



**HAL**  
open science

## Snacking surgelé - Pizzas, Tartes, Feuilletés, Crêpes & Galettes, Cakes, Sandwiches et Assimilés

Cecile Perrin, Julie Gauvreau-Béziat, Céline Ménard, Jean-Luc Volatier, Charlène Battisti, Amélie Chambefort, Olivier Digaud, Barbara Duplessis

► **To cite this version:**

Cecile Perrin, Julie Gauvreau-Béziat, Céline Ménard, Jean-Luc Volatier, Charlène Battisti, et al.. Snacking surgelé - Pizzas, Tartes, Feuilletés, Crêpes & Galettes, Cakes, Sandwiches et Assimilés. [0] Anses - Oqali. 2017, 118 p. anses-04187860

**HAL Id: anses-04187860**

**<https://anses.hal.science/anses-04187860v1>**

Submitted on 29 Aug 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



# SNACKING SURGELÉ

Pizzas, Tartes, Feuilletés, Crêpes & Galettes, Cakes,  
Sandwiches et Assimilés

Première caractérisation du  
secteur  
(données 2015)





## **Présentation des intervenants**

### **Coordination de l'étude**

Cécile PERRIN - Anses

### **Coordination scientifique**

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Céline MENARD – Anses

Jean-Luc VOLATIER - Anses

### **Contribution scientifique**

Charlène BATTISTI – Anses

Amélie CHAMBEFORT – Anses

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

## SOMMAIRE

Présentation des intervenants .....	3
SYNTHÈSE .....	10
INTRODUCTION .....	14
1. PRÉSENTATION DU SECTEUR.....	14
1.1 Données de consommation et place dans l'alimentation .....	15
1.2 Modes d'obtention des données recueillies .....	16
1.3 Nomenclature des aliments .....	17
1.4 Répartition du nombre de références par segment de marché.....	21
1.5 Couverture du secteur.....	23
2. ANALYSE DE L'OFFRE DE PRODUITS PAR SEGMENT DE MARCHÉ.....	25
3. ÉTIQUETAGE.....	27
3.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage .....	27
3.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	29
3.3 Allégations nutritionnelles et de santé.....	33
3.3.1 Allégations nutritionnelles .....	33
3.3.2 Allégations de santé.....	33
3.4 Repères nutritionnels.....	34
3.5 Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion .....	36
3.5.1 Portions indiquées .....	36
3.5.2 Valeurs nutritionnelles à la portion.....	40
3.6 Bilan du suivi des paramètres de l'étiquetage par segment de marché .....	43
4. VARIABILITÉ DES VALEURS NUTRITIONNELLES ÉTIQUETÉES .....	44
4.1 Variabilité nutritionnelle au sein du secteur et au sein des familles .....	45
4.2 Variabilité nutritionnelle par segment au sein de chaque famille .....	68
5. VALEURS NUTRITIONNELLES ÉTIQUETÉES PONDÉRÉES PAR LES PARTS DE MARCHÉ... 72	
5.1 Cartographies par famille .....	72
5.2 Tableau comparatif des moyennes arithmétiques et des moyennes pondérées par les parts de marché, par famille .....	80

6.	CONCLUSIONS.....	83
6.1	Conclusions sur l'analyse de l'offre par segment de marché .....	83
6.2	Conclusions sur les paramètres d'étiquetage.....	84
6.3	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles .....	86
6.4	Perspectives .....	89

## Liste des figures

Figure 1 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le snacking surgelé (n=1109). .....	16
Figure 2 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le snacking surgelé, par segment de marché (n=1109)......	16
Figure 3 : Nombre de produits par famille pour le secteur du snacking surgelé étudié.....	20
Figure 4 : Répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché. .....	21
Figure 5 : Répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché pour les différentes familles du secteur du snacking surgelé. ....	22
Figure 6 : Comparaison de la répartition des produits de snacking surgelé par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel.....	23
Figure 7 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du snacking surgelé étudié. .....	28
Figure 8 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel au sein du secteur du snacking surgelé étudié.....	29
Figure 9 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel, en nombre de références, en fonction des familles du snacking surgelé étudiées.....	30
Figure 10 : Répartition des différents groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction du segment de marché, en nombre de références, au sein du secteur du snacking surgelé étudié.....	31
Figure 11 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel, en nombre de références, au sein du secteur du snacking surgelé étudié.....	32
Figure 12 : Répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.....	35
Figure 13 : Répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.....	37
Figure 14 : Répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.....	41
Figure 15 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis par segment de marché pour le secteur du snacking surgelé étudié. ....	43
Figure 16 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100g) au sein du snacking surgelé étudié. .....	46
Figure 17 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.....	49

Figure 18 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.....	52
Figure 19 : Variabilité des teneurs en glucides (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.....	54
Figure 20 : Variabilité de teneurs en sucres (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié. ....	56
Figure 21 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié...	58
Figure 22 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.....	60
Figure 23 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.....	63
Figure 24 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pizzas charcuterie étudiée, pondérées par les parts de marché.....	73
Figure 25 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pizzas type Margarita étudiée, pondérées par les parts de marché.....	74
Figure 26 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Quiches lorraines étudiée, pondérées par les parts de marché.....	75
Figure 27 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Tartes aux légumes étudiée, pondérées par les parts de marché.....	76
Figure 28 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson, pondérées par les parts de marché. ....	77
Figure 29 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Burgers étudiée, pondérées par les parts de marché.....	78
Figure 30 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pains surprises et canapés apéritifs étudiée, pondérées par les parts de marché.....	79



## Liste des tableaux

Tableau 1 : Contributions des plats de type « snacking », toutes technologies confondues (frais/surgelé) aux apports nutritionnels moyens de la population française.....	15
Tableau 2 : Répartition des parts de marché par famille de produits au sein de l'échantillon de produits Oqali associés à un volume de vente (n=1015).....	24
Tableau 3 : Répartition de l'offre par segment de marché et par famille au sein du snacking surgelé étudié.....	25
Tableau 4 : Statistiques descriptives des tailles de portions indiquées (minimum, maximum, moyenne) des familles de snacking surgelé étudiées.....	39
Tableau 5 : Variabilité nutritionnelle des produits de snacking surgelé étudiés: différences entre familles.....	64
Tableau 6 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas jambon fromage : différences entre segments de marché.....	68
Tableau 7 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas viandes type bolognaise : différences entre segments de marché.....	69
Tableau 8 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas fromages : différences entre segments de marché.....	69
Tableau 9 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas type Margarita : différences entre segments de marché.....	70
Tableau 10 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Tartes avec viande ou poisson : différences entre segments de marché.....	70
Tableau 11 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson : différences entre segments de marché.....	71
Tableau 12 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte: différences entre segments de marché.....	71
Tableau 13 : Tableau comparatif des moyennes arithmétiques et des moyennes pondérées par les parts de marché, par famille étudiée pour le snacking surgelé.....	81

## Liste des annexes

Annexe 1 : Lexique .....	90
Annexe 2 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives pour 100g .....	94
Annexe 3 : Etude du pourcentage de pâte au sein des familles de snacking surgelé pertinentes .....	101
Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : différences entre segments de marché .....	102
Annexe 5 : Cartographies par famille de produits .....	107

## SYNTHÈSE

L'étude du secteur du snacking surgelé porte sur 1109 produits recueillis en 2015, et répartis en 30 familles : Pizzas jambon fromage – Pizzas charcuterie – Pizzas viandes type bolognaise – Pizzas viandes autres – Pizzas produits de la mer – Pizzas fromages – Pizzas type Margarita – Pizzas légumes – Quiches lorraines – Tartes avec viande ou poisson – Tartes aux fromages – Tartes aux légumes – Cakes salés avec viande ou poisson – Cakes salés végétariens – Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson – Crêpes et galettes végétariennes – Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte – Feuilletés avec escargot – Feuilletés végétariens – Croque-monsieur – Burgers – Wraps et kebabs – Autres sandwiches – Baguettes et tartines garnies – Salades – Aumônières apéritives – Choux et gougères – Pains surprises et canapés apéritifs – Verrines apéritives – Assortiments et autres apéritifs.

**Parmi les produits récoltés et en nombre de références, le segment des distributeurs spécialisés<sup>1</sup> (n=399 ; 36%) est majoritaire, suivi par les marques de distributeurs (n=391 ; 35%), les marques nationales (n=160 ; 14%), le hard discount (n=138 ; 13%) et les marques de distributeurs entrée de gamme (n=21 ; 2%).**

**L'ensemble des produits étudiés couvre<sup>2</sup> au moins 80% du marché du snacking surgelé, en volume.**

**Concernant l'analyse de l'offre de produits par segment de marché, pour 4 segments sur les 5 étudiés (exception faite des distributeurs spécialisés), les familles de pizzas concentrent plus de 40% des références produits récoltées par segment de marché (48% des marques de distributeurs entrée de gamme, 46% des marques nationales, 42% des marques de distributeurs et 41% des produits issus du hard discount). Les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par la plus faible diversité de recettes : les produits de ce segment se concentrent en effet au sein de recettes phares telles que les Pizzas type Margarita (38% des produits de ce segment ; n=8). Les marques nationales se caractérisent par une fréquence plus forte de recettes « atypiques », notamment avec la famille des Assortiments et autres apéritifs (6%, comme pour les distributeurs spécialisés) et celle des Autres sandwiches (8% ; n=13). Les produits de distributeurs spécialisés se caractérisent principalement par une plus grande diversification de recettes, en particulier quant aux recettes plus « apéritives » du type Pains surprises et canapés apéritifs (5% ; n=18) ou encore Assortiments et autres apéritifs (6% ; n=22) par exemple. En particulier, cela explique que seules 22% (n=88) des références de ce segment correspondent à des familles de pizzas, contrairement à la tendance générale des autres segments étudiés.**

**L'étude des paramètres de l'étiquetage (Figure A) a mis en évidence que la quasi-totalité des produits de snacking surgelé étudiés possède un étiquetage nutritionnel (99%). 2% des produits étiquettent des allégations nutritionnelles, portant quasi-exclusivement sur le**

---

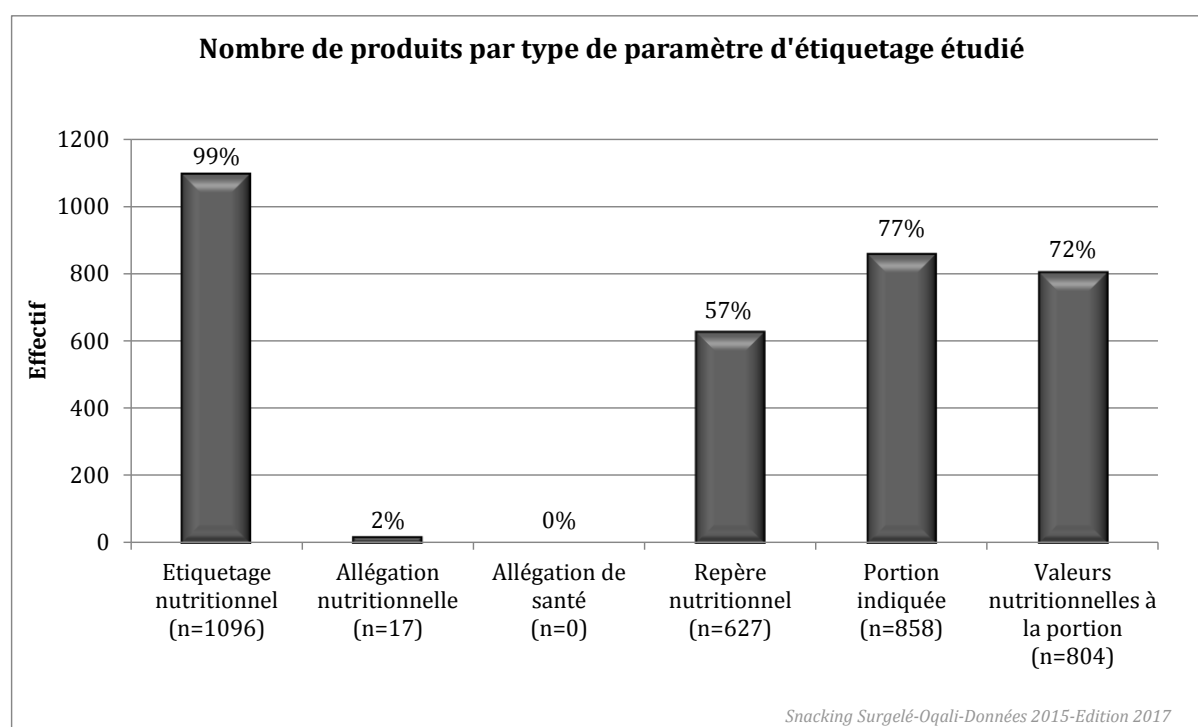
<sup>1</sup> Définis comme les freezers centers et entreprises de vente à domicile.

<sup>2</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

caractère « source » ou « riche » en protéines des produits. Aucun produit ne comporte d'allégation de santé. **57% des produits considérés utilisent des repères nutritionnels.**

**77% présentent une portion indiquée :** l'amplitude globalement importante des tailles de portions au sein d'une même famille résulte avant tout de la cohabitation de formats mini, individuels et à partager. En termes de variabilité inter-familles, les familles de pizzas possèdent le plus souvent une portion indiquée de 200g, les portions les plus élevées relevées pour ces familles correspondant à des pizzas en formats individuels (autour de 400-440g). Les familles de tartes présentent des portions indiquées le plus souvent entre 100 et 200g (par exemple 28% des Tartes aux légumes à 100g et 18% à 200g). Les familles de crêpes étiquettent le plus souvent des portions indiquées de 50 et 100g, ce qui est lié aux tailles de formats individuels des produits : une portion indiquée de 100g peut ainsi correspondre soit à une crêpe de 100g mais aussi à 2 crêpes de 50g selon les références considérées. Des portions supérieures de 125g sont également fréquemment rencontrées, en particulier au sein des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson. Au sein des familles de feuilletés, la portion la plus fréquente des feuilletés non apéritifs (consommés en plat principal) est de 100g (45% des portions indiquées des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte notamment). Les familles de sandwiches ou apparentés comportent le plus souvent des portions indiquées autour de 100g (notamment 57% des Autres sandwiches possédant une portion indiquée), l'existence de formats mini expliquant la présence de portions extrêmes inférieures.

Enfin, **72% des produits étudiés étiquettent des valeurs nutritionnelles à la portion.**



**Figure A : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour les 1109 produits de snacking surgelé étudiés.**

La comparaison des paramètres de l'étiquetage par segment de marché met en évidence que **les marques de distributeurs et les marques nationales se démarquent avec les plus fortes fréquences de repères nutritionnels** (75% et 74% respectivement des produits de ces segments) et **les marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount, avec les plus fortes fréquences de portions indiquées** (94%, 95% et 89%

respectivement) **et de valeurs nutritionnelles à la portion** (92%, 95% et 87% respectivement). Pour ces 3 paramètres (repères nutritionnels, portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion), les distributeurs spécialisés se caractérisent par les plus faibles fréquences de présence (29%, 56% et 45% respectivement). Enfin, seuls 17 produits de marques nationales présentent des allégations nutritionnelles et aucun produit ne comporte d'allégation de santé.

**L'étude de la variabilité nutritionnelle pour 100g** a mis en évidence de grandes différences de composition nutritionnelle entre familles de produits.

**Les familles de cakes, de feuilletés ainsi que les Choux et gougères se distinguent avec les valeurs énergétiques moyennes ainsi que les teneurs moyennes en matières grasses les plus élevées du secteur** (autour de 300kcal/100g pour les valeurs énergétiques et supérieures à 16,0g/100g pour les teneurs en matières grasses). Cela peut notamment s'expliquer par la proportion importante de pâte feuilletée ou pâte à chou, au sein de ces produits, et également par la présence de beurre persillé ou de crème fraîche dans le cas des Feuilletés avec escargot. Les familles de pizzas et de tartes présentent quant à elles des valeurs énergétiques moyennes situées autour de 200-250kcal/100g, les tartes présentant des teneurs moyennes en matières grasses comprises entre 12,0 et 16,0g/100g, supérieures à celles des pizzas, comprises entre 6,0 et 10,0g/100g. Les familles de plus faibles valeurs énergétiques moyennes, inférieures ou égales à 200kcal/100g, correspondent aux Verrines apéritives (202kcal/100g), aux Wraps et kebabs (194kcal/100g), aux familles de crêpes (autour de 170kcal/100g), ainsi qu'aux Salades (141kcal/100g).

Comme pour l'étude des teneurs totales en matières grasses, **les familles de feuilletés ainsi que les Choux et gougères se caractérisent par les plus fortes teneurs moyennes en acides gras saturés** : plus particulièrement, les Feuilletés avec escargot se distinguent fortement avec une teneur moyenne de 17,4g/100g du fait de la présence de beurre persillé dans leur garniture, suivis par les Choux et gougères (14,9g/100g). Les familles de tartes, cakes, des Croque-monsieur, Autres sandwiches et Burgers présentent des teneurs moyennes en acides gras saturés comprises entre 5,0 et 7,5g/100g. Les Pizzas fromages (5,2g/100g) ainsi que les Pizzas charcuterie (4,1g/100g) se caractérisent par les teneurs en acides gras saturés les plus élevées des familles de pizzas en raison de leurs garnitures incluant en majorité des ingrédients vecteurs d'acides gras saturés du type fromage et charcuterie. Les familles de plus faibles teneurs moyennes en acides gras saturés correspondent aux Salades (1,3g/100g), Pizzas viandes autres (2,7g/100g) et Wraps et kebabs (2,7g/100g).

**La quasi-totalité des produits du secteur possède une base de pâte ou de pain (pâte à pizza, feuilletée, à tarte, pain, etc.), ce qui explique les teneurs élevées en glucides relevées. Les familles de pizzas, de feuilletés, les Baguettes et tartines garnies et les Autres sandwiches correspondent aux teneurs moyennes en glucides les plus élevées, situées entre 25,0 et 30,0g/100g.** En particulier, les Pizzas type Margarita possèdent une teneur moyenne en glucides supérieure à celles des autres familles de pizzas : l'analyse des pourcentages relatifs de pâte et de garniture révèle que les produits de cette famille possèdent un pourcentage moyen de pâte de 49,6% (n=14 produits renseignant ce pourcentage) supérieur à ceux des autres familles de pizzas, qui s'échelonnent entre 42,3% pour les Pizzas légumes (n=4) et 48,0% (n=70) pour les Pizzas fromages.

**Concernant les teneurs en protéines, la distinction entre familles s'effectue notamment en fonction de la présence d'ingrédients du type viande et fromage. Ainsi, les familles de teneurs moyennes en protéines les plus élevées correspondent aux Choux et gougères**

(13,5g/100g) qui contiennent des œufs (premier ingrédient pour la quasi-totalité des références étudiées) et du fromage, aux **Burgers** (12,6g/100g) avec présence de steak, bacon, fromage, en proportions variables selon les produits, et aux **Cakes salés avec viande ou poisson** (11,9g/100g) qui intègrent des ingrédients tels que jambon, fromage, saumon ou encore des lardons.

**La majorité des familles étudiées présente une teneur moyenne en sel située autour de 1,00g/100g.** Plus particulièrement, **les familles des Cakes salés végétariens et Cakes salés avec viande ou poisson possèdent les teneurs moyennes en sel les plus élevées du secteur**, soit respectivement 1,57g/100g et 1,47g/100g. Ces teneurs élevées s'expliquent notamment par la présence de fromages vecteurs de sel (en particulier bleu ou fromage de chèvre) ou encore de lardons et d'olives.

**Les Pains surprises et canapés apéritifs correspondent logiquement à la famille de plus forte teneur moyenne en fibres, soit 3,2g/100g, de par la proportion importante de pain qu'ils intègrent :** les teneurs en fibres sont d'autant plus élevées pour les références au pain de campagne et aux céréales, jusqu'à 4,9g/100g. Les familles de pizzas sont toutes retrouvées parmi les familles de teneurs moyennes en fibres les plus élevées, supérieures à 2,0g/100g. 2 facteurs influent principalement sur les teneurs en fibres des produits : le facteur principal porte sur la pâte (pâte à tarte, pâte à pizza, pâte feuilletée) ou le pain, c'est-à-dire sur la partie glucidique du produit. 2 paramètres modulent sa teneur en fibres : la recette de la pâte de façon générale (et donc notamment sa proportion de farine) ainsi que la nature de la farine employée. Le deuxième facteur modulant la teneur finale en fibres des produits concerne leur garniture et notamment la présence ou l'absence de légumes au sein de celle-ci.

**En conclusion, il existe une grande variabilité de composition intra-famille suivant les familles et les nutriments étudiés.** En particulier, la famille des Assortiments et autres apéritifs se caractérise par une forte variabilité nutritionnelle quel que soit le nutriment étudié, et ce du fait de la diversité de recettes s'y trouvant réunies : des macarons salés à des brochettes de légumes en passant par des fruits lardés. À l'opposé et de façon cohérente, **les variabilités intra-familles sont globalement plus faibles au sein des familles de recettes homogènes** telles que les Choux et gougères ou encore les Quiches lorraines. Néanmoins, cette variabilité peut être modulée selon les nutriments considérés. En effet, les Crêpes et galettes végétariennes possèdent par exemple une très faible variabilité intra-famille quant aux teneurs en glucides (4,7g/100g), ceux-ci étant principalement apportés par la base crêpe des produits, alors qu'une variabilité importante est relevée quant aux teneurs en matières grasses (11,7g/100g) du fait de la diversité des garnitures des produits. De même **au sein des Tartes avec viande ou poisson, la variabilité nutritionnelle observée provient de la diversité des garnitures rencontrées**, avec notamment des teneurs en matières grasses allant de plus de 20,0g/100g (pour des tourtes avec foie gras ou reblochon/lardons) à moins de 6,0g/100g (pour une tarte fine au poisson).

Néanmoins, si des améliorations semblent possibles, celles-ci sont soumises à l'acceptabilité des consommateurs et aux contraintes techniques, de conservation/sécurité et organoleptiques liées au secteur du snacking surgelé.

L'ensemble des résultats de l'étude est détaillé dans le rapport *Etude du secteur du snacking surgelé – Oqali – Données 2015 – Edition 2017*.

## INTRODUCTION

Ce rapport a pour vocation de présenter le secteur du snacking surgelé du point de vue de la qualité nutritionnelle, aussi bien aux professionnels qu'aux pouvoirs publics et aux consommateurs. Les points discutés doivent donc être adaptés à tous ces types de lecteurs. L'information nutritionnelle apportée par les emballages ainsi que la variabilité de la composition nutritionnelle étiquetée sont étudiées dans ce rapport.

Il est à noter que les pizzas surgelées, intégrées à ce rapport, ont dans un premier temps fait l'objet d'une étude sectorielle à part entière<sup>3</sup> et sont intégrées depuis 2015 au secteur plus large du snacking surgelé dont la présente étude constitue un premier état des lieux.

### 1. PRÉSENTATION DU SECTEUR

Cette étude sur le snacking surgelé intègre les produits du rayon surgelé du type pizzas, quiches, burgers, feuilletés, etc. (périmètre de produits pris en compte détaillé dans le 1.3 Nomenclature des aliments), et autres que les plats complets, accompagnements et viandes ou poissons seuls qui appartiennent quant à eux au secteur Oqali des Plats cuisinés surgelés<sup>4</sup>.

**Cette étude porte sur 1109 références de snacking surgelé collectées en 2015. Elle sera prise comme référence pour le suivi du secteur au cours du temps.**

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille et par segment de marché. Les produits de distributeurs spécialisés (définis comme les freezers centers et entreprises de vente à domicile), de marques nationales, de marques de distributeurs et de hard discount ont été pris en compte. Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premiers prix) seront également distingués (cf. Lexique en Annexe 1).

---

<sup>3</sup> Etude du secteur des pizzas surgelées-Oqali-Données 2010-Edition 2011 et Etude du secteur des pizzas surgelées-Oqali-Comparaison 2010/2015-Edition 2016

<sup>4</sup> Etude du secteur des plats cuisinés surgelés-Oqali-Données 2012-Edition 2015

## 1.1 Données de consommation et place dans l'alimentation

À partir des données de l'enquête individuelle et nationale des consommations alimentaires menée en 2005-2007 sur un échantillon représentatif de la population française, l'enquête INCA2<sup>5</sup>, et de la table de composition nutritionnelle des aliments du Ciqua<sup>6</sup>, les contributions des plats de type « snacking » aux apports nutritionnels ont été calculées (Tableau 1). Selon la nomenclature INCA2, ces produits sont répartis au sein de différents groupes (pizzas, quiches et pâtisseries salées – plats composés – sandwiches, casse-croûte) qui intègrent des modes de conservation des produits différents (frais, surgelé) et les apports liés à ces groupes sont donc surestimés par rapport au périmètre du secteur du Snacking surgelé. Néanmoins le Tableau 1 permet de fournir un aperçu pertinent des nutriments d'intérêt pour ce type de produits.

**Tableau 1 : Contributions des plats de type « snacking », toutes technologies confondues (frais/surgelé) aux apports nutritionnels moyens de la population française.**

Apports et consommation en g/jour	Adultes (n=1918)			Adolescents entre 11 et 17 ans (n=874)			Enfants entre 3 et 10 ans (n=570)		
	Apports des plats de type "snacking"	Apports totaux	Contribution des plats de type "snacking" (%)	Apports des plats de type "snacking"	Apports totaux	Contribution des plats de type "snacking" (%)	Apports des plats de type "snacking"	Apports totaux	Contribution des plats de type "snacking" (%)
Consommation	42,7	2744,2	2%	48,9	1914,8	3%	28,0	1624,1	2%
Energie (kcal)	95,6	2161,6	4%	111,7	1911,3	6%	62,3	1658,9	4%
Lipides	4,7	89,3	5%	5,4	78,8	7%	3,0	71,0	4%
Acides gras saturés	1,8	36,4	5%	2,2	33,2	7%	1,2	30,8	4%
Glucides	9,0	229,0	4%	10,6	224,7	5%	6,0	191,3	3%
Sucres	1,1	95,0	1%	1,3	99,4	1%	0,8	97,9	1%
Fibres	0,8	17,5	5%	0,9	14,0	6%	0,5	11,4	4%
Protéines	4,3	86,5	5%	5,1	73,8	7%	2,8	62,5	4%
Sodium (mg)	205,9	2967,9	7%	242,0	2392,6	10%	137,3	1930,9	7%

D'après l'étude INCA2, les plats de type « snacking » (toutes technologies confondues : frais, surgelés) contribuent à hauteur de 10% des apports en sodium chez les adolescents entre 11 et 17ans et 7% chez les adultes et les enfants de 3 à 10 ans. Ils contribuent à hauteur de 7% aux apports en lipides et acides gras saturés des adolescents (et à 5% et 4% respectivement pour les adultes et les enfants). Ils contribuent également à 7% des apports en protéines des adolescents, à 5% de ceux des adultes et à 4% de ceux des enfants. Les plats de type snacking sont de plus un contributeur non négligeable aux apports en fibres et en glucides de la population : ils représentent notamment 6% des apports en fibres des adolescents et 5% de leurs apports en glucides (respectivement 5% et 4% pour les adultes et 4% et 3% pour les enfants).

Ainsi, de par leur contribution aux apports en sodium, acides gras saturés, lipides, protéines et fibres en particulier, il apparaît intéressant de suivre les produits de type « snacking », dont ce secteur constitue une sous-partie.

<sup>5</sup> Afssa (2009). Étude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2 (INCA 2). [www.anses.fr](http://www.anses.fr)

<sup>6</sup> Afssa (2008). *Table de composition nutritionnelle des aliments Ciqua 2008*.

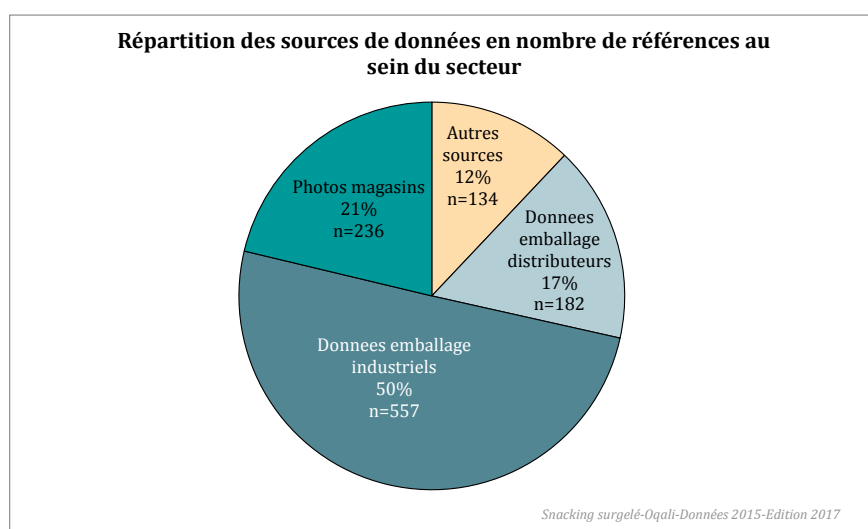


## 1.2 Modes d'obtention des données recueillies

Les données utilisées pour cette étude ont été recueillies en 2015. Elles proviennent de plusieurs sources (Figure 1) :

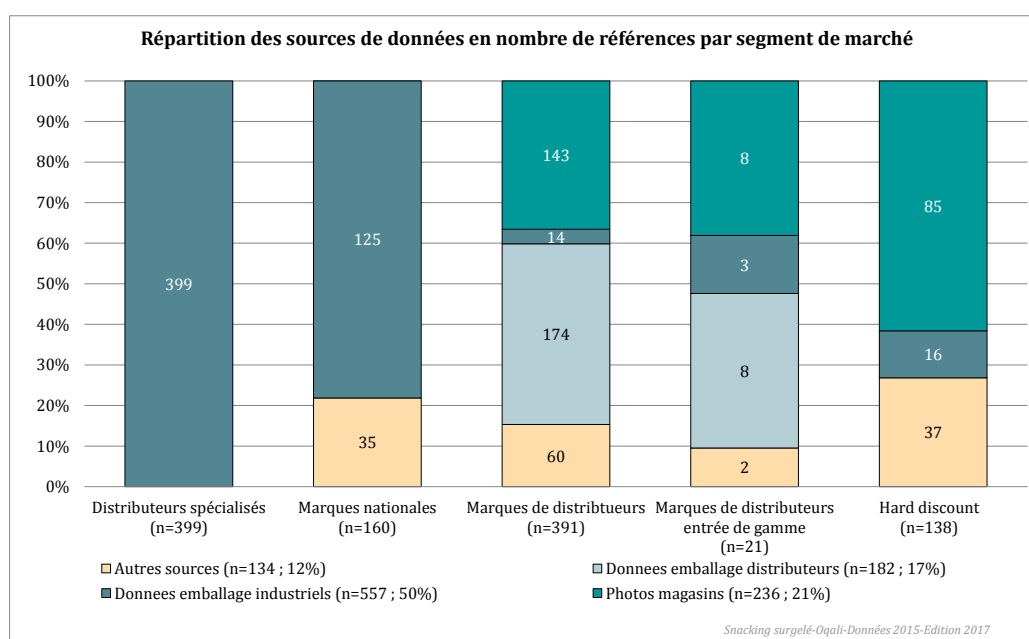
- emballages fournis par les industriels (50% ; n=557) ;
- visites en magasins réalisées par les équipes de l'Oqali (21% ; n=236) ;
- emballages fournis par les distributeurs (17% ; n=182) ;
- d'autres sources, telles que l'achat ponctuel de produits (12% ; n=134).

Toutes les données utilisées dans cette étude proviennent des étiquetages.



**Figure 1 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le snacking surgelé (n=1109).**

La Figure 2 illustre par ailleurs la provenance des données récoltées par segment de marché.



**Figure 2 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le snacking surgelé, par segment de marché (n=1109).**

## 1.3 Nomenclature des aliments

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur et a été construite par recette. Le secteur du snacking surgelé comportant une diversité importante de produits, certaines familles correspondent à des recettes phares, comme par exemple les quiches lorraines ou encore les croque-monsieur, alors que d'autres regroupent une plus grande variété de produits, mais toujours réunis autour d'une même base de recette (tartes aux fromages ou feuilletés végétariens par exemple).

Par ailleurs, il est à noter que les produits de tous formats (formats mini type apéritifs, formats individuels et formats à partager) correspondant à un même type de recette se trouvent réunis au sein de la même famille (par exemple les mini croque-monsieur avec les croque-monsieur individuels ou les feuilletés apéritifs avec la famille de feuilletés leur correspondant selon la présence ou non de viande/poisson dans leur garniture).

