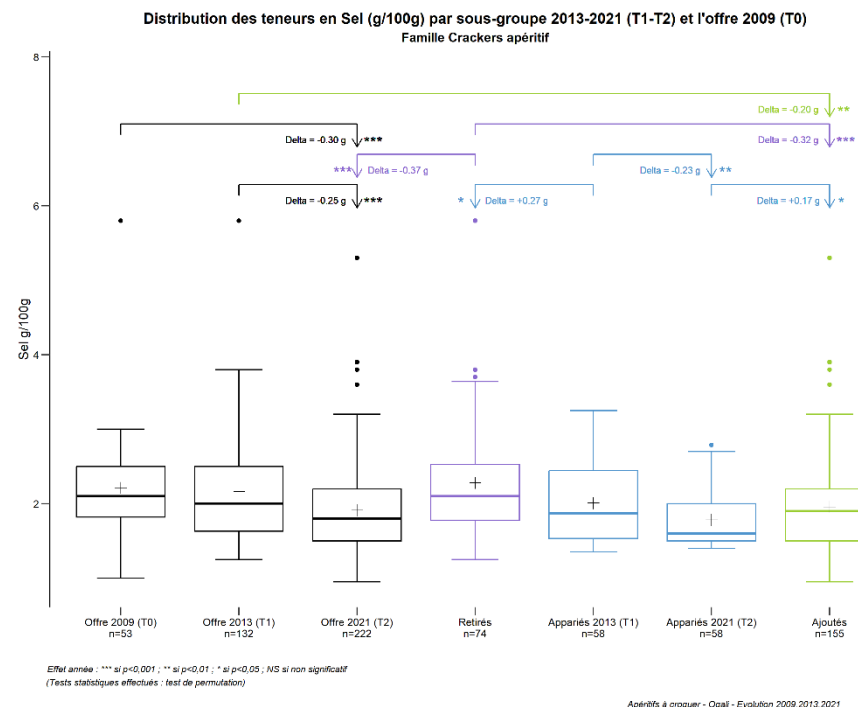
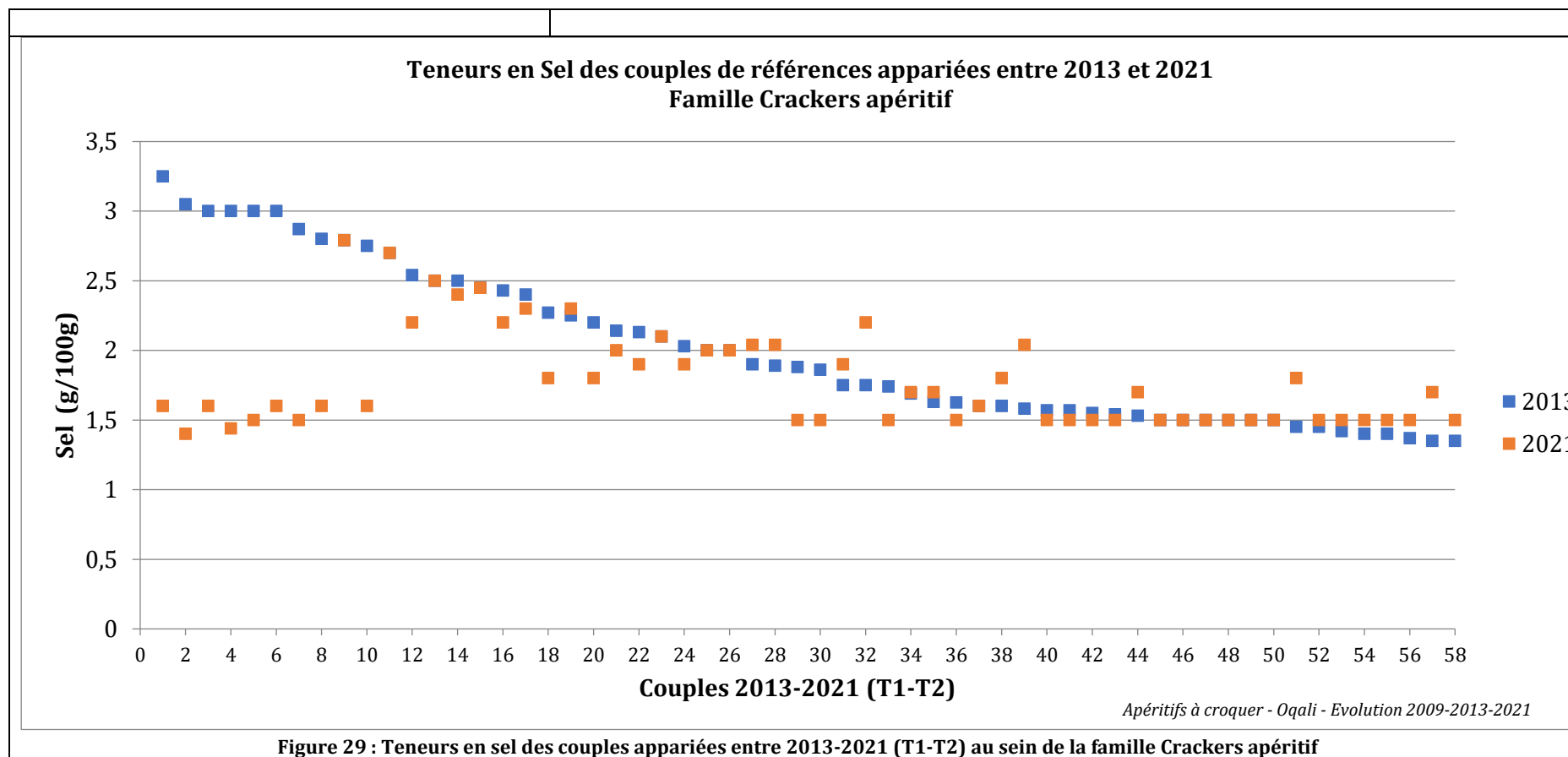


Figure 28 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Crackers apéritif



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les enseignes à dominantes marques propres (-2,10g/100g) et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,30g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-0,38g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,39g/100g).

Feuilletés

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, peut être, expliquée par **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-0,53g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 92% des produits appariés de cette famille (11 couples sur 12).

Mélanges de fruits et graines

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-0,48g/100g) et peut être, expliquée par **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,43g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-0,58g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,57g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marque propre (respectivement -0,61g, -0,46g et -0,50g pour 100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-0,59g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-0,62g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,53g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-0,37g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 78% des produits appariés de cette famille (80 couples sur 103)(Figure 31).

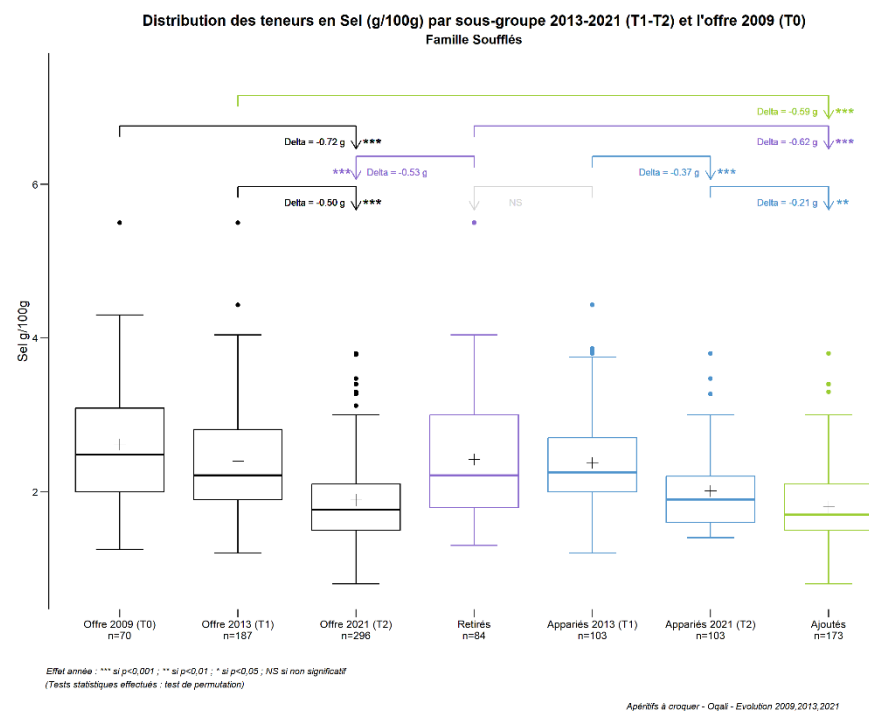
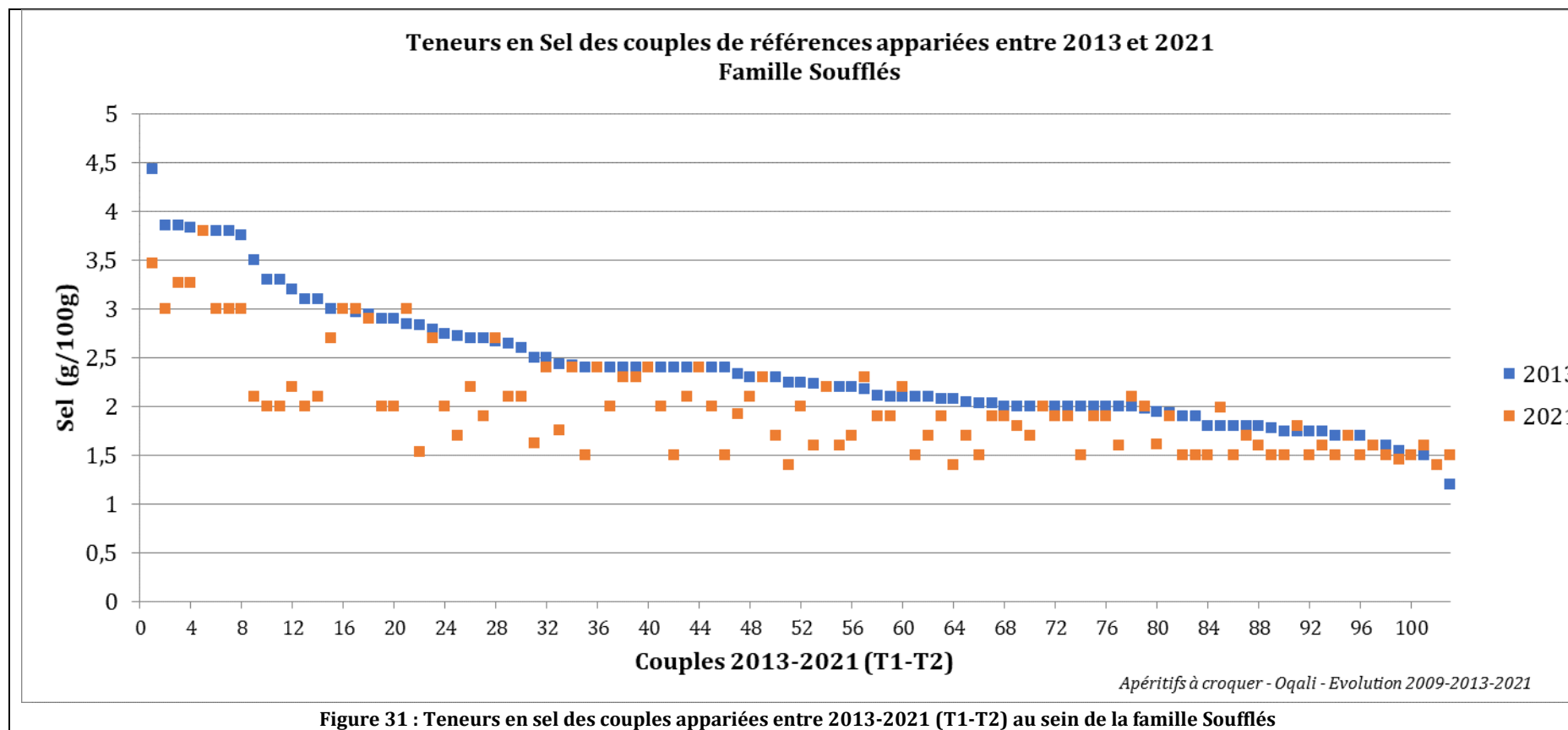


Figure 30 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Soufflés



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, marques de distributeurs et enseignes à dominantes marques propres (respectivement -0,76g, -0,70g et -0,77g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,76g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-0,88g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,85g/100g).

- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-0,56g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 92% des produits appariés de cette famille (34 couples sur 37).

Bretzels

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, peut être, expliquée par **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-1,34g/100g).

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales (-0,54g/100g) et peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-0,24g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-0,30g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,24g/100g).