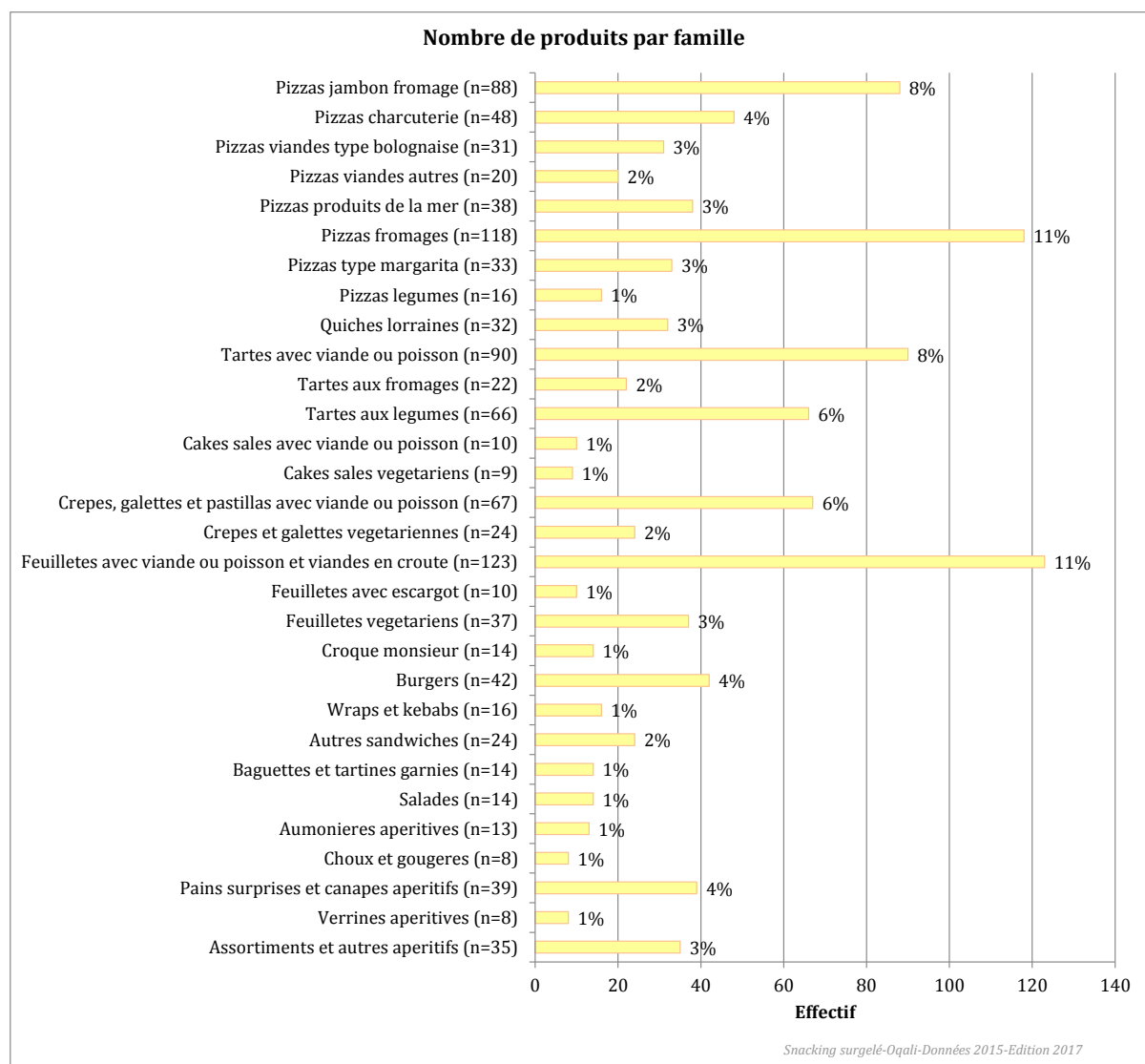
Ainsi, les 1109 produits étudiés ont été répartis en 30 familles, avec :

- des **pizzas** réparties au sein des 8 familles suivantes :
  - **Pizzas jambon fromage** (n=88 ; 8%) réunissant les pizzas au jambon cuit et fromage, les pizzas royales et hawaïennes (ananas et jambon) ;
  - **Pizzas charcuterie** (n=48 ; 4%) correspondant aux pizzas au chorizo, pepperoni, campagnardes, au speck, à la saucisse, etc. ;
  - **Pizzas viandes type bolognaise** (n=31 ; 3%) rassemblant les pizzas au bœuf telles que les pizzas à la bolognaise ;
  - **Pizzas viandes autres** (n=20 ; 2%) réunissant les pizzas à base de poulet, de dinde, de type pizza kebab par exemple ;
  - **Pizzas produits de la mer** (n=38 ; 3%) rassemblant les pizzas contenant du poisson et/ou des fruits de mer telles que les pizzas océanes ;
  - **Pizzas fromages** (n=118 ; 11%) correspondant notamment aux pizzas 3 ou 4 fromages, aux pizzas au chèvre, à la raclette, etc. ;
  - **Pizzas type Margarita** (n=33 ; 3%) réunissant les pizzas contenant de la sauce tomate et du fromage (type tomate mozzarella), ainsi que celles contenant le terme « Margarita » dans leur dénomination de vente ;
  - **Pizzas légumes** (n=16 ; 1%) rassemblant les pizzas ne contenant, dans leur garniture, que des légumes, telles qu'une pizza 4 saisons,
- des **tartes** réparties au sein des 4 familles suivantes :
  - **Quiches lorraines** (n=32 ; 3%) rassemblant les quiches lorraines (quiches à base de lardons) ;
  - **Tartes avec viande ou poisson** (n=90 ; 8%) réunissant les quiches, tartes, tourtes contenant de la viande (autres que quiches lorraines) ou du poisson/mollusque/crustacé, telles que les flammekueches ou les tartes saumon épinards ;

- **Tartes aux fromages** (n=22 ; 2%) correspondant aux tartes végétariennes aux fromages, sans viande, ni poisson, ni légume, telles que les tartes 3 fromages ou au maroilles ;
- **Tartes aux légumes** (n=66 ; 6%) rassemblant les tartes végétariennes aux légumes (pouvant contenir du fromage), comme par exemple une tarte fine courgette chèvre ou une tarte au poireau et à la crème,
  - o des **cakes** correspondant aux 2 familles suivantes :
- **Cakes salés avec viande ou poisson** (n=10 ; 1%) correspondant aux cakes avec viande ou poisson tels qu'un cake jambon olive par exemple ;
- **Cakes salés végétariens** (n=9 ; 1%) qui rassemble les cakes sans viande ni poisson comme un cake chèvre tomate ou bleu miel romarin.
  - o des **crêpes et galettes salées** réparties en 2 familles :
- **Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson** (n=67 ; 6%) réunissant les crêpes salées, galettes et pastillas (feuille de brick) dont la garniture inclut une viande ou un poisson/fruit de mer, telles qu'une galette jambon fromage ;
- **Crêpes et galettes végétariennes** (n=24 ; 2%) réunissant les crêpes et galettes salées dont la garniture est végétarienne (sans viande ni poisson), comme une crêpe au fromage ou aux champignons,
  - o des **feuilletés** correspondant aux 3 familles suivantes :
- **Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte** (n=123 ; 11%) regroupant les feuilletés de tous formats dont la garniture inclut une viande ou un poisson/fruit de mer, ainsi que les viandes enrobées de pâte, comme par exemple des mini feuilletés saucisses ou un panier feuilleté au saumon ;
- **Feuilletés avec escargot** (n=10 ; 1%) qui réunit les feuilletés garnis d'escargots (au beurre persillé majoritairement) ;
- **Feuilletés végétariens** (n=37 ; 3%) regroupant les feuilletés dont la garniture est végétarienne (sans viande ni poisson) tels que les paniers feuilletés chèvre épinard.
  - o des **sandwiches ou apparentés** se répartissant au sein de 4 familles :
- **Croque-monsieur** (n=14 ; 1%) réunissant les sandwiches du type croque-monsieur (dont un croque rosti) ;
- **Burgers** (n=42 ; 4%) qui regroupe les différents produits dénommés burgers, dont des « potatoes burgers » mais aussi cheeseburgers, bacon burgers notamment ;
- **Wraps et kebabs** (n=16 ; 1%) avec les produits de type wraps et kebabs constitués d'une garniture entourée d'une galette de blé/froment, comme par exemple des wraps poulet bacon ;
- **Autres sandwiches** (n=24 ; 2%) regroupant les autres produits de type sandwiches à base de pain tels que des buns, hot dog, bagels ou encore paninis ;

- des **Baguettes et tartines garnies** (n=14 ; 1%) correspondant aux baguettes et tartines grillées avec garnitures variées telles qu'une tartine jambon tomate et fromage par exemple ;
- des **Salades** (n=14 ; 1%) qui réunissent des salades à base de féculents, de crudités, de légumes, avec présence éventuelle de viande ou de poisson, comme un taboulé ou une salade de pâtes à l'italienne par exemple ;
- des produits de type **cocktails et apéritifs** répartis au sein de 5 familles :
  - **Aumônières apéritives** (n=13 ; 1%) rassemblant les bouchées apéritives composées d'une garniture emballée dans une feuille de brick ;
  - **Choux et gougères** (n=8 ; 1%) qui regroupent les bouchées apéritives constituées d'une pâte à chou garnie, telles que des gougères au fromage ;
  - **Pains surprises et canapés apéritifs** (n=39 ; 4%) réunissant les mini sandwiches apéritifs au pain de mie/pain suédois et les canapés tartinés ;
  - **Verrines apéritives** (n=8 ; 1%) qui rassemblent les amuse-bouche à consommer froids en verrine, cuillères, etc. à base de mousses, fromage frais, saumon, etc. ;
  - **Assortiments et autres apéritifs** (n=35 ; 3%) correspondant aux assortiments de produits appartenant à des familles différentes, ainsi que les brochettes de crevettes, fruits lardés, macarons salés ou autres pâtisseries salées.

La Figure 3 présente la répartition des 1109 produits étudiés, par famille.



**Figure 3 : Nombre de produits par famille pour le secteur du snacking surgelé étudié.**

Les familles de plus fortes fréquences de produits correspondent à celles des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (n=123 ; 11% des produits du secteur), des Pizzas fromages (n=118 ; 11%), des Tartes avec viande ou poisson (n=90 ; 8%) et des Pizzas jambon fromage (n=88 ; 8%).

## 1.4 Répartition du nombre de références par segment de marché

Parmi les 1109 produits étudiés et en nombre de références (Figure 4) :

- 36%<sup>7</sup> sont des distributeurs spécialisés (n=399) ;
- 35%<sup>7</sup> des marques de distributeurs (n=391) ;
- 14%<sup>7</sup> des marques nationales (n=160) ;
- 13%<sup>7</sup> des produits issus du hard discount (n=138) ;
- 2%<sup>7</sup> des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21).

Parmi les produits étudiés et en nombre de références, le segment des distributeurs spécialisés (36%) est donc majoritaire, suivi par les marques de distributeurs (35%).

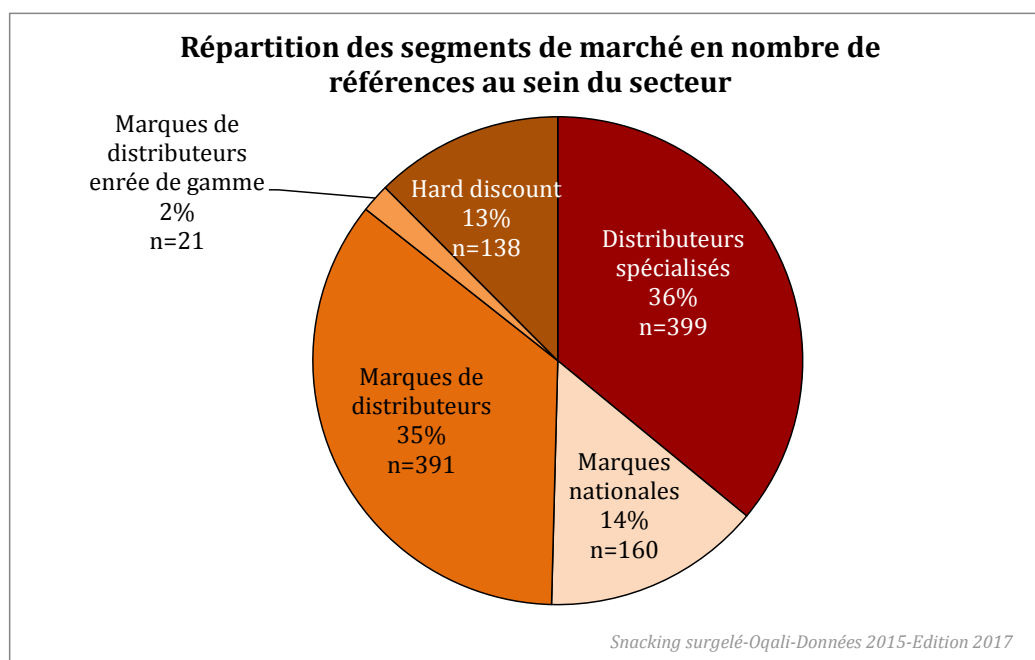


Figure 4 : Répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché.

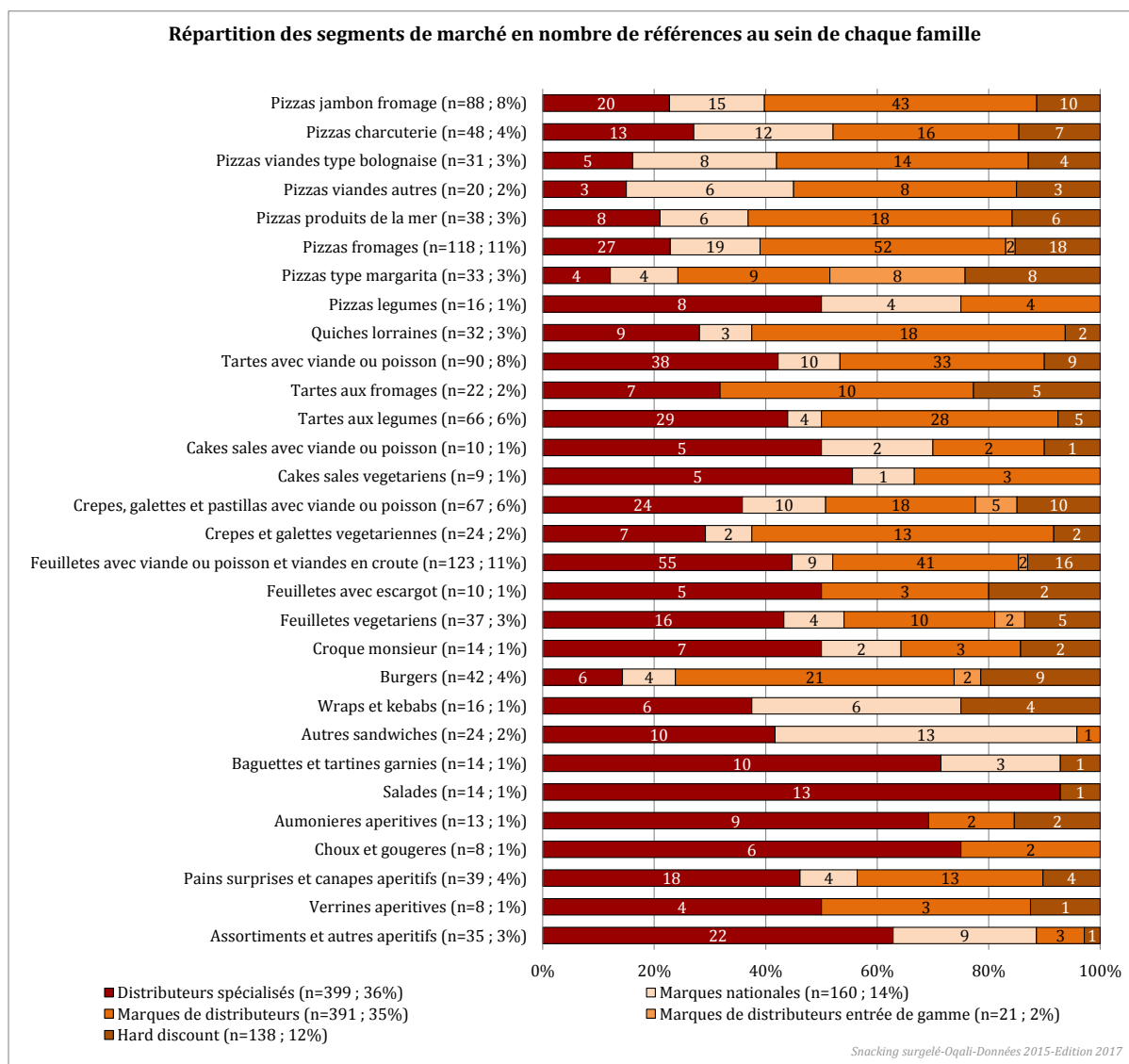
La répartition du nombre de produits entre segments de marché est variable selon les familles étudiées (Figure 5) avec :

- des **distributeurs spécialisés majoritaires** au sein de 18 familles sur les 30 étudiées : Pizzas légumes (n=8 ; 50% des produits de la famille), Tartes avec viande ou poisson (n=38 ; 42%), Tartes aux légumes (n=29 ; 44%), Cakes salés avec viande ou poisson (n=5 ; 50%), Cakes salés végétariens (n=5 ; 56%), Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=24 ; 36%), Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (n=55 ; 45%), Feuilletés avec escargot (n=5 ; 50%), Feuilletés végétariens (n=16 ; 43%), Croque-monsieur (n=7 ; 50%), Wraps et kebabs (n=6 ; 38%), Baguettes et tartines garnies (n=10 ; 71%), Salades (n=13 ; 93%), Aumônières apéritives (n=9 ; 69%), Choux

<sup>7</sup> Ces pourcentages ne correspondent pas aux parts de marché couvertes par les segments en question mais au nombre de produits du segment par rapport au nombre total de produits du secteur récoltés.

et gougères (n=6 ; 75%), Pains surprises et canapés apéritifs (n=18 ; 46%), Verrines apéritives (n=4 ; 50%), Assortiments et autres apéritifs (n=22 ; 63%) ;

- des **marques de distributeurs qui prédominent** au sein des 11 autres familles : Pizzas jambon fromage (n=43 ; 49%), Pizzas charcuterie (n=16 ; 33%), Pizzas viandes type bolognaise (n=14 ; 45%), Pizzas viandes autres (n=8 ; 40%), Pizzas produits de la mer (n=18 ; 47%), Pizzas fromages (n=52 ; 44%), Pizzas type Margarita (n=9 ; 27%), Quiches lorraines (n=18 ; 56%), Tartes aux fromages (n=10 ; 45%), Crêpes et galettes végétariennes (n=13 ; 24%) et Burgers (n=21 ; 50%) ;
- des **marques nationales prépondérantes** au sein des Autres sandwiches (n=13 ; 54%).



**Figure 5 : Répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché pour les différentes familles du secteur du snacking surgelé.**

## 1.5 Couverture<sup>8</sup> du secteur

Les parts de marché des produits ainsi que la couverture du secteur ont pu être calculées à partir des données de Kantar Worldpanel<sup>9</sup> (période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2015).

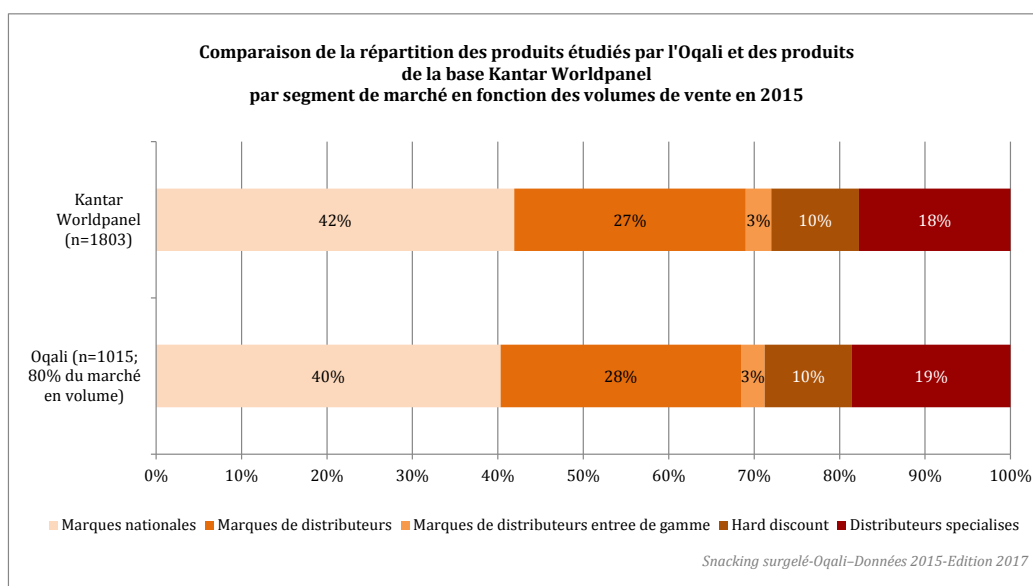
**Ainsi, les produits de snacking surgelé pris en compte lors de cette étude couvrent<sup>8</sup> au minimum 80% du marché total du secteur en volume.**

Cependant, cette couverture<sup>8</sup> est à relativiser du fait que :

- certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar Worldpanel. Ainsi 8% des 1109 (n=94) produits étudiés n'ont pas pu être associés à une part de marché ;
- à l'inverse, des produits présents dans la base de données Kantar Worldpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

La couverture<sup>8</sup> du secteur ainsi calculée est donc sous-estimée.

Par ailleurs, une très bonne adéquation entre la structure de marché de Kantar Worldpanel et celle des données Oqali est observée (Figure 6) : la répartition entre les volumes de vente par segment de marché est en effet presque identique entre les 2 diagrammes.



**Figure 6 : Comparaison de la répartition des produits de snacking surgelé par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel.**

L'échantillon des références Oqali couvre<sup>8</sup> ainsi 84% du marché des distributeurs spécialisés, 83% de celui des marques de distributeurs, 80% du hard discount, 77% des marques nationales et 74% de celui des marques de distributeurs entrée de gamme.

<sup>8</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

<sup>9</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.



Le Tableau 2 détaille quant à lui la répartition des 80% de parts de marché représentés par les produits Oqali associés à un volume de vente, par famille de produits. Ainsi, au sein des produits recueillis par l'Oqali, **la famille des Pizzas fromages correspond à la plus forte part de marché (13%), suivie par les Pizzas jambon fromage (12%) et les Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (8%).**

**Tableau 2 : Répartition des parts de marché par famille de produits au sein de l'échantillon de produits Oqali associés à un volume de vente (n=1015)**

Famille de produits	Effectif de produits associés à une part de marché	Parts de marché 2015 pour les produits récoltés par l'Oqali
Pizzas fromages	101	13%
Pizzas jambon fromage	80	12%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	63	8%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	115	6%
Tartes avec viande ou poisson	83	4%
Burgers surgelés	41	4%
Pizzas produits de la mer	33	4%
Pizzas viandes type bolognaise	27	4%
Pizzas charcuterie	40	3%
Feuilletes vegetariens	37	3%
Pizzas type margarita	29	3%
Autres sandwichs surgelés	23	3%
Tartes aux legumes	63	2%
Quiches lorraines	31	2%
Crepes et galettes vegetariennes	22	2%
Pizzas viandes autres	18	2%
Pizzas legumes	11	1%
Salades	14	0,7%
Pains surprises et canapes apertifs	36	0,5%
Tartes aux fromages	19	0,5%
Wraps et kebabs	15	0,5%
Assortiments et autres apertifs	33	0,4%
Baguettes et tartines garnies	12	0,4%
Croque monsieur	13	0,2%
Aumonieres apertives	12	0,2%
Feuilletes avec escargot	9	0,2%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	0,1%
Cakes sales vegetariens	9	0,1%
Choux et gougeres	8	0,1%
Verrines apertives	8	0,1%
<b>Total</b>	<b>1015</b>	<b>80%</b>

## 2. ANALYSE DE L'OFFRE DE PRODUITS PAR SEGMENT DE MARCHÉ

Cette étude vise à comparer l'offre de produits par famille pour chacun des segments de marché étudiés. La question sous-jacente est la suivante : au sein des segments de marché, existe-t-il des différences de répartition de familles ? En d'autres termes, est-il possible de caractériser les segments selon des profils de produits spécifiques ?

**Tableau 3 : Répartition de l'offre par segment de marché et par famille au sein du snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Distributeurs specialises (n=399)	Marques nationales (n=160)	Marques de distributeurs (n=391)	Marques de distributeurs entree de gamme (n=21)	Hard Discount (n=138)	Ensemble du secteur
Pizzas jambon fromage	5%	9%	11%	0%	7%	8%
Pizzas charcuterie	3%	8%	4%	0%	5%	4%
Pizzas viandes type bolognaise	1%	5%	4%	0%	3%	3%
Pizzas viandes autres	1%	4%	2%	0%	2%	2%
Pizzas produits de la mer	2%	4%	5%	0%	4%	3%
Pizzas fromages	7%	12%	13%	10%	13%	11%
Pizzas type margarita	1%	3%	2%	38%	6%	3%
Pizzas legumes	2%	3%	1%	0%	0%	1%
Quiches lorraines	2%	2%	5%	0%	1%	3%
Tartes avec viande ou poisson	10%	6%	8%	0%	7%	8%
Tartes aux fromages	2%	0%	3%	0%	4%	2%
Tartes aux legumes	7%	3%	7%	0%	4%	6%
Cakes sales avec viande ou poisson	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Cakes sales vegetariens	1%	1%	1%	0%	0%	1%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	6%	6%	5%	24%	7%	6%
Crepes et galettes vegetariennes	2%	1%	3%	0%	1%	2%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	14%	6%	10%	10%	12%	11%
Feuilletes avec escargot	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Feuilletes vegetariens	4%	3%	3%	10%	4%	3%
Croque monsieur	2%	1%	1%	0%	1%	1%
Burgers	2%	3%	5%	10%	7%	4%
Wraps et kebabs	2%	4%	0%	0%	3%	1%
Autres sandwiches	3%	8%	0%	0%	0%	2%
Baguettes et tartines garnies	3%	2%	0%	0%	1%	1%
Salades	3%	0%	0%	0%	1%	1%
Aumonieres aperitives	2%	0%	1%	0%	1%	1%
Choux et gougeres	2%	0%	1%	0%	0%	1%
Pains surprises et canapes aperitifs	5%	3%	3%	0%	3%	4%
Verrines aperitives	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Assortiments et autres aperitifs	6%	6%	1%	0%	1%	3%
<b>ENSEMBLE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Les lignes surlignées en vert dans le Tableau 3 correspondent aux familles pour lesquelles il existe les écarts de fréquence les plus importants entre segments de marché. Il est tout d'abord

visible que **pour 4 segments sur les 5 étudiés** (exception faite des distributeurs spécialisés), **les familles de pizzas concentrent plus de 40% des références produits récoltées par segment de marché** (48% des marques de distributeurs entrée de gamme, 46% des marques nationales, 42% des marques de distributeurs et 41% des produits issus du hard discount).

**Les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par la plus faible diversité de recettes** : les produits de ce segment se concentrent en effet au sein de recettes phares telles que les Pizzas type Margarita (38% des produits de ce segment ; n=8) ou encore les Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (24% ; n=5). De plus aucun produit de ce segment n'est retrouvé parmi 24 familles sur les 30 étudiées.

**Les marques nationales se caractérisent par une fréquence plus forte de recettes « atypiques »**, notamment avec la famille des Assortiments et autres apéritifs (6%, comme pour les distributeurs spécialisés) et celle des Autres sandwiches (8% ; n=13). Elles présentent par ailleurs une part importante de produits au sein des Pizzas fromages (12% ; n=19) et des Pizzas jambon fromage (9% ; n=15).

Les produits de marques de distributeurs comportent une part également importante de Pizzas fromages (13% ; n=52) et de Pizzas jambon fromage (11% ; n=43), mais aussi de Tartes avec viande ou poisson (8% ; n=33) et de Tartes aux légumes (7% ; n=28).

Les produits issus du hard discount présentent quant à eux une proportion importante de Pizzas fromages (13% ; n=18) et de Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (12% ; n=16), mais également de Pizzas jambon fromage (7% ; n=10), Tartes avec viande ou poisson (7% ; n=9), Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (7% ; n=10) et de Burgers (7% ; n=9).

**Concernant enfin les produits de distributeurs spécialisés, ils se caractérisent principalement par une plus grande diversification de recettes**, en particulier quant aux recettes plus « apéritives » du type Pains surprises et canapés apéritifs (5% ; n=18) ou encore Assortiments et autres apéritifs (6% ; n=22) par exemple. En particulier, cela explique que seules 22% (n=88) des références de ce segment correspondent à des familles de pizzas, contrairement à la tendance générale des autres segments étudiés. Par ailleurs, il s'agit du seul segment de marché présentant des références au sein de l'ensemble des familles de produits étudiées.

## 3. ÉTIQUETAGE

### 3.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage

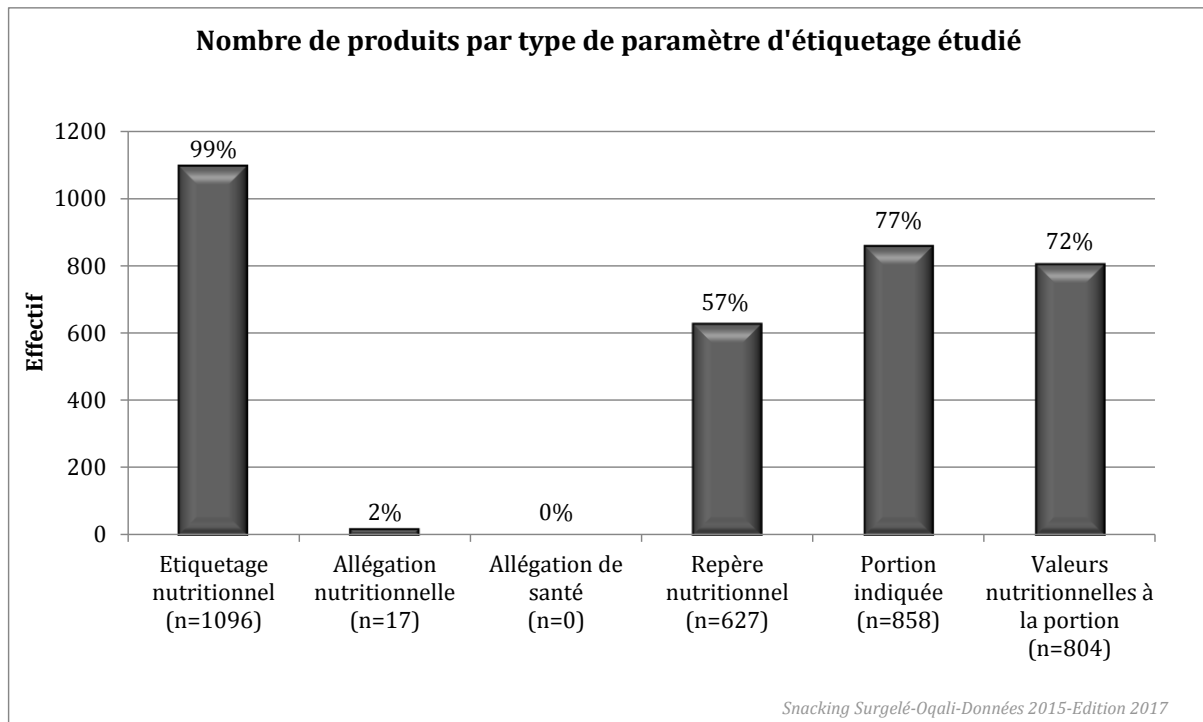
Parmi les informations disponibles sur les étiquettes des produits, les fréquences de présence de 6 paramètres nutritionnels ont été suivies (Figure 7) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en Annexe 1, les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont également décrits dans le rapport méthodologique 2009<sup>10</sup>). Il s'agit des :

- étiquetages nutritionnels (n=1096 ; 99%) ;
- allégations nutritionnelles (n=17 ; 2%) ;
- allégations de santé (n=0 ; 0%) ;
- repères nutritionnels (n=627 ; 57%) ;
- portions indiquées et leurs tailles (n=858 ; 77%) ;
- valeurs nutritionnelles à la portion (n=804 ; 72%).

---

<sup>10</sup> Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site [http://www.oqali.fr/oqali/publications\\_oqali/etudes\\_sectorielles](http://www.oqali.fr/oqali/publications_oqali/etudes_sectorielles).

La Figure 7 reprend les fréquences de présence de chacun des paramètres étudiés pour les 1109 produits de snacking surgelé de ce rapport.



**Figure 7 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du snacking surgelé étudié.**

Parmi les 1109 produits étudiés, la quasi-totalité présente un étiquetage nutritionnel (99%). 2% des produits considérés comportent des allégations nutritionnelles et aucun ne possède d'allégation de santé. 57% d'entre eux utilisent un repère nutritionnel. Enfin, 77% des produits étudiés présentent une portion indiquée, et 72% des valeurs nutritionnelles à la portion.

Les différences d'effectifs pour les variables qualitatives sont testées par un test du Chi-2.

## 3.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

Les 1109 produits de snacking surgelé étudiés présentent majoritairement un étiquetage nutritionnel de groupe INCO+<sup>11</sup> (n=821 ; 74%), puis de groupe INCO (n=185 ; 17%). Ainsi, 91% des produits présentent un étiquetage de groupe INCO+/INCO.

Il demeure parmi les produits récoltés quelques anciens groupes d'étiquetage résiduels, le règlement INCO<sup>12</sup> autorisant les denrées mises sur le marché ou étiquetées avant le 13 décembre 2014, et qui ne seraient pas conformes, à être commercialisées jusqu'à écoulement des stocks. Ainsi, 6% de produits possédant un étiquetage de groupe 2+ (n=61) ont été récoltés, de même que 1% de groupe 2 (n=14) et 1% de groupe 1 (n=15) (Figure 8) (cf. lexique en Annexe 1).

1% des produits récoltés (n=13) ne présentent pas d'étiquetage des valeurs nutritionnelles.

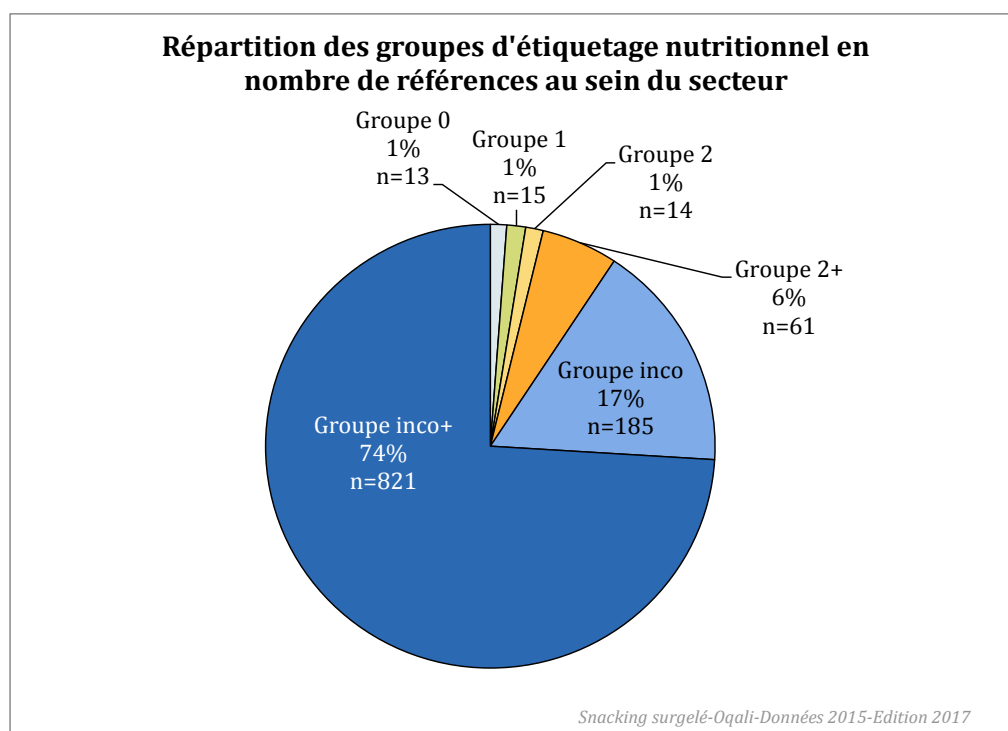
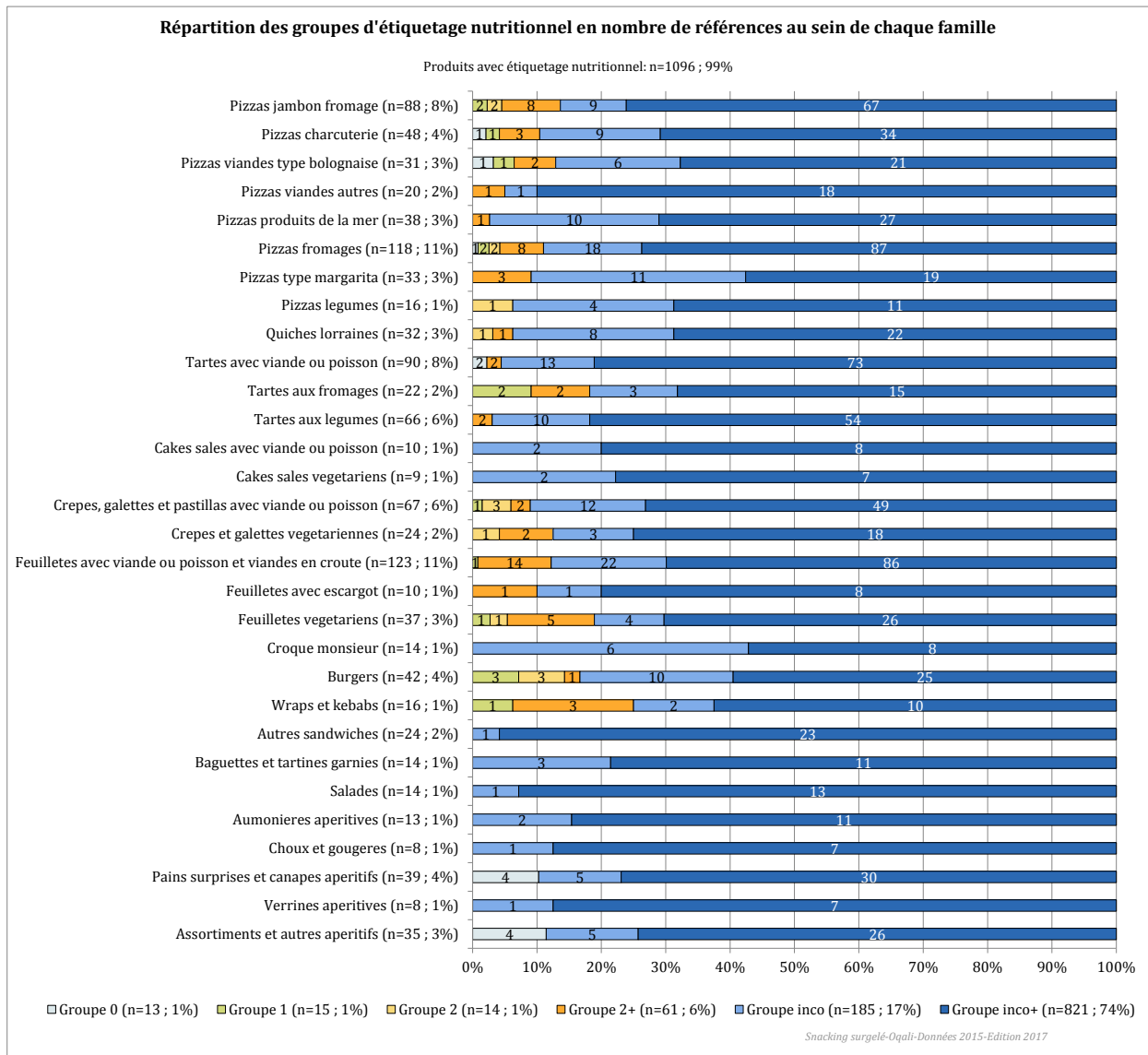


Figure 8 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel au sein du secteur du snacking surgelé étudié.

<sup>11</sup> L'étiquetage nutritionnel obligatoire inclut les éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel.

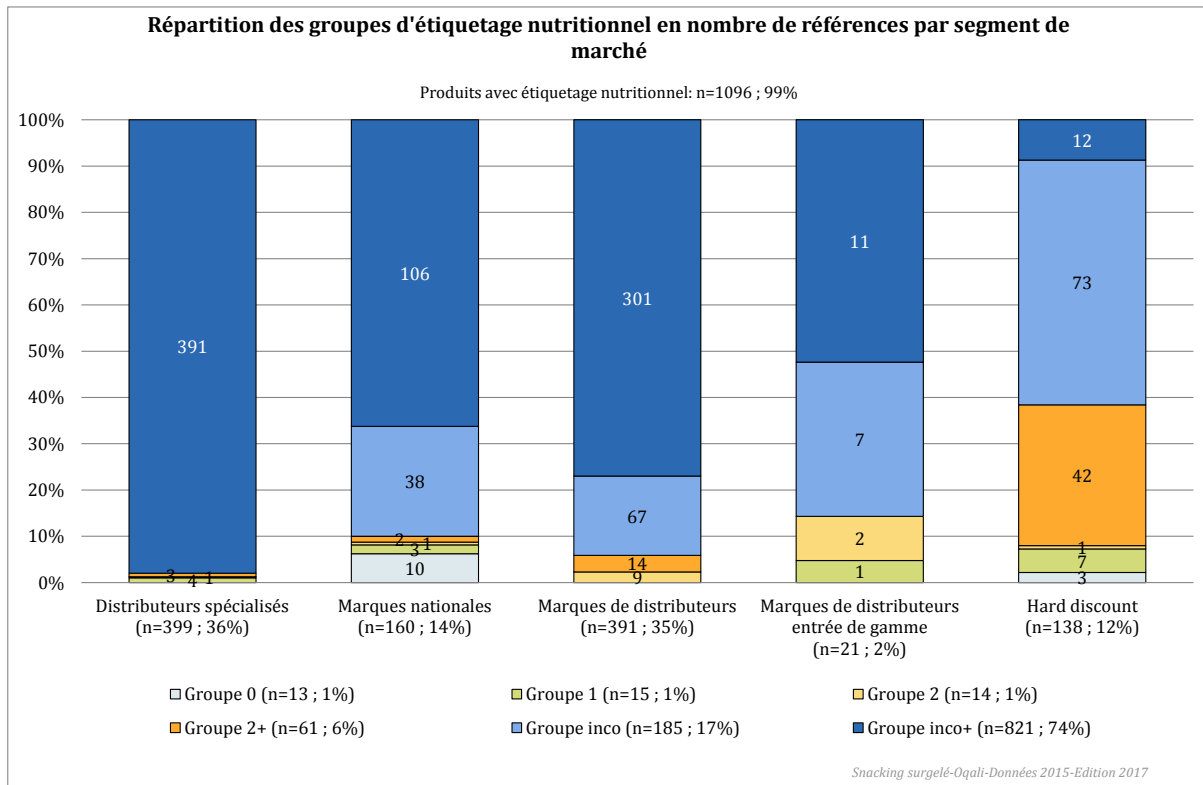
<sup>12</sup> Règlement (UE) n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

D'après la Figure 9, l'ensemble des familles présente en quasi-totalité un étiquetage nutritionnel, et plus particulièrement de groupe INCO+. Les quelques produits de groupe 0 subsistant se répartissent au sein des Pizzas charcuterie (n=1), Pizzas viandes type bolognaise (n=1), Pizzas fromages (n=1), Tartes avec viande ou poisson (n=2), Pains surprises et canapés apéritifs (n=4) et Assortiments et autres apéritifs (n=4).



**Figure 9 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel, en nombre de références, en fonction des familles du snacking surgelé étudiées.**

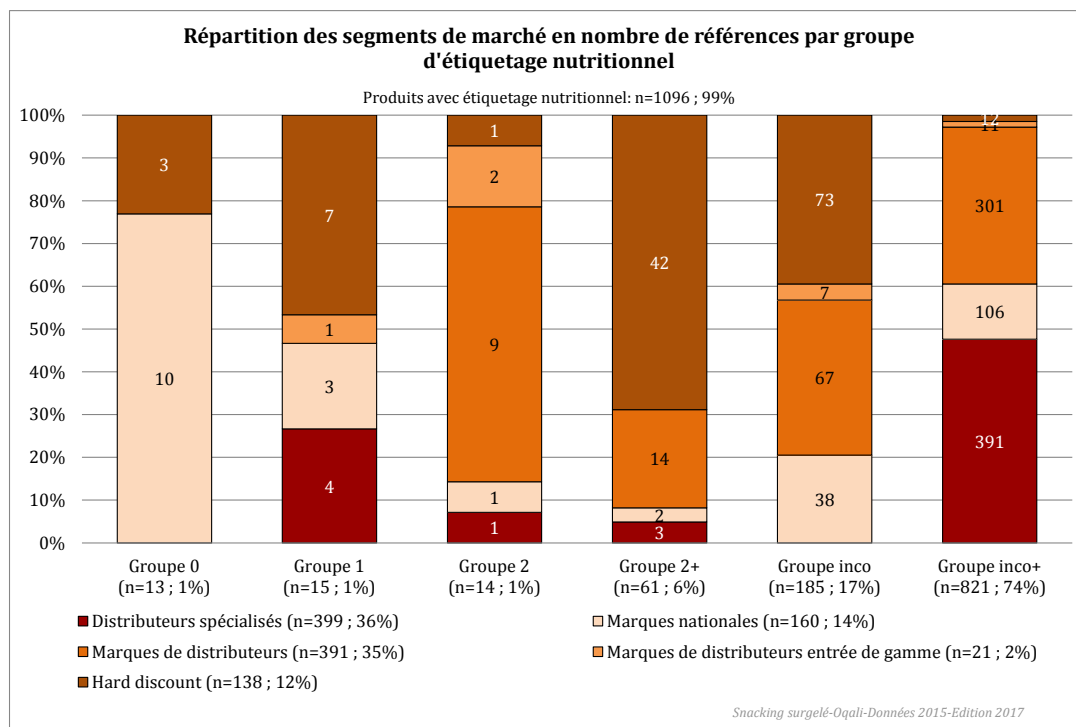
La Figure 10 présente la répartition des différents groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction des segments de marché. Parmi les 1109 produits de snacking surgelé étudiés, 100% des produits de distributeurs spécialisés (n=399) présentent un étiquetage nutritionnel, ainsi que 100% des marques de distributeurs (n=391), 100% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21), 98% des produits issus du hard discount (n=135) et 94% des marques nationales (n=150). Ainsi, les produits sans étiquetage nutritionnel représentent 6% des produits de marques nationales (n=10) et 2% des produits issus du hard discount (n=3).



**Figure 10 : Répartition des différents groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction du segment de marché, en nombre de références, au sein du secteur du snacking surgelé étudié.**



La Figure 11 présente quant à elle la répartition des différents segments de marché en fonction des groupes d'étiquetage nutritionnel. Ce graphique complémentaire du précédent permet de mettre en évidence que parmi les 821 produits présentant un étiquetage nutritionnel de groupe INCO+, 48% (n=391) correspondent à des distributeurs spécialisés, 37% (n=301) à des marques de distributeurs, 13% à des marques nationales (n=106), 1% (n=12) à du hard discount et 1% (n=11) à des marques de distributeurs entrée de gamme.



**Figure 11 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel, en nombre de références, au sein du secteur du snacking surgelé étudié.**

**99% des 1109 produits de snacking surgelé étudiés présentent un étiquetage nutritionnel.**

Parmi ces 1109 produits, 100% des produits de distributeurs spécialisés (n=399) présentent un étiquetage nutritionnel, ainsi que 100% des marques de distributeurs (n=391), 100% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21), 98% des produits issus du hard discount (n=135) et 94% des marques nationales (n=150).

### 3.3 Allégations nutritionnelles et de santé

#### 3.3.1 Allégations nutritionnelles

Parmi les 1109 produits de snacking surgelé étudiés, 17 (soit 2% des produits du secteur), répartis au sein de 6 familles de pizzas sur les 30 familles étudiées, présentent au moins une allégation nutritionnelle. Il s'agit des Pizzas jambon fromage (n=4), Pizzas charcuterie (n=2), Pizzas viandes type bolognaise (n=2), Pizzas viandes autres (n=1), Pizzas produits de la mer (n=2) et Pizzas fromages (n=6).

L'ensemble de ces produits sont de marques nationales (11% des produits du segment).

Ces allégations nutritionnelles portent quasi-exclusivement sur le caractère « source » ou « riche » en protéines des produits, et une d'entre elles évoque le caractère « source de calcium » de la référence (fromage, crème fraîche).

#### 3.3.2 Allégations de santé

Aucun produit du snacking surgelé ne comporte d'allégation de santé.

Parmi les 1109 produits de snacking surgelé étudiés, **17 (soit 2% des références du secteur) présentent au moins une allégation nutritionnelle.** Ces produits sont répartis au sein de 6 familles de pizzas parmi les 30 familles du secteur étudiées. Ils correspondent en totalité à des marques nationales.

Ces allégations nutritionnelles portent quasi-exclusivement sur le caractère « source » ou « riche » en protéines des produits, et une d'entre elles évoque le caractère « source de calcium » de la référence (fromage, crème fraîche).

**Aucun produit du snacking surgelé ne comporte d'allégation de santé.**

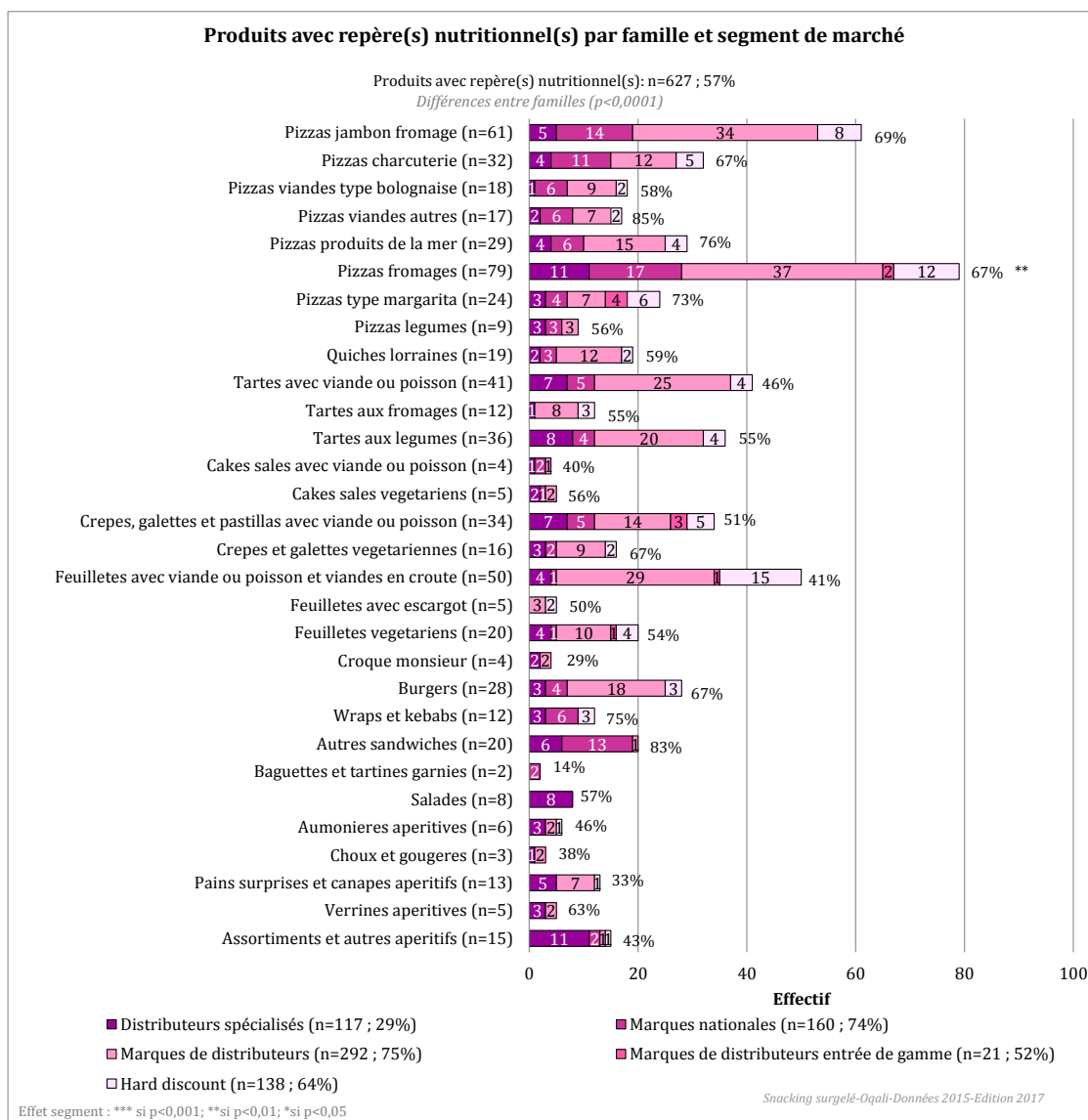
### 3.4 Repères nutritionnels

Parmi les 1109 produits de snacking surgelé étudiés, 627 (soit 57%) présentent un repère nutritionnel (cf. lexique en Annexe 1). Ils sont répartis au sein de l'ensemble des familles étudiées (Figure 12).

La fréquence de présence de repères nutritionnels varie significativement selon les familles ( $p < 0,0001$ ): de 14 à 85% des produits des familles étudiées présentent en effet un repère nutritionnel. Les familles présentant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) sont les Pizzas viandes autres ( $n=17$  ; 85%), les Autres sandwiches ( $n=20$  ; 83%) et les Pizzas produits de la mer ( $n=29$  ; 76%).

292 produits de marques de distributeurs, 160 produits de marques nationales, 138 produits issus du hard discount, 117 de distributeurs spécialisés et 21 produits de marques de distributeurs entrée de gamme présentent des repères nutritionnels.

En proportion et par segment de marché à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs ( $n=292$ ) présentent le plus fréquemment un repère nutritionnel** (75% des produits du segment), **suivis des marques nationales** ( $n=160$  ; 74%), **des produits issus du hard discount** ( $n=138$  ; 64%), **des marques de distributeurs entrée de gamme** ( $n=21$  ; 52%) **et des distributeurs spécialisés** ( $n=117$  ; 29%).



**Figure 12 : Répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.**

Par ailleurs, la fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) varie significativement entre segments de marché pour la famille des Pizzas fromages : 100% des produits de marques de distributeurs entrée de gamme (n=2, à nuancer du fait du faible effectif), 89% (n=17) de marques nationales, 71% des produits de marques de distributeurs (n=37), 67% des produits issus du hard discount (n=12) contre 41% de distributeurs spécialisés (n=11) de cette famille possèdent en effet des repères nutritionnels.

**57% des produits de snacking surgelé étudiés présentent des repères nutritionnels (n=627).** La fréquence de produits avec au moins un repère nutritionnel varie significativement entre les familles de 14 à 85%. Les familles présentant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) correspondent aux Pizzas viandes autres (n=17 ; 85%), aux Autres sandwiches (n=20 ; 83%) et aux Pizzas produits de la mer (n=29 ; 76%).

**En proportion et par segment de marché à l'échelle du secteur total, les produits de marques de distributeurs (n=292) présentent le plus fréquemment un repère nutritionnel (75% des produits du segment), suivis des marques nationales (n=160 ; 74%), des produits issus du hard discount (n=138 ; 64%), des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21 ; 52%) et des distributeurs spécialisés (n=117 ; 29%).**

## 3.5 Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion

### 3.5.1 Portions indiquées

Parmi les 1109 produits de snacking surgelé étudiés, 858 (soit 77%) possèdent une portion indiquée (cf. lexique en Annexe 1) (Figure 13). Toutes les familles sont concernées.

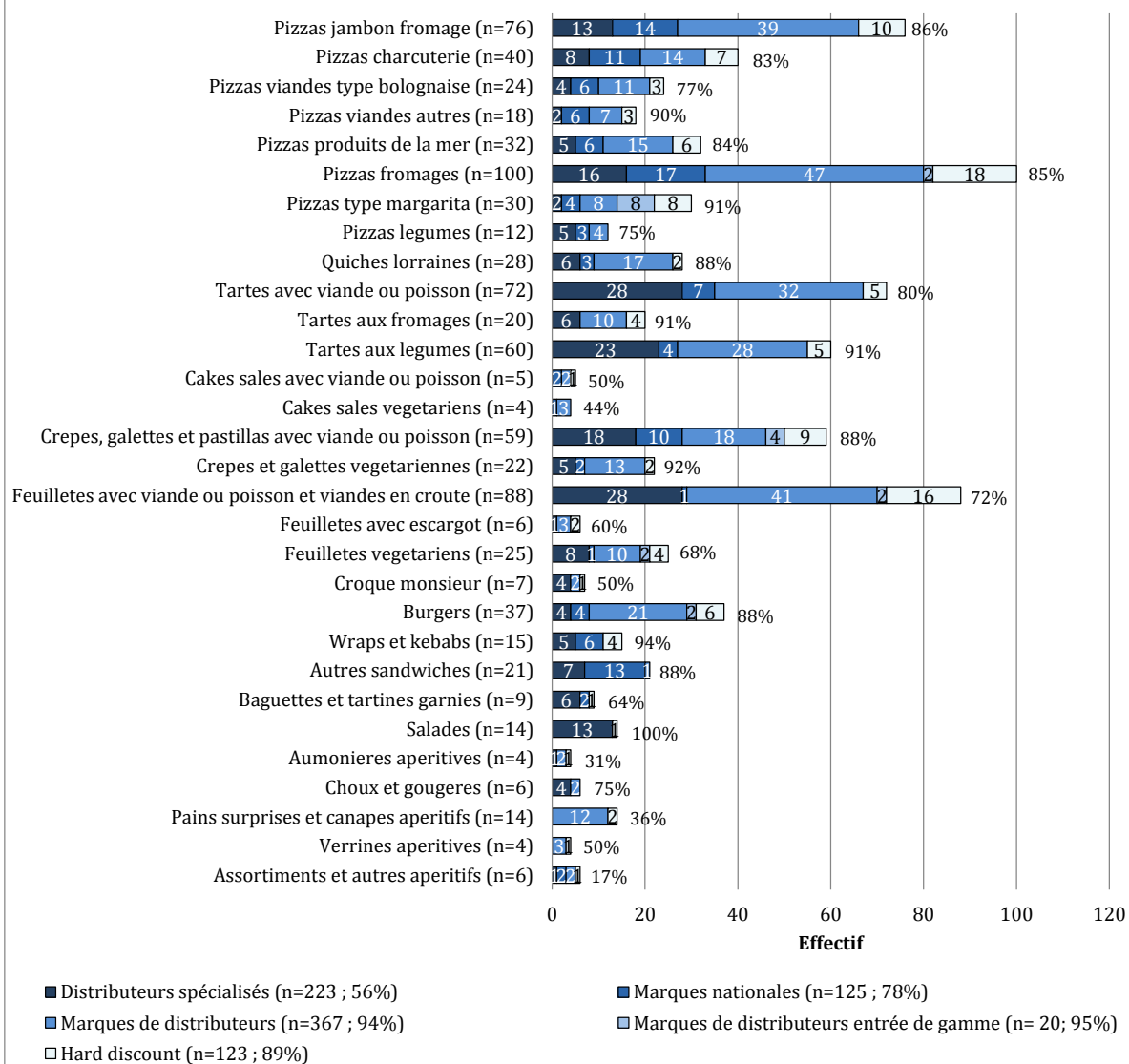
La fréquence de présence d'une portion indiquée varie selon les familles : de 17% pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 100% pour les Salades (n=14). Concernant les Assortiments et autres apéritifs, ce faible pourcentage pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes. Les familles présentant le plus de produits avec portion indiquée sont les Salades (n=14 ; 100%) et les Wraps et kebabs (n=17 ; 94%). Globalement, 19 familles sur les 30 étudiées possèdent une fréquence d'étiquetage de portion indiquée supérieure ou égale à 75%.

Parmi les 1109 produits étudiés, 367 de marques de distributeurs, 223 de distributeurs spécialisés, 125 de marques nationales, 123 produits issus du hard discount et 20 de marques de distributeurs entrée de gamme comportent des tailles de portions indiquées.

En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment une portion indiquée (n=20 ; 95% des produits du segment), suivis des produits de marques de distributeurs (n=367 ; 94%), des produits issus du hard discount (n=123 ; 89%), de marques nationales (n=125 ; 78%) et de distributeurs spécialisés (n=223 ; 56%).**

### Produits présentant une portion indiquée par famille et segment de marché

Produits avec portion indiquée: n=858 ; 77%



Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017

**Figure 13 : Répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.**

Le Tableau 4 présente les statistiques descriptives des tailles de portions indiquées.

L'amplitude globalement importante de la **variabilité intra-famille** des tailles de portions indiquées relevées résulte avant tout de la cohabitation au sein des mêmes familles de produits (comme défini dans la nomenclature) de formats mini, individuels et à partager. La coexistence de ces différents formats est également à mettre en relation avec les occasions de consommation associées : apéritif ou plat principal notamment. Par exemple, au sein des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte, les mini-feuilletés du type roulé feuilleté à la saucisse ou feuilletés apéritifs correspondent à des portions indiquées allant globalement de 16 à 60g et sont consommés en amuse-bouche, les feuilletés individuels du type panier feuilleté à une portion indiquée de 100g en guise de plat principal, alors que les portions indiquées les plus élevées (de 125g à 160g) correspondent majoritairement à des feuilletés à partager du type feuilleté aux fruits de mer ou feuilleté au saumon, également consommés en plats principaux.

Concernant la **variabilité inter-familles** :

- les familles de **pizzas** possèdent le plus souvent une portion indiquée de **200g**, notamment pour 33% des Pizzas viandes type bolognaise ou encore 25% des Pizzas jambon fromage. Les portions les plus élevées relevées pour ces familles correspondent à des pizzas en formats individuels (autour de 400-440g) ;
- les familles de **tartes** présentent des portions indiquées le plus souvent entre **100 et 200g** (par exemple 28% des Tartes aux légumes à 100g et 18% à 200g), qui ne sont quant à elles pas corrélées à l'existence ou non de formats individuels ;
- concernant les **cakes**, les portions indiquées étiquetées sont variables et le faible effectif de produits concernés rend difficile toute interprétation globale ;
- les familles de **crêpes** étiquettent le plus souvent des portions indiquées de **50 et 100g**, ce qui est lié aux tailles de formats individuels des produits : une portion indiquée de 100g peut ainsi correspondre soit à une crêpe de 100g mais aussi à 2 crêpes de 50g selon les références considérées. Certains produits ne conseillent par ailleurs la consommation que d'une crêpe de 50g, d'où les écarts constatés. Enfin, des portions supérieures de 125g sont également fréquemment rencontrées, en particulier au sein des **Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson** ;
- au sein des familles de **feuilletés**, la portion la plus fréquente des feuilletés non apéritifs (consommés en plat principal) est de **100g** (45% des portions indiquées des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte notamment). Les Feuilletés avec escargot correspondent quant à eux à une consommation de type apéritif, d'où leurs portions indiquées inférieures (50% à 43g) ;
- les familles de **sandwiches ou apparentés** comportent le plus souvent des portions indiquées autour de **100g** (notamment 57% des Autres sandwiches possédant une portion indiquée), l'existence de formats mini expliquant la présence de portions extrêmes inférieures ;
- concernant les autres familles de produits, la diversité des références récoltées ainsi que les faibles effectifs de produits par famille ne permettent pas de dégager une tendance quant aux tailles de portions indiquées relevées.