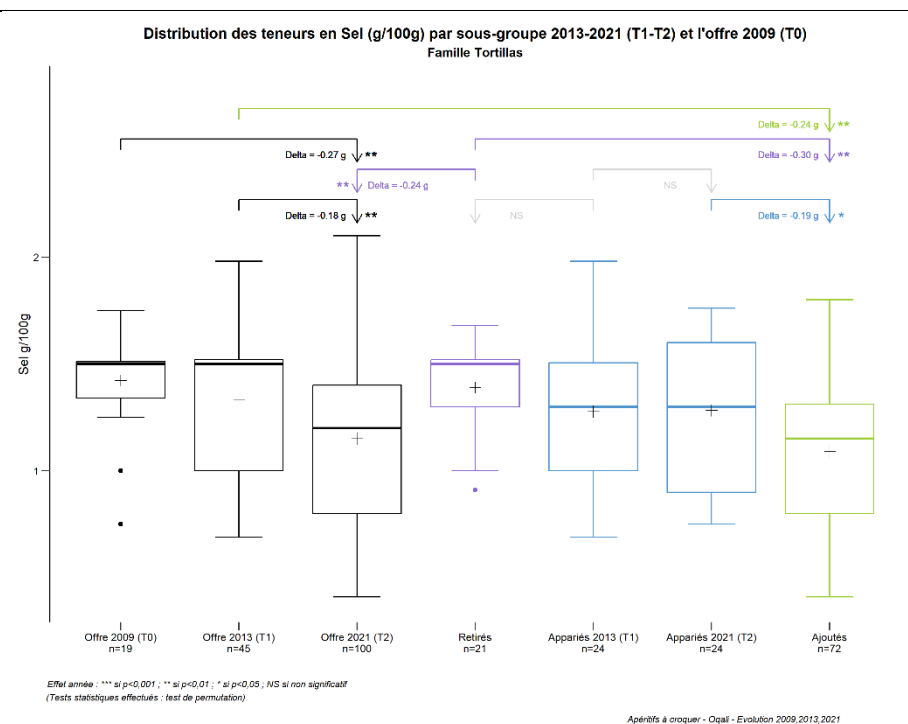


Figure 32 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tortillas

Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, peut être, expliquée par un renouvellement de l'offre, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,30g/100g) et à celle des produits de 2009 retirés (T0) (-0,39g/100g) ;
- le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,37g/100g).

Tuiles

Entre 2013 et 2021 (T1-T2), la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales, les marques de distributeurs et les enseignes à dominante marque propre (respectivement -0,24g, -0,17g et -0,33g pour 100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :
 - l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2013 (T1) (-0,22g/100g) et à celle des produits de 2013 retirés (T1) (-0,30g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2013 (T1) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,30g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2013 et 2021 (T1-T2)** (-0,18g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 80% des produits appariés de cette famille (28 couples sur 35)(Figure 34).

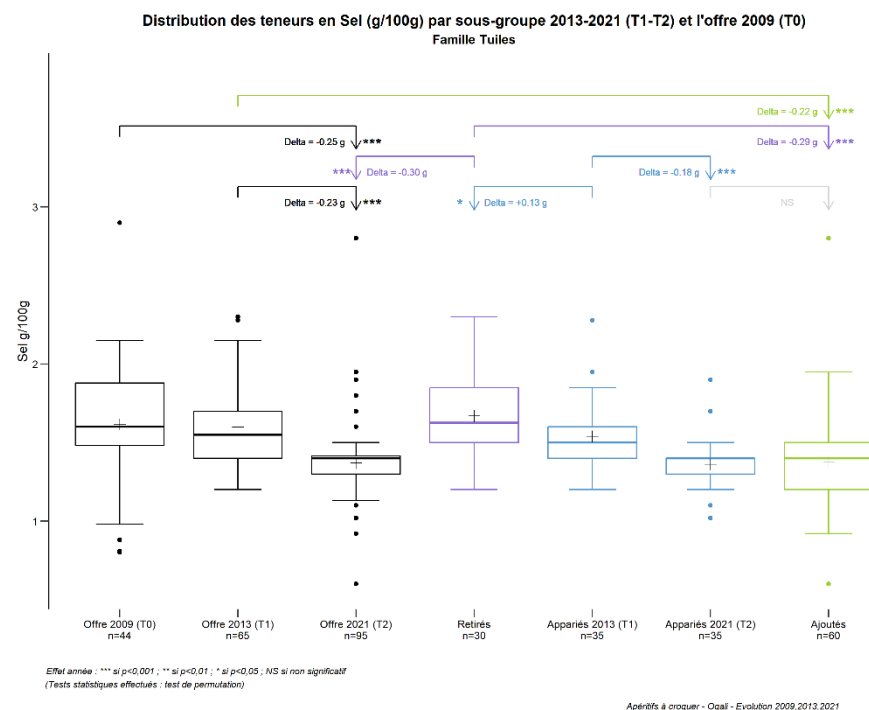
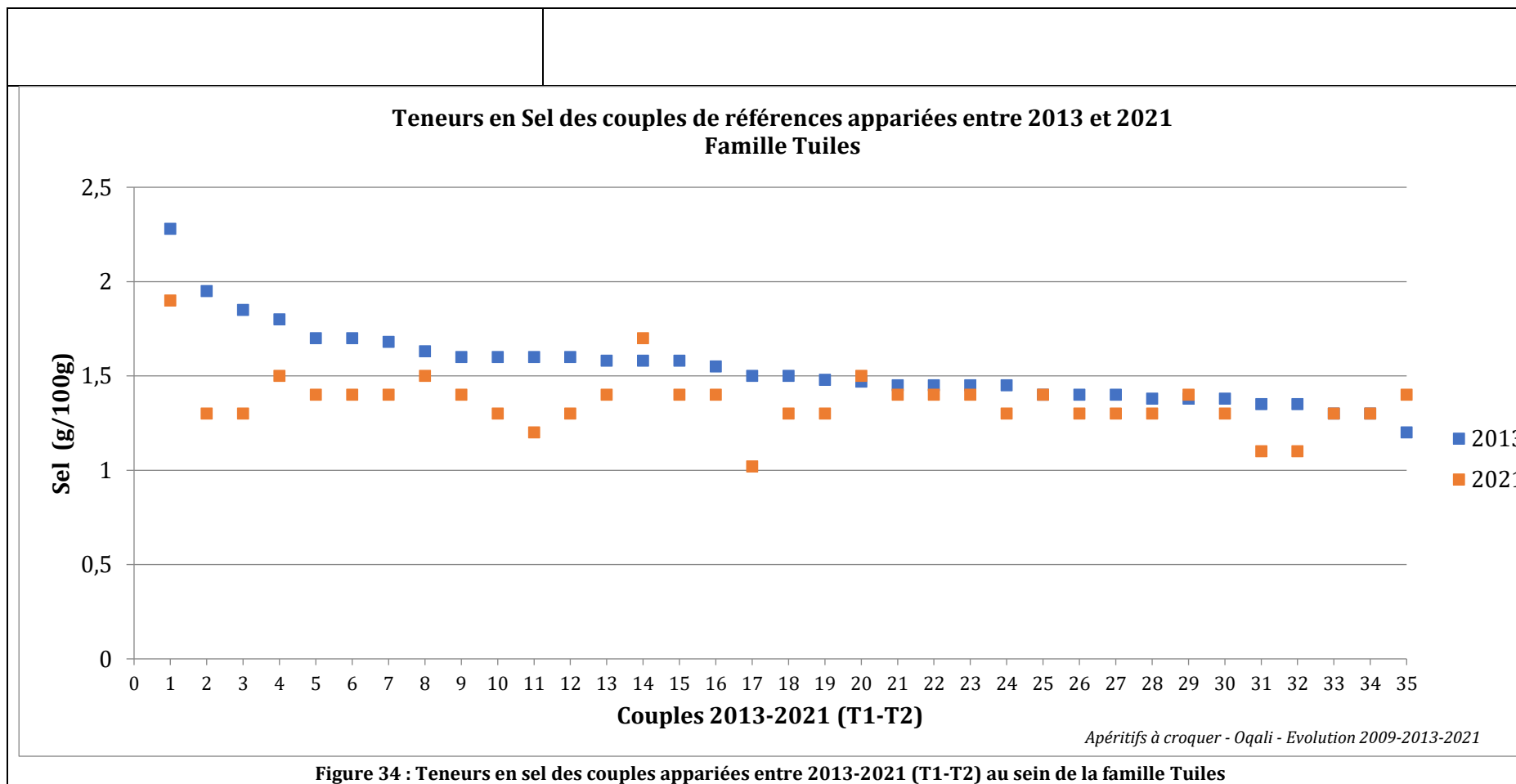


Figure 33 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe 2013-2021 (T1-T2) au sein de la famille Tuiles



Entre 2009 et 2021 (T0-T2), la diminution significative de la teneur moyenne sel observée, sur l'échantillon non pondéré par les parts de marché de cette famille, est essentiellement portée par les marques nationales et marques de distributeurs (respectivement -0,33g et -0,22g/100g) et peut être, expliquée par :

- **un renouvellement de l'offre**, qui se traduit par :

- l'apparition, dans l'échantillon 2021 (T2), de produits présentant une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle de l'offre de 2009 (T0) (-0,23g/100g) et plus particulièrement, à celle des produits retirés de 2009 (T0) (-0,38g/100g) ;
 - le retrait, ou l'absence de collecte en 2021 (T2), de produits de 2009 (T0) dont la teneur moyenne en sel est significativement supérieure à celle de l'offre 2021 (T2) (différence significative de -0,40g/100g).
- **des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel entre 2009 et 2021 (T0-T2)** (-0,16g/100g en moyenne au sein des produits appariés). Ces reformulations à la baisse sont opérées sur 71% des produits appariés de cette famille (17 couples sur 24).

5.1.6. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées sans considération du Nutri-Score

En considérant les 19 familles du secteur des Apéritifs à croquer, des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 3 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées (sans pondération par les parts de marché).

Les paragraphes suivants présentent les évolutions significatives, observées pour les 11 familles du secteur des Apéritifs à croquer entre 2013 et 2021 (T1-T2) et/ou entre 2009 et 2021 (T0-T2), sans pondération par les parts de marché :

A l'échelle de la famille entière des **Arachides et graines**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses et acides gras saturés** (respectivement -2,7 et -0,9g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les deux nutriments et des reformulations (à la baisse) pour les acides gras saturés. La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs pour les 2 nutriments (respectivement -2,7 et -1,1g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés** (-1,5g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-1,4g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Choux**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés** (-6,5g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-6,0g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés** (-6,9g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-7,3g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Cacahuètes enrobées salées**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes acides gras saturés** (-1,7g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques nationales (-2,5g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel** (respectivement -3,7 et -0,73g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les deux nutriments et des reformulations (à la baisse) pour les acides gras saturés. Pour les acides gras saturés, la diminution est essentiellement portée par les marques nationales, les marques de distributeurs et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -2,2 ; -4,7 et -4,3g/100g). Pour le sel, la diminution est essentiellement portée par les enseignes à dominantes marques propres (-2,48g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Crackers apéritif**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel** (respectivement -1,5 et -0,25g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour le sel et des reformulations (à la baisse) pour les deux nutriments. Pour le sel, la diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -0,30 et -0,57g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel** (respectivement -3,4 et -0,30g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les deux nutriments et des reformulations (à la baisse) pour les acides gras saturés. Pour les acides gras saturés, la diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-4,5g/100g) et pour le sel, par les enseignes à dominantes marques propres (-2,10g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Crêpes dentelles**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés** (-14,3g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-15,7g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés** (-8,2g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-17,5g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Feuilletés**, sont observées, entre 2009 et 2021 (T0-T2), une diminution significative des teneurs moyennes en sel (-0,31g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par des reformulations (à la baisse).

A l'échelle de la famille entière des **Mélanges de fruits et graines**, sont observées, entre 2009 et 2021 (T0-T2), une diminution significative des teneurs moyennes en matières grasses et sel (respectivement -5,6 et -0,42g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse). Pour le sel, la diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-0,48g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Soufflés**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés et sel** (respectivement -1,4 ; -2,9 et -0,50g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les trois nutriments et des reformulations (à la baisse) pour les acides gras saturés et le sel. Pour les trois nutriments, la diminution est essentiellement portée par les marques nationales (respectivement -3,6 ; -2,7 et -0,61g/100g). Pour les acides gras et le sel, la diminution est également portée par les marques de distributeurs (respectivement -3,3 et -0,46g/100g) et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -3,3 et -0,50g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel** (respectivement -4,3g/100g et -0,72g/100g). Ces diminutions sont, en partie,

expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse) pour les deux nutriments. Pour les deux nutriments, la diminution est essentiellement portée par les marques nationales (-8,2 et -0,76g/100g), les marques de distributeurs (-4,8 et -0,70g/100g) et les enseignes à dominantes marques propres (-1,1 et -0,77g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Bretzels**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : une diminution significative des teneurs moyennes acides gras saturés** (-0,8g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse). La diminution est essentiellement portée par les marques nationales (-1,9g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel**, sans pondération par les parts de marché (respectivement -0,8 et -1,33g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les deux nutriments. Pour les acides gras saturés, la diminution est portée par les marques de distributeurs (-1,2g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Tortillas**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés et sel** (respectivement -3,3 et -0,18g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour les deux nutriments. Pour les acides gras saturés, la diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -3,6 et 4,6g/100g). Pour le sel, la diminution est essentiellement portée par les marques nationales (-0,54g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés et sel** (respectivement -2,4 ; -7,5 et -0,27g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre (à la baisse) pour tous les nutriments et des reformulations (à la baisse) pour les matières grasses et acides gras saturés. Pour les matières grasses et acides gras saturés, la diminution est essentiellement portée par les marques de distributeurs (-4,1 et -9,8g/100g) et également par les enseignes à dominantes marques propres (-9,2g/100g) pour les acides gras saturés.