**Tableau 4 : Statistiques descriptives des tailles de portions indiquées (minimum, maximum, moyenne) des familles de snacking surgelé étudiées.**

Familles de produits	N	Taille de la portion indiquée (g)			
		Min	Max	Moy	Remarque
Pizzas jambon fromage	76	30	440	182	25% à 200g
Pizzas charcuterie	40	88	400	198	20% à 200g
Pizzas viandes type bolognaise	24	90	400	200	33% à 200g
Pizzas viandes autres	18	100	370	169	22% à 200g 17% à 133g
Pizzas produits de la mer	32	90	400	206	16% à 200g 13% à 178g
Pizzas fromages	100	30	400	177	18% à 200g
Pizzas type Margarita	30	75	355	192	30% à 150g 17% à 175g
Pizzas légumes	12	142	400	286	25% à 200g
Quiches lorraines	28	30	200	131	43% à 100g
Tartes avec viande ou poisson	72	40	275	127	21% à 125g 15% à 100g
Tartes aux fromages	20	55	250	138	30% à 100g
Tartes aux légumes	60	15	200	135	28% à 100g 18% à 200g
Cakes salés avec viande ou poisson	5	25	61	42	-
Cakes salés végétariens	4	25	61	49	-
Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	59	11	175	96	35% à 125g 31% à 50g 22% à 100g
Crêpes et galettes végétariennes	22	50	130	79	50% à 50g 36% à 100g
Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte	88	16	160	87	45% à 100g
Feuilletés avec escargot	6	42	150	61	50% à 43g
Feuilletés végétariens	25	20	130	89	40% à 100g
Croque monsieur	7	12	200	71	-
Burgers	37	13	190	131	27% à 130g
Wraps et kebabs	15	150	364	200	-
Autres sandwichs	21	100	200	127	57% à 100g
Baguettes et tartines garnies	9	35	130	118	67% à 130g
Salades	14	200	300	260	43% à 240g 36% à 300g
Aumonières apéritives	4	12	45	33	-
Choux et gougères	6	5	30	15	-
Pains surprises et canapés apéritifs	14	25	70	43	-
Verrines apéritives	4	30	90	48	-
Assortiments et autres apéritifs	6	14	66	41	-

N=Effectif des produits présentant une portion indiquée par famille ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne



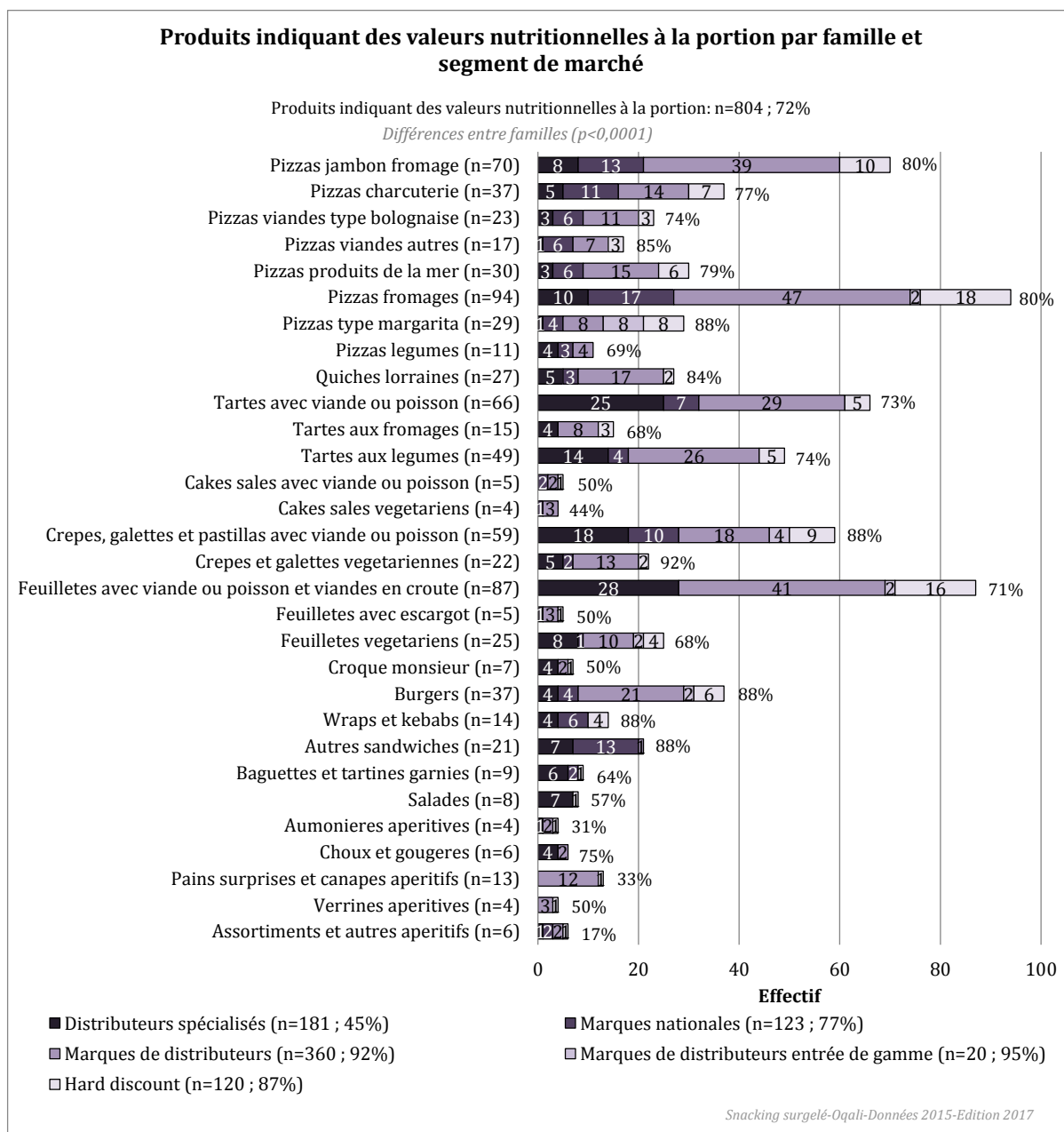
### 3.5.2 Valeurs nutritionnelles à la portion

Sur l'ensemble des produits étudiés (n=1109), 804 produits (soit 72%) comportent des valeurs nutritionnelles à la portion (Figure 14). Toutes les familles de produits sont concernées.

La fréquence de présence de valeurs nutritionnelles à la portion varie significativement selon les familles ( $p < 0,0001$ ). Elle s'étend de 17% des produits pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 92% pour les Crêpes et galettes végétariennes (n=22). Comme pour les portions indiquées, la faible fréquence de présence relevée au sein des Assortiments et autres apéritifs pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une taille de portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes.

Parmi les 1109 produits étudiés, 360 de marques de distributeurs, 181 de distributeurs spécialisés, 123 de marques nationales, 120 produits issus du hard discount et 20 de marques de distributeurs entrée de gamme possèdent des valeurs nutritionnelles à la portion.

En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment des valeurs nutritionnelles à la portion (n=20 ; 95%), suivis des produits de marques de distributeurs (n=360 ; 92%), des produits issus du hard discount (n=120 ; 87%), des marques nationales (n=123 ; 77%) et des distributeurs spécialisés (n=181 ; 45%).**



**Figure 14 : Répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché au sein des familles de snacking surgelé étudiées.**

**77% des produits de snacking surgelé étudiés possèdent une portion indiquée (n=858).** La fréquence de présence varie selon les familles : de 17% pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 100% pour les Salades (n=14). Concernant les Assortiments et autres apéritifs, ce faible pourcentage pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une taille de portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes. Les familles présentant le plus de produits avec portion indiquée sont les Salades (n=14 ; 100%) et les Wraps et kebabs (n=17 ; 94%). Globalement, 19 familles sur les 30 étudiées possèdent une fréquence d'étiquetage de portion indiquée supérieure ou égale à 75%.

En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment une portion indiquée (n=20 ; 95% des produits du segment), suivis des produits de**

**marques de distributeurs** (n=367 ; 94%), **des produits issus du hard discount** (n=123 ; 89%), **de marques nationales** (n=125 ; 78%) **et de distributeurs spécialisés** (n=223 ; 56%).

Concernant l'étude des **tailles de portions indiquées**, l'amplitude globalement importante de la variabilité intra-famille, mais également certaines différences entre familles, résultent avant tout de la cohabitation au sein des mêmes familles de produits de formats mini, individuels et à partager.

De façon générale, les familles de **pizzas** possèdent le plus souvent une portion indiquée de **200g**, les portions les plus élevées relevées pour ces familles correspondant à des pizzas en formats individuels (autour de 400-440g). Les familles de **tartes** présentent des portions indiquées le plus souvent entre **100 et 200g** (par exemple 28% des Tartes aux légumes à 100g et 18% à 200g), qui ne sont quant à elles pas corrélées à l'existence ou non de formats individuels. Les familles de **crêpes** étiquettent le plus souvent des portions indiquées de **50 et 100g**, ce qui est lié aux tailles de formats individuels des produits : une portion indiquée de 100g peut ainsi correspondre soit à une crêpe de 100g mais aussi à 2 crêpes de 50g selon les références considérées. Des portions supérieures de 125g sont également fréquemment rencontrées, en particulier au sein des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson. Au sein des familles de **feuilletés**, la portion la plus fréquente des feuilletés non apéritifs (consommés en plat principal) est de **100g** (45% des portions indiquées des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte notamment). Les familles de **sandwiches ou apparentés** comportent le plus souvent des portions indiquées autour de **100g** (notamment 57% des Autres sandwiches possédant une portion indiquée), l'existence de formats mini expliquant la présence de portions extrêmes inférieures.

**72% des produits étudiés comportent des valeurs nutritionnelles à la portion** (n=804). Toutes les familles de produits sont concernées. La fréquence de présence varie significativement selon les familles de 17% des produits pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 92% pour les Crêpes et galettes végétariennes (n=22). Comme pour les portions indiquées, la faible fréquence de présence relevée au sein des Assortiments et autres apéritifs pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une taille de portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes.

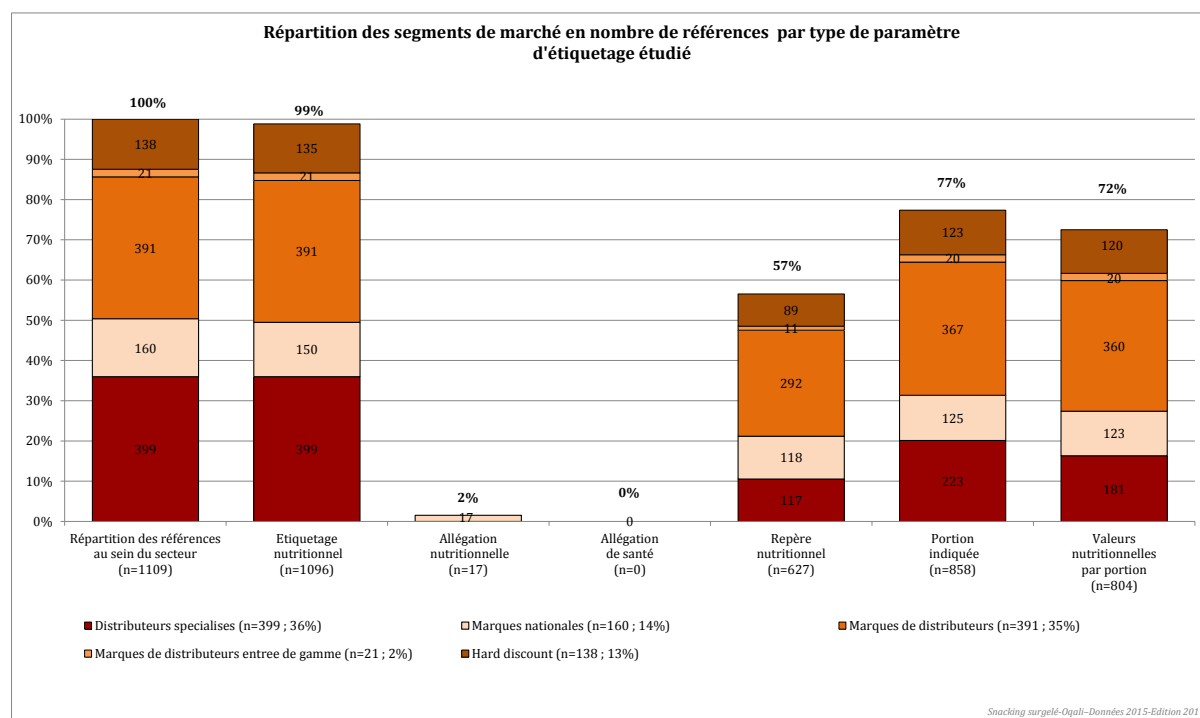
En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment des valeurs nutritionnelles à la portion** (n=20 ; 95%), **suivis des produits de marques de distributeurs** (n=360 ; 92%), **des produits issus du hard discount** (n=120 ; 87%), **des marques nationales** (n=123 ; 77%) **et des distributeurs spécialisés** (n=181 ; 45%).

### 3.6 Bilan du suivi des paramètres de l'étiquetage par segment de marché

La Figure 15 reprend les fréquences de chacun des paramètres d'étiquetage étudiés en nombre de références et fait figurer la répartition des produits par segment de marché pour chacun d'eux.

La première barre du diagramme reproduit la répartition des références étudiées par segment de marché à l'échelle du secteur entier, afin de pouvoir confronter la répartition au sein de chaque paramètre d'étiquetage à celle au sein du secteur entier.

**Il en ressort que les marques de distributeurs et les marques nationales se démarquent avec les plus fortes fréquences de repères nutritionnels (75% et 74% respectivement des produits de ces segments). Les marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount se caractérisent quant à eux par les plus fortes fréquences de portions indiquées (94%, 95% et 89% respectivement) et de valeurs nutritionnelles à la portion (92%, 95% et 87% respectivement). Pour ces 3 paramètres (repères nutritionnels, portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion), les distributeurs spécialisés se caractérisent par les plus faibles fréquences de présence (29%, 56% et 45% respectivement). Enfin, seuls 17 produits de marques nationales présentent des allégations nutritionnelles et aucun produit ne comporte d'allégation de santé.**



**Figure 15 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis par segment de marché pour le secteur du snacking surgelé étudié.**

## 4. VARIABILITÉ DES VALEURS NUTRITIONNELLES ÉTIQUETÉES

Ce chapitre présente, de manière détaillée, la **variabilité nutritionnelle** des teneurs en nutriments, exprimée pour 100g. Ceci permet de dresser, à partir des produits collectés, une photographie du secteur à  $t_0$  et de pouvoir suivre les éventuelles évolutions de composition nutritionnelle dans le temps. Ainsi cette photographie à  $t_0$  sera utilisée comme référence par la suite pour le suivi des évolutions dans ce secteur :

- **au niveau de la famille** afin d'identifier des évolutions possibles ;
- **au niveau des segments de marché par famille** afin de s'assurer que la variabilité n'est pas uniquement due à un effet segment de marché. Ceci permettra également de voir, dans le temps, si les évolutions ont porté sur l'ensemble des produits mis sur le marché.

Des **tests statistiques** ont été effectués pour l'étude des différences de composition nutritionnelle entre les familles de produits ainsi que pour l'étude des différences de composition nutritionnelle entre les segments de marché au sein d'une même famille.

Un test non paramétrique de Kruskal Wallis a permis d'identifier les nutriments pour lesquels il y avait au moins une famille qui se différençait des autres.

Pour les segments, un premier test non paramétrique de Kruskal Wallis a permis d'identifier les nutriments pour lesquels il y avait au moins un segment de marché qui se différençait des autres. Puis, uniquement pour les résultats significatifs précédents, des tests statistiques effectués 2 à 2 (comparaisons multiples par un test de Wilcoxon avec ajustement de Bonferroni) permettent d'identifier les segments différents. Ainsi, pour les tableaux suivants concernant la variabilité nutritionnelle entre les segments, les moyennes sans aucune lettre commune (« a » d'une part, « b » d'autre part, par exemple) sont statistiquement et significativement différentes. Celles avec des lettres communes (ex : « b » et « a,b ») ne sont pas statistiquement différentes.

Les nutriments d'intérêt du secteur du snacking surgelé étudiés dans la suite du rapport sont les suivants : valeur énergétique, matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres.

Pour 17 produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel, la teneur en sodium a été convertie en sel avec un facteur de conversion de 2,5 afin de pouvoir intégrer ces produits à l'étude de la variabilité des teneurs.

## 4.1 Variabilité nutritionnelle au sein du secteur et au sein des familles

### Valeur énergétique (Figure 16)

Parmi l'ensemble des 30 familles étudiées, les valeurs énergétiques moyennes sont variables et comprises entre 142kcal/100g (Salades-25) et 383kcal/100g (Feuilletés avec escargot-18).

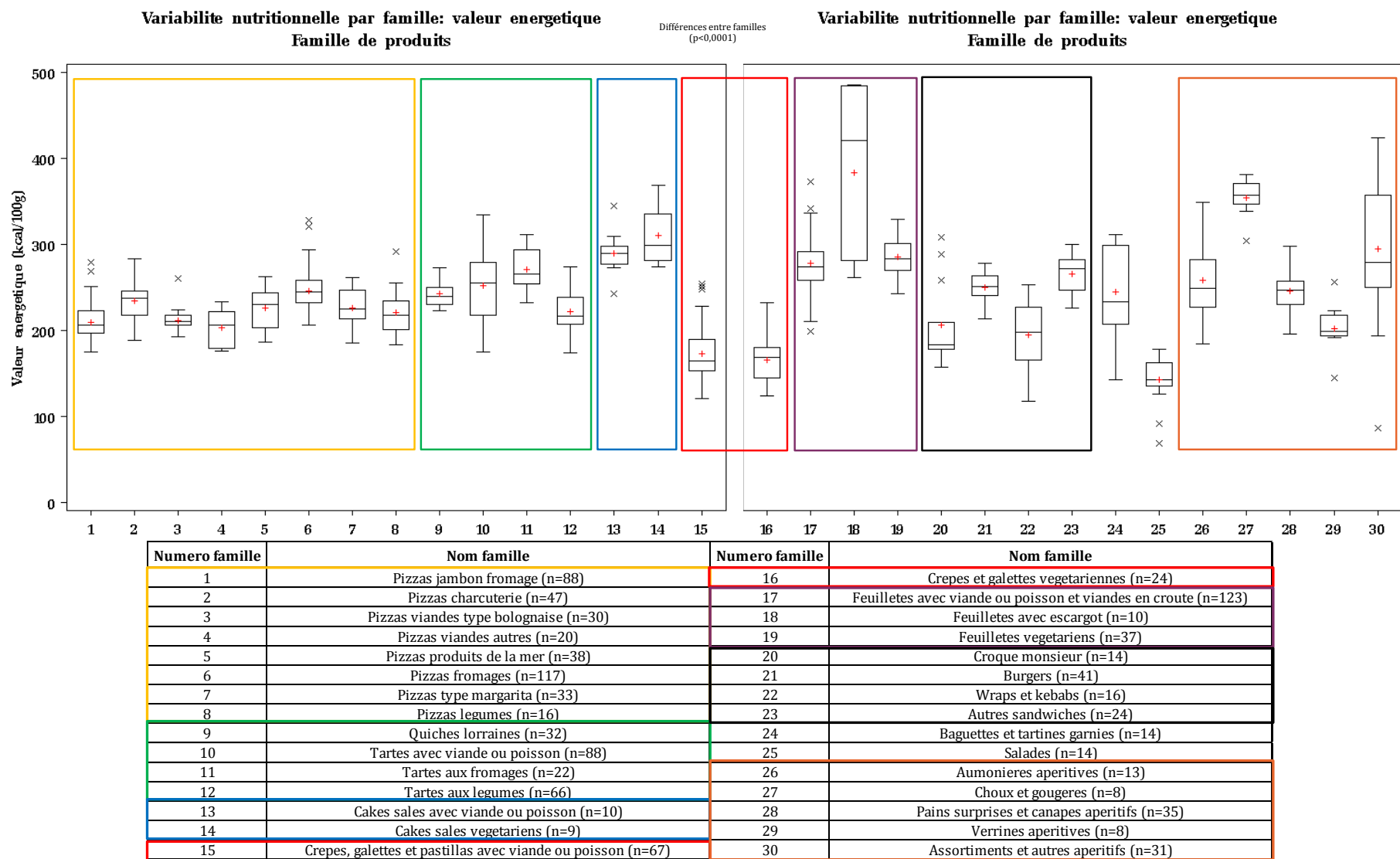
Parmi les produits considérés, les familles de cakes (13-14), de feuilletés (17-18-19) ainsi que les Choux et gougères (27) se distinguent avec les valeurs énergétiques moyennes les plus élevées du secteur situées autour de 300kcal/100g avec notamment des moyennes de 383kcal/100g pour les Feuilletés avec escargot (18), 354kcal/100g pour les Choux et gougères (27), 310kcal/100g pour les Cakes salés végétariens (14) ou encore 285kcal/100g pour les Feuilletés végétariens (19). Cela peut notamment s'expliquer par la proportion importante de pâte, feuilletée ou à choux, au sein de ces produits et également par la présence de beurre persillé au sein de la majorité des Feuilletés avec escargot (18).

Les familles de pizzas (1 à 8) et de tartes (9 à 12) présentent quant à elles des valeurs énergétiques moyennes proches et globalement situées autour de 200-250kcal/100g. Les familles des Tartes aux fromages (11) (271kcal/100g) et des Tartes avec viande ou poisson (10) (252kcal/100g) se distinguent avec les valeurs énergétiques moyennes les plus élevées parmi l'ensemble des tartes et pizzas. Les Pizzas viandes autres (4) possèdent quant à elles la valeur énergétique moyenne la plus faible de ces catégories (203kcal/100g).

Les familles des Autres sandwichs (23) (265kcal/100g), des Burgers (21) (250kcal/100g) et des Baguettes et tartines garnies (24) (244kcal/100g) présentent des valeurs énergétiques moyennes proches de celles des tartes.

Les familles de plus faibles valeurs énergétiques moyennes, inférieures ou égales à 200kcal/100g, correspondent aux Verrines apéritives (29) (202kcal/100g), aux Wraps et kebabs (22) (194kcal/100g), aux familles de crêpes (Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (15) - 172kcal/100g et Crêpes et galettes végétariennes (16) - 165kcal/100g), ainsi qu'aux Salades (25) (141kcal/100g).

Les familles végétariennes se caractérisent par des valeurs énergétiques semblables (Feuilletés végétariens - 285kcal/100g et Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte - 278kcal/100g) voire supérieures à leurs équivalents non végétariens (Cakes salés végétariens - 310kcal/100g et Cakes salés avec viande ou poisson - 289kcal/100g), ce qui s'explique par leurs garnitures intégrant notamment du fromage.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

**Figure 16 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**

**Les variabilités intra-familles**<sup>13</sup> de valeur énergétique sont hétérogènes et oscillent entre 50kcal/100g (Quiches lorraines-9) et 338kcal/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

Les familles présentant les plus grandes variabilités intra-familles correspondent aux Assortiments et autres apéritifs (30) (338kcal/100g), aux Feuilletés avec escargot (18) (224kcal/100g) et aux Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) (173kcal/100g). La variabilité intra-famille relevée quant aux Assortiments et autres apéritifs (30) provient de la diversité des produits s'y trouvant réunis : les références de plus fortes valeurs énergétiques correspondent notamment à des macarons apéritifs dont certains garnis au foie gras, et celles de plus faibles valeurs énergétiques à des brochettes de légumes par exemple. Concernant les Feuilletés avec escargot (18), cette variabilité s'explique par la composition des garnitures de feuilletés, dont la farce inclut du beurre persillé pour les références de plus fortes valeurs énergétiques et de la crème fraîche pour les autres. La variabilité observée au sein des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) provient à la fois des proportions relatives de garniture et de pâte feuilletée (certains produits présentent moins de 30% de pâte et d'autres plus de 45%) mais également de la variété des garnitures rencontrées : au poisson ou à la viande, avec ou sans béchamel, avec ou sans fromage, etc.

À l'inverse, les familles caractérisées par les plus faibles variabilités intra-familles de valeurs énergétiques correspondent aux Quiches lorraines (9) (50kcal/100g), aux Pizzas viandes autres (4) (57kcal/100g), aux Burgers (21) (65kcal/100g) ou encore aux Pizzas viandes type bolognaise (68kcal/100g). Qu'il s'agisse des Quiches lorraines, des Burgers mais également des 2 familles de pizzas, une grande homogénéité de recettes justifie la faible variabilité observée. En effet, les Pizzas viandes autres (4) possèdent des garnitures très semblables faites majoritairement de poulet, fromage et sauce, et de même pour les Pizzas viandes type bolognaise (3) pour laquelle seule une référence ne correspond pas à un parfum bolognaise mais à une autre garniture à base de bœuf.

---

<sup>13</sup> Ecart entre les valeurs maximale et minimale prises par les produits de la famille.



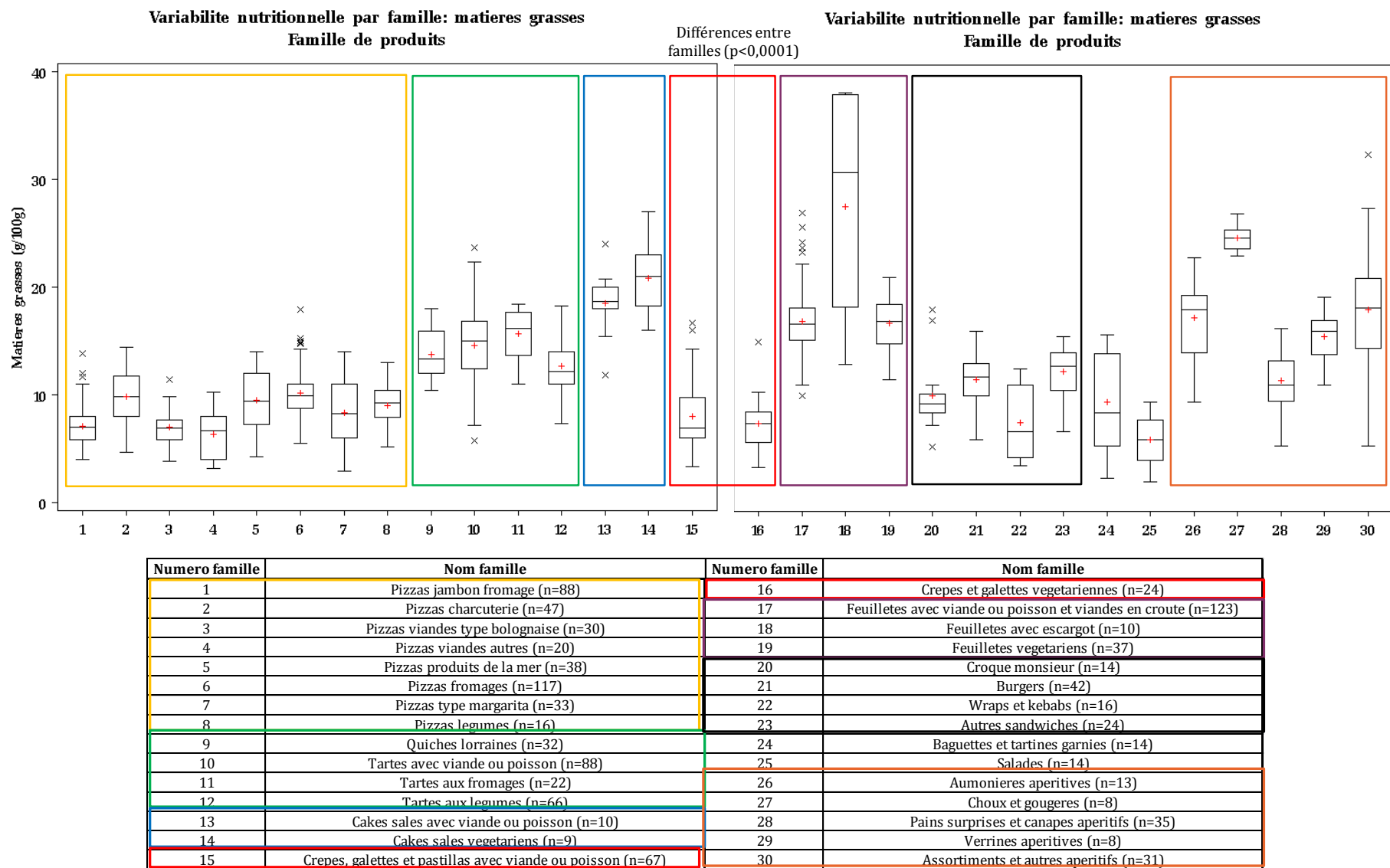
### **Matières grasses (Figure 17)**

Parmi l'ensemble des 30 familles étudiées, les teneurs moyennes en matières grasses sont variables et comprises entre 5,9g/100g (Salades-25) et 27,6g/100g (Feuilletés avec escargot-18).

Comme précédemment, les familles de feuilletés (17-18-19), de cakes (13-14), ainsi que les Choux et gougères (27) se distinguent des autres familles avec des teneurs moyennes en matières grasses supérieures ou égales à 16,0g/100g. Plus précisément, les Feuilletés avec escargot (18) correspondent à la plus forte teneur moyenne en matières grasses (27,6g/100g), suivis par les Choux et gougères (27) (24,6g/100g), les Cakes salés végétariens (14) (20,8g/100g), les Cakes salés avec viande ou poisson (13) (18,5g/100g), les Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) (16,7g/100g) et les Feuilletés végétariens (19) (16,7g/100g). Les teneurs en matières grasses élevées relevées pour ces familles proviennent à la fois de la présence importante de pâte (feuilletée, pâte à choux ou pâte à cake), ainsi que des garnitures associées, incluant par exemple du beurre ou de la crème fraîche dans le cas des Feuilletés avec escargot (18) ou encore du fromage dans le cas des Choux et gougères (27). Les familles des Assortiments et autres apéritifs (30) et des Aumônières apéritives (26) se caractérisent par des teneurs moyennes en matières grasses du même ordre de grandeur, soit respectivement 18,0g/100g et 17,2g/100g.

Viennent ensuite les familles de tartes (9 à 12), avec des teneurs moyennes en matières grasses comprises entre 12,0 et 16,0g/100g. Plus précisément, les Tartes aux fromages (11) présentent la teneur moyenne en matières grasses la plus élevée des familles de tartes, soit 15,6g/100g, suivie par les Tartes avec viande ou poisson (10) (14,6g/100g), les Quiches lorraines (9) (13,8g/100g) et les Tartes aux légumes (12) (12,6g/100g). Les Verrines apéritives (29) présentent une teneur moyenne en matières grasses du même ordre de grandeur (15,5g/100g).

Les autres familles de snacking surgelé étudiées présentent des teneurs moyennes en matières grasses inférieures à 12,0g/100g. Plus spécifiquement, la plus faible teneur moyenne en matières grasses du secteur correspond aux Salades (25) (5,9g/100g). Les familles de pizzas (1 à 8) échelonnent quant à elles leurs teneurs moyennes en matières grasses entre 6,3g/100g (Pizzas viandes autres-4) et 10,1g/100g (Pizzas fromages-6) en fonction de leur garniture : présence d'une quantité variable de fromage, crème ou charcuterie notamment. Enfin, au sein des familles de sandwiches ou apparentés, il est intéressant de noter que les Wraps et kebabs (22) possèdent une teneur moyenne en matières grasses (7,4g/100g) inférieure à celle des autres familles telles que les Burgers (21) (11,5g/100g) ou les Croque-monsieur (20) (10,0g/100g), celles-ci intégrant notamment du fromage fondu et/ou râpé à leurs recettes.



Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017  
**Figure 17 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 3,9g/100g (Choux et gougères-27) et 27,1g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

Les familles présentant les plus grandes variabilités intra-familles correspondent aux Assortiments et autres apéritifs (30) (27,1g/100g), aux Feuilletés avec escargot (18) (25,2/100g), aux Tartes avec viande ou poisson (10) (17,9g/100g) et aux Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) (17,0g/100g). Comme précédemment pour l'étude des valeurs énergétiques, la variabilité intra-famille relevée quant aux Assortiments et autres apéritifs (30) provient de la diversité des produits s'y trouvant réunis. Concernant les Feuilletés avec escargot (18), cette variabilité s'explique de même par la composition des garnitures de feuilletés, dont la farce inclut du beurre persillé pour les références de plus fortes teneurs en matières grasses et de la crème fraîche pour les autres. La variabilité observée au sein des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) provient à la fois des proportions relatives de garniture et de pâte feuilletée (certains produits présentent moins de 30% de pâte et d'autres plus de 45%) mais également de la variété des garnitures rencontrées : au poisson ou à la viande, avec ou sans béchamel, avec ou sans fromage, etc. De même au sein des Tartes avec viande ou poisson (10), ces 2 facteurs (part de pâte et nature de la garniture) influent notablement sur la teneur en matières grasses des produits. Les tourtes présentent en effet davantage de pâte que les autres produits et quant à la garniture, les tartes de plus fortes teneurs en matières grasses contiennent des ingrédients tels que des lardons, du reblochon, de la crème ou encore du foie gras. À l'inverse, celles de plus faibles teneurs en matières grasses se caractérisent par une pâte fine, et une garniture principalement du type poisson/légumes.

Les familles de plus faibles variabilités intra-familles correspondent aux Choux et gougères (27) (3,9g/100g), aux Pizzas viandes autres (4) (7,1g/100g), aux Tartes aux fromages (11) (7,4g/100g) et aux Salades (25) (7,4g/100g) qui présentent une homogénéité de recettes quant à leurs ingrédients vecteurs de matières grasses. Les Choux et gougères (27) comportent par ailleurs un faible effectif de produits (n=8).

### **Acides gras saturés (Figure 18)**

Parmi l'ensemble des 30 familles étudiées, les teneurs moyennes en acides gras saturés sont variables et comprises entre 1,3g/100g (Salades-25) et 17,4g/100g (Feuilletés avec escargot-18). Le profil observé est semblable à celui des teneurs en matières grasses étudié précédemment.

Ainsi, comme pour l'étude des teneurs totales en matières grasses, les familles de feuilletés (17-18-19) ainsi que les Choux et gougères (27) se caractérisent par les plus fortes teneurs moyennes en acides gras saturés : plus particulièrement les Feuilletés avec escargot (18) se distinguent fortement avec une teneur moyenne de 17,4g/100g du fait de la présence de beurre persillé dans leur garniture, suivis par les Choux et gougères (27) (14,9g/100g). Les teneurs moyennes en acides gras saturés des familles des Feuilletés végétariens (19) et des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) sont d'un ordre de grandeur inférieur : respectivement 9,9 et 9,4g/100g.

Les familles de tartes (9 à 12), cakes (13-14), des Croque-monsieur (20), Autres sandwiches (23) et Burgers (21) présentent des teneurs moyennes en acides gras saturés comprises entre 5,0 et 7,5g/100g. Les familles de pizzas (1 à 8) se caractérisent par des teneurs moyennes en acides gras saturés s'échelonnant entre 2,7g/100g (Pizzas viandes autres - 4) et 5,2g/100g (Pizzas fromages - 6). De fait, les Pizzas fromages (6) (5,2g/100g) ainsi que les Pizzas charcuterie (2) (4,1g/100g) se caractérisent par les teneurs en acides gras saturés les plus élevées en raison de leurs garnitures incluant en majorité des ingrédients vecteurs d'acides gras saturés du type fromage et charcuterie.

Les familles de plus faibles teneurs moyennes en acides gras saturés correspondent aux Salades (25) (1,3g/100g), Pizzas viandes autres (4) (2,7g/100g) et Wraps et kebabs (22) (2,7g/100g).

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 2,3g/100g (Salades-25) et 20,3g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

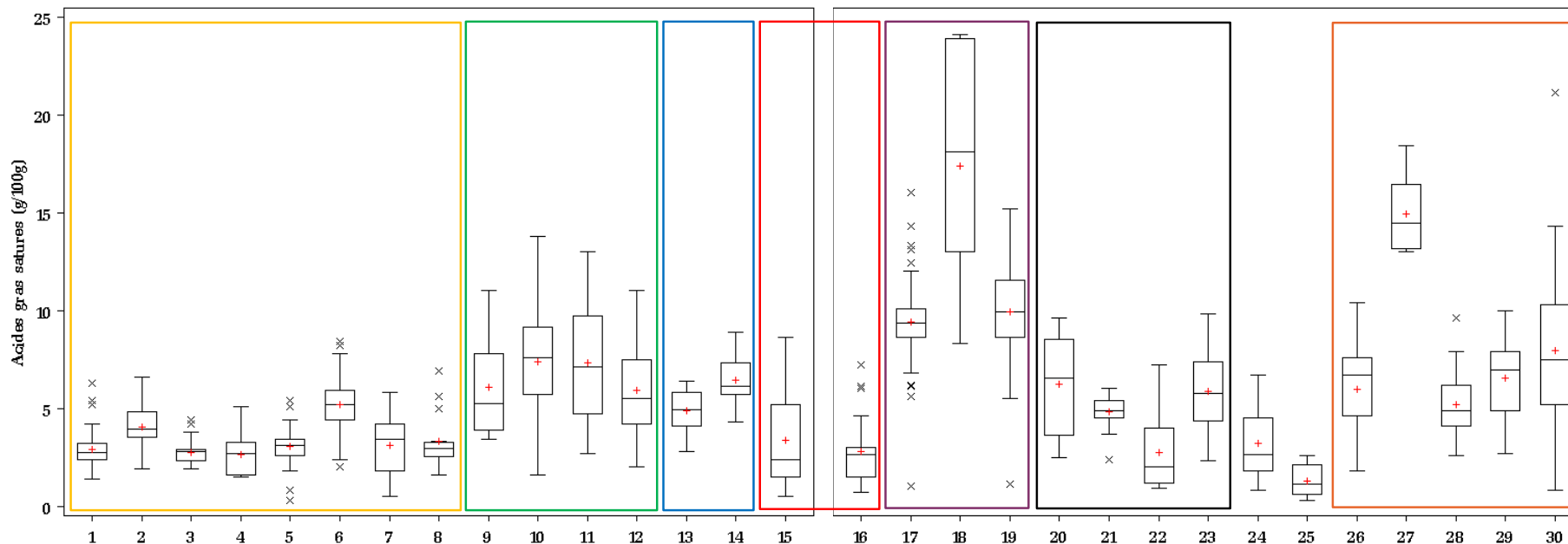
Les mêmes familles que précédemment se démarquent avec les variabilités intra-familles les plus élevées, à savoir les Assortiments et autres apéritifs (30 - 20,3g/100g) du fait de la diversité des produits réunis, les Feuilletés avec escargot (18 - 15,8g/100g) du fait de leur garniture au beurre persillé ou à la crème fraîche, et les Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17 - 15,0g/100g) du fait de leurs garnitures variées : les garnitures du type poisson/légume sans fromage ni crème se distinguant fortement de garnitures telles qu'une saucisse accompagnée de sauce béchamel.

Par ailleurs, certains points extrêmes observés dans quelques familles s'expliquent par les particularités de recettes. Par exemple, le point extrême supérieur de la famille des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) correspond à une saucisse feuilletée accompagnée d'une sauce béchamel à la moutarde. Celui de la famille des Assortiments et autres apéritifs (30) correspond à des bouchées apéritives au fromage.

Variabilite nutritionnelle par famille: acides gras satures  
 Famille de produits

Différences entre familles (p<0,0001)

Variabilite nutritionnelle par famille: acides gras satures  
 Famille de produits



Numero famille	Nom famille	Numero famille	Nom famille
1	Pizzas jambon fromage (n=86)	16	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)
2	Pizzas charcuterie (n=46)	17	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=122)
3	Pizzas viandes type bolognaise (n=29)	18	Feuilletes avec escargot (n=10)
4	Pizzas viandes autres (n=20)	19	Feuilletes vegetariens (n=36)
5	Pizzas produits de la mer (n=38)	20	Croque monsieur (n=14)
6	Pizzas fromages (n=115)	21	Burgers (n=39)
7	Pizzas type margarita (n=33)	22	Wraps et kebabs (n=15)
8	Pizzas legumes (n=16)	23	Autres sandwiches (n=24)
9	Quiches lorraines (n=32)	24	Baguettes et tartines garnies (n=14)
10	Tartes avec viande ou poisson (n=88)	25	Salades (n=14)
11	Tartes aux fromages (n=20)	26	Aumonieres apertives (n=13)
12	Tartes aux legumes (n=66)	27	Choux et gougeres (n=8)
13	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)	28	Pains surprises et canapes apertifs (n=35)
14	Cakes sales vegetariens (n=9)	29	Verrines apertives (n=8)
15	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=66)	30	Assortiments et autres apertifs (n=31)

Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017

Figure 18 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.

## **Glucides (Figure 19)**

Parmi l'ensemble des 30 familles étudiées, les teneurs moyennes en glucides sont variables et comprises entre 7,2g/100g (Verrines apéritives-29) et 29,6g/100g (Baguettes et tartines garnies-24).

Les familles de pizzas (1 à 8), de feuilletés (17-18-19), les Baguettes et tartines garnies (24) et les Autres sandwiches (23) correspondent aux teneurs moyennes en glucides les plus élevées, situées globalement entre 25,0 et 30,0g/100g. Plus précisément, les familles de plus fortes teneurs moyennes en glucides sont les Baguettes et tartines garnies (24 - 29,6g/100g), les Pizzas type Margarita (7 - 27,9g/100g) et les Autres sandwiches (23 - 27,6g/100g). Pour l'ensemble de ces familles, les teneurs élevées en glucides peuvent s'expliquer par la proportion importante de pâte ou de pain retrouvée au sein des produits (Annexe 3). Par exemple, les Pizzas type Margarita (7) possèdent une teneur moyenne en glucides supérieure à celle des autres familles de pizzas : l'analyse du pourcentage de pâte<sup>14</sup> révèle que, d'après les données disponibles, les produits de cette famille possèdent un pourcentage moyen de pâte de 49,6% supérieur à ceux des autres familles de pizzas, qui s'échelonnent entre 42,3% pour les Pizzas légumes (n=4) et 48,0% (n=70) pour les Pizzas fromages.

Les familles de tartes (9 à 12), les Burgers (21) et les Wraps et kebabs (22) présentent quant à eux des teneurs moyennes en glucides réparties entre 20,0 et 25,0g/100g environ. Les familles de cakes (13-14) et de crêpes (15-16) possèdent des teneurs moyennes en glucides moindres, de l'ordre de 16,0 à 20,0g/100g environ.

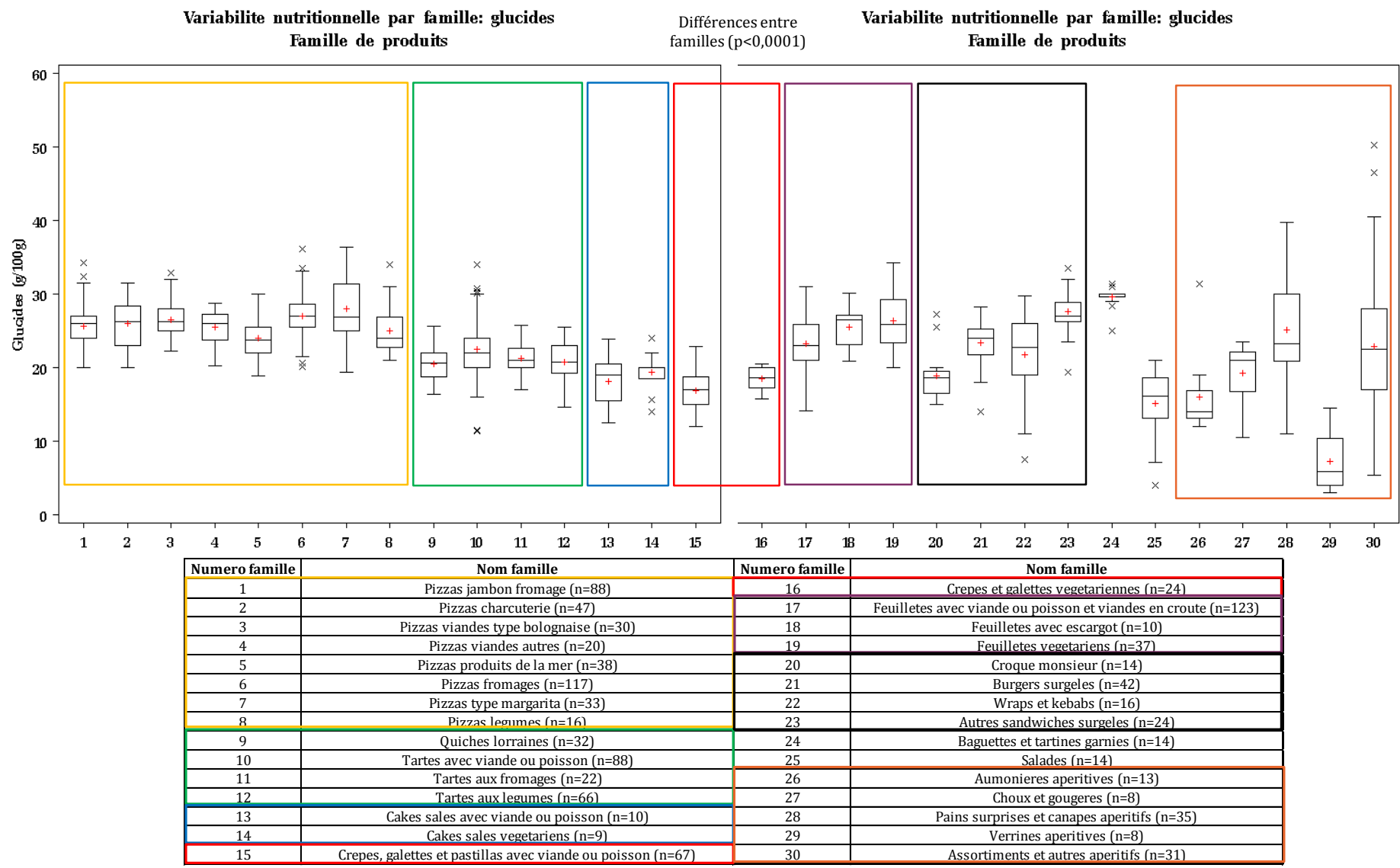
Les familles de plus faibles teneurs moyennes en glucides correspondent aux Verrines apéritives (29 - 7,2g/100g) ainsi qu'aux Salades (25 - 15,1g/100g). Les Verrines apéritives réunissent des recettes du type fromage frais, saumon et légumes, dont les ingrédients sont donc peu vecteurs de glucides : en particulier, n'y sont retrouvés ni pain, ni pâte, ni féculent.

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 4,7g/100g (Crêpes et galettes végétariennes-16) et 44,9g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

Comme précédemment, du fait de la diversité des recettes réunies allant de mini-brochettes de légumes (correspondant aux plus faibles teneurs en glucides de la famille) à des macarons salés (teneurs les plus élevées), les Assortiments et apéritifs (30) sont caractérisés par la variabilité intra-famille la plus élevée du secteur (44,9g/100g). Ils sont suivis par les Pains surprises et canapés apéritifs (28) (28,7g/100g) dont la variabilité s'explique par les proportions relatives de garniture et de pain (pouvant varier de 70% de garniture à 70% de pain), et les Tartes avec viande ou poisson (10) (22,7g/100g) dont la teneur en glucides peut notamment varier en fonction des proportions relatives de pâte et de garniture, ou la présence de pommes de terre également.

---

<sup>14</sup> 42% (n=14 produits) des 33 produits de Pizzas type Margarita étiquettent cette information. Pour les autres, cette information n'est soit pas chiffrée, soit le mode d'étiquetage des ingrédients ne permet pas d'y avoir accès (certains produits étiquetant leurs ingrédients par blocs pâte VS garniture et d'autres listant l'ensemble des ingrédients au sein d'un seul et même bloc).



Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017  
**Figure 19 : Variabilité des teneurs en glucides (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**

## **Sucres (Figure 20)**

Parmi l'ensemble des 30 familles étudiées, les teneurs moyennes en sucres sont variables et comprises entre 1,4g/100g (Choux et gougères-27) et 10,4g/100g (Assortiments et apéritifs-30).

Les Assortiments et autres apéritifs (30) se distinguent par une teneur moyenne en sucres plus élevée que celles des autres familles du secteur (10,4g/100g) : en particulier au sein de cette famille, les références de plus fortes teneurs en sucres correspondent aux macarons apéritifs, puis aux fruits secs lardés et aux bouchées au foie gras. Ils sont suivis par les Pains surprises et canapés apéritifs (28) (6,5g/100g) et les Autres sandwiches (23) (5,2g/100g). La majorité des autres familles du secteur présente des teneurs moyennes en sucres comprises entre 2,0 et 5,0g/100g.

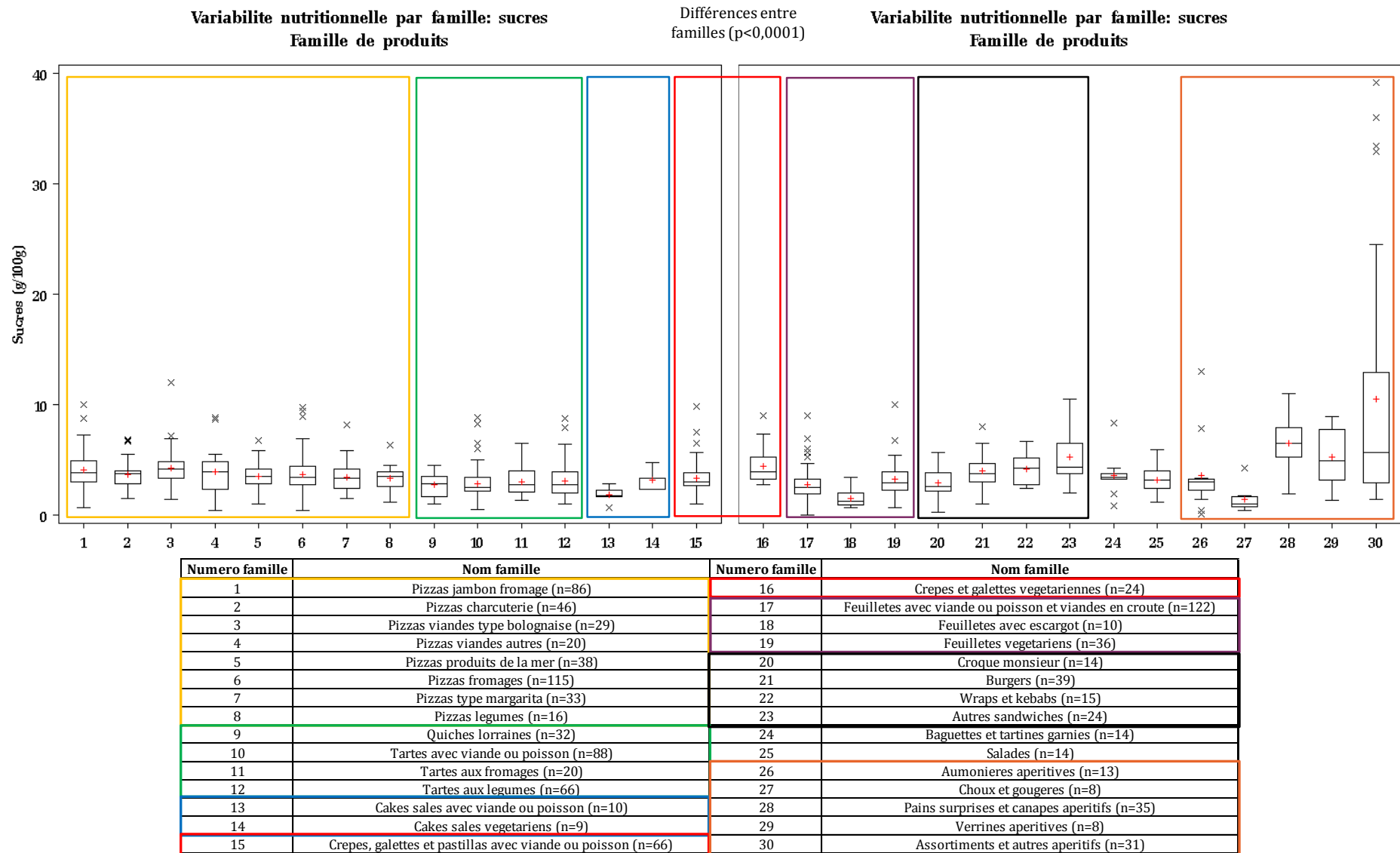
Les familles de plus faibles teneurs moyennes en sucres correspondent quant à elles aux Choux et gougères (27) (1,4g/100g), Feuilletés avec escargot (18) (1,5g/100g) et Cakes salés avec viande ou poisson (13) (1,8g/100g).

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 2,2g/100g (Cakes salés avec viande ou poisson-13) et 37,7g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

Les plus grandes variabilités intra-familles sont observées pour les Assortiments et autres apéritifs (30) (37,7g/100g), Aumônières apéritives (26) (13,0g/100g) et Pizzas viandes type bolognaise (3) (10,6g/100g). La dispersion des teneurs en sucres des Assortiments et apéritifs (30) s'explique comme précédemment par la diversité des recettes réunies. Au sein des Aumônières apéritives (26), cette variabilité s'explique avant tout du fait de l'existence d'une référence de teneur en sucres élevée, incluant du foie gras ainsi qu'un confit de cerise. Concernant les Pizzas viandes type bolognaise (3), celle-ci semble s'expliquer notamment par la quantité de sucre intégrée à la garniture.

À l'inverse, les familles de plus faibles variabilités intra-familles correspondent aux Cakes salés avec viande ou poisson (13) (2,2g/100g) et aux Cakes salés végétariens (14) (2,4g/100g).





*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

**Figure 20 : Variabilité de teneurs en sucres (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**

## **Protéines (Figure 21)**

Les teneurs moyennes en protéines observées varient de 5,6g/100g (Tartes aux légumes-12) à 13,5g/100g (Choux et gougères-27).

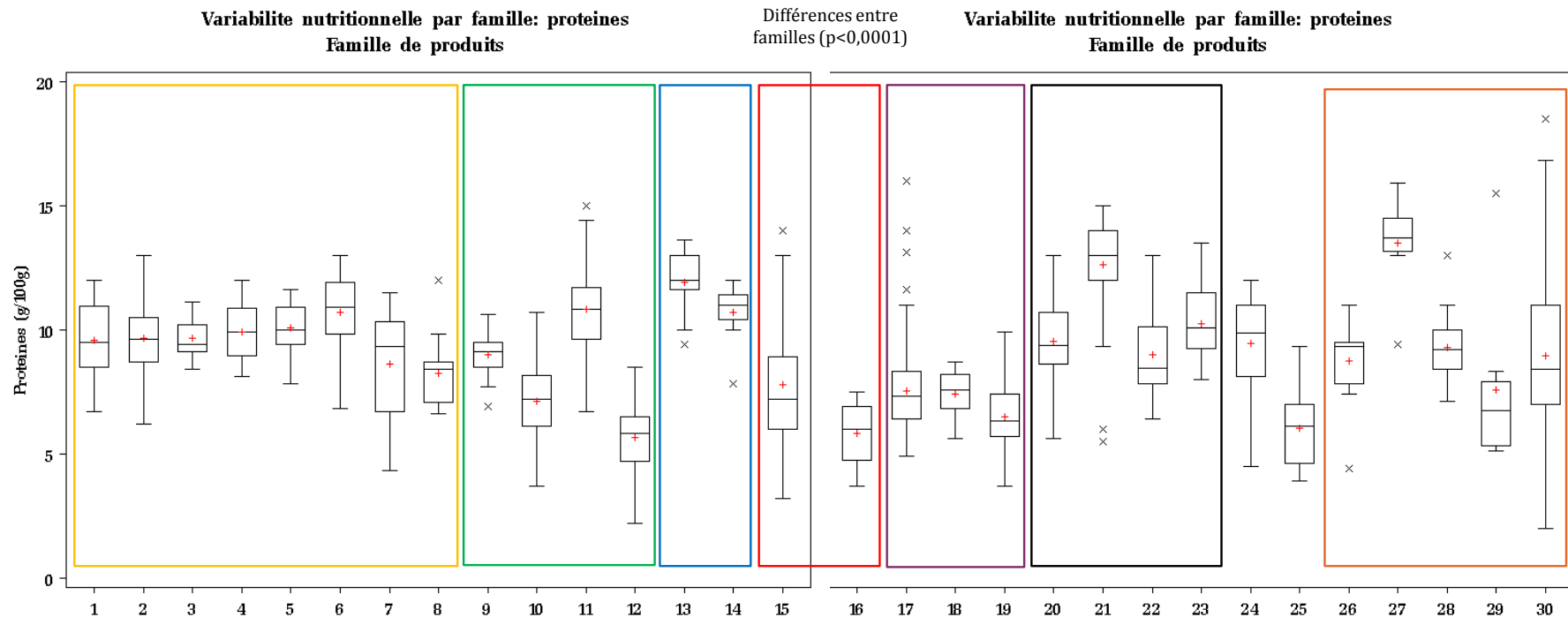
Plus particulièrement, la distinction entre familles s'effectue notamment en fonction de la présence d'ingrédients du type viande et fromage. Ainsi, les familles de teneurs moyennes en protéines les plus élevées correspondent aux Choux et gougères (27) (13,5g/100g) qui contiennent des œufs (premier ingrédient pour la quasi-totalité des références étudiées) et du fromage, aux Burgers (21) (12,6g/100g) avec présence de steak, bacon, fromage, en proportions variables selon les produits, et aux Cakes salés avec viande ou poisson (13) (11,9g/100g) qui intègrent des ingrédients tels que jambon, fromage, saumon ou encore des lardons.

À l'inverse, les familles de plus faibles teneurs moyennes en protéines correspondent essentiellement aux recettes végétariennes. Notamment, les Tartes aux légumes (12) possèdent la plus faible teneur moyenne en protéines (5,6g/100g), suivies par les Crêpes et galettes végétariennes (16) (5,8g/100g) ou encore les Feuilletés végétariens (19) (6,5g/100g).

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 2,7g/100g (Pizzas viandes type bolognaise-3) et 16,5g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

De fait, la diversité relevée parmi les Assortiments et autres apéritifs (30) provient avant tout de quelques points extrêmes supérieurs correspondant à des bouchées au fromage et à des crevettes apéritives. La variabilité importante des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) (11,1g/100g) s'explique de même principalement par les références de plus fortes teneurs en protéines du type saucisson brioché et pâté en croûte. Au sein des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (15) (10,8g/100g), la variabilité de teneurs en protéines provient de la quantité de viande ou de poisson intégrée à la garniture par comparaison à la sauce (béchamel) ou aux légumes.

Les familles de plus faibles variabilités intra-familles quant aux teneurs en protéines correspondent principalement aux Pizzas viandes type bolognaise (3) (9,6g/100g), Feuilletés avec escargot (18) (3,1g/100g) et Quiches lorraines (9) (3,7g/100g).



Numero famille	Nom famille	Numero famille	Nom famille
1	Pizzas jambon fromage (n=88)	16	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)
2	Pizzas charcuterie (n=47)	17	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=123)
3	Pizzas viandes type bolognaise (n=30)	18	Feuilletes avec escargot (n=10)
4	Pizzas viandes autres (n=20)	19	Feuilletes vegetariens (n=37)
5	Pizzas produits de la mer (n=38)	20	Croque monsieur (n=14)
6	Pizzas fromages (n=117)	21	Burgers (n=42)
7	Pizzas type margarita (n=33)	22	Wraps et kebabs (n=16)
8	Pizzas legumes (n=16)	23	Autres sandwiches (n=24)
9	Quiches lorraines (n=32)	24	Baguettes et tartines garnies (n=14)
10	Tartes avec viande ou poisson (n=88)	25	Salades (n=14)
11	Tartes aux fromages (n=22)	26	Aumonieres apertives (n=13)
12	Tartes aux legumes (n=66)	27	Choux et gougeres (n=8)
13	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)	28	Pains surprises et canapes apertifs (n=35)
14	Cakes sales vegetariens (n=9)	29	Verrines apertives (n=8)
15	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=67)	30	Assortiments et autres apertifs (n=31)

Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017

Figure 21 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.

## **Sel (Figure 22)**

Parmi les 30 familles de snacking surgelé étudiées, les teneurs moyennes en sel observées varient de 0,67g/100g (Salades-25) à 1,57g/100g (Cakes salés végétariens-14).

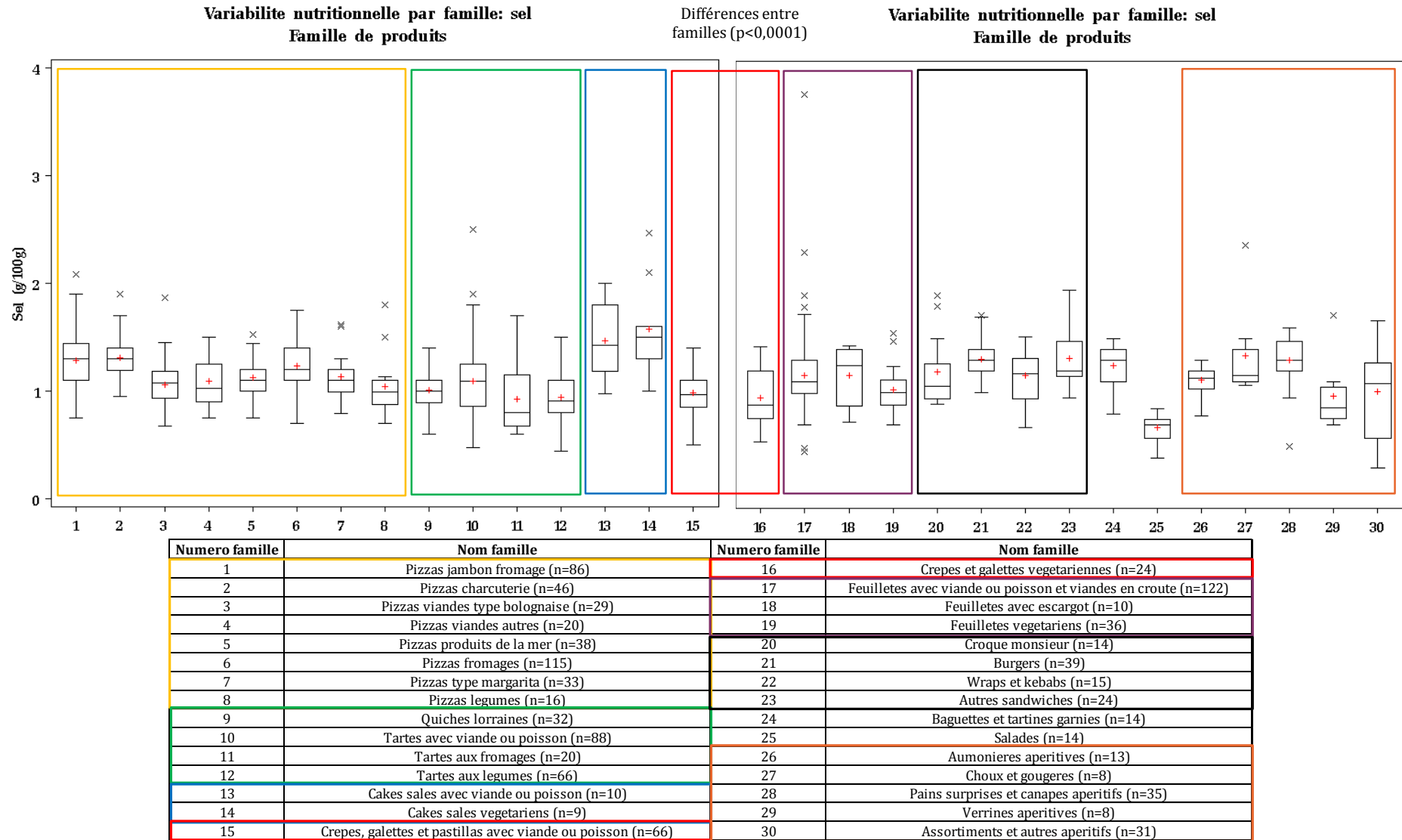
La majorité des familles étudiées présente une teneur moyenne en sel se situant autour de 1,00g/100g. Plus particulièrement, les familles des Cakes salés végétariens (14) et Cakes salés avec viande ou poisson (13) possèdent les teneurs moyennes en sel les plus élevées du secteur, soit respectivement 1,57g/100g et 1,47g/100g. Ces teneurs élevées s'expliquent notamment par la présence de fromages vecteurs de sel (en particulier bleu ou fromage de chèvre) ou encore de lardons et d'olives. Ils sont suivis par les Choux et gougères (27) (1,34g/100g) qui contiennent de l'emmental et pour certains du saumon fumé, puis par les Autres sandwiches (23) (1,31g/100g) et les Pizzas charcuterie (2) (1,31g/100g).

Les familles associées aux plus faibles teneurs moyennes en sel sont les Salades (25) (0,67g/100g), les Tartes aux fromages (11) (0,92g/100g), les Tartes aux légumes (12) (0,94g/100g) ainsi que les Crêpes et galettes végétariennes (16) (0,95g/100g) : il s'agit donc majoritairement de recettes végétariennes.

**Les variabilités intra-familles** sont hétérogènes et oscillent entre 0,46/100g (Salades-25) et 3,31g/100g (Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte-17).

La forte variabilité des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (17) résulte des ingrédients intégrés aux garnitures, pouvant intégrer des proportions variables de fromage, de charcuterie du type saucisse, ou encore de tapenade pour certaines références. Au sein des Tartes avec viande ou poisson (10) (1,09g/100g), les références de plus fortes teneurs en sel à l'origine de la variabilité importante observée, comportent des ingrédients du type chair à saucisse, lardons ou encore anchois (pissaladières) ce qui explique les teneurs en sel relevées. Les Cakes salés végétariens (14) (1,57g/100g) comportent également une variabilité intra-famille importante qui provient, comme indiqué précédemment, de références intégrant des fromages du type bleu ou fromage de chèvre.