A l'échelle de la famille entière des **Tuiles**, sont observées :

- **entre 2013 et 2021 (T1-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés et sel** (respectivement -2,4 ; -4,7 et -0,23g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse) pour tous les nutriments. Pour les trois nutriments la diminution est portée par les marques de distributeurs (respectivement -1,7 ; -6,6 et -0,17g/100g) et les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -4,1 ; -6,9 et -0,33g/100g). Pour les acides gras saturés le sel la diminution est également portée par les marques nationales (respectivement -1,2 et -0,24g/100g).
- **entre 2009 et 2021 (T0-T2) : des diminutions significatives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés et sel** (respectivement -1,9 ; -6,4 et -0,25g/100g). Ces diminutions sont, en partie, expliquées par un renouvellement de l'offre et des reformulations (à la baisse) pour tous les nutriments. Pour les trois nutriments, la diminution est portée par les marques de distributeurs (respectivement -1,2 ; -10,0 et -0,22g/100g). Pour les matières grasses et les acides gras saturés, la

diminution est également portée par les enseignes à dominantes marques propres (respectivement -4,8 et -0,8 /100g). Pour les acides gras saturés le sel, la diminution est également portée par les marques nationales (respectivement -3,6 et -0,33g/100g).

5.2. Avec considération du Nutri-Score³⁹

5.2.1. Méthodologie

L'étude des valeurs nutritionnelles des produits avec et sans Nutri-Score a été réalisée pour les mêmes nutriments d'intérêt que dans le reste du rapport, à savoir : **les matières grasses, les acides gras saturés et le sel.**

Sur les 19 familles du secteur des Apéritifs à croquer, **18 familles ont pu être testées** (la famille Mini cakes ne présente aucun produit apposant le Nutri-Score).

Ainsi, cette partie présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, les teneurs en nutriment d'intérêt des produits du secteur des Apéritifs à croquer, pour 100g, par famille de produits et par segment, avec et sans pondération par les parts de marché, en distinguant les produits porteurs et non porteurs de Nutri-Score.

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 de cette partie est de répondre aux deux principales questions suivantes :

- **parmi les produits recueillis en 2021, comment les produits porteurs de Nutri-Score se positionnent-ils en termes de composition nutritionnelle par rapport aux produits non porteurs ?**
- **pour les produits présents sur le marché à la fois en 2013 et 2021 et apposant un Nutri-Score en 2021, des reformulations ont-elles été effectuées ?**

Le Tableau 16 synthétise l'ensemble des comparaisons de valeurs nutritionnelles qui sont effectuées dans cette partie.

³⁹ Les éléments présentés dans cette étude se rapportent au Nutri-Score tel qu'utilisé en 2020, c'est-à-dire sans la modification de l'algorithme proposée par le comité scientifique européen du Nutri-Score en 2022 et entrée en vigueur sur le marché français le 16 mars 2025.

Tableau 16 : Récapitulatif des tests effectués dans la partie 5.2 Avec considération du Nutri-Score

Question principale	Question complémentaire	Echelle de la comparaison	Groupes comparés	Etude	Partie
Comment les produits avec Nutri-Score se positionnent-ils en termes de composition nutritionnelle par rapport aux produits sans Nutri-Score ?	<i>A l'échelle de l'offre complète ?</i>	Par famille	Offre T2 (2021) sans NS vs. Offre T2 (2021) avec NS1	Comparaison entre produits avec Nutri-Score et produits sans Nutri-Score	5.2.1
	<i>A l'échelle de l'offre complète en pondérant par les parts de marché ?</i>	Par famille	Offre T2 (2021) sans NS vs. Offre T2 (2021) avec NS (sur les teneurs moyennes pondérées) ¹		
	<i>A l'échelle des segments de marché ?</i>	Par famille et par segment	Offre T2 (2021) sans NS vs. Offre T2 (2021) avec NS*		
	<i>En étudiant un éventuel renouvellement de l'offre ?</i>	Par famille	Offre T1 (2013) vs. Offre T2 (2021) avec NS1		
			Ajoutés (2021) sans NS vs. Ajoutés (2021) avec NS1		
			Offre T1 vs. Ajoutés (2021) avec NS1		
			Retirés (2013) vs. Ajoutés (2021) avec NS1		
			Retirés (2013) vs. Offre T2 (2021) avec NS1		
	<i>Les produits porteurs de Nutri-Score sont-ils positionnés différemment, en termes de composition nutritionnelle, selon les segments de marché ?</i>	Par famille et par segment	Offre T2 (2021) avec NS du segment 1 vs. Offre T2 (2021) avec NS du segment 2 etc.1	Comparaison des produits avec Nutri-Score entre segments	5.2.1
Comment les produits porteurs de Nutri-Score en 2021 ont-ils évolué entre 2013 et 2021 ? Des reformulations de ces produits ont-elles eu lieu ?	<i>A l'échelle de la famille ?</i>	Par famille	Pour le groupe des produits appariés avec NS en 2021 : Teneur moyenne T1 (2013) vs. Teneur moyenne T2 (2021) avec NS1	Evolution des teneurs entre 2013 et 2021 (uniquement pour les produits appariés)	5.2.1
	<i>Au sein de chaque segment ?</i>	Par segment			
	<i>Même s'il n'y a pas de différence significative au niveau des teneurs moyennes, des reformulations ont-elles eu lieu entre 2013 et 2021 ?</i>	Par famille	Tableau des évolutions entre : Teneur T1 (2013) vs. Teneur T2 (2021) avec NS2		
		Toutes familles confondues	Graphique référence par référence : Teneur T1 (2013) et Teneur T2 (2021) avec NS2		

NS = Nutri-Score

¹ Comparaison des teneurs moyennes au sein des références retrouvées en 2013 et 2021.

² Comparaison des teneurs pour chaque couple de référence retrouvée en 2013 et 2021.

Comme dans la partie 5.EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETTES, les tests statistiques utilisés sont les tests de permutation. Pour rappel, pour pouvoir réaliser ces tests, il est nécessaire que l'effectif cumulé sur les 2 groupes testés soit supérieur ou égal à 6.

Enfin, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait de l'augmentation de la couverture du marché entre 2013 (64%) et 2021 (68%).

Méthode des doubles différences

Pour compléter les analyses précédentes, une étude de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché et des valeurs nutritionnelles a été menée à l'échelle du secteur entier et par famille, en considérant uniquement les produits présents sur le marché à la fois en 2013 et en 2020 (dit « produits appariés⁴⁰ »).

La méthode statistique utilisée est celle des **doubles différences**, et compare l'évolution des parts de marché ou des valeurs nutritionnelles, observée entre deux années d'étude, pour le groupe témoin (sans Nutri-Score aux deux temps étudiés) et pour le groupe traité (sans Nutri-Score la première année étudiée et avec le logo la seconde année). L'analyse est menée uniquement dans le cas où chaque groupe de produits (avec ou sans Nutri-Score) comporte un nombre minimum de couples de produits appariés. Ce nombre, dépendant du nombre de variables entrant dans les paramètres du modèle (notamment le nombre de nutriments d'intérêt), est égal à 12 pour ce secteur. La robustesse des résultats est considérée comme trop faible en dessous de cet effectif. Les estimations par la méthode des doubles différences sont calculées sous plusieurs hypothèses : dont celle des tendances parallèles, à savoir que si le Nutri-Score n'avait pas été apposé sur les produits, ils auraient eu la même évolution de valeurs nutritionnelles ou de parts de marché que celle des produits ne comportant pas ce logo ; et celle selon laquelle les produits du groupe avec Nutri-Score ont tous apposé le logo au même moment.

La méthode complète mise en œuvre est décrite dans le rapport méthodologique 2024⁴¹.

5.2.1. Comparaison des valeurs nutritionnelles des produits avec et sans Nutri-Score en 2021

L'objectif de cette partie est de positionner nutritionnellement les produits porteurs d'un Nutri-Score en 2021 par rapport aux produits de 2021 non porteurs du logo et à ceux l'offre de 2013.

5.2.1.1. Matières grasses

Le Tableau 17 présentent les différences des teneurs moyennes en matières grasses, entre les produits avec et sans Nutri-Score par famille avec et sans pondération par les parts de marché et par famille et par segment de marché.

⁴⁰ Produits présents à la fois en 2013 (T1) et en 2020 (T2) sous une forme identique ou modifiée. Afin d'être pris en compte pour l'étude d'une variable (part de marché ou valeurs nutritionnelles), les couples doivent présenter une valeur en 2013 (T1) et en 2020 (T2) pour toutes les variables et co-variables considérées dans le modèle.

⁴¹ Rapport méthodologique 2024, disponible sur le site de l'Oqali https://www.oqali.fr/media/2025/05/RAPPORT-METHODOLOGIQUE_OQALI_version_2.pdf

Tableau 17 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en matières grasses entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec Nutri-Score en 2021 à l'échelle des familles avec et sans pondération par les parts de marchés ainsi que les différents segments de marché

Différences des teneurs moyennes en matières grasses par famille en 2021 (T2) entre les produits sans/avec Nutri-Score	TOUS PRODUITS												TOUS PRODUITS PONDERES ¹	
	PAR FAMILLE		PAR FAMILLE ET SEGMENT										PAR FAMILLE	
	g/100g	%	MN		MDD		MDDeg		EDMP		DS bio		g/100g	%
			g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%		
Arachides et graines	+1,4	+3%	+2,8	+6%	-0,8	-2%	+0,9	+2%	-6,0	-11%	-	-	-0,2	-0,4%
Choux	+0,9	+2%	-	-	+0,8	+1%	-	-	-	-	-	-	+0,7	+1%
Mini cakes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	-2,1	-7%	-	-	+0,9	+3%	-	-	-	-	-	-	-1,6	-5%
Cacahuètes enrobées sucrées	+4,8	+17%	+6,2	+23%	-	-	-	-	-	-	-	-	+2,1	+6%
Cocktail de fruits	-3,0	-40%	-	-	-8,6	-65%	-	-	-	-	-	-	-0,7	-7%
Crackers apéritif	+1,8	+8%	-5,6	-27%	+0,3	+1%	-	-	-	-	-	-	-1,9*	-8%
Crêpes dentelles	+0,8	+2%	-	-	+0,8	+2%	-	-	-	-	-	-	+0,7	+2%
Feuilletés	-0,7	-3%	-	-	-1,3	-5%	-	-	+3,6	+15%	-	-	+0,6	+2%
Gaufrettes	+4,9	+14%	-	-	+2,5	+7%	-	-	-	-	-	-	+1,7	+5%
Gressins	+1,6	+11%	-3,6	-28%	-0,5	-3%	-	-	-	-	-	-	+1,5	+9%
Mélanges de fruits et graines	+0,7	+3%	+0,4	+1%	+2,1	+8%	-	-	-	-	-	-	+0,05	+0,2%
Mélanges asiatiques	+2,9	+48%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+1,3	+14%
Chips de crevette	+2,2	+7%	-	-	+2,0	+6%	-	-	-	-	-	-	+0,5	+2%
Soufflés	+0,8	+4%	+0,3	+2%	+1,3	+6%	-2,9	-13%	+3,1	+13%	-	-	+3,5***	+13%
Bretzels	-1,8	-35%	-	-	-0,03	-1%	-	-	-	-	-	-	-2,1***	-68%
Tortillas	-1,3	-6%	+0,5	+2%	-0,7	-3%	-	-	-2,8	-12%	-	-	-0,6	-3%
Tuiles	-2,2**	-8%	-8,5*	-29%	+0,3	+1%	-	-	-	-	-	-	-4,6***	-18%
Autres apéritifs à croquer	+9,0	+36%	+12,8	+62%	-	-	-	-	-	-	-	-	+0,6	+2%

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)
MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg = marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP = Enseignes à dominante marques propres ; DS bio=distributeurs spécialisés bio
Case en violet : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus faibles que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
Case en orange : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
Tests statistiques effectués : test de permutation
Chiffres grisés : effectif d'au moins un des échantillons égal à 1 ou 2
"-": non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant

En 2021 (T2), sans pondération par les parts de marché, **1 famille** sur les 18 testées présente **une différence significative** de la teneur moyenne en matières grasses entre les produits avec et sans Nutri-Score. Il s'agit de la famille des **Tuiles dont les produits avec Nutri-Score sont mieux positionnés que les produits sans Nutri-Score** (différence moyenne de -8%). A noter que cette différence se retrouve **plus particulièrement sur les marques nationales de cette famille** (différence moyenne de -29%).

En 2021 (T2), en pondérant par les parts de marché, 4 familles sur 18 testées présentent une différence significative des teneurs moyennes en matières grasses entre les produits avec et sans Nutri-Score dont :

- 1 famille (Soufflés) présente des teneurs moyennes pondérées significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score de +13%.
- 3 familles (Crackers apéritif, Bretzels et Tuiles) présentent des teneurs moyennes pondérées respectivement plus faibles que les produits sans Nutri-Score (respectivement -8%, -68% et -18%).

Le Tableau 18 présente les évolutions des teneurs en matières grasses en 2021 à l'échelle des familles, par sous-groupe entre les produits avec et sans Nutri-Score.