À l'inverse, les Salades (25) (0,46g/100g) ainsi que les Aumônières apéritives (26) (0,52g/100g) se caractérisent par les plus faibles variabilités intra-familles du secteur.



**Figure 22 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**

*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

### **Fibres (Figure 23)**

Les teneurs moyennes en fibres observées varient de 1,0g/100g (Quiches lorraines-9) à 3,2g/100g (Pains surprises et canapés apéritifs-28).

Plus particulièrement, les Pains surprises et canapés apéritifs (28) correspondent logiquement à la famille de plus forte teneur moyenne en fibres (28), soit 3,2g/100g, de par la proportion importante de pain qu'ils intègrent : les teneurs en fibres sont d'autant plus élevées pour les références au pain de campagne et aux céréales : jusqu'à 4,9g/100g. Ils sont suivis par les Assortiments et autres apéritifs (30) (2,9g/100g), notamment du fait de produits de teneurs extrêmes en fibres du type macarons apéritifs et fruits lardés. Les familles de pizzas (1-8) sont de même toutes retrouvées parmi les familles de teneurs moyennes en fibres les plus élevées, supérieures ou égales à 2,0g/100g, de 2,0g/100g pour les Pizzas produits de la mer (5) à 2,9g/100g pour les Pizzas légumes (8). Au sein des familles de sandwiches ou apparentés (20 à 23), les Wraps et kebabs (22) présentent la teneur moyenne en fibres la plus élevée, soit 2,5g/100g.

À l'inverse, les familles des Quiches lorraines (9) (1,0g/100g), Crêpes et galettes végétariennes (16) (1,2g/100g) et Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (15) (1,2g/100g) correspondent aux plus faibles teneurs moyennes en fibres du secteur. De même, les familles de tartes (9 à 12), cakes (13-14) et feuilletés (17-18-19) sont globalement retrouvées parmi les teneurs moyennes en fibres les plus faibles, inférieures à 2,0g/100g.

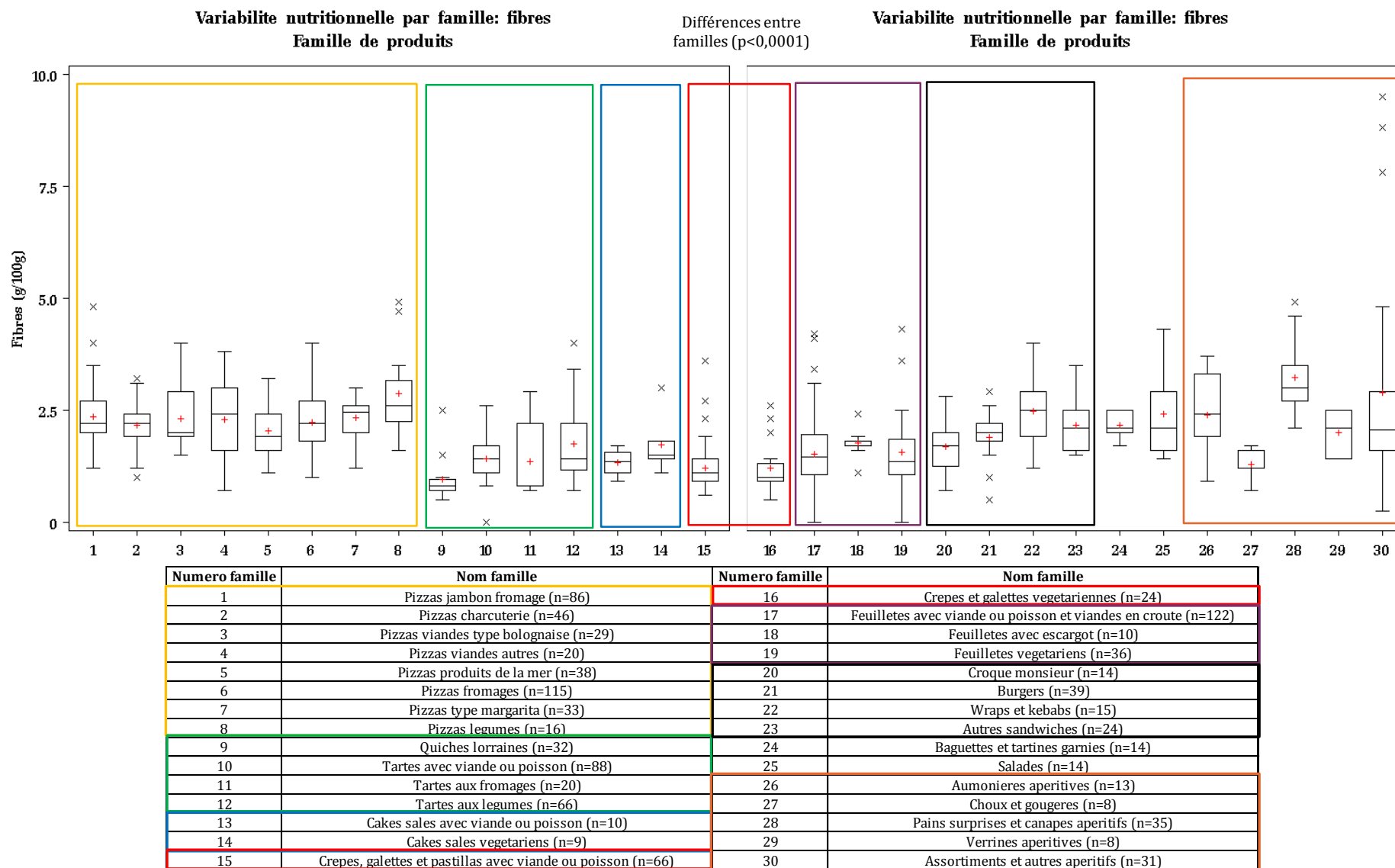
Deux facteurs influent donc principalement sur les teneurs en fibres des produits : le facteur principal porte sur la pâte (pâte à tarte, pâte à pizza, pâte feuilletée) ou le pain, c'est-à-dire sur la partie glucidique du produit et l'autre sur la présence de légumes dans la garniture par exemple. 2 paramètres modulent la teneur en fibres de la pâte : la recette de la pâte de façon générale (et donc notamment sa proportion de farine) ainsi que la nature de la farine employée. Il est ainsi visible que le pain des Pains surprises et canapés apéritifs (28) présente une teneur en fibres supérieure à celle de la pâte à crêpe. Concernant la nature de la farine employée, les produits réalisés à partir de farine complète, voire intégrant des céréales entières comme dans le pain aux céréales de certains pains surprises se caractérisent par une teneur en fibres supérieure. Le deuxième facteur modulant la teneur finale en fibres des produits concerne, quoi que dans une moindre mesure, la garniture et en particulier la présence ou l'absence de légumes au sein de celle-ci. Ainsi, l'ordre de grandeur des teneurs moyennes en fibres par famille est donc principalement modulé par le type de recettes concerné (globalement teneurs en fibres des pizzas>feuilletés>tartes>crêpes), et la garniture influe quant à elle par exemple sur le fait que les Tartes aux légumes (12) (1,7g/100g) possèdent une teneur moyenne en fibres supérieure à celle des Tartes aux fromages (11) (1,3g/100g), ainsi que sur la variabilité intra-famille.

De fait, **les variabilités intra-famille** oscillent entre 0,8g/100g (Cakes salés avec viande ou poisson-13) et 9,3g/100g (Assortiments et autres apéritifs-30).

La variabilité intra-famille importante relevée pour les Feuilletés végétariens (19) (4,3g/100g) provient à la fois des proportions variables de pâte feuilletée au sein de ces produits (allant d'allumettes au fromage avec plus de 60% de pâte à des paniers composés de moins de 50% de pâte) ainsi que de la diversité de garnitures, dont certaines incluent par exemple des épinards.

À l'inverse, la faible variabilité intra-famille relevée pour les Cakes salés avec viande ou poisson (13) (0,8g/100g) ainsi que pour les Baguettes et tartines garnies (24) (0,8g/100g)

provient à la fois des faibles effectifs étiquetant les teneurs en fibres associés à ces familles (respectivement n=8 et n=11) et de l'homogénéité des recettes retrouvées.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

**Figure 23 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) au sein du snacking surgelé étudié.**



Il existe donc une différence significative de composition nutritionnelle entre les familles pour l'ensemble des nutriments étudiés (Tableau 5).

**Tableau 5 : Variabilité nutritionnelle des produits de snacking surgelé étudiés: différences entre familles<sup>15</sup>.**

p Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)				
	p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy
Pizzas jambon fromage	88	209	19	88	7,1	1,8	86	2,9	0,8	88	25,6	2,7	86	4,1	1,6	88	9,6	1,3	86	1,28	0,26	77	2,3	0,6		
Pizzas charcuterie	47	234	21	47	9,8	2,5	46	4,1	1,1	47	25,9	3,0	46	3,6	1,3	47	9,6	1,4	46	1,31	0,22	37	2,2	0,5		
Pizzas viandes type bolognaise	30	211	12	30	7,0	1,6	29	2,8	0,6	30	26,5	2,6	29	4,2	2,0	30	9,6	0,7	29	1,05	0,25	23	2,3	0,7		
Pizzas viandes autres	20	203	20	20	6,3	2,2	20	2,7	1,0	20	25,4	2,3	20	3,9	2,1	20	9,9	1,1	20	1,09	0,22	19	2,3	0,8		
Pizzas produits de la mer	38	225	22	38	9,5	2,7	38	3,1	1,0	38	24,0	2,6	38	3,5	1,2	38	10,0	0,9	38	1,12	0,18	28	2,0	0,5		
Pizzas fromages	117	246	21	117	10,1	2,1	115	5,2	1,2	117	27,0	2,6	115	3,6	1,5	117	10,7	1,4	115	1,23	0,21	97	2,2	0,6		
Pizzas type margarita	33	226	22	33	8,3	3,2	33	3,1	1,4	33	27,9	4,4	33	3,4	1,4	33	8,6	2,2	33	1,13	0,22	22	2,3	0,4		
Pizzas legumes	16	221	29	16	9,0	2,3	16	3,3	1,4	16	25,0	3,5	16	3,3	1,2	16	8,3	1,4	16	1,04	0,27	12	2,9	1,0		
Quiches lorraines	32	242	15	32	13,8	2,2	32	6,1	2,4	32	20,5	2,3	32	2,7	1,0	32	9,0	0,8	32	1,01	0,16	24	1,0	0,5		
Tartes avec viande ou poisson	88	252	39	88	14,6	3,5	88	7,4	2,8	88	22,4	3,9	88	2,8	1,4	88	7,1	1,4	88	1,09	0,32	75	1,4	0,5		
Tartes aux fromages	22	271	24	22	15,6	2,2	20	7,3	3,2	22	21,1	2,0	20	2,9	1,2	22	10,8	2,0	20	0,92	0,35	17	1,3	0,8		
Tartes aux legumes	66	222	23	66	12,6	2,7	66	5,9	2,3	66	20,8	2,8	66	3,1	1,4	66	5,6	1,3	66	0,94	0,21	56	1,7	0,8		
Cakes sales avec viande ou poisson	10	289	26	10	18,5	3,2	10	4,9	1,2	10	18,1	3,7	10	1,8	0,6	10	11,9	1,3	10	1,47	0,37	8	1,3	0,3		
Cakes sales vegetariens	9	310	34	9	20,8	3,4	9	6,4	1,3	9	19,3	3,0	9	3,1	0,8	9	10,7	1,3	9	1,57	0,45	7	1,7	0,6		
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	67	172	31	67	8,0	3,1	66	3,3	2,2	67	16,9	2,4	66	3,3	1,4	67	7,8	2,3	66	0,98	0,19	54	1,2	0,5		
Crepes et galettes vegetariennes	24	165	25	24	7,3	2,5	24	2,8	1,7	24	18,5	1,4	24	4,4	1,6	24	5,8	1,2	24	0,95	0,24	21	1,2	0,5		
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	123	278	27	123	16,9	2,8	122	9,4	1,7	123	23,2	3,3	122	2,7	1,4	123	7,5	1,7	122	1,16	0,36	100	1,5	0,8		
Feuilletes avec escargot	10	383	96	10	27,6	9,8	10	17,4	5,8	10	25,5	3,0	10	1,5	0,9	10	7,4	1,0	10	1,15	0,28	9	1,8	0,3		
Feuilletes vegetariens	37	285	22	37	16,7	2,5	36	9,9	2,6	37	26,3	3,8	36	3,2	1,7	37	6,5	1,4	36	1,02	0,19	32	1,6	0,8		
Croque monsieur	14	206	46	14	10,0	3,5	14	6,2	2,3	14	18,8	3,6	14	2,9	1,7	14	9,5	1,8	14	1,18	0,33	8	1,7	0,6		
Burgers	41	249	16	42	11,5	2,0	39	4,8	0,7	42	23,4	2,9	39	4,0	1,6	42	12,6	2,0	39	1,31	0,17	29	1,9	0,5		
Wraps et kebabs	16	194	39	16	7,4	3,3	15	2,7	1,8	16	21,6	6,0	15	4,2	1,4	16	9,0	1,7	15	1,16	0,26	13	2,5	0,8		
Autres sandwichs	24	265	21	24	12,2	2,5	24	5,9	2,0	24	27,6	3,1	24	5,2	2,3	24	10,3	1,4	24	1,31	0,26	23	2,2	0,6		
Baguettes et tartines garnies	14	244	51	14	9,4	4,5	14	3,2	1,7	14	29,6	1,6	14	3,5	1,6	14	9,4	2,1	14	1,24	0,21	11	2,2	0,3		
Salades	14	142	31	14	5,9	2,4	14	1,3	0,8	14	15,1	4,8	14	3,2	1,3	14	6,0	1,6	14	0,67	0,13	13	2,4	1,0		
Aumonieres apertives	13	258	45	13	17,2	4,2	13	6,0	2,4	13	16,0	5,1	13	3,6	3,4	13	8,7	1,7	13	1,12	0,14	11	2,4	0,8		
Choux et gougeres	8	354	24	8	24,6	1,3	8	14,9	2,0	8	19,2	4,6	8	1,4	1,2	8	13,5	1,9	8	1,34	0,44	7	1,3	0,3		
Pains surprises et canapes apertifs	35	245	24	35	11,3	2,8	35	5,2	1,6	35	25,1	6,2	35	6,5	2,1	35	9,3	1,2	35	1,30	0,22	30	3,2	0,8		
Verrines apertives	8	202	32	8	15,5	2,5	8	6,5	2,3	8	7,2	4,1	8	5,2	2,7	8	7,6	3,4	8	0,97	0,33	7	2,0	0,5		
Assortiments et autres apertifs	31	294	73	31	18,0	6,1	31	7,9	4,1	31	22,8	10,8	31	10,4	11,1	31	9,0	3,6	31	1,00	0,38	26	2,9	2,4		

L'Annexe 2 présente l'ensemble des statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché.

<sup>15</sup> Pour chaque famille, les différences entre les teneurs moyennes des nutriments d'intérêt ont été étudiées. Lorsque les moyennes du Tableau 5 sont en violet, cela signifie qu'au moins une famille se différencie des autres.

Le secteur du snacking surgelé rassemble une grande variété de produits (pizzas, feuilletés, pains surprises, verrines, etc.), ce qui en fait un secteur relativement hétérogène. L'étude des valeurs nutritionnelles reflète cette diversité. En considérant les 1109 produits recueillis, des différences entre familles sont observées pour l'ensemble des constituants étudiés, à savoir : valeur énergétique, matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres.

Plus particulièrement, concernant la **variabilité inter-famille** et pour :

**-la valeur énergétique : les familles de cakes (13-14), de feuilletés (17-18-19) ainsi que les Choux et gougères (27) se distinguent avec les valeurs énergétiques moyennes les plus élevées du secteur situées autour de 300kcal/100g.** Cela peut notamment s'expliquer par la proportion importante de pâte, feuilletée ou pâte à choux, au sein de ces produits, et également par la présence de beurre persillé au sein de la majorité des Feuilletés avec escargot (18). Les familles de pizzas (1 à 8) et de tartes (9 à 12) présentent quant à elles des valeurs énergétiques moyennes situées autour de 200-250kcal/100g. Plus particulièrement, les familles des Tartes aux fromages (11) (271kcal/100g) et des Tartes avec viande ou poisson (10) (252kcal/100g) possèdent des valeurs énergétiques moyennes supérieures à celles de l'ensemble des familles de pizzas qui se répartissent quant à elles entre 203kcal/100g dans le cas des Pizzas viandes autres (4) et 246kcal/100g dans celui des Pizzas fromages (6). Les familles des Autres sandwichs (23) (265kcal/100g), des Burgers (21) (250kcal/100g) et des Baguettes et tartines garnies (24) (244kcal/100g) présentent des valeurs énergétiques moyennes proches de celles des tartes. Les familles de plus faibles valeurs énergétiques moyennes, inférieures ou égales à 200kcal/100g, correspondent aux Verrines apéritives (29) (202kcal/100g), aux Wraps et kebabs (22) (194kcal/100g), aux familles de crêpes (15-16) (autour de 170kcal/100g), ainsi qu'aux Salades (25) (141kcal/100g) ;

**-les teneurs en matières grasses : comme pour la valeur énergétique, les familles de feuilletés (17-18-19), de cakes (13-14), ainsi que les Choux et gougères (27) se distinguent des autres familles avec des teneurs moyennes en matières grasses supérieures ou égales à 16,0g/100g.** Les teneurs en matières grasses élevées relevées pour ces familles proviennent à la fois de la présence importante de pâte (feuilletée, pâte à choux ou pâte à cake), et des garnitures associées, incluant par exemple du beurre ou de la crème fraîche dans le cas des Feuilletés avec escargot (18) ou encore du fromage dans le cas des Choux et gougères (27). Viennent ensuite les familles de tartes (9 à 12), avec des teneurs moyennes en matières grasses comprises entre 12,0 et 16,0g/100g. La majorité des autres familles de snacking surgelé étudiées présentent des teneurs moyennes en matières grasses inférieures à 12,0g/100g. Plus spécifiquement, la plus faible teneur moyenne en matières grasses du secteur correspond aux Salades (25) (5,9g/100g). Les familles de pizzas (1 à 8) échelonnent quant à elles leurs teneurs moyennes en matières grasses entre 6,3g/100g (Pizzas viandes autres-4) et 10,1g/100g (Pizzas fromages-6) en fonction de leur garniture : présence de plus ou moins de fromage, crème ou charcuterie notamment ;

**-les teneurs en acides gras saturés : comme pour l'étude des teneurs totales en matières grasses, les familles de feuilletés (17-18-19) ainsi que les Choux et gougères (27) se caractérisent par des teneurs moyennes en acides gras saturés parmi les plus fortes :** plus particulièrement, les Feuilletés avec escargot (18) se distinguent fortement avec une teneur moyenne de 17,4g/100g du fait de la présence de beurre persillé dans leur garniture, suivis par les Choux et gougères (27) (14,9g/100g). Les familles de tartes (9 à 12), cakes (13-

14), des Croque-monsieur (20), Autres sandwiches (23) et Burgers (21) présentent des teneurs moyennes en acides gras saturés comprises entre 5,0 et 7,5g/100g. Les familles de pizzas (1 à 8) se caractérisent par des teneurs moyennes en acides gras saturés s'échelonnant entre 2,7g/100g (Pizzas viandes autres - 4) et 5,2g/100g (Pizzas fromages - 6). De fait, les Pizzas fromages (6) (5,2g/100g) ainsi que les Pizzas charcuterie (2) (4,1g/100g) se caractérisent par les teneurs en acides gras saturés les plus élevées en raison de leurs garnitures incluant en majorité des ingrédients vecteurs d'acides gras saturés du type fromage et charcuterie. Les familles de plus faibles teneurs moyennes en acides gras saturés correspondent aux Salades (25) (1,3g/100g), Pizzas viandes autres (4) (2,7g/100g) et Wraps et kebabs (22) (2,7g/100g) ;

-les teneurs en **glucides : la quasi-totalité des produits du secteur possède une base de pâte ou de pain (pâte à pizza, feuilletée, à tarte, pain, etc.). Les familles de pizzas (1 à 8), de feuilletés (17-18-19), les Baguettes et tartines garnies (24) et les Autres sandwiches (23) correspondent aux teneurs moyennes en glucides les plus élevées, situées entre 25,0 et 30,0g/100g.** En particulier, les Pizzas type Margarita (7) possèdent une teneur moyenne en glucides supérieure à celle des autres familles de pizzas : l'analyse des pourcentages relatifs de pâte et de garniture révèle que les produits de cette famille possèdent un pourcentage moyen de pâte de 49,6% (n=14 produits renseignant ce pourcentage) supérieur à ceux des autres familles de pizzas, qui s'échelonnent entre 42,3% pour les Pizzas légumes (n=4) et 48,0% (n=70) pour les Pizzas fromages. Les familles de tartes (9 à 12), les Burgers (21) et les Wraps et kebabs (22) présentent quant à eux des teneurs moyennes en glucides réparties entre 20,0 et 25,0g/100g environ. Les familles de cakes (13-14) et de crêpes (15-16) possèdent des teneurs moyennes en glucides moindres, de l'ordre de 16,0 à 20,0g/100g environ. Les Verrines apéritives (29) (7,2g/100g) correspondent à la famille de plus faible teneur moyenne en glucides du secteur : elles réunissent des recettes du type fromage frais, saumon et légumes, dont les ingrédients sont donc peu vecteurs de glucides : en particulier, n'y sont retrouvés ni pain, ni pâte, ni féculent ;

-les teneurs en **sucres : la majorité des familles du secteur présente des teneurs moyennes en sucres comprises entre 2,0 et 5,0g/100g.** Les Assortiments et autres apéritifs (30) se distinguent par une teneur moyenne en sucres plus élevée que celles des autres familles du secteur (10,4g/100g) : en particulier au sein de cette famille, les références de plus fortes teneurs en sucres correspondent aux macarons apéritifs, suivis par les fruits secs lardés et des bouchées au foie gras ;

-les teneurs en **protéines : la distinction entre familles s'effectue notamment en fonction de la présence d'ingrédients du type viande et fromage. Ainsi, les familles de teneurs moyennes en protéines les plus élevées correspondent aux Choux et gougères (27) (13,5g/100g) qui contiennent des œufs (premier ingrédient pour la quasi-totalité des références étudiées) et du fromage, aux Burgers (21) (12,6g/100g) avec présence de steak, bacon, fromage, en proportions variables selon les produits, et aux Cakes salés avec viande ou poisson (13) (11,9g/100g) qui intègrent des ingrédients tels que jambon, fromage, saumon ou encore des lardons ;**

-les teneurs en **sel : la majorité des familles étudiées présente une teneur moyenne en sel située autour de 1,00g/100g. Plus particulièrement, les familles des Cakes salés végétariens (14) et Cakes salés avec viande ou poisson (13) possèdent les teneurs moyennes en sel les plus élevées du secteur, soit respectivement 1,57g/100g et 1,47g/100g.** Ces teneurs élevées s'expliquent notamment par la présence de fromages (en particulier bleu ou fromage de chèvre) ou encore de lardons et d'olives. Ils sont suivis par les Choux et gougères

(27) (1,34g/100g) qui contiennent de l'emmental et pour certains du saumon fumé, puis par les Autres sandwiches (23) (1,31g/100g) et les Pizzas charcuterie (2) (1,31g/100g) ;

-les teneurs en **fibres** : les **Pains surprises et canapés apéritifs (28) correspondent logiquement à la famille de plus forte teneur moyenne en fibres, soit 3,2g/100g, de par la proportion importante de pain qu'ils intègrent** : les teneurs en fibres sont d'autant plus élevées pour les références au pain de campagne et aux céréales : jusqu'à 4,9g/100g. Les familles de pizzas (1 à 8) sont toutes retrouvées parmi les familles de teneurs moyennes en fibres les plus élevées, supérieures à 2,0g/100g. 2 facteurs influent principalement sur les teneurs en fibres des produits : le facteur principal porte sur la présence de pâte (pâte à tarte, pâte à pizza, pâte feuilletée) ou de pain, c'est-à-dire sur la partie glucidique du produit. 2 paramètres modulent sa teneur en fibres : la recette de la pâte de façon générale (et donc notamment sa proportion de farine) ainsi que la nature de la farine employée. Le deuxième facteur modulant la teneur finale en fibres des produits concerne leur garniture et notamment la présence ou l'absence de légumes au sein de celle-ci.

Il existe une grande **variabilité de composition intra-famille** suivant les familles et les nutriments étudiés. En particulier, la famille des Assortiments et autres apéritifs (30) se caractérise par une forte variabilité nutritionnelle quel que soit le nutriment étudié, et ce du **fait de la diversité de recettes s'y trouvant réunies** : des macarons salés à des brochettes de légumes en passant par des fruits lardés. À l'opposé et de façon cohérente, **les variabilités intra-familles sont globalement plus faibles au sein des familles de recettes homogènes** telles que les Choux et gougères (27) ou encore les Quiches lorraines (9). Néanmoins, cette variabilité peut être modulée selon les nutriments considérés. En effet, les Crêpes et galettes végétariennes (16) possèdent par exemple une très faible variabilité intra-famille quant aux teneurs en glucides (4,7g/100g), ceux-ci étant principalement apportés par la base crêpe des produits, alors qu'une variabilité importante est relevée quant aux teneurs en matières grasses (11,7g/100g) du fait de la diversité des garnitures des produits. De même au sein des Tartes avec viande ou poisson (10), la variabilité nutritionnelle observée provient de la diversité des garnitures rencontrées, avec notamment des teneurs en matières grasses allant de plus de 20,0g/100g (pour des tourtes avec foie gras ou reblochon/lardons) à moins de 6,0g/100g (pour une tarte fine au poisson).

## 4.2 Variabilité nutritionnelle par segment au sein de chaque famille

Les tableaux suivants présentent les principales statistiques descriptives (dont moyennes) pour certaines familles de produit, segment et nutriment. Les statistiques grisées correspondent à des segments présentant des effectifs très faibles (1 ou 2 produits). Ainsi, il n'est pas pertinent de comparer ces moyennes à celles des autres segments. Les cases vides correspondent à des couples famille/segment sans produit associé.

L'étude de la composition nutritionnelle par segment au sein des familles a mis en évidence des différences significatives<sup>16</sup>, mais non généralisables, pour 7 familles : Pizzas jambon fromage – Pizzas viandes type bolognaise – Pizzas fromages – Pizzas type Margarita – Tartes avec viande ou poisson – Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson – Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte. Pour les 23 autres familles, aucune différence significative n'a été mise en évidence. Les tableaux correspondants sont présentés en (Annexe 4).

### Pizzas jambon fromage (Tableau 6)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Pizzas jambon fromage quant aux teneurs en matières grasses, fibres et à la valeur énergétique. Le segment des marques de distributeurs entrée de gamme est absent de cette famille.

Les produits de distributeurs spécialisés et de marques nationales possèdent en effet des valeurs énergétiques moyennes (respectivement 217kcal/100g et 216kcal/100g) significativement supérieures à celles des produits de marques de distributeurs (205kcal/100g) et issus du hard discount (199kcal/100g). En termes de matières grasses, les distributeurs spécialisés se démarquent des marques de distributeurs avec une teneur moyenne significativement supérieure (7,7g/100g contre 6,6g/100g). Enfin, les produits de marques nationales présentent une teneur moyenne en fibres (1,8g/100g) significativement inférieure à celles des autres segments de marché.

**Tableau 6 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas jambon fromage : différences entre segments de marché.**

Pizzas jambon fromage	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale		
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET				
Valeur énergétique kcal	0,00499	20	217 a	16	15	216 a	23	43	205 b	17						10	199 b	15	88	209
Matières grasses	0,00487	20	7,7 a	1,3	15	8,0 a,b	2,2	43	6,6 b	1,8						10	6,3 a,b	1,4	88	7,1
Acides gras saturés	0,01901	19	3,0	0,7	14	3,4	1,0	43	2,7	0,7						10	2,6	0,6	86	2,9
Glucides	0,97949	20	25,7	2,4	15	25,3	2,3	43	25,8	2,9						10	25,3	2,7	88	25,6
Sucres	0,23995	19	3,6	1,3	14	3,6	1,5	43	4,5	1,8						10	3,9	1,5	86	4,1
Protéines	0,0172	20	10,2	1,1	15	10,0	1,2	43	9,3	1,3						10	8,9	1,4	88	9,6
Fibres alimentaires	0,0005	19	2,3 a	0,6	12	1,8 b	0,3	40	2,5 a	0,6						6	2,5 a	0,4	77	2,3
Sel	0,42151	19	1,21	0,22	14	1,27	0,20	43	1,30	0,28						10	1,36	0,32	86	1,28

N=effectif ; ET=écart-type.

<sup>16</sup> Pour chaque famille, les différences entre les teneurs moyennes des nutriments d'intérêt ont été étudiées. Lorsque les moyennes sont en violet, cela signifie qu'au moins un segment se différencie des autres. Les moyennes sans aucune lettre commune (« a » d'une part, « b » d'autre part, par exemple) sont statistiquement et significativement différentes. Celles avec des lettres communes (ex : « b » et « a,b ») ne sont pas statistiquement différentes.

## Pizzas viandes type bolognaise (Tableau 7)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Pizzas viandes type bolognaise quant aux teneurs en fibres. Le segment des marques de distributeurs entrée de gamme est absent de cette famille.

Les produits de marques de distributeurs se caractérisent par une teneur moyenne en fibres (2,6g/100g) significativement supérieure à celle des marques nationales (1,6g/100g).

**Tableau 7 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas viandes type bolognaise : différences entre segments de marché.**

Pizzas viandes type bolognaise	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,44413	5	205	7	8	217	19	14	211	8				3	209	14	30	211
Matières grasses	0,1094	5	7,3	0,5	8	8,0	2,0	14	6,3	1,4				3	6,7	1,6	30	7,0
Acides gras saturés	0,0424	5	3,0	0,9	7	3,3	0,5	14	2,5	0,4				3	2,5	0,4	29	2,8
Glucides	0,04208	5	24,5	1,4	8	25,5	2,7	14	27,7	2,6				3	26,7	1,5	30	26,5
Sucres	0,65098	5	3,6	1,0	7	3,9	1,7	14	4,6	2,5				3	4,2	0,2	29	4,2
Protéines	0,09526	5	9,1	0,6	8	10,1	0,7	14	9,6	0,6				3	9,3	0,3	30	9,6
Fibres alimentaires	0,00431	5	2,1 a,b	0,4	5	1,6 b	0,1	11	2,6 a	0,7				2	2,6 a,b	0,6	23	2,3
Sel	0,47532	5	1,04	0,15	7	1,09	0,14	14	0,99	0,24				3	1,26	0,56	29	1,05

N=effectif ; ET=écart-type.

## Pizzas fromages (Tableau 8)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Pizzas fromages pour la valeur énergétique ainsi que les teneurs en matières grasses, acides gras saturés et fibres.

Concernant les 3 premiers constituants, les produits de distributeurs spécialisés se démarquent en effet avec une valeur énergétique moyenne, des teneurs moyennes en matières grasses et en acides gras saturés significativement supérieures à celles des produits de marques de distributeurs. En revanche, ce sont les produits issus du hard discount qui possèdent la teneur moyenne en fibres (3,3g/100g) la plus élevée, significativement supérieure à celle des marques de distributeurs (2,3g/100g), elle-même significativement supérieure à celle des marques nationales (1,7g/100g), ces 2 dernières étant du même ordre de grandeur que celle des distributeurs spécialisés (2,1g/100g).