Tableau 18 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en matières grasses entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe

Différences des teneurs moyennes en matières grasses par famille	ETUDE DES REFORMULATIONS					ETUDE DU RENOUELEMENT DE L'OFFRE									
	Produits appariés (présents au T1 et T2 avec un Nutri-Score)					Offre T1 vs Offre T2 avec NS		Ajoutés avec Nutri-Score VS Ajoutés sans Nutri-Score		Offre T1 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Offre T2 avec NS	
	Nombre de couples appariés	Teneur moyenne au T1 (en g/100g)	Teneur moyenne au T2 (en g/100g)	Evolution (en g/100g)	Evolution (en %)	Différence		Différence		Différence		Différence		Différence	
						g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines	31	52,2	51,2	-1,0*	-2%	-1,7	-3%	2,3	5%	-2,1	-4%	2,2	4%	1,8	4%
Choux	3	55,7	56,5	+0,7	+1%	1,5	3%	-	-	1,4	3%	-1,5	-3%	-1,6	-3%
Mini cakes	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	4	25,5	25,0	-0,5	-2%	-1,5	-5%	0,00	0,0%	0,04	0,1%	0,06	0,2%	1,6	6%
Cacahuètes enrobées sucrées	0	-	-	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-
Cocktail de fruits	1	11,2	11,0	-	-	-3,8	-46%	-3,6	-274%	-7,0	-84%	5,2	394%	2,0	44%
Crackers apéritif	27	26,1	26,0	-0,1	-0%	0,2	0,8%	1,5	6%	-1,2	-5%	-0,7	-3%	-2,1	-9%
Crêpes dentelles	6	38,5	37,2	-1,3	-3%	1,0	3%	1,7	4%	1,9	5%	-3,6	-9%	-2,7	-7%
Feuilletés	14	24,8	24,8	+0,05	+0%	1,4	6%	-1,3	-5%	2,7	11%	-3,4	-12%	-2,1	-8%
Gaufrettes	5	41,1	39,0	-2,1	-5%	4,0	11%	7,1	17%	5,4	15%	-9,3	-23%	-7,9	-20%
Gressins	5	14,8	15,8	+1,0	+7%	1,6	12%	2,2	14%	1,4	10%	-3,3	-22%	-3,5	-23%
Mélanges de fruits et graines	6	30,0	28,3	-1,6	-5%	-0,7	-2%	-0,1	-0,4%	-0,9	-3%	0,6	2%	0,4	1%
Mélanges asiatiques	2	10,5	10,0	-	-	0,6	7%	-	-	-0,6	-7%	-0,1	-2%	-1,3	-15%
Chips de crevette	2	28,5	32,5	-	-	2,7	9%	1,7	5%	2,7	9%	-3,4	-11%	-3,4	-11%
Soufflés	44	25,3	25,0	-0,2	-1%	-0,8	-3%	-1,1	-5%	-3*	-13%	+3,3*	16%	1,1	5%
Bretzels	8	3,1	3,0	-0,1	-4%	-0,6	-14%	-0,6	-13%	0,4	9%	0,5	11%	1,4	42%
Tortillas	10	21,9	21,5	-0,4	-2%	-1,8*	-8%	-1,6	-7%	-1,8*	-8%	+2,1*	10%	+2,1*	10%
Tuiles	10	27,4	25,5	-1,9**	-7%	-4***	-14%	-2,4*	-10%	-4,2***	-14%	+4,7***	19%	+4,6***	18%
Autres apéritifs à croquer	0	-	-	-	-	6,8	25%	9,2	27%	6,8	25%	-	-	-	-

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus faible que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus élevée que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Tests statistiques effectués : test de permutation
"-": non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant
NS : Nutri-Score

Ci-dessous seuls les résultats des familles pour lesquelles on observe une significativité au niveau du renouvellement de l'offre et/ou des efforts de reformulations sont détaillés.

Arachides et graines

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en matières grasses plus faible par rapport aux produits présents en 2013 (-1,0g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021.

Soufflés

Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en matières grasses significativement plus faible que les produits de 2013 (-3g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en matières grasses significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score (+3,3g/100g).

Tortillas

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en matières grasses significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (-1,8g/100g pour les 2 comparaisons). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en matières grasses significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (+2,1g/100g pour les 2 comparaisons).

Tuiles

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une diminution significative de leur teneur en matières grasses par rapport aux produits présents en 2013 (-1,9g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021.

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en matières grasses significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (-4,2g/100g pour les 2 comparaisons). Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en matières grasses significativement plus faible que ceux ajoutés sans Nutri-score (-2,4g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en matières grasses significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (+4,7g/100g pour les 2 comparaisons).

A l'échelle du secteur entier, l'étude des teneurs en matières grasses, référence par référence montre que des reformulations plus particulièrement à la baisse ont été réalisées entre 2013 et 2021 pour les produits porteurs du Nutri-Score en 2021. Plus précisément, sur les 178 couples de produits présentant un Nutri-Score en 2021, la teneur en matières grasses entre 2013 et 2021 :

- Augmente pour 49 couples (de +0,2 à +10g/100g) ;
- Diminue pour 82 couples (de -0,1 à -10g/100) ;
- Reste identique pour 47 couples.

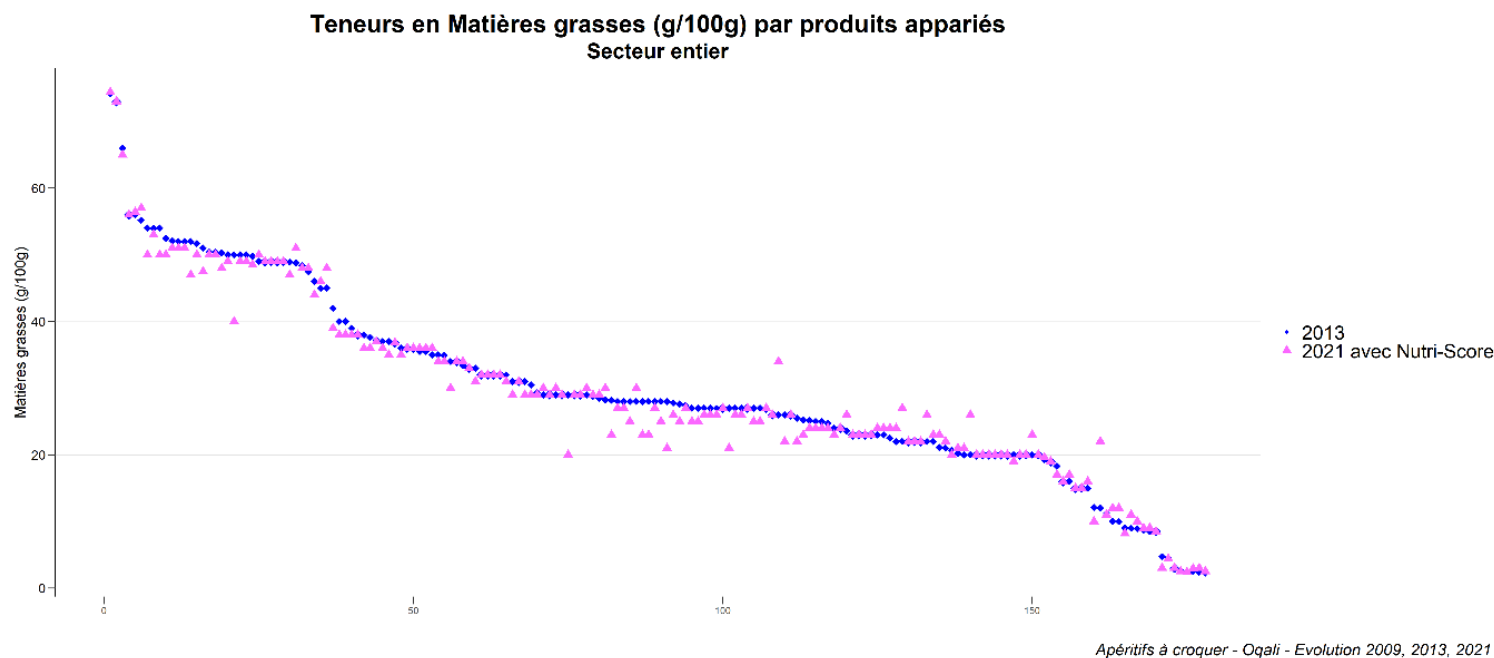


Figure 35 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer

5.2.1.1. Acides gras saturés

Le Tableau 19 présentent les différences des teneurs moyennes en acides gras saturés, entre les produits avec et sans Nutri-Score par famille avec et sans pondération par les parts de marché et par famille et par segment de marché.

Tableau 19 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe

Différences des teneurs moyennes en acides gras saturés par famille en 2021 (T2) entre les produits sans/avec Nutri-Score	TOUS PRODUITS												TOUS PRODUITS PONDERES ¹	
	PAR FAMILLE		PAR FAMILLE ET SEGMENT										PAR FAMILLE	
	g/100g	%	MN		MDD		MDDeg		EDMP		DS bio		g/100g	%
			g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%		
Arachides et graines	-0,1	-2%	-0,7	-10%	-0,004	-0,0%	+0,3	+4%	-2,0	-26%	-	-	-0,8***	-13%
Choux	+1,0	+3%	-	-	+3,9	+12%	-	-	-	-	-	-	+2,0	+6%
Mini cakes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	-0,5	-13%	-	-	+0,3	+8%	-	-	-	-	-	-	-0,4	-10%
Cacahuètes enrobées sucrées	-0,1	-3%	+0,3	+7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-1,2**	-28%
Cocktail de fruits	-2,5	-42%	-	-	-8,6	-71%	-	-	-	-	-	-	-0,3	-3%
Crackers apéritif	-0,2	-3%	-6,0	-75%	-0,3	-3%	-	-	-	-	-	-	-4,5***	-97%
Crêpes dentelles	-0,2	-1%	-	-	+0,3	+2%	-	-	-	-	-	-	-0,6	-4%
Feuilletés	-0,5	-3%	-	-	-1,1	-7%	-	-	+3,1	+21%	-	-	-0,05	-0,4%
Gaufrettes	+6,6	+25%	-	-	+2,4	+8%	-	-	-	-	-	-	+8,6***	+26%
Gressins	-0,2	-6%	-1,3	-54%	-1,3	-31%	-	-	-	-	-	-	-0,04	-2%
Mélanges de fruits et graines	-1,0	-22%	-1,8	-34%	-0,1	-3%	-	-	-	-	-	-	-1,2**	-37%
Mélanges asiatiques	+0,1	+7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+0,009	+1%
Chips de crevette	-0,2	-7%	-	-	+0,0	+0,0%	-	-	-	-	-	-	+0,05	+2%
Soufflés	-0,2	-7%	-0,8	-26%	+0,4*	+17%	-1,9	-22%	+0,5	+21%	-	-	-1,4***	-48%
Bretzels	-0,3	-44%	-	-	+0,08	+20%	-	-	-	-	-	-	-0,1	-31%
Tortillas	-0,3	-13%	+0,08	+3%	-0,1	-5%	-	-	-0,2	-10%	-	-	-0,4	-16%
Tuiles	-0,3	-10%	-1,0	-32%	+0,2	+9%	-	-	-	-	-	-	-0,2	-7%
Autres apéritifs à croquer	+6,3*	+163%	+8,0*	+220%	-	-	-	-	-	-	-	-	+0,7	+12%

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)
 MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg = marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP = Enseignes à dominante marques propres ; DS bio=distributeurs spécialisés bio
 Case en violet : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus faibles que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
 Case en orange : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
 Tests statistiques effectués : test de permutation
 Chiffres grisés : effectif d'au moins un des échantillons égal à 1 ou 2
 "-." : non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant

En 2021 (T2), sans pondération par les parts de marché, 1 famille sur les 18 testées présente une différence significative des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits avec et sans Nutri-Score. Il s'agit de la famille des **Autres apéritifs à croquer dont les produits avec Nutri-Score sont moins bien positionnés que les produits sans Nutri-Score** (différence moyenne de +163%). A noter que cette famille regroupe des produits hétérogènes et que la différence se retrouve **plus particulièrement sur les marques nationales de cette famille** (+220%). En comparant les teneurs moyennes en acides gras saturés des produits avec Nutri-Score en 2021 par segment de marché, on note que, **pour les marques de distributeurs, les teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score de la famille Soufflés sont significativement plus élevées que celles des produits sans Nutri-Score (+0,4g/100g).**

En 2021 (T2), en pondérant par les parts de marché, 5 familles sur 18 testées présentent une différence significative des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits avec et sans Nutri-Score dont :

- 1 famille (Gaufrettes) présente des teneurs moyennes pondérées significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score de +26%.
- 4 familles (Arachides et graines, Crackers apéritif, Mélanges de fruits et graines et Soufflés) présentent des teneurs moyennes pondérées respectivement plus faibles plus faibles que les produits sans Nutri-Score (respectivement de -13%, -97%, -37% et -48%).

Le Tableau 20 présente les évolutions des teneurs en acides gras saturés en 2021 à l'échelle des familles, par sous-groupe entre les produits avec et sans Nutri-Score.