**Tableau 8 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas fromages : différences entre segments de marché.**

Pizzas fromages	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,0005	27	256 a	15	18	246 a,b	22	52	240 b	17	2	231 a,b	3	18	247 b	31	117	246
Matières grasses	0,00002	27	11,3 a	1,7	18	10,7 a,b	2,2	52	9,4 b	1,5	2	7,5 a,b	0,4	18	10,0 a,b	2,9	117	10,1
Acides gras saturés	0,00312	26	5,8 a	1,0	17	5,2 a,b	1,1	52	4,9 b	1,1	2	4,1 a,b	0,4	18	5,1 a,b	1,4	115	5,2
Glucides	0,2406	27	26,5	2,7	18	25,5	3,0	52	27,5	2,3	2	28,0	1,4	18	27,6	2,8	117	27,0
Sucres	0,60809	26	3,2	1,1	17	3,4	1,6	52	3,8	1,7	2	4,0	0,8	18	3,6	1,4	115	3,6
Protéines	0,02839	27	11,2	1,4	18	11,2	1,4	52	10,3	1,4	2	11,5	2,1	18	10,5	1,2	117	10,7
Fibres alimentaires	0	26	2,1 b,c	0,7	16	1,7 c	0,4	47	2,3 b	0,5	2	3,0 a,b,c	0,7	6	3,3 a	0,3	97	2,2
Sel	0,05557	26	1,22	0,19	17	1,24	0,15	52	1,21	0,24	2	0,96	0,20	18	1,34	0,18	115	1,23

N=effectif ; ET=écart-type.

### Pizzas type Margarita (Tableau 9)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Pizzas type Margarita pour la valeur énergétique, les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides et les protéines.

Ainsi, concernant la valeur énergétique ainsi que les teneurs en matières grasses, acides gras saturés et protéines, les produits de marques de distributeurs se distinguent avec des teneurs moyennes significativement supérieures à celles des marques de distributeurs entrée de gamme ainsi que du hard discount. Cette tendance s'inverse pour les teneurs en glucides : ce sont les produits de marques de distributeurs entrée de gamme et ceux issus du hard discount qui possèdent alors les teneurs moyennes les plus élevées pour cette famille. Ceci est probablement lié à une proportion plus importante de pâte au sein des produits de ces 2 derniers segments (57% en moyenne pour le hard discount d'après l'étiquetage de 2 produits et 55% pour les marques de distributeurs entrée de gamme d'après 5 références, contre 43% pour les marques de distributeurs d'après 6 produits), et donc moindre en garniture, par comparaison aux produits de marques de distributeurs. Ces observations doivent toutefois être nuancées par les faibles effectifs de produits considérés étiquetant le pourcentage de pâte.

**Tableau 9 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Pizzas type Margarita : différences entre segments de marché.**

Pizzas type margarita	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard-Discount	Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne			
Valeur énergétique kcal	0,00063	4	229 a,b	16	4	237 a,b	21	9	246 a	12	8	202 b	12	8	220 b	20	33	226
Matières grasses	0,00052	4	9,1 a,b	2,6	4	10,7 a,b	2,2	9	11,2 a	2,1	8	5,1 b	1,2	8	6,9 b	2,9	33	8,3
Acides gras saturés	0,00013	4	4,8 a,b	0,9	4	3,7 a,b	0,8	9	4,2 a	0,5	8	1,5 b	0,6	8	2,5 b	1,0	33	3,1
Glucides	0,00497	4	25,0 a,b	1,8	4	24,9 a,b	1,0	9	24,8 b	3,7	8	31,9 a	2,0	8	30,3 a,b	4,5	33	27,9
Sucres	0,41609	4	3,7	0,8	4	3,5	0,7	9	3,0	1,2	8	2,8	0,9	8	4,2	2,1	33	3,4
Protéines	0,00008	4	10,4 a,b	0,7	4	9,1 a,b	1,1	9	10,5 a	0,6	8	6,1 b	1,5	8	7,7 b	1,9	33	8,6
Fibres alimentaires	0,56237	4	2,4	0,4	1	1,7		7	2,2	0,6	6	2,4	0,4	4	2,4	0,4	22	2,3
Sel	0,87537	4	1,06	0,19	4	1,06	0,12	9	1,13	0,22	8	1,17	0,31	8	1,17	0,21	33	1,13

N=effectif ; ET=écart-type.

### Tartes avec viande ou poisson (Tableau 10)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Tartes avec viande ou poisson concernant les teneurs en matières grasses, acides gras saturés et sucres. Le segment des marques de distributeurs entrée de gamme est absent de cette famille.

Les produits de distributeurs spécialisés étiquettent des teneurs en matières grasses et acides gras saturés (respectivement 16,0g/100g et 8,5g/100g) significativement supérieures à celles des marques de distributeurs (respectivement 13,0g/100g et 6,0g/2100g). Concernant les teneurs en sucres, ce sont les produits de marques nationales qui se caractérisent par une teneur moyenne (1,5g/100g) significativement inférieure à l'ensemble de celles des autres segments de marché (comprises entre 2,8 et 3,1g/100g).

**Tableau 10 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Tartes avec viande ou poisson : différences entre segments de marché.**

Tartes avec viande ou poisson	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard-Discount	Effectif total	Moyenne générale	
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne				ET
Valeur énergétique kcal	0,00846	38	265	32	10	234	43	33	239	39					7	263	44	88	252
Matières grasses	0,00426	38	16,0 a	3,2	10	13,8 a,b	3,1	33	13,0 b	3,3				7	15,5 a,b	3,3	88	14,6	
Acides gras saturés	0,00189	38	8,5 a	3,0	10	7,0 a,b	1,7	33	6,0 b	2,5				7	8,1 a,b	2,1	88	7,4	
Glucides	0,2385	38	22,2	3,6	10	20,0	5,7	33	23,2	3,4				7	23,3	3,9	88	22,4	
Sucres	0,0021	38	3,1 a	1,6	10	1,5 b	0,8	33	2,9 a	1,2				7	2,8 a	0,6	88	2,8	
Protéines	0,5134	38	7,3	1,6	10	6,9	1,3	33	7,0	1,3				7	6,7	1,4	88	7,1	
Fibres alimentaires	0,1851	38	1,5	0,5	6	1,2	0,3	29	1,3	0,5				2	1,4	0,5	75	1,4	
Sel	0,39186	38	1,15	0,38	10	0,97	0,23	33	1,06	0,25				7	1,03	0,29	88	1,09	

N=effectif ; ET=écart-type.

### Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (Tableau 11)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson concernant les protéines.

Les produits de distributeurs spécialisés (9,3g/100g) étiquettent des teneurs en protéines significativement supérieures à celles des produits de marques de distributeurs (7,2g/100g) et de marques de distributeurs entrée de gamme (5,3g/100g).

**Tableau 11 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson : différences entre segments de marché.**

Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,00632	24	191	34	10	167	31	18	164	21	5	148	16	10	162	24	67	172
Matières grasses	0,02063	24	9,5	3,5	10	7,9	3,1	18	7,3	2,4	5	5,4	1,4	10	6,9	1,9	67	8,0
Acides gras saturés	0,12084	24	4,0	2,3	10	3,9	2,4	18	2,8	2,1	4	1,6	0,9	10	2,9	1,6	66	3,3
Glucides	0,08819	24	16,3	2,5	10	16,3	2,9	18	16,9	2,1	5	19,2	1,3	10	17,5	2,2	67	16,9
Sucres	0,00848	24	3,9	1,8	10	2,1	0,9	18	3,2	1,0	4	3,3	1,0	10	3,1	1,2	66	3,3
Protéines	0,00007	24	9,3 a	2,0	10	7,3 a,b	2,5	18	7,2 b	1,8	5	5,3 b	0,7	10	6,9 a,b	2,2	67	7,8
Fibres alimentaires	0,1882	24	1,4	0,7	10	1,0	0,2	13	1,1	0,4	3	0,9	0,2	4	1,2	0,5	54	1,2
Sel	0,49045	24	1,01	0,17	10	0,86	0,21	18	0,99	0,18	4	0,96	0,31	10	1,04	0,20	66	0,98

N=effectif ; ET=écart-type.

### Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (Tableau 12)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte concernant les teneurs en sucres et en protéines.

Les produits de marques de distributeurs (3,0g/100g) étiquettent des teneurs en sucres significativement supérieures à celles des produits de distributeurs spécialisés (2,3g/100g). À l'inverse, ces derniers possèdent des teneurs en protéines (8,3g/100g) significativement supérieures à celles des produits de marques nationales (6,4g/100g) et de marques de distributeurs (7,0g/100g).

**Tableau 12 : Variabilité nutritionnelle de la famille des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte: différences entre segments de marché.**

Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,63986	55	277	27	9	294	44	41	273	21	2	284	5	16	280	23	123	278
Matières grasses	0,91722	55	16,8	2,6	9	18,6	5,2	41	16,6	2,4	2	16,3	0,4	16	17,1	2,8	123	16,9
Acides gras saturés	0,79723	54	9,2	1,9	9	9,8	2,6	41	9,6	1,4	2	8,7	0,5	16	9,4	1,3	122	9,4
Glucides	0,07498	55	22,6	3,5	9	24,3	2,1	41	23,3	2,9	2	28,7	0,5	16	23,9	4,0	123	23,2
Sucres	0,00325	54	2,3 b	1,2	9	2,3 a,b	0,8	41	3,0 a	1,3	2	2,8 a,b	1,3	16	3,4 a,b	1,8	122	2,7
Protéines	0,00001	55	8,3 a	2,0	9	6,4 b	0,7	41	7,0 b	1,1	2	5,5 a,b	0,6	16	6,9 b	1,0	123	7,5
Fibres alimentaires	0,22696	54	1,4	0,9	3	1,7	0,6	34	1,6	0,8				9	1,7	0,3	100	1,5
Sel	0,04341	54	1,08	0,29	9	1,65	0,90	41	1,17	0,22	2	1,25	0,08	16	1,11	0,21	122	1,16

N=effectif ; ET=écart-type.

Pour 23 des 30 familles de produits étudiées, l'étude de la composition nutritionnelle par segment de marché n'a mis en évidence aucune différence significative.

En ce qui concerne les 7 familles suivantes : Pizzas jambon fromage – Pizzas viandes type bolognaise – Pizzas fromages – Pizzas type Margarita – Tartes avec viande ou poisson – Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson – Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte, l'étude de la composition nutritionnelle par segment a mis en évidence quelques différences ponctuelles. **Les produits de distributeurs spécialisés se distinguent notamment avec des teneurs en protéines significativement supérieures à celles des autres segments de marché au sein des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson et des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte.**



## 5. VALEURS NUTRITIONNELLES ÉTIQUETÉES PONDÉRÉES PAR LES PARTS DE MARCHÉ

### 5.1 Cartographies par famille

Les cartographies permettent de présenter la structuration de l'offre, à partir des produits collectés, sur des caractéristiques nutritionnelles clés. L'objectif de cette représentation est de voir lors de futures études comment cette structuration peut éventuellement évoluer dans le temps.

Pour le secteur du snacking surgelé étudié, ces cartographies présentent les teneurs en sel et en matières grasses pondérées par les parts de marché de chacun des produits. **Seuls les produits qui possèdent à la fois une teneur en sel et une teneur en matières grasses étiquetées sont considérés.**

Chaque point correspond à un produit de la famille étudiée. Pour chacune d'elles, les segments de marché sont distingués par une couleur différente. Les diamètres des cercles englobant les points sont proportionnels aux parts de marché des produits, mais non comparables entre les familles. Les produits sans part de marché associée sont représentés par un point seul.

Le barycentre a été ajouté aux graphiques : il correspond à la moyenne pondérée par les parts de marché de tous les produits présentant une part de marché ainsi qu'une teneur en sel ou une teneur en lipides et pas seulement ceux présentant simultanément les 2 teneurs (points rouges représentés sur les cartographies).

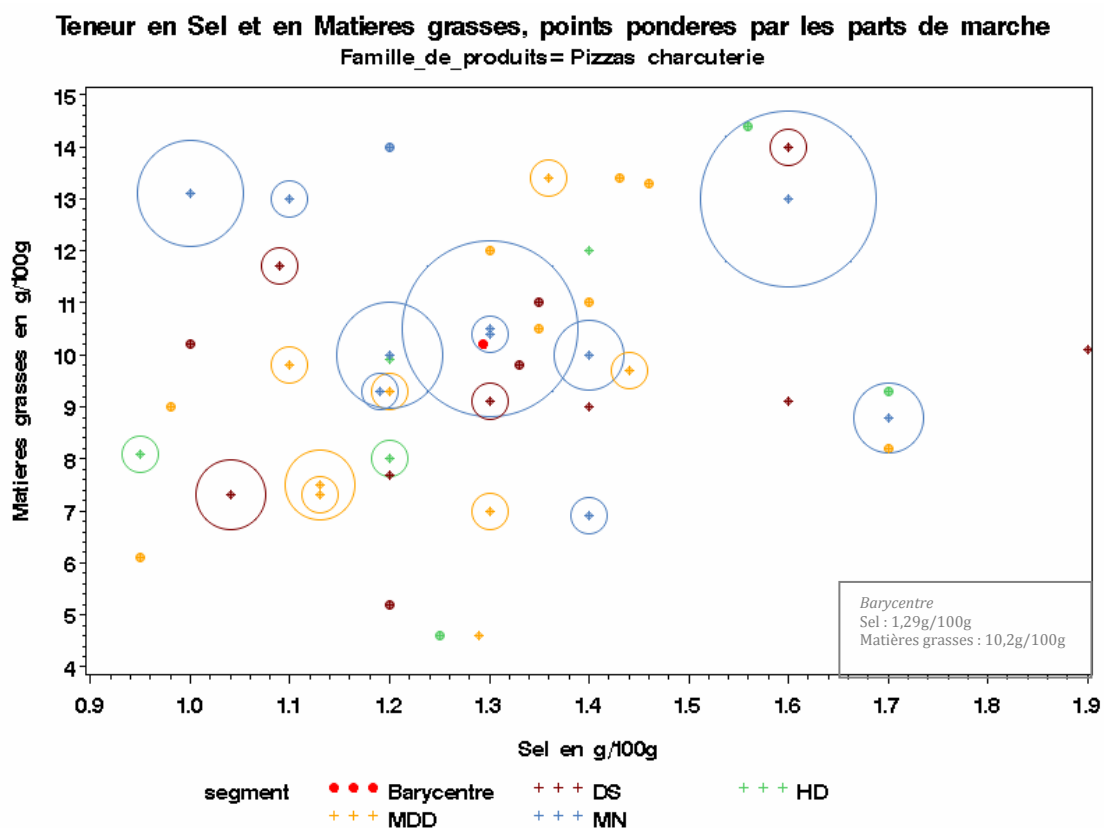
Etant donné le nombre important de familles du secteur, seules les cartographies de 7 familles, pour lesquelles les produits traduisent une plus grande variabilité selon les teneurs en nutriments considérés et les parts de marché, sont présentés dans le corps du rapport. Il s'agit des familles suivantes : Pizzas charcuterie – Pizzas type Margarita – Quiches lorraines – Tartes aux légumes – Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson – Burgers – Pains surprises et canapés apéritifs. Les cartographies de l'ensemble des autres familles étudiées sont disponibles en Annexe 5.

### Pizzas charcuterie (Figure 24)

96% des produits de la famille des Pizzas charcuterie (n=46) étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

La position du barycentre (1,29g/100g de teneur en sel et 10,2g/100g de teneur en matières grasses) s'équilibre au centre du nuage de points. De fait les références étudiées se trouvent majoritairement réparties selon un axe diagonal allant de teneurs plus faibles à la fois en sel et matières grasses à des teneurs plus élevées en ces 2 nutriments. Cela s'explique en grande partie du fait de la présence de charcuterie (salami, chorizo, lardons) au sein des produits de cette famille, vecteur à la fois de matières grasses et de sel, d'autres ingrédients tels que du fromage pouvant ensuite également agir sur l'un et/ou l'autre de ces 2 constituants.

L'ensemble des segments de marché étudiés se trouvent répartis sur l'ensemble du nuage de points.



*Pizzas charcuterie-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

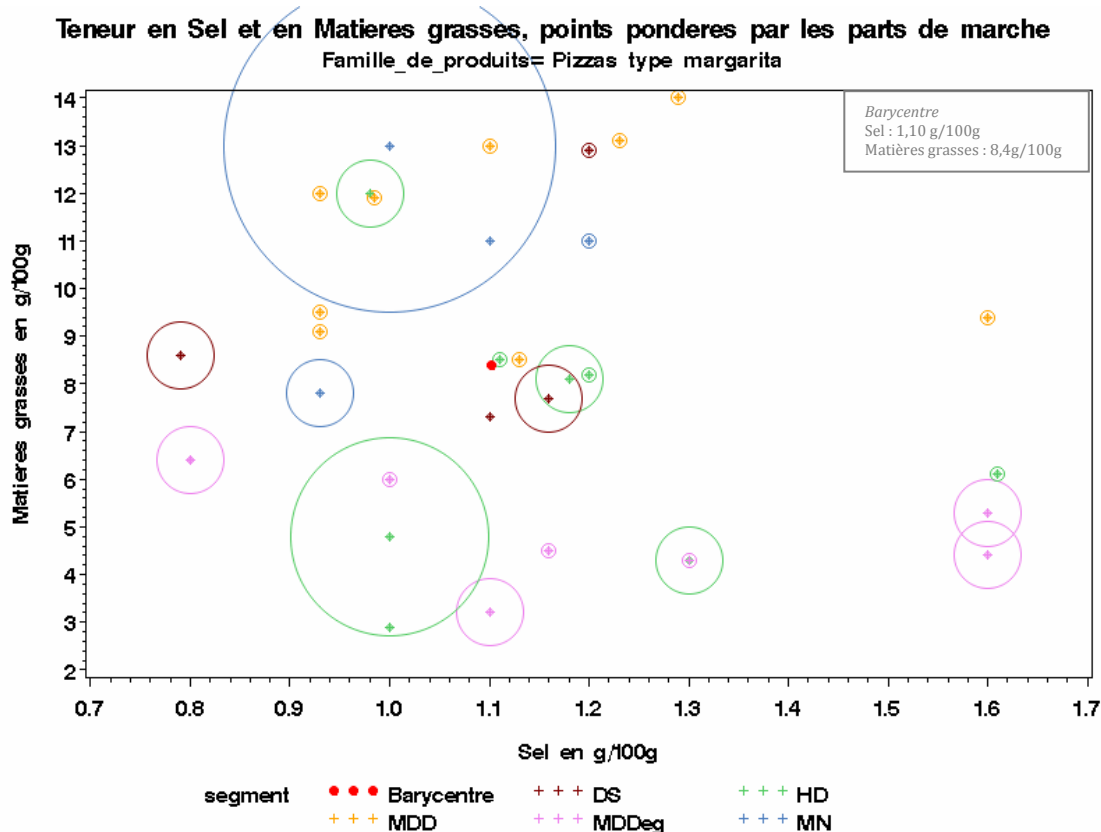
**Figure 24 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pizzas charcuterie étudiée, pondérées par les parts de marché.**

### Pizzas type Margarita (Figure 25)

100% des produits de la famille des Pizzas type Margarita (n=33) étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

Comme vu précédemment avec l'analyse des différences de composition nutritionnelle entre segments de marché par famille, les références de marques de distributeurs entrée de gamme se positionnent parmi les plus faibles teneurs en matières grasses (inférieures à 7,0g/100g). Cela peut notamment s'expliquer par une présence plus importante de pâte par rapport à la garniture au sein des produits de ce segment : 55% en moyenne d'après les données d'étiquetage de 5 références, contre 43% pour les marques de distributeurs d'après 6 références. Ces observations doivent toutefois être nuancées par les faibles effectifs de produits considérés étiquetant le pourcentage de pâte (Annexe 3). Les teneurs en sel associées demeurent quant à elles fortement variables. À l'inverse, les produits de marques de distributeurs ainsi que les marques nationales se positionnent parmi les teneurs en matières grasses les plus élevées (supérieures à 7,0g/100g), du fait d'un ratio pâte/garniture privilégiant la garniture. Les teneurs en sel sont également fortement variables. Il est donc intéressant de constater la forte variabilité nutritionnelle existant au sein de cette famille qui correspond pourtant à l'une des recettes les plus « simples » du secteur.

La position du barycentre s'équilibre au centre du nuage de point, avec une teneur moyenne pondérée en sel de 1,10g/100g et de 8,4g/100g en matières grasses.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

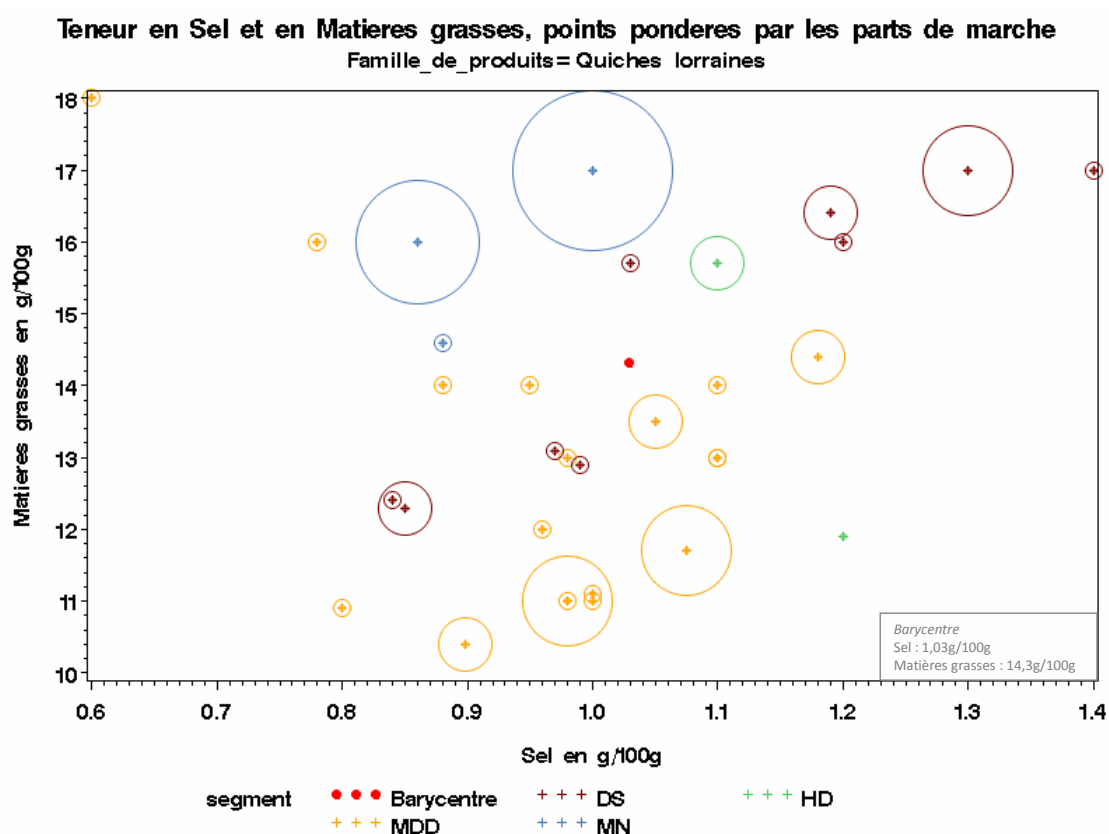
**Figure 25 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pizzas type Margarita étudiée, pondérées par les parts de marché.**

### Quiches lorraines (Figure 26)

100% (n=32) des produits de la famille des Quiches lorraines étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

Malgré l'homogénéité de recette de cette famille, une dispersion relativement importante des références est observée selon les teneurs en matières grasses et sel. De fait, les produits de marques de distributeurs sont majoritairement retrouvés avec des teneurs en matières grasses inférieures à celle du barycentre (14,3g/100g) et des teneurs en sel intermédiaires. Les produits de distributeurs spécialisés correspondent quant à eux pour moitié aux teneurs en matières grasses et en sel les plus élevées : pour ces produits, l'étude des listes d'ingrédients montre une quantité importante de lardons et de jambon qui figurent en premiers parmi les ingrédients de la garniture, contrairement aux produits de marques de distributeurs, pour lesquels les œufs, la crème fraîche ou de l'eau apparaissent parmi les premiers ingrédients de la garniture.

La position du barycentre (1,03g/100g de teneur en sel et 14,3g/100g de teneur en matières grasses) s'équilibre donc sous l'influence de ces différents produits et subit en particulier l'influence de produits de marques nationales de plus fortes parts de marché, correspondant à des teneurs intermédiaires en sel et élevées en matières grasses à l'échelle de la famille.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

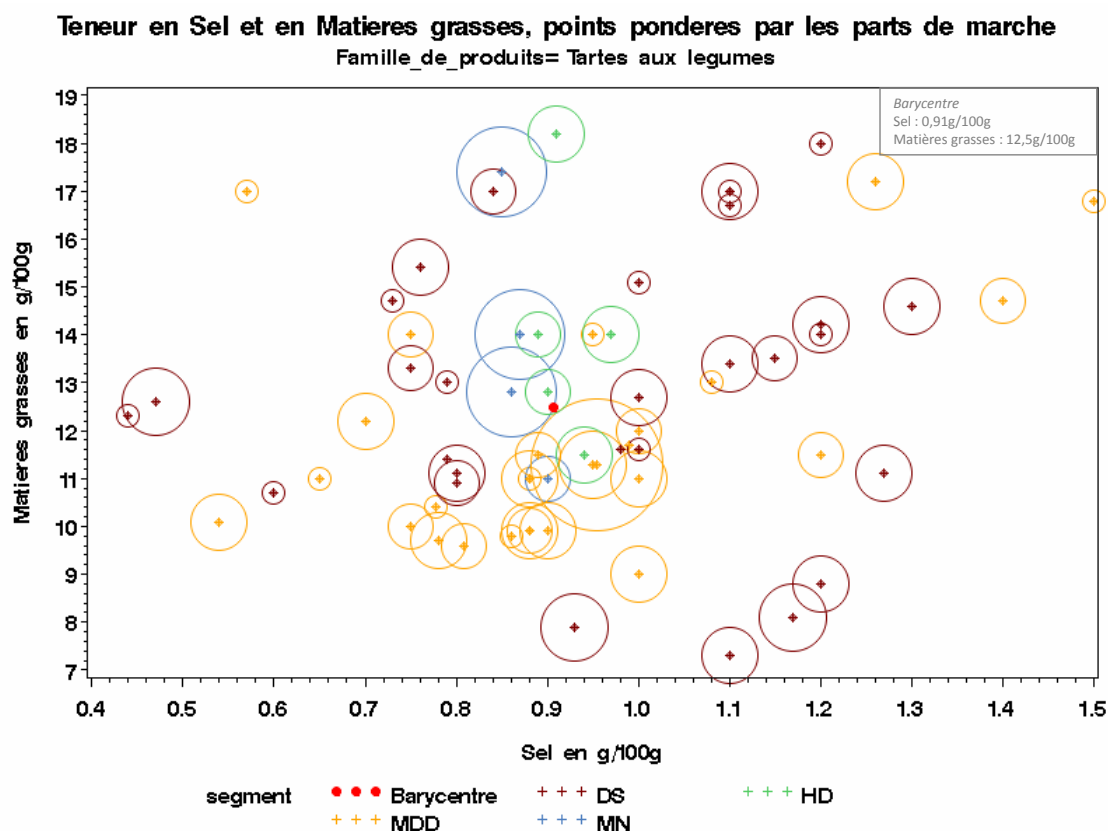
**Figure 26 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Quiches lorraines étudiée, pondérées par les parts de marché.**

## Tartes aux légumes (Figure 27)

100% (n=66) des produits de la famille des Tartes aux légumes étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

Un nombre important de produits se concentre autour du barycentre, dont la position (teneur moyenne pondérée en sel de 0,91g/100g et en matières grasses de 12,5g/100g) résulte à la fois de références de plus fortes parts de marché (de marques de distributeurs et nationales principalement), mais aussi du grand nombre de références réunies autour de ces coordonnées. Néanmoins, une dispersion est également observée vers des teneurs extrêmes, supérieures et inférieures, en sel et en matières grasses. Ainsi les références de distributeurs spécialisés de plus faibles teneurs en matières grasses correspondent à des tartes fines, et celles de plus faibles teneurs en sel à des tartes aux poireaux.

Une forte prépondérance de produits de marques de distributeurs et de distributeurs spécialisés est relevée : ceux-ci se répartissent au sein de l'ensemble du nuage de points. Les références de marques nationales et issues du hard discount se concentrent quant à elles au niveau de valeurs intermédiaires de teneurs en sel et supérieures de teneurs en matières grasses.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

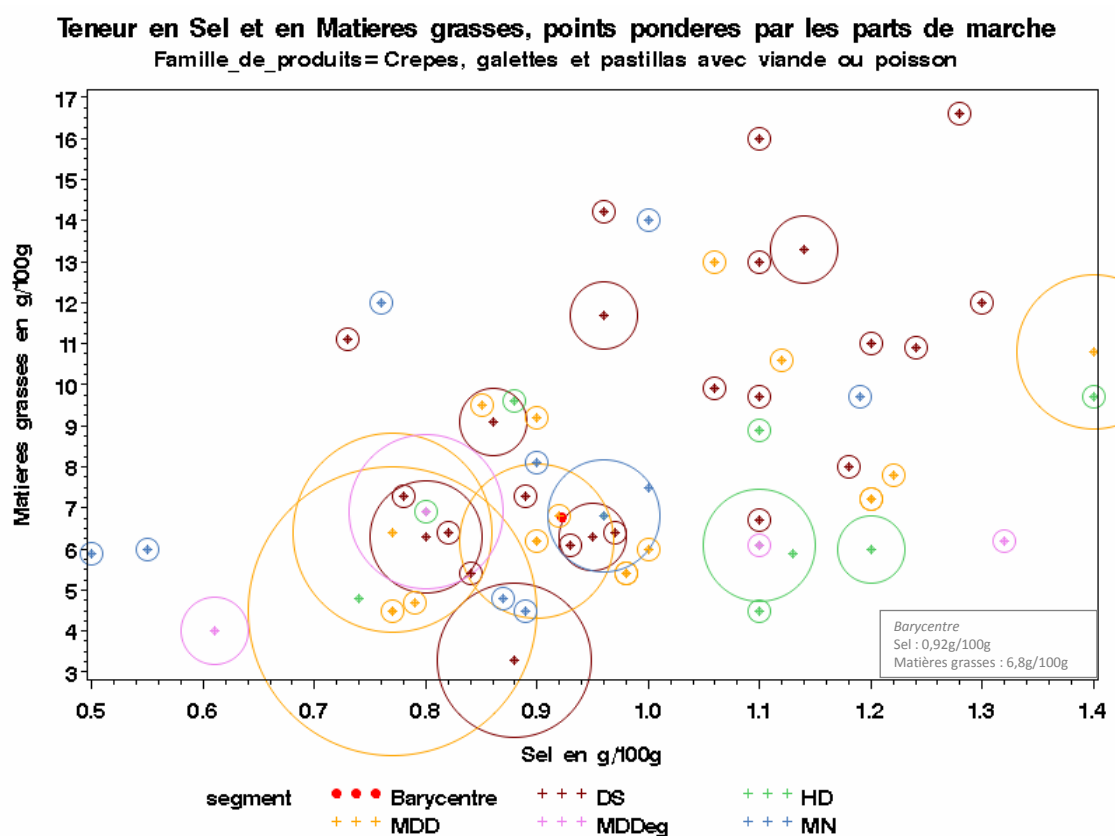
Figure 27 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Tartes aux légumes étudiée, pondérées par les parts de marché.

### Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (Figure 28)

99% (n=66) des produits de la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

Le nuage de points s'étire le long d'un axe diagonal allant de teneurs plus faibles à la fois en sel et matières grasses, à des teneurs supérieures en ces 2 nutriments. De fait, les ingrédients vecteurs de matières grasses le sont globalement également de sel : lardons, fromage, ou encore saumon fumé. Ainsi, les recettes de type « galette savoyarde » sont notamment retrouvées parmi les teneurs les plus élevées pour ces 2 nutriments.

En termes de segments de marché, les produits de l'ensemble des segments de marché étudiés se trouvent répartis au sein du nuage de points : ce sont ici principalement les recettes de garniture qui définissent la position des références étudiées. Le barycentre (teneur en sel de 0,92g/100g et en matières grasses de 6,8g/100g) se trouve notamment influencé par des produits de fortes parts de marché de distributeurs spécialisés et de marques de distributeurs.