Tableau 20 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe

Différences des teneurs moyennes en acides gras saturés par famille	ETUDE DES REFORMULATIONS					ETUDE DU RENOUELEMENT DE L'OFFRE									
	Produits appariés (présents au T1 et T2 avec un Nutri-Score)					Offre T1 vs Offre T2 avec NS		Ajoutés avec Nutri-Score VS Ajoutés sans Nutri-Score		Offre T1 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Offre T2 avec NS	
	Nombre de couples appariés	Teneur moyenne au T1 (en g/100g)	Teneur moyenne au T2 (en g/100g)	Evolution (en g/100g)	Evolution (en %)	Différence		Différence		Différence		Différence		Différence	
						g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines	28	8,0	7,0	-1,0***	-13%	-1**	-13%	-0,04	-0,5%	-1,1**	-14%	0,9	12%	0,8	11%
Choux	3	42,9	35,7	-7,3	-17%	-6,2**	-15%	-	-	-6,1*	-14%	5,6	15%	+5,7*	16%
Mini cakes	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	4	3,4	3,3	-0,1	-4%	-2,1*	-37%	-0,2	-5%	-1,9	-33%	2,2	55%	+2,4*	65%
Cacahuètes enrobées sucrées	0	-	-	-	-	-	-	-0,3	-	-	-	-	-	-	-
Cocktail de fruits	1	10,2	9,8	-	-	-3,8	-53%	-3,5	-1382%	-7,0	-97%	5,7	2267%	2,5	72%
Crackers apéritif	26	11,7	7,7	-4,0***	-34%	-1,7	-18%	-0,3	-4%	-1,5	-16%	0,7	9%	0,9	12%
Crêpes dentelles	6	32,2	15,7	-16,5*	-51%	-14,4***	-47%	0,3	2%	-13,9***	-46%	11,0	67%	+11,5*	72%
Feuilletés	14	16,2	15,8	-0,4	-3%	1,0	6%	-2,1	-13%	1,1	8%	-1,2	-8%	-1,1	-7%
Gaufrettes	5	35,9	34,6	-1,3	-4%	5,6	20%	2,2	7%	2,6	9%	-8,3	-27%	-11,4	-34%
Gressins	5	3,3	2,7	-0,6	-18%	-0,9	-25%	0,05	2%	-0,9	-27%	0,5	20%	0,4	17%
Mélanges de fruits et graines	6	3,8	3,6	-0,2	-6%	0,1	3%	-1,6	-42%	0,1	4%	0,7	20%	0,8	21%
Mélanges asiatiques	2	1,8	1,3	-	-	-0,5	-28%	-	-	-0,5	-24%	0,5	34%	0,6	42%
Chips de crevette	2	2,6	2,6	-	-	-0,2	-7%	-0,4	-17%	-0,2	-7%	0,2	7%	0,2	7%
Soufflés	44	4,8	2,9	-2,0***	-41%	-3***	-52%	-0,7	-31%	-3,5***	-61%	+4,3***	191%	+3,8***	138%
Bretzels	7	0,7	0,4	-0,3	-43%	-1,0	-71%	-0,3	-55%	-1,0	-67%	1,5	325%	1,6	384%
Tortillas	10	2,8	2,4	-0,5	-17%	-3,5***	-62%	-0,5*	-24%	-3,6**	-63%	+5,1***	238%	+5***	230%
Tuiles	10	9,8	2,5	-7,3**	-74%	-4,9***	-66%	-0,4	-17%	-4,9***	-66%	+4,1**	165%	+4,1***	165%
Autres apéritifs à croquer	0	-	-	-	-	7,0	226%	+6,3*	62%	7,0	226%	-	-	-	-

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus faible que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus élevée que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Tests statistiques effectués : test de permutation
* : non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant
NS : Nutri-Score

Ci-dessous seuls les résultats des familles pour lesquelles on observe une significativité au niveau du renouvellement de l'offre et/ou des efforts de reformulations sont détaillés.

Arachides et graines

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (-1,0g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -1g/100g et -1,1g/100g).

Choux

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -6,2g/100g et -6,1g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score (+5,7g/100g).

Cacahuètes enrobées salées

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (-2,1g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score (+2,4g/100g).

Crackers apéritifs

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (-4,0g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021.

Crêpes dentelles

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (-16,5g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. A noter que cette famille contient un faible nombre de produits appariés qui apposent le Nutri-Score.

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -14,4g/100g et -13,9g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score (+11,5g/100g).

Soufflés

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (-2,0g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -3g/100g et -3,5g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (respectivement +3,8g/100g et +4,3g/100g).

Tortillas

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -3,5g/100g et -3,6g/100g). Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que ceux ajoutés sans Nutri-score (-0,5g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (respectivement +5g/100g et +5,1g/100g).

Tuiles

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (-7,3g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuée pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -4,9g/100g et -4,9g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (respectivement +4,1g/100g et +4,1g/100g).

Autres apéritifs à croquer

Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en acides gras saturés significativement plus élevée que ceux ajoutés sans Nutri-score (+6,3g/100g). A noter que cette famille regroupe des produits hétérogènes.

A l'échelle du secteur entier, l'étude des teneurs en AGS, référence par référence, montre que des reformulations à la hausse et plus particulièrement à la baisse ont été réalisées entre 2013 et 2021 pour les produits porteurs du Nutri-Score en 2021. Plus précisément, sur les 173 couples de produits présentant un Nutri-Score en 2021, la teneur en AGS entre 2013 et 2021 :

- Augmente pour 44 couples (de +0,1 à +2g/100g) ;
- Diminue pour 101 couples (de -0,1 à -18g/100g) ;
- Reste identique pour 28 couples.

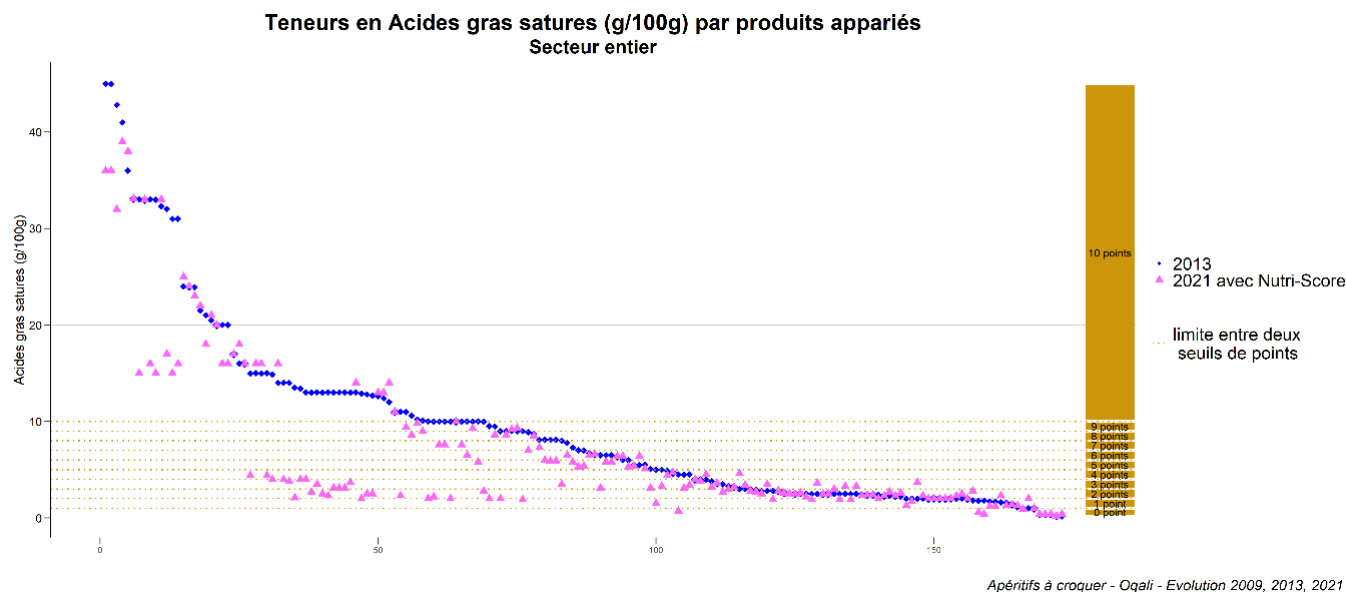


Figure 36 : Evolution, référence par référence, de la teneur en AGS des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer et seuils de points correspondants au calcul du score nutritionnel du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score »⁴², pour la composante « graisses saturées ».

⁴² Santé publique France, Annexe 1 du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score », disponible sur le site de Santé publique France : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/articles/nutri-score>.

5.2.1.1. Sel

Le Tableau 21 présentent les différences des teneurs moyennes en sel, entre les produits avec et sans Nutri-Score par famille avec et sans pondération par les parts de marché et par famille et par segment de marché.

Tableau 21 : Récapitulatif des différences des teneurs en sel entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec Nutri-Score en 2021 à l'échelle des familles avec et sans pondération par les parts de marchés ainsi que les différents segments de marché

Différences des teneurs moyennes en sel par famille en 2021 (T2) entre les produits sans/avec Nutri-Score	TOUS PRODUITS												TOUS PRODUITS PONDERES ¹	
	PAR FAMILLE		PAR FAMILLE ET SEGMENT										PAR FAMILLE	
	g/100g	%	MN		MDD		MDDeg		EDMP		DS bio		g/100g	%
			g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%		
Arachides et graines	-0,43**	-35%	-0,66	-42%	-0,24**	-24%	-0,03	-3%	+0,37	+43%	-	-	-0,55***	-70%
Choux	-0,04	-3%	-	-	+0,06	+5%	-	-	-	-	-	-	-0,01	-1%
Mini cakes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	+0,05	+2%	-	-	-0,04	-2%	-	-	-	-	-	-	-0,12	-6%
Cacahuètes enrobées sucrées	-0,01	-49%	-0,03	-84%	-	-	-	-	-	-	-	-	+5,0E-04	~3%
Cocktail de fruits	+0,06	+35%	-	-	+0,009	+4%	-	-	-	-	-	-	+0,19*	+44%
Crackers apéritif	-0,05	-3%	-0,11	-5%	-0,06	-3%	-	-	-	-	-	-	-0,27***	-16%
Crêpes dentelles	+0,01	+1%	-	-	+0,08	+4%	-	-	-	-	-	-	-0,02	-1%
Feuilletés	+0,23	+11%	-	-	+0,24	+12%	-	-	+0,34	+16%	-	-	-0,12	-6%
Gaufrettes	-0,06	-3%	-	-	-0,05	-3%	-	-	-	-	-	-	+0,45**	+24%
Gressins	+0,15	+9%	+0,91	+56%	+0,07	+5%	-	-	-	-	-	-	-0,09	-5%
Mélanges de fruits et graines	+0,01	+10%	-0,07	-45%	+0,02	+17%	-	-	-	-	-	-	+0,01	+11%
Mélanges asiatiques	-0,03	-3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,20*	-18%
Chips de crevette	-0,14	-7%	-	-	-0,11	-5%	-	-	-	-	-	-	-0,04	-2%
Soufflés	-0,02	-1%	+0,11	+6%	-0,03	-1%	-0,28	-13%	-0,21	-10%	-	-	+0,23***	+11%
Bretzels	+0,50	+17%	-	-	+0,29	+9%	-	-	-	-	-	-	+0,50***	+15%
Tortillas	+0,02	+2%	+0,36*	+41%	-0,18	-13%	-	-	-0,46	-33%	-	-	+0,13	+12%
Tuiles	-0,17**	-12%	-0,69**	-46%	-0,03	-2%	-	-	-	-	-	-	-0,07*	-5%
Autres apéritifs à croquer	-0,65	-51%	-1,21	-75%	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,16	-16%

¹ ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar - Panel WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)
MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg = marques de distributeurs entrée de gamme ; EDMP = Enseignes à dominante marques propres ; DS bio=distributeurs spécialisés bio
Case en violet : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus faibles que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
Case en orange : teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; ***si p<0,001)
Tests statistiques effectués : test de permutation
Chiffres grisés : effectif d'au moins un des échantillons égal à 1 ou 2
"-": non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant

En 2021 (T2), sans pondération par les parts de marché, 2 familles sur les 18 testées présentent des évolutions significatives de leur teneur moyenne en sel entre les produits porteurs du Nutri-Score et ceux sans le logo : il s'agit des familles des Arachides et graines et Tuiles dont les produits avec Nutri-Score sont mieux positionnés que les produits sans Nutri-Score (respectivement -35% et -12%). En comparant les teneurs moyennes en sel des produits avec Nutri-Score en 2021 entre les différents segments de marché, on note que, **pour les marques de distributeurs, les teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score sont significativement plus faibles que celles des produits sans Nutri-Score pour la famille Arachides et graines (-24%). Pour la famille des Tuiles, les marques nationales, ont une teneur moyenne des produits avec Nutri-Score significativement plus faibles que celles des produits sans Nutri-Score (-46%).**

En 2021 (T2), en pondérant par les parts de marché, 8 familles sur 18 testées présentent une différence significative des teneurs moyennes en sel entre les produits avec et sans Nutri-Score dont :

- 4 familles (Cocktail de fruits, Gaufrettes, Soufflés et Bretzels) présentent des teneurs moyennes pondérées significativement plus élevées que les produits sans Nutri-Score (respectivement +44%, +24%, +11% et +15%).
- 4 familles (Arachides et graines, Crackers apéritif, Mélanges asiatiques et Tuiles) présentent des teneurs moyennes pondérées respectivement plus faibles plus faibles que les produits sans Nutri-Score (respectivement de -70%, -16%, -18% et -5%).

En comparant les teneurs moyennes en sel des produits avec Nutri-Score en 2021 entre les différents segments de marché, on note que, **pour les marques nationales, les teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score de la famille Tortillas sont significativement plus élevées que celles des produits sans Nutri-Score (+41%).**

Le Tableau 22 présente les évolutions des teneurs en sel en 2021 à l'échelle des familles, par sous-groupe entre les produits avec et sans Nutri-Score.

Tableau 22 : Récapitulatif des différences des teneurs moyennes en sel entre les produits sans Nutri-Score et ceux avec le logo en 2021, à l'échelle des familles, par sous-groupe

Différences des teneurs moyennes en sel par famille	ETUDE DES REFORMULATIONS					ETUDE DU RENOUELEMENT DE L'OFFRE									
	Produits appariés (présents au T1 et T2 avec un Nutri-Score)					Offre T1 vs Offre T2 avec NS		Ajoutés avec Nutri-Score VS Ajoutés sans Nutri-Score		Offre T1 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Ajoutés T2 avec NS		Références Retirés T1-T2 vs Offre T2 avec NS	
	Nombre de couples appariés	Teneur moyenne au T1 (en g/100g)	Teneur moyenne au T2 (en g/100g)	Evolution (en g/100g)	Evolution (en %)	Différence		Différence		Différence		Différence		Différence	
						g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%	g/100g	%
Arachides et graines	28	1,0	1,0	-0,03	-3%	-0,27**	-25%	-0,56**	-76%	-0,34**	-31%	+0,26*	35%	0,18	23%
Choux	3	1,4	1,4	+0,05	+4%	-0,06	-4%	-	-	-0,06	-4%	0,14	10%	0,15	10%
Mini cakes	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cacahuètes enrobées salées	4	2,2	2,1	-0,11	-5%	-0,08	-3%	0,11	5%	-0,04	-2%	0,00	0,1%	0,04	2%
Cacahuètes enrobées sucrées	0	-	-	-	-	-	-	-0,02	-	-	-	-	-	-	-
Cocktail de fruits	1	0,0	0,5	-	-	-0,14	-38%	-0,02	-16%	-0,26	-69%	0,27	237%	0,15	66%
Crackers apéritif	26	2,1	1,7	-0,37**	-18%	-0,29*	-13%	0,03	2%	-0,18	-8%	0,30	15%	+0,41**	22%
Crêpes dentelles	6	2,0	2,0	-0,02	-1%	0,03	1%	0,06	3%	0,09	5%	-0,19	-9%	-0,13	-6%
Feuilletés	14	2,1	1,9	-0,22*	-10%	0,18	8%	+0,41*	16%	+0,46**	22%	-0,44*	-17%	-0,15	-7%
Gaufrettes	5	2,1	1,9	-0,25	-12%	-0,34	-16%	-0,33	-21%	-0,53	-25%	0,56	35%	0,37	21%
Gressins	5	1,7	1,6	-0,07	-4%	0,03	2%	0,27	14%	0,17	10%	-0,11	-5%	0,03	2%
Mélanges de fruits et graines	6	0,4	0,4	-0,006	-2%	-0,07	-35%	-0,02	-19%	-0,10	-47%	0,13	119%	0,11	77%
Mélanges asiatiques	2	1,0	1,1	-	-	0,12	12%	-	-	0,15	15%	-0,16	-14%	-0,14	-12%
Chips de crevette	2	2,1	2,0	-	-	-0,14	-7%	-0,22	-11%	-0,16	-8%	0,14	7%	0,12	6%
Soufflés	44	2,4	2,0	-0,35***	-15%	-0,51***	-21%	-0,13	-8%	-0,7***	-29%	+0,72***	42%	+0,54***	29%
Bretzels	7	3,7	3,4	-0,35	-9%	0,19	6%	0,70	19%	0,43	13%	-0,78	-21%	-0,54	-16%
Tortillas	10	1,1	1,2	+0,03	+2%	-0,17	-13%	0,09	8%	-0,19	-14%	0,22	20%	0,21	18%
Tuiles	10	1,5	1,3	-0,15*	-10%	-0,35***	-22%	-0,25**	-21%	-0,4***	-25%	+0,47***	40%	+0,42***	34%
Autres apéritifs à croquer	0	-	-	-	-	-0,98	-61%	-0,63	-102%	-0,98	-61%	-	-	-	-

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus faible que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2013 et 2021 pour les produits appariés ou teneur des produits avec Nutri-Score significativement plus élevée que les produits sans Nutri-Score (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Tests statistiques effectués : test de permutation
"-": non testé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali ou effectif insuffisant
NS : Nutri-Score

Arachides et graines

Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -0,27g/100g et -0,34g/100g). Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en sel

significativement plus faible que ceux ajoutés sans Nutri-score (-0,56g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en sel significativement plus élevée que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (+0,26g/100g).

Crackers apéritifs

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (-0,37g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (-0,29g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en sel significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score (+0,41g/100g).

Feuilletés

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (-0,22g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus élevée que ceux ajoutés sans Nutri-score (+0,41g/100g). Les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus élevée que les produits de 2013 (T1) (+0,46g/100g). Les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus faible que les produits retirés entre 2013 et 2021 (-0,44g/100g).

Soufflés

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (-0,35g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -0,51g/100g et -0,7g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en sel significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (respectivement +0,54g/100g et +0,72g/100g).

Tuiles

Au sein des produits appariés, ceux de 2021 (T2) avec Nutri-Score présentent une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (-0,15g/100g) : des reformulations à la baisse ont été effectuées pour les produits apposant un Nutri Score en 2021. Les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score ainsi que les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score ont une teneur en sel significativement plus faible que les produits de 2013 (T1) (respectivement -0,35g/100g et -0,4g/100g). Les produits ajoutés avec Nutri-Score ont une teneur en sel

significativement plus faible que ceux ajoutés sans Nutri-score (-0,25g/100g). Les produits retirés entre 2013 et 2021 ont une teneur en sel significativement plus élevée que les produits de 2021 (T2) avec Nutri-Score et les produits ajoutés en 2021 (T2) avec Nutri-Score (respectivement +0,42g/100g et +0,47g/100g).

A l'échelle du secteur entier, l'étude des teneurs en sel, référence par référence montre que des reformulations à la hausse et plus particulièrement à la baisse ont été réalisées entre 2013 et 2021 pour les produits porteurs du Nutri-Score en 2021. Plus précisément, sur les 173 couples de produits présentant un Nutri-Score en 2021, la teneur en sel entre 2013 et 2021 :

- Augmente pour 49 couples (de +0,01 à +0,77g/100g) ;
- Diminue pour 105 couples (de -0,02 à -2,25g/100g) ;
- Reste identique pour 19 couples.

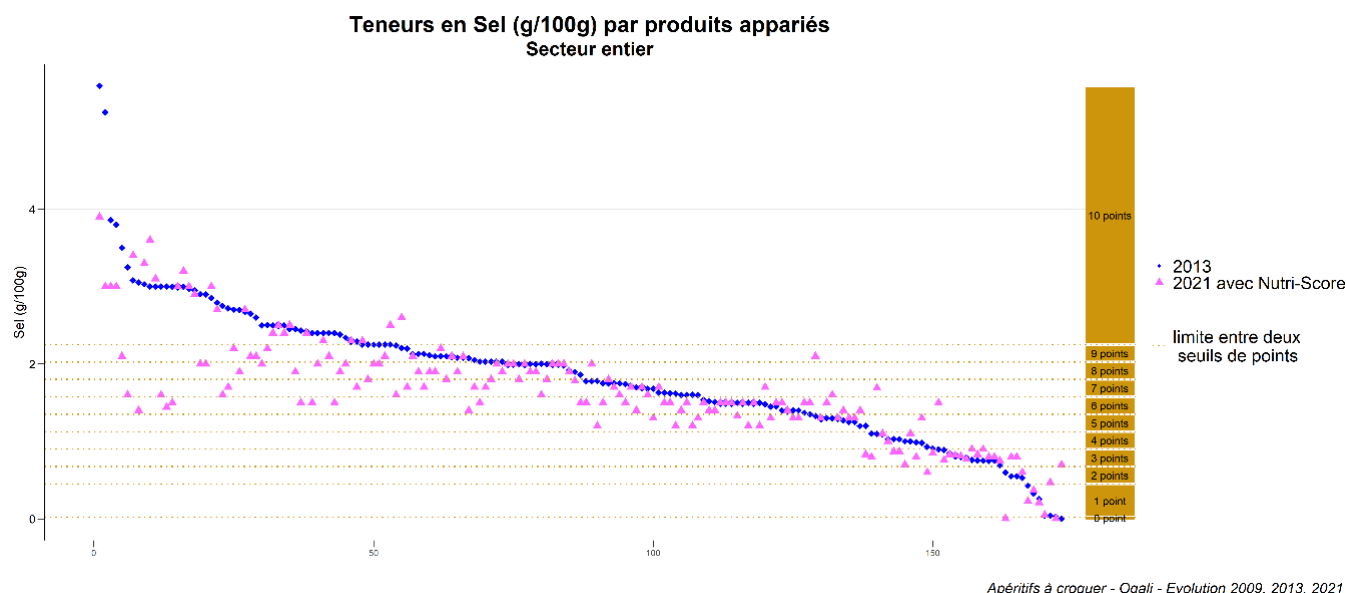


Figure 37 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés entre 2013 et 2021 et avec Nutri-Score en 2021 au sein du secteur des Apéritifs à croquer et seuils de points correspondants au calcul du score nutritionnel du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score »⁴³, pour la composante « protéines »

⁴³ Santé publique France, Annexe 1 du Règlement d'usage du logo « Nutri-Score », disponible sur le site de Santé publique France : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/articles/nutri-score>.

5.2.1.2. Synthèse

Ci-dessous sont présentées les différences significatives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés et/ou sel, sans pondération par les parts de marchés, entre produits avec et sans Nutri-Score de 2021 pour les 3 familles dont on observe une significativité à l'échelle de la famille entière :

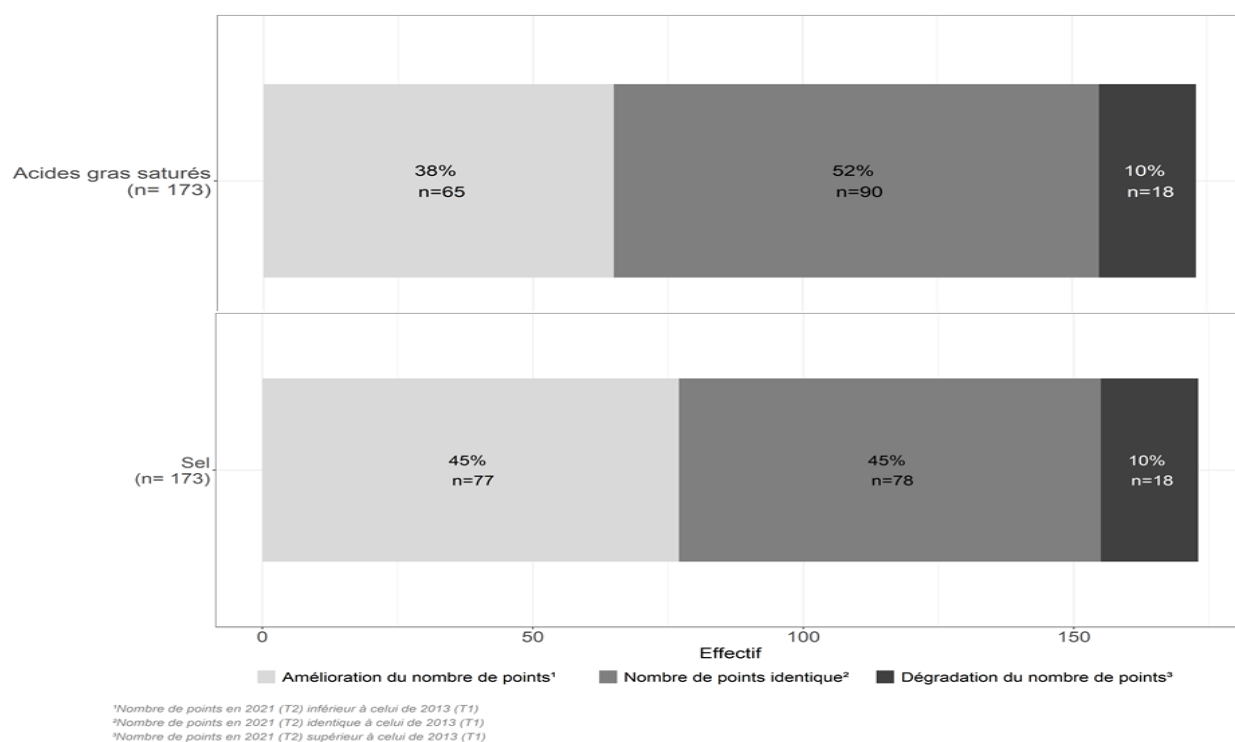
A l'échelle de la famille entière des **Arachides et graines**, les produits avec Nutri-Score de 2021 présentent une différence significative de leur teneur moyenne par rapport aux produits sans Nutri-Score de 2021 à la baisse pour le sel (-0,43g/100g). Cela peut en partie être expliqué par un renouvellement de l'offre (à la baisse). Ces diminutions sont essentiellement portées par les marques de distributeurs (-0,24g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Tuiles**, les produits avec Nutri-Score de 2021 présentent une différence significative de leur teneur moyenne par rapport aux produits sans Nutri-Score de 2021 à la baisse pour les matières grasses et le sel (respectivement -2,2g/100g et -0,17g/100g). Cela peut en partie être expliqué par des reformulations ainsi qu'un renouvellement de l'offre (à la baisse). Ces diminutions sont essentiellement portées par les marques nationales pour ces deux nutriments (respectivement -8,5g/100g et -0,69g/100g).

A l'échelle de la famille entière des **Autres apéritifs à croquer**, les produits avec Nutri-Score de 2021 présentent une différence significative de leur teneur moyenne par rapport aux produits sans Nutri-Score de 2021 à la hausse pour les acides gras saturés (+6,3g/100g). Cela peut en partie être expliqué par un renouvellement de l'offre (à la hausse). Ces augmentations sont essentiellement portées par les marques nationales (+8,0g/100g).

Lorsque l'on pondère par les parts de marché, davantage de différences significatives sont observées entre les produits sans Nutri-Score et avec Nutri-Score en 2021 quel que soit le nutriment considéré (de 4 à 8 familles selon le nutriment). Les produits avec Nutri-Score peuvent être mieux ou moins bien positionnés que les produits sans Nutri-Score selon les familles et/ou nutriments.

Les reformulations (à la hausse ou à la baisse) effectuées entre 2013 et 2021 ont eu un impact variable pour les AGS et le sel : la part des produits appariés pour laquelle ces reformulations engendrent une amélioration du nombre de points est de respectivement 38% et 45%. Elles engendrent également une dégradation du nombre de points de 10% pour chaque nutriment.



Apéritifs à croquer - Oqali - Evolution 2009, 2013, 2021

Figure 38 : Proportion des produits appariés pour lesquels le calcul du nombre de points des composantes « graisses saturées » et « sel » donne un résultat amélioré/identique/dégradé entre 2013 et 2021 pour le secteur des Apéritifs à croquer

Pour tous les **nutriments étudiés** et pour les produits porteurs de Nutri-Score en 2021 :

-2 familles présentent une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses entre 2013 et 2021 (Arachides et graines et Tuiles).

-5 familles présentent une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés entre 2013 et 2021 (Arachides et graines, Crackers apéritifs, Crêpes dentelles, Soufflés et Tuiles).

-4 familles présentent une diminution significative de la teneur moyenne en sel entre 2013 et 2021 (Crackers apéritifs, Feuilletés, Soufflés et Tuiles).

Des analyses graphiques référence par référence pour chaque nutriment ont montré des reformulations à la hausse et à la baisse, qui expliquent l'absence d'évolution significative de la moyenne, pour la plupart des familles.

5.2.2. Effet de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché et des valeurs nutritionnelles pour les produits appariés

5.2.2.2. Effet sur les parts de marché

Le Tableau 23 présente, pour le secteur entier et par famille, le nombre de couples de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score, ainsi que l'estimation (estimateur Did) de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences.

A l'échelle du secteur entier, l'apposition du Nutri-Score n'a pas été associée à une évolution significative des parts de marché des produits appariés avec Nutri-Score, comparativement aux produits sans Nutri-Score.

A l'échelle des familles, parmi les 5 testées sur les 19 du secteur, aucune ne présente d'effet statistiquement significatif de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché des produits appariés avec Nutri-Score, comparativement à ceux sans Nutri-Score.

Pour les 14 autres familles (correspondant à celles non testées), il n'est pas possible de conclure sur l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur les parts de marché.

Tableau 23 : Nombre de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score et estimation de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des parts de marché entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences, pour le secteur entier et par famille (tri par valeur absolue décroissante de l'estimateur Did par famille)

Parts de marché Secteur/famille	Nombre de couples de produits appariés du groupe avec Nutri-Score (avec apposition du Nutri-Score ¹ entre 2013 et 2021)	Nombre de couples de produits appariés du groupe sans Nutri-Score (sans apposition du Nutri-Score entre 2013 et 2021)	Estimateur des doubles différences Did ² (en g/100g)
Secteur entier	159	243	+0,01
Soufflés	38	52	+0,06
Arachides et graines	27	49	-0,05
Crackers apéritif	24	17	+0,02
Tuiles	10	11	-0,01
Feuilletés	12	18	-0,005
Choux	3	2	Non testé
Mini cakes	0	0	Non testé
Cacahuètes enrobées salées	3	2	Non testé
Cacahuètes enrobées sucrées	0	0	Non testé
Cocktail de fruits	1	3	Non testé
Crêpes dentelles	6	7	Non testé
Gaufrettes	5	1	Non testé
Gressins	5	7	Non testé
Mélanges de fruits et graines	5	11	Non testé
Mélanges asiatiques	0	0	Non testé
Chips de crevette	2	2	Non testé
Bretzels	6	3	Non testé
Tortillas	6	10	Non testé
Autres apéritifs à croquer	0	0	Non testé

¹ Nutri-Score en vigueur à partir de 2017

² La différence des parts de marché moyennes entre 2013 et 2021 est calculée pour les groupes avec et sans Nutri-Score. La différence entre ces 2 moyennes permet d'obtenir l'estimateur des doubles différences (Did).

Case en violet : estimateur Did négatif et significatif (* si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$)

Case en orange : estimateur Did positif et significatif (* si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$)

"Non testé" : l'estimateur Did n'a pas été calculé car l'effectif du groupe avec Nutri-Score et/ou celui du groupe sans Nutri-Score est inférieur ou égal à 10.

5.2.2.3. Effet sur les valeurs nutritionnelles

Le Tableau 24 présente, pour le secteur entier et par famille, le nombre de couples de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score, ainsi que l'estimation (estimateur Did) de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des teneurs moyennes en matières grasses, AGS, et sel entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences.

A l'échelle du secteur entier, l'apposition du Nutri-Score n'a pas été associée à une évolution significative des teneurs moyennes des produits présents en 2013 et en 2021 pour les 3 nutriments étudiés. Autrement dit, les reformulations qui ont pu avoir lieu suite à l'apposition du Nutri-Score n'ont pas entraîné d'évolution significative de la teneur moyenne des nutriments étudiés.

A l'échelle des familles du secteur, 4 sur 19 ont des effectifs suffisants pour être testées dans le cadre de la méthode des doubles différences selon les nutriments. **Parmi les familles testées, l'apposition du Nutri-Score a été associée entre 2013 et 2021 à une augmentation significative de la teneur moyenne en sel des produits appariés porteurs du Nutri-Score de la famille des Arachides et graines, comparativement à ceux non porteurs du logo (+0,27g/100g) : cela traduit des reformulations des produits porteurs de Nutri-Score allant dans le sens d'une augmentation des teneurs en sel.**

Pour les 15 autres familles (correspondant à celles non testées), il n'est pas possible de conclure sur l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur les valeurs nutritionnelles.

Cette analyse a été réalisée uniquement sur la base des teneurs moyennes, sans étudier de façon fine les évolutions au niveau des références par exemple en différenciant les évolutions des produits qui avaient les teneurs les plus élevées/les plus faibles en 2013, avant l'apposition du Nutri-Score. Les effectifs de produits avec Nutri-Score n'ont pas permis d'effectuer ces approfondissements.

Tableau 24 : Nombre de produits appariés (présents en 2013 et 2021) avec et sans Nutri-Score et estimation et estimation de l'impact de l'apposition du Nutri-Score sur l'évolution des teneurs moyennes en matières grasses, AGS et sel entre 2013 et 2021, d'après la méthode des doubles différences, pour le secteur entier et par famille (tri par valeur absolue de l'estimateur Did par famille décroissante)

Familles	Matières grasses Secteur/famille			Acides gras saturés Secteur/famille			Sel Secteur/famille		
	Nombre de couples de produits appariés du groupe avec Nutri-Score (avec apposition du Nutri-Score ¹ entre 2013 et 2021)	Nombre de couples de produits appariés du groupe sans Nutri-Score (sans apposition du Nutri-Score entre 2013 et 2021)	Estimateur des doubles différences Did ² (en g/100g)	Nombre de couples de produits appariés du groupe avec Nutri-Score (avec apposition du Nutri-Score ¹ entre 2013 et 2021)	Nombre de couples de produits appariés du groupe sans Nutri-Score (sans apposition du Nutri-Score entre 2013 et 2021)	Estimateur des doubles différences Did ² (en g/100g)	Nombre de couples de produits appariés du groupe avec Nutri-Score (avec apposition du Nutri-Score ¹ entre 2013 et 2021)	Nombre de couples de produits appariés du groupe sans Nutri-Score (sans apposition du Nutri-Score entre 2013 et 2021)	Estimateur des doubles différences Did ² (en g/100g)
Secteur entier	125	213	-0,2	119	189	-0,4	119	189	+0,04
Arachides et graines	29	49	-0,6	27	42	-0,3	27	42	+0,27*
Crackers apéritif	17	11	+1,4	16	11	-0,8	16	11	-0,05
Feuilletés	11	16	-0,07	11	15	-1,1	11	15	+0,09
Soufflés	28	48	-0,6	28	43	-0,07	28	43	-0,03
Choux	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Mini cakes	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Cacahuètes enrobées salées	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Cacahuètes enrobées sucrées	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Cocktail de fruits	1	3	Non testé	1	3	Non testé	1	3	Non testé
Crêpes dentelles	2	3	Non testé	2	3	Non testé	2	3	Non testé
Gaufrettes	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Gressins	3	5	Non testé	3	5	Non testé	3	5	Non testé
Mélanges de fruits et graines	3	6	Non testé	3	5	Non testé	3	5	Non testé
Mélanges asiatiques	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé
Chips de crevette	2	2	Non testé	2	2	Non testé	2	2	Non testé
Bretzels	5	3	Non testé	5	3	Non testé	5	3	Non testé
Tortillas	6	10	Non testé	6	10	Non testé	6	10	Non testé
Tuiles	9	11	Non testé	9	11	Non testé	9	11	Non testé
Autres apéritifs à croquer	0	0	Non testé	0	0	Non testé	0	0	Non testé

¹ Nutri-Score en vigueur à partir de 2017

² La différence des parts de marché moyennes entre 2013 et 2021 est calculée pour les groupes avec et sans Nutri-Score. La différence entre ces 2 moyennes permet d'obtenir l'estimateur des doubles différences (Did).

Case en violet : estimateur Did négatif et significatif (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : estimateur Did positif et significatif (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

"Non testé" : l'estimateur Did n'a pas été calculé car l'effectif du groupe avec Nutri-Score et/ou celui du groupe sans Nutri-Score est inférieur ou égal à 10.

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

6.1. 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 Worldpanel⁴⁴) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur des Apéritifs à croquer, entre 2013 et 2021 (T1-T2). Le détail de la méthode et de l'algorithme appliqués est décrit dans le rapport méthodologique 2024⁴⁵ de l'étude transversale *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation - Edition 2019*⁴⁶.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (matières grasses, acides gras saturés et le sel), à décomposer l'évolution de la teneur moyenne pondérée par les parts de marché entre deux périodes de temps t_{n-1} et t_n en trois effets : la reformulation des produits par les industriels, l'apparition/le retrait de références sur le marché (renouvellement de l'offre) et les substitutions opérées par les consommateurs (Figure 39). Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre et le dernier se rapporte à la contribution de la demande.

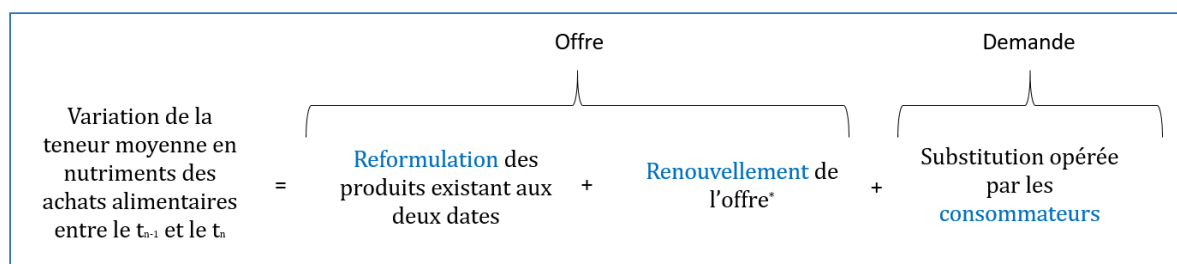


Figure 39 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre t_{n-1} et t_n .

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%⁴⁷ et les valeurs nutritionnelles manquantes ont été attribuées par hypothèse : 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.**

⁴⁴ Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

⁴⁵ Rapport méthodologique 2024, disponible sur le site de l'Oqali https://www.oqali.fr/media/2025/05/RAPPORT-METHODOLOGIQUE_OQALI_version_2.pdf

⁴⁶ Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation – Oqali – Edition 2019 – [Autres études - OQALI](#)

⁴⁷ 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).

Les effectifs, les moyennes non pondérées et pondérées et les pourcentages présentés par la suite ne sont donc pas comparables à ceux de la partie 5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES.

6.2. Résultats

Les produits retirés représentent 25% des volumes de ventes du secteur en 2013 et les produits nouveaux 53% en 2021. Le poids des produits appariés diminue entre les deux années d'étude, passant de 75% des volumes de ventes du secteur en 2013 à 47% en 2021.

Le Tableau 25 présente, pour chaque nutriment d'intérêt, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2013 et 2021, sur le secteur, selon la méthode 1. Les évolutions des teneurs moyennes pondérées en nutriments y sont décomposées selon les contributions respectives des reformulations, du renouvellement des produits sur le marché et des substitutions opérées par les consommateurs.

Tableau 25 : Evolution des moyennes pondérées entre 2013 et 2021 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1

Apéritifs à croquer	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2013	2021		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Matières grasses	31,9	31,4	-0,5%	-0,4%	-0,2%	+0,02%
Acides gras saturés	7,2	5,5	-1,7%	-1,2%	-0,9%	+0,4%
Sel	1,6	1,5	-0,1%	-0,1%	-0,1%	+0,05%

Cases en bleu foncé : augmentation de la teneur en nutriment

Cases en bleu clair : diminution de la teneur en nutriment

Sur l'ensemble du secteur des Apéritifs à croquer, une diminution des teneurs moyennes pondérées est constatée entre 2013 et 2021 pour les trois nutriments d'intérêt : les matières grasses (-0,5%), les acides gras saturés (-1,7%) et le sel (-0,1%).

Pour les **matières grasses**, les **acides gras saturés** et le **sel**, la diminution des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (respectivement -0,4%, -1,2% et -0,1%) ainsi que d'un renouvellement de l'offre (respectivement -0,2%, -0,9% et -0,1%) allant dans le sens d'une diminution des teneurs. Au contraire, les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens d'une augmentation des teneurs (respectivement +0,02%, +0,4% et +0,05%). A noter que ces augmentations ne compensent pas la baisse générale pour les trois nutriments.

Le détail des effectifs et teneurs moyennes par sous-groupe, à l'échelle des familles, est présenté dans l'Annexe 4.

Annexe 1 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2013 et 2009

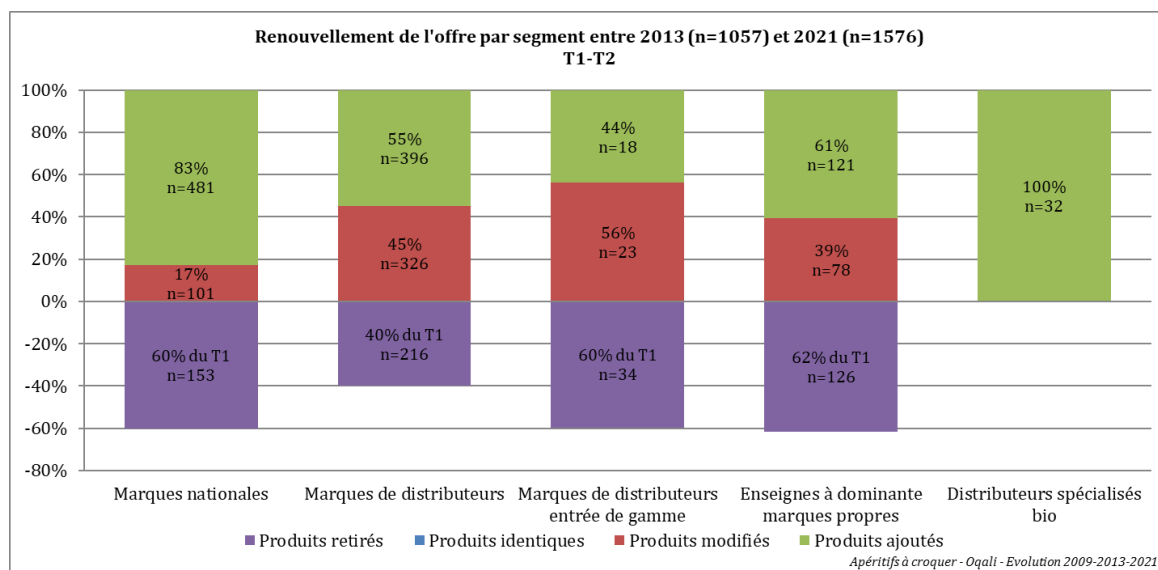


Figure 40 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2013

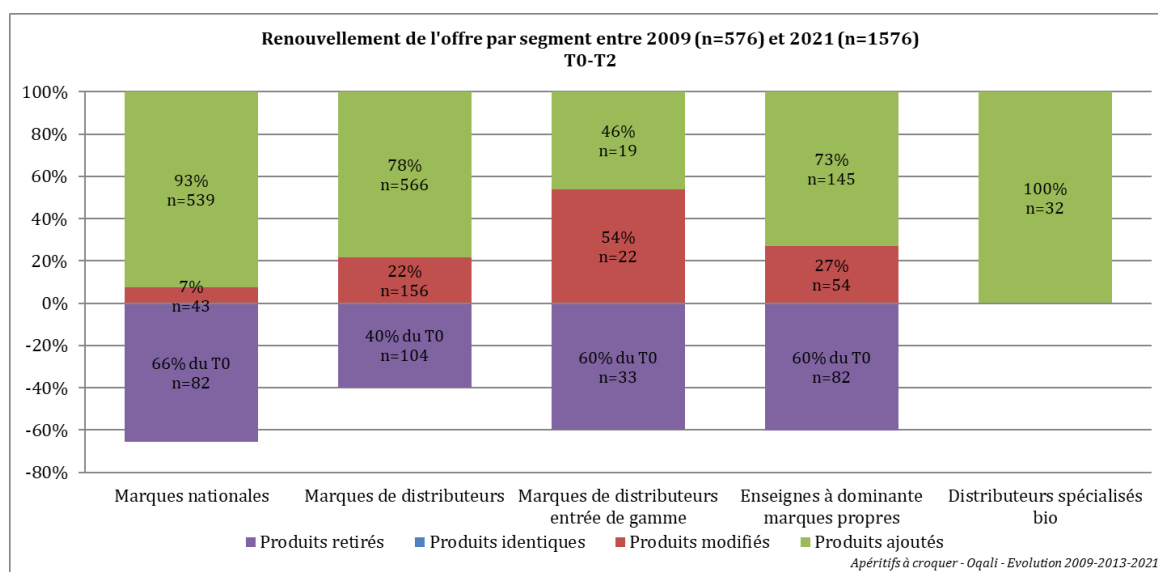


Figure 41 : Décomposition de l'échantillon Oqali de 2021 en sous-groupe par segment de marché par rapport à 2009

Annexe 2 : Répartition des produits porteurs du Nutri-Score en 2021

Tableau 26 : Répartition des produits porteurs du Nutri-Score par classe, par famille et par segment de marché dans le secteur des Apéritifs à croquer en 2021

Famille / Segment de marché	Total de produits avec Nutri-Score dans la famille / le segment	Total de produits dans la famille / le segment	Effectif de produits dans chacune des classes du Nutri-Score				
			A	B	C	D	E
Famille de produits							
Arachides et graines	90	334	9	43	37	1	0
Autres apéritifs à croquer	5	21	0	1	1	3	0
Bretzels	12	34	0	0	11	1	0
Cacahuètes enrobées salées	10	38	0	0	0	10	0
Cacahuètes enrobées sucrées	2	11	0	0	0	2	0
Chips de crevette	4	14	0	0	0	4	0
Choux	9	13	0	0	0	0	9
Cocktail de fruits	3	24	0	1	1	0	1
Crackers apéritif	60	222	0	0	6	32	22
Crêpes dentelles	11	44	0	0	0	0	11
Feuilletés	34	89	0	0	0	5	29
Gaufrettes	7	16	0	0	0	0	7
Gressins	12	62	0	0	4	8	0
Mélanges asiatiques	4	9	0	0	3	1	0
Mélanges de fruits et graines	50	154	8	25	15	2	0
Soufflés	94	296	3	3	16	70	2
Tortillas	33	100	0	10	20	3	0
Tuiles	27	95	0	0	19	8	0
Segment de marché							
Distributeurs spécialisés bio	0	32	0	0	0	0	0
Enseignes à dominante marques propres	17	199	0	2	2	8	5
Marques de distributeurs	348	722	13	50	98	113	74
Marques de distributeurs entrée de gamme	20	41	1	5	8	4	2
Marques nationales	82	582	6	26	25	25	0
Ensemble des produits du secteur							
Secteur entier	467	1576	20	83	133	150	81

Annexe 3 : Parts de marché par famille et par sous-groupe

Tableau 27 : Parts de marché par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Apéritifs à croquer entre 2013 et 2021 (T1-T2) - méthode 1

Familles	PDM produits retirés en 2013	PDM produits appariés en 2013	PDM produits appariés en 2021	PDM produits nouveaux en 2021	PDM en 2013	PDM en 2021
Arachides et graines	6%	23%	13%	14%	29%	26%
Autres apéritifs à croquer	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Bretzels	1%	6%	3%	2%	7%	5%
Cacahuètes enrobées salées	1%	1%	1%	2%	3%	3%
Cacahuètes enrobées sucrées	0%	0%	0%	1%	0%	1%
Chips de crevette	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Choux	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Cocktail de fruits	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Crackers apéritif	4%	13%	6%	7%	17%	14%
Crêpes dentelles	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Feuilletés	0%	1%	1%	1%	2%	1%
Gaufrettes	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Gressins	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Mélanges asiatiques	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mélanges de fruits et graines	1%	2%	1%	4%	2%	5%
Soufflés	4%	17%	9%	13%	21%	22%
Tortillas	1%	2%	2%	3%	3%	6%
Tuiles	4%	8%	8%	4%	13%	12%
Total	25%	75%	47%	53%	100%	100%

PDM : Parts de marché

Annexe 4 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe

Les moyennes (non pondérées) par sous-groupe présentées ici sont calculées à partir de l'échantillon étudié, après transformation/inférence des données manquantes.

Tableau 28 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe entre 2013 et 2021 (T1-T2)

Familles	Effectif de produits retirés	Effectif de produits appariés	Effectif de produits nouveaux	Matières grasses				Acides gras saturés				Sel			
				Produits retirés	Produits appariés		Produits nouveaux	Produits retirés	Produits appariés		Produits nouveaux	Produits retirés	Produits appariés		Produits nouveaux
				Moy 2013	Moy 2013	Moy 2021	Moy 2021	Moy 2013	Moy 2013	Moy 2021	Moy 2021	Moy 2013	Moy 2013	Moy 2021	Moy 2021
Arachides et graines	73	113	184	51,2	51,8	51,6	48,6	7,9	8,0	7,3	7,0	1,0	1,2	1,1	1,0
Autres apéritifs à croquer	0	1	12	0,0	27,0	27,0	25,9	0,0	3,1	3,7	5,9	0,0	1,6	1,6	1,3
Bretzels	9	17	17	4,8	3,7	4,4	4,9	2,0	1,1	0,6	0,7	2,9	3,4	3,1	3,2
Cacahuètes enrobées salées	8	11	24	28,5	28,7	28,9	28,3	6,2	5,4	4,0	4,0	2,4	2,3	2,2	2,1
Cacahuètes enrobées sucrées	2	2	8	29,7	29,3	25,0	29,7	4,0	3,7	3,7	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Chips de crevette	9	6	8	29,4	30,7	30,5	31,2	2,8	2,7	2,4	2,9	2,0	2,1	2,0	2,1
Choux	8	7	5	55,4	55,4	55,8	56,4	44,1	43,1	35,2	35,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Cocktail de fruits	10	9	10	7,7	10,8	11,6	5,5	6,9	8,4	9,5	4,3	0,4	0,3	0,3	0,1
Crackers apéritif	85	66	130	22,5	26,3	25,8	22,1	9,2	9,7	7,3	8,6	2,2	2,0	1,8	1,9
Crêpes dentelles	4	13	23	35,2	37,4	37,1	37,6	27,6	31,4	15,8	16,4	1,9	2,0	2,0	2,0
Feuilletés	15	38	38	24,7	25,7	25,1	27,6	15,1	15,2	15,0	17,1	2,2	2,1	1,9	2,3
Gaufrettes	9	8	8	33,6	39,6	38,0	35,6	25,4	32,2	30,7	28,7	2,1	1,9	1,8	1,9
Gressins	15	15	36	12,2	16,1	16,9	13,8	3,2	3,8	3,5	2,7	1,8	1,7	1,6	1,7
Mélanges asiatiques	3	4	4	7,9	8,4	8,1	7,2	1,4	1,5	1,2	1,6	1,0	1,1	1,2	1,2
Mélanges de fruits et graines	19	30	105	29,5	28,7	25,7	27,9	4,2	3,2	3,0	4,9	0,2	0,2	0,2	0,1
Soufflés	117	122	158	24,6	23,8	23,7	21,8	6,7	5,0	3,1	2,9	2,3	2,3	2,0	1,8
Tortillas	30	28	66	23,7	22,3	21,9	22,5	7,1	3,4	2,3	2,5	1,3	1,3	1,3	1,1
Tuiles	30	34	59	29,7	28,6	26,9	26,8	6,8	8,3	2,5	2,8	1,6	1,5	1,4	1,4
Total	446	524	895	28,8	30,8	30,3	28,9	8,4	8,4	6,5	6,2	1,8	1,7	1,6	1,4