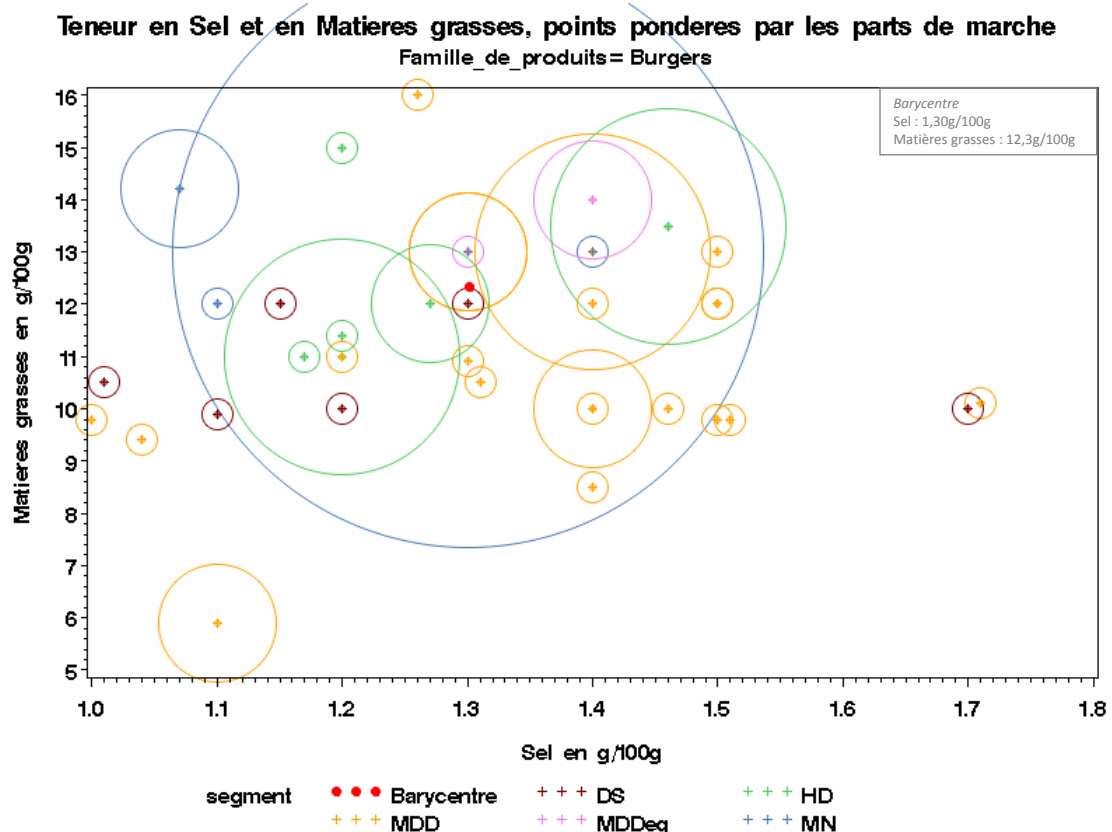
Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017

Figure 28 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson, pondérées par les parts de marché.

## Burgers (Figure 29)

93% (n=39) des produits de la famille des Burgers étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

Une relative homogénéité du nuage de points est observée : celui-ci se centre autour du barycentre qui correspond à une teneur moyenne pondérée en sel de 1,30g/100g et en matières grasses de 12,3g/100g. Des références de très forte (pour un produit de marque nationale) à fortes parts de marché sont retrouvées autour de ce dernier, appartenant à la fois aux marques nationales, hard discount et marques de distributeurs. 2 références de teneurs extrêmes en sel correspondent à des mini cheeseburgers (environ 1,70g/100g). Par ailleurs, les produits du type bacon burgers sont retrouvés parmi les teneurs en sel supérieures à 1,40g/100g. En termes de matières grasses, ce sont les potatoes burgers qui correspondent aux produits de plus fortes teneurs en matières grasses, remplaçant le pain burger par des galettes de pomme de terre frites.



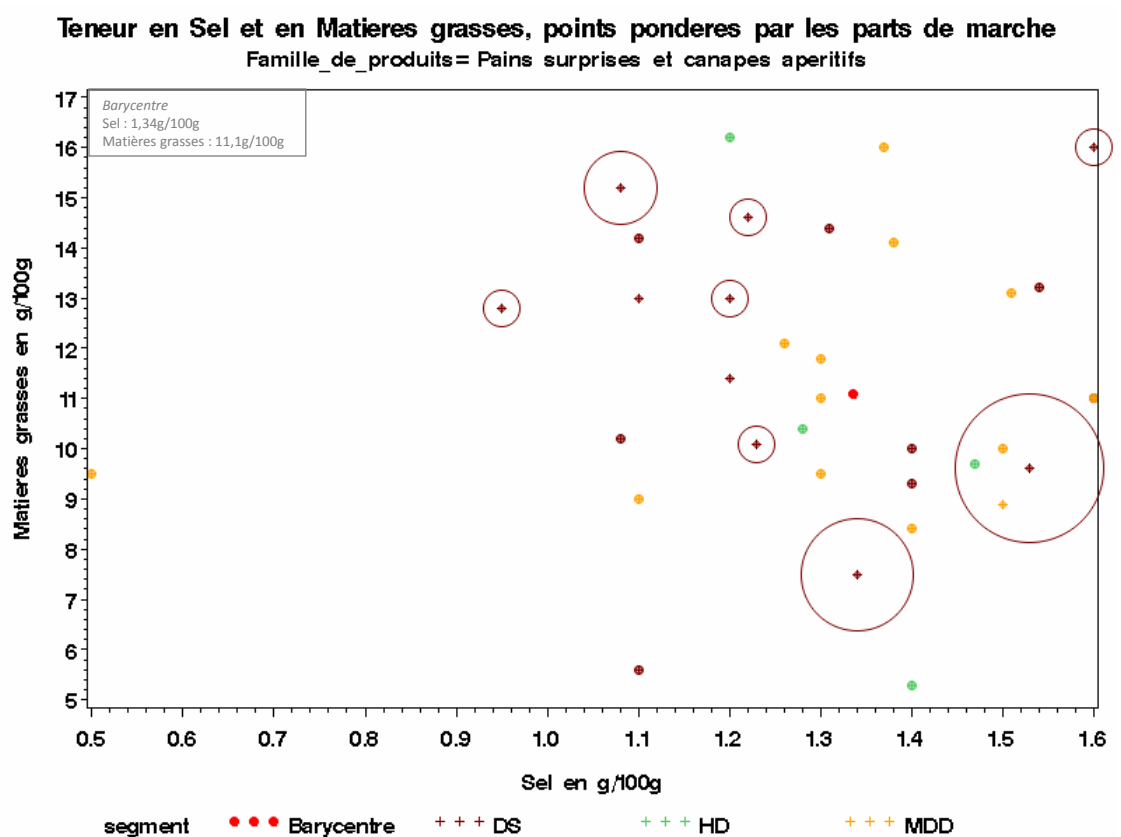
*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

Figure 29 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Burgers étudiée, pondérées par les parts de marché.

### Pains surprises et canapés apéritifs (Figure 30)

90% (n=31) des produits de la famille des Pains surprises et canapés apéritifs étiquettent à la fois leurs teneurs en sel et en matières grasses.

La dispersion du nuage de points s'effectue principalement le long de l'axe des teneurs en matières grasses, à l'exception d'un point de teneur en sel extrême inférieure, à l'origine d'un tassement du nuage de points selon l'axe des teneurs en sel et correspondant à un pain surprise multi-céréales. Concernant les teneurs en matières grasses, les produits de plus faibles teneurs correspondent à des pains surprises au pain polaire. Par ailleurs, les références des différents segments de marché (principalement distributeurs spécialisés et marques de distributeurs) se trouvent réparties de façon homogène selon l'axe des teneurs en matières grasses, équilibrant le barycentre autour d'une teneur moyenne en matières grasses de 11,1g/100g et en sel de 1,34g/100g.



*Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017*

**Figure 30 : Teneurs en sel et en matières grasses de la famille des Pains surprises et canapés apéritifs étudiée, pondérées par les parts de marché.**



## **5.2 Tableau comparatif des moyennes arithmétiques et des moyennes pondérées par les parts de marché, par famille**

Afin de compléter l'étude de la structuration de l'offre en intégrant les caractéristiques nutritionnelles et les parts de marché, le Tableau 13 compare, par famille étudiée et par nutriment d'intérêt, la moyenne arithmétique à la moyenne pondérée par les parts de marché. Les effectifs associés à ces 2 moyennes figurent également : en effet tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché. Le delta ( $\Delta$ ) indiqué correspond à l'écart entre moyenne arithmétique et moyenne pondérée : il reflète ainsi l'influence des plus fortes parts de marché sur la moyenne. Un code couleur souligne les écarts les plus importants : les cases en bleu clair correspondent aux  $10\% \leq \Delta < 20\%$ , alors que celles en bleu foncé correspondent aux  $\Delta \geq 20\%$ .

**Tableau 13 : Tableau comparatif des moyennes arithmétiques et des moyennes pondérées par les parts de marché, par famille étudiée pour le snacking surgelé.**

Nom famille	Valeur énergétique (kcal/100g)				Matières grasses (g/100g)				Acides gras saturés (g/100g)				Glucides (g/100g)				Sucres (g/100g)				Protéines (g/100g)				Sel (g/100g)				Fibres (g/100g)											
	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ	Effectif	Moyenne	Effectif moyenne pondérée	Moyenne pondérée	Δ
Pizzas jambon fromage	88	209	80	210	+0,4%	88	7,1	80	7,2	+1,5%	86	2,9	79	3,0	+4,8%	88	25,6	80	25,5	-0,5%	86	4,1	79	4,1	+0,1%	88	9,6	80	9,8	+2,1%	86	1,28	79	1,28	+0,2%	77	2,3	72	2,0	-15,1%
Pizzas charcuterie	47	234	39	238	+1,3%	47	9,8	39	10,2	+4,4%	46	4,1	39	4,2	+2,7%	47	25,9	39	25,7	-0,8%	46	3,6	39	3,8	+4,0%	47	9,6	39	9,7	+1,0%	46	1,31	39	1,29	-1,1%	37	2,2	32	1,9	-10,4%
Pizzas viandes type bolognaise	30	211	26	215	+1,8%	30	7,0	26	7,4	+6,8%	29	2,8	25	2,9	+5,4%	30	26,5	26	26,0	-1,6%	29	4,2	25	4,7	+12,2%	30	9,6	26	10,0	+3,4%	29	1,05	25	1,07	+1,6%	23	2,3	21	2,0	-12,9%
Pizzas viandes autres	20	203	18	208	+2,5%	20	6,3	18	6,6	+3,9%	20	2,7	18	2,7	+1,4%	20	25,4	18	25,8	+1,4%	20	3,9	18	3,2	-17,3%	20	9,9	18	10,4	+5,3%	20	1,09	18	1,18	+8,5%	19	2,3	18	2,0	-14,6%
Pizzas produits de la mer	38	225	33	230	+2,1%	38	9,5	33	10,4	+9,2%	38	3,1	33	3,1	+2,2%	38	24,0	33	23,4	-2,4%	38	3,5	33	3,6	+4,6%	38	10,0	33	9,6	-4,0%	38	1,12	33	1,14	+1,3%	28	2,0	24	1,9	-4,1%
Pizzas fromages	117	246	100	245	-0,2%	117	10,1	100	10,4	+2,7%	115	5,2	99	5,3	+2,9%	117	27,0	100	25,9	-3,9%	115	3,6	99	3,7	+2,5%	117	10,7	100	11,2	+4,6%	115	1,23	99	1,24	+0,6%	97	2,2	83	1,9	-14,5%
Pizzas type margarita	33	226	29	228	+0,9%	33	8,3	29	8,4	+0,7%	33	3,1	29	3,2	+1,5%	33	27,9	29	27,8	-0,3%	33	3,4	29	3,6	+6,8%	33	8,6	29	8,6	-0,4%	33	1,13	29	1,10	-2,6%	22	2,3	19	2,3	+1,3%
Pizzas légumes	16	221	11	207	-6,3%	16	9,0	11	9,0	+0,6%	16	3,3	11	3,0	-10,1%	16	25,0	11	23,1	-7,6%	16	3,3	11	3,2	-4,8%	16	8,3	11	7,1	-14,5%	16	1,04	11	0,98	-5,7%	12	2,9	8	2,5	-11,6%
Quiches lorraines	32	242	31	247	+1,9%	32	13,8	31	14,3	+4,2%	32	6,1	31	6,7	+10,6%	32	20,5	31	20,3	-0,9%	32	2,7	31	2,5	-8,5%	32	9,0	31	9,0	+0,2%	32	1,01	31	1,03	+2,2%	24	1,0	24	1,0	+0,0%
Tartes avec viande ou poisson	88	252	83	241	-4,3%	88	14,6	83	14,4	-0,9%	88	7,4	83	7,4	+0,2%	88	22,4	83	20,5	-8,7%	88	2,8	83	2,4	-15,4%	88	7,1	83	6,7	-5,5%	88	1,09	83	1,08	-0,7%	75	1,4	72	1,4	-0,5%
Tartes aux fromages	22	271	19	268	-0,9%	22	15,6	19	15,6	-0,4%	20	7,3	18	7,6	+3,7%	22	21,1	19	20,6	-2,5%	20	2,9	18	3,0	+1,7%	22	10,8	19	11,0	+1,7%	20	0,92	18	0,83	-10,2%	17	1,3	15	1,1	-16,4%
Tartes aux légumes	66	222	63	222	-0,003%	66	12,6	63	12,5	-1,0%	66	5,9	63	6,1	+3,3%	66	20,8	63	20,9	+0,5%	66	3,1	63	3,0	-2,8%	66	5,6	63	5,8	+2,8%	66	0,94	63	0,91	-3,0%	56	1,7	53	1,6	-7,8%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	289	10	283	-2,1%	10	18,5	10	17,2	-6,8%	10	4,9	10	4,8	-2,4%	10	18,1	10	19,4	+7,2%	10	1,8	10	1,8	-2,6%	10	11,9	10	11,9	+0,4%	10	1,47	10	1,43	-2,4%	8	1,3	8	1,4	+3,5%
Cakes sales végétariens	9	310	9	316	+2,1%	9	20,8	9	21,1	+1,8%	9	6,4	9	6,5	+1,0%	9	19,3	9	20,2	+4,6%	9	3,1	9	2,8	-9,7%	9	10,7	9	10,8	+0,9%	9	1,57	9	1,56	-0,6%	7	1,7	7	1,6	-5,3%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	67	172	63	162	-5,9%	67	8,0	63	8,8	+10,0%	66	3,3	62	2,6	-21,5%	67	16,9	63	17,7	+5,0%	66	3,3	62	3,7	+11,9%	67	7,8	63	7,1	-8,0%	66	0,98	62	0,92	-6,1%	54	1,2	51	1,1	-6,2%
Crepes et galettes végétariennes	24	165	22	162	-2,2%	24	7,3	22	7,1	-3,6%	24	2,8	22	2,8	+0,6%	24	18,5	22	18,1	-2,0%	24	4,4	22	4,0	-8,3%	24	5,8	22	5,8	+0,5%	24	0,95	22	0,88	-7,1%	21	1,2	19	1,1	-5,0%
Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte	123	278	115	270	-2,8%	123	16,9	115	16,1	-4,5%	122	9,4	114	9,5	+1,0%	123	23,2	115	23,0	-0,9%	122	2,7	114	3,0	+12,0%	123	7,5	115	7,5	+0,1%	122	1,16	114	1,10	-5,3%	100	1,5	94	1,3	-17,0%
Feuilletés avec escargot	10	383	9	346	-9,8%	10	27,6	9	23,4	-15,1%	10	17,4	9	14,9	-14,1%	10	25,5	9	26,2	+2,7%	10	1,5	9	1,9	+26,4%	10	7,4	9	6,8	-8,0%	10	1,15	9	1,09	-5,2%	9	1,8	9	1,6	-10,4%
Feuilletés végétariens	37	285	37	284	-0,3%	37	16,7	37	16,4	-2,3%	36	9,9	36	9,9	-0,0%	37	26,3	37	27,2	+3,3%	36	3,2	36	2,9	-9,8%	37	6,5	37	6,3	-2,7%	36	1,02	36	1,02	+0,2%	32	1,6	32	1,4	-8,1%
Croque monsieur	14	206	13	198	-4,0%	14	10,0	13	8,8	-11,8%	14	6,2	13	5,3	-15,7%	14	18,8	13	19,9	+5,7%	14	2,9	13	2,9	-0,9%	14	9,5	13	9,0	-5,7%	14	1,18	13	1,24	+4,6%	8	1,7	8	1,4	-16,9%
Burgers	41	249	40	256	+2,7%	42	11,5	41	12,3	+7,5%	39	4,8	39	5,2	+7,3%	42	23,4	41	22,8	-2,5%	39	4,0	39	3,9	-1,0%	42	12,6	41	12,7	+0,9%	39	1,31	39	1,30	-0,5%	29	1,9	29	1,5	-19,2%
Wraps et kebabs	16	194	15	210	+8,2%	16	7,4	15	8,4	+12,7%	15	2,7	14	3,3	+21,0%	16	21,6	15	23,0	+6,2%	15	4,2	14	3,4	-19,0%	16	9,0	15	9,4	+4,8%	15	1,16	14	1,36	+17,5%	13	2,5	12	2,6	+5,9%
Autres sandwichs	24	265	23	260	-2,1%	24	12,2	23	11,8	-2,8%	24	5,9	23	6,4	+9,6%	24	27,6	23	27,0	-2,0%	24	5,2	23	5,7	+8,4%	24	10,3	23	10,0	-2,3%	24	1,31	23	1,38	+5,6%	23	2,2	22	2,2	+0,0%
Baquettes et tartines garnies	14	244	12	245	+0,5%	14	9,4	12	9,8	+4,2%	14	3,2	12	3,3	+4,4%	14	29,6	12	29,4	-0,8%	14	3,5	12	3,3	-7,0%	14	9,4	12	9,3	-1,8%	14	1,24	12	1,17	-5,6%	11	2,2	9	2,1	-3,1%
Saldes	14	142	14	142	-0,1%	14	5,9	14	5,2	-12,2%	14	1,3	14	1,2	-6,0%	14	15,1	14	16,3	+7,7%	14	3,2	14	3,1	-1,7%	14	6,0	14	6,5	+7,7%	14	0,67	14	0,69	+2,5%	13	2,4	13	2,3	-4,4%
Aumoneries apéritives	13	258	12	266	+3,1%	13	17,2	12	18,2	+5,9%	13	6,0	12	6,8	+13,1%	13	16,0	12	16,7	+4,3%	13	3,6	12	4,5	+27,8%	13	8,7	12	8,0	-8,3%	13	1,12	12	1,04	-6,9%	11	2,4	11	2,1	-13,8%
Choux et gougeres	8	354	8	371	+4,8%	8	24,6	8	24,9	+1,2%	8	14,9	8	14,2	-4,8%	8	19,2	8	21,4	+11,7%	8	1,4	8	0,8	-41,2%	8	13,5	8	14,6	+8,5%	8	1,34	8	1,21	-9,5%	7	1,3	7	1,4	+6,0%
Pains surprises et canapés apéritifs	35	245	32	244	-0,3%	35	11,3	32	11,1	-2,3%	35	5,2	32	5,0	-4,2%	35	25,1	32	25,5	+1,7%	35	6,5	32	7,8	+20,7%	35	9,3	32	9,4	+1,0%	35	1,30	32	1,34	+3,1%	30	3,2	27	3,5	+7,5%
Verrines apéritives	8	202	8	199	-1,7%	8	15,5	8	14,8	-4,1%	8	6,5	8	6,9	+6,2%	8	7,2	8	9,4	+30,6%	8	5,2	8	6,6	+26,5%	8	7,6	8	6,0	-21,2%	8	0,97	8	0,84	-13,4%	7	2,0	7	2,1	+3,6%
Assortiments et autres apéritifs	31	294	29	238	-19,1%	31	18,0	29	14,1	-21,6%	31	7,9	29	5,5	-30,9%	31	22,8	29	17,7	-22,5%	31	10,4	29	7,5	-28,4%	31	9,0	29	8,9	-0,4%	31	1,00	29	0,90	-10,8%	26	2,9	26	2,6	-8,7%

Δ: moyenne pondérée - moyenne / moyenne en %

10% ≤ Δ < 20%

≥ 20%

Des écarts ponctuels et d'ampleur variable entre moyenne et moyenne pondérée sont observés au sein des familles de produits étudiées. Principalement :

- **pour les teneurs en matières grasses** : des écarts essentiellement inférieurs à 20% sont relevés, allant majoritairement dans le sens de teneurs moyennes pondérées inférieures aux teneurs non pondérées (à l'exception des Wraps et kebabs : +12,7%). En particulier, pour les Assortiments et autres apéritifs, un écart de -21,6% est constaté : cela provient notamment du fait que les brochettes de légumes (retrouvées parmi les références de plus faibles teneurs en matières grasses) sont retrouvées parmi les produits de plus fortes parts de marché de la famille ;
- **pour les teneurs en acides gras saturés** : les écarts observés font écho à ceux relevés quant aux teneurs en matières grasses. En particulier, pour les Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson, l'écart de -21,5% observé s'explique car les références de plus fortes parts de marché correspondent à des produits parmi les plus faibles teneurs en acides gras saturés de la famille. L'inverse est en revanche relevé pour les Wraps et kebabs (+21,0%) ;
- **pour les teneurs en sucres** : des écarts notables sont relevés principalement pour les familles de produits de type « apéritifs ». Ainsi, pour les Aumônières apéritives, les 2 références de plus fortes parts de marché correspondent aux 2 références de plus fortes teneurs en sucres, garnies de foie gras et de confit. À l'inverse parmi les Assortiments et autres apéritifs (-28,4%), les produits de plus fortes teneurs en sucres (macarons, fruits lardés, produits au foie gras) sont associés à des parts de marché intermédiaires à faibles.

Globalement il est important de noter que les faibles effectifs des familles rendent d'autant plus important l'impact des produits avec les plus fortes parts de marché. C'est notamment le cas des Verrines apéritives quant aux teneurs moyennes en protéines (-21,2% pour 8 produits) : l'écart important de teneurs observé s'explique par le fait que les produits de plus fortes parts de marché correspondent aux plus faibles teneurs en protéines.

## 6. CONCLUSIONS

Cette étude du secteur du snacking surgelé porte sur 1109 produits recueillis en 2015, et répartis en 30 familles : Pizzas jambon fromage – Pizzas charcuterie – Pizzas viandes type bolognaise – Pizzas viandes autres – Pizzas produits de la mer – Pizzas fromages – Pizzas type Margarita – Pizzas légumes – Quiches lorraines – Tartes avec viande ou poisson – Tartes aux fromages – Tartes aux légumes – Cakes salés avec viande ou poisson – Cakes salés végétariens – Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson – Crêpes et galettes végétariennes – Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte – Feuilletés avec escargot – Feuilletés végétariens – Croque-monsieur – Burgers – Wraps et kebabs – Autres sandwiches – Baguettes et tartines garnies – Salades – Aumônières apéritives – Choux et gougères – Pains surprises et canapés apéritifs – Verrines apéritives – Assortiments et autres apéritifs.

**Parmi les produits récoltés et en nombre de références, le segment des distributeurs spécialisés (n=399 ; 36%) est majoritaire, suivi par les marques de distributeurs (n=391 ; 35%), les marques nationales (n=160 ; 14%), le hard discount (n=138 ; 13%) et les marques de distributeurs entrée de gamme (n=21 ; 2%).**

**L'ensemble des produits étudiés couvre<sup>17</sup> au moins 80% du marché du snacking surgelé, en volume.**

### 6.1 Conclusions sur l'analyse de l'offre par segment de marché

**Pour 4 segments sur les 5 étudiés (exception faite des distributeurs spécialisés), les familles de pizzas concentrent plus de 40% des références produits récoltées par segment de marché (48% des marques de distributeurs entrée de gamme, 46% des marques nationales, 42% des marques de distributeurs et 41% des produits issus du hard discount).**

**Les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par la plus faible diversité de recettes :** les produits de ce segment se concentrent en effet au sein de recettes phares telles que les Pizzas type Margarita (38% des produits de ce segment ; n=8) ou encore les Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (24% ; n=5). Aucun produit de ce segment n'est retrouvé parmi 24 familles sur les 30 étudiées.

**Les marques nationales se caractérisent par une fréquence plus forte de recettes « atypiques »,** notamment avec la famille des Assortiments et autres apéritifs (6%, comme pour les distributeurs spécialisés) et celle des Autres sandwiches (8% ; n=13). Elles présentent par ailleurs une part importante de produits au sein des Pizzas fromages (12% ; n=19) et des Pizzas jambon fromage (9% ; n=15).

Les produits de marques de distributeurs comportent une part également importante de Pizzas fromages (13% ; n=52) et de Pizzas jambon fromage (11% ; n=43), mais aussi de Tartes avec viande ou poisson (8% ; n=33) et de Tartes aux légumes (7% ; n=28).

---

<sup>17</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

Les produits issus du hard discount présentent quant à eux une proportion importante de Pizzas fromages (13% ; n=18) et de Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte (12% ; n=16), mais également de Pizzas jambon fromage (7% ; n=10), Tartes avec viande ou poisson (7% ; n=9), Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (7% ; n=10) et de Burgers (7% ; n=9).

**Concernant enfin les produits de distributeurs spécialisés, ils se caractérisent principalement par une plus grande diversification de recettes**, en particulier quant aux recettes plus « apéritives » du type Pains surprises et canapés apéritifs (5% ; n=18) ou encore Assortiments et autres apéritifs (6% ; n=22) par exemple. En particulier, cela explique que seules 22% (n=88) des références de ce segment correspondent à des familles de pizzas, contrairement à la tendance générale des autres segments étudiés.

## 6.2 Conclusions sur les paramètres d'étiquetage

**99% des 1109 produits de snacking surgelé étudiés présentent un étiquetage nutritionnel.** Plus précisément, 100% des produits de distributeurs spécialisés (n=399) présentent un étiquetage nutritionnel, ainsi que 100% des marques de distributeurs (n=391), 100% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21), 98% des produits issus du hard discount (n=135) et 94% des marques nationales (n=150).

Parmi les 1109 produits étudiés, **17 (soit 2% des références du secteur) présentent au moins une allégation nutritionnelle.** Ces produits sont répartis au sein de 6 familles de pizzas parmi les 30 familles du secteur étudiées. Ils correspondent en totalité à des marques nationales. Ces allégations nutritionnelles portent quasi-exclusivement sur le caractère « source » ou « riche » en protéines des produits, et une d'entre elles évoque le caractère « source de calcium » de la référence (fromage, crème fraîche).

**Aucun produit ne comporte d'allégation de santé.**

**57% des produits de snacking surgelé étudiés présentent des repères nutritionnels** (n=627). La fréquence de produits avec au moins un repère nutritionnel varie significativement entre les familles de 14 à 85%. Les familles présentant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) correspondent aux Pizzas viandes autres (n=17 ; 85%), aux Autres sandwiches (n=20 ; 83%) et aux Pizzas produits de la mer (n=29 ; 76%). **En proportion et par segment de marché à l'échelle du secteur total, les produits de marques de distributeurs (n=292) présentent le plus fréquemment un repère nutritionnel** (75% des produits du segment), **suivis des marques nationales** (n=160 ; 74%), **des produits issus du hard discount** (n=138 ; 64%), **des marques de distributeurs entrée de gamme** (n=21 ; 52%) **et des distributeurs spécialisés** (n=117 ; 29%).

**77% des produits de snacking surgelé étudiés possèdent une portion indiquée** (n=858). La fréquence de présence varie selon les familles : de 17% pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 100% pour les Salades (n=14). Concernant les Assortiments et autres apéritifs, ce faible pourcentage pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une taille de portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes. Les familles présentant

le plus de produits avec portion indiquée sont les Salades (n=14 ; 100%) et les Wraps et kebabs (n=17 ; 94%). Globalement, 19 familles sur les 30 étudiées possèdent une fréquence d'étiquetage de portion indiquée supérieure ou égale à 75%. En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment une portion indiquée** (n=20 ; 95% des produits du segment), **suivis des produits de marques de distributeurs** (n=367 ; 94%), **des produits issus du hard discount** (n=123 ; 89%), **de marques nationales** (n=125 ; 78%) **et de distributeurs spécialisés** (n=223 ; 56%).

Concernant l'étude des **tailles de portions indiquées**, l'amplitude globalement importante de la variabilité intra-famille, mais également certaines différences entre familles, résultent avant tout de la cohabitation au sein des mêmes familles de produits de formats mini, individuels et à partager. De façon générale, les familles de **pizzas** possèdent le plus souvent une portion indiquée de **200g**, les portions les plus élevées relevées pour ces familles correspondant à des pizzas en formats individuels (autour de 400-440g). Les familles de **tartes** présentent des portions indiquées le plus souvent entre **100 et 200g** (par exemple 28% des Tartes aux légumes à 100g et 18% à 200g), qui ne sont quant à elles pas corrélées à l'existence ou non de formats individuels. Les familles de **crêpes** étiquettent le plus souvent des portions indiquées de **50 et 100g**, ce qui est lié aux tailles de formats individuels des produits : une portion indiquée de 100g peut ainsi correspondre soit à une crêpe de 100g mais aussi à 2 crêpes de 50g selon les références considérées. Des portions supérieures de 125g sont également fréquemment rencontrées, en particulier au sein des Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson. Au sein des familles de **feuilletés**, la portion la plus fréquente des feuilletés non apéritifs (consommés en plat principal) est de **100g** (45% des portions indiquées des Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte notamment). Les familles de **sandwiches ou apparentés** comportent le plus souvent des portions indiquées autour de **100g** (notamment 57% des Autres sandwiches possédant une portion indiquée), l'existence de formats mini expliquant la présence de portions extrêmes inférieures.

**72% des produits étudiés comportent des valeurs nutritionnelles à la portion** (n=804). Toutes les familles de produits sont concernées. La fréquence de présence varie significativement selon les familles de 17% des produits pour les Assortiments et autres apéritifs (n=6) à 92% pour les Crêpes et galettes végétariennes (n=22). Comme pour les portions indiquées, la faible fréquence de présence relevée au sein des Assortiments et autres apéritifs pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'il soit plus difficile d'indiquer une taille de portion dans le cas d'un assortiment de pièces hétérogènes. En proportion et à l'échelle du secteur total, **les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (à nuancer du fait de leur faible effectif total) possèdent le plus fréquemment des valeurs nutritionnelles à la portion** (n=20 ; 95%), **suivis des produits de marques de distributeurs** (n=360 ; 92%), **des produits issus du hard discount** (n=120 ; 87%), **des marques nationales** (n=123 ; 77%) **et des distributeurs spécialisés** (n=181 ; 45%).

La comparaison des paramètres de l'étiquetage par segment de marché met en évidence que les **marques de distributeurs** et les **marques nationales se démarquent avec les plus fortes fréquences de repères nutritionnels** (75% et 74% respectivement des produits de ces segments). Les **marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et le**

**hard discount se caractérisent quant à eux par les plus fortes fréquences de portions indiquées (94%, 95% et 89% respectivement) et de valeurs nutritionnelles à la portion (92%, 95% et 87% respectivement).** Pour ces 3 paramètres (repères nutritionnels, portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion), les distributeurs spécialisés se caractérisent par les plus faibles fréquences de présence (29%, 56% et 45% respectivement). Enfin, seuls 17 produits de marques nationales présentent des allégations nutritionnelles et aucun produit ne comporte d'allégation de santé.

### 6.3 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles

Le secteur du snacking surgelé rassemble une grande variété de produits (pizzas, feuilletés, pains surprises, verrines, etc.), ce qui en fait un secteur relativement hétérogène. L'étude des valeurs nutritionnelles reflète cette diversité. En considérant les 1109 produits recueillis, des différences entre familles sont observées pour l'ensemble des constituants étudiés, à savoir : valeur énergétique, matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres.

Plus particulièrement, concernant la **variabilité inter-famille** et pour :

**-la valeur énergétique : les familles de cakes, de feuilletés ainsi que les Choux et gougères se distinguent avec les valeurs énergétiques moyennes les plus élevées du secteur situées autour de 300kcal/100g.** Cela peut notamment s'expliquer par la proportion importante de pâte, feuilletée ou pâte à choux, au sein de ces produits, et également par la présence de beurre persillé au sein de la majorité des Feuilletés avec escargot. Les familles de pizzas et de tartes présentent quant à elles des valeurs énergétiques moyennes situées autour de 200-250kcal/100g. Plus particulièrement, les familles des Tartes aux fromages (271kcal/100g) et des Tartes avec viande ou poisson (252kcal/100g) possèdent des valeurs énergétiques moyennes supérieures à celles de l'ensemble des familles de pizzas qui se répartissent quant à elles entre 203kcal/100g dans le cas des Pizzas viandes autres et 246kcal/100g dans celui des Pizzas fromages. Les familles des Autres sandwiches (265kcal/100g), des Burgers (250kcal/100g) et des Baguettes et tartines garnies (244kcal/100g) présentent des valeurs énergétiques moyennes proches de celles des tartes. Les familles de plus faibles valeurs énergétiques moyennes, inférieures ou égales à 200kcal/100g, correspondent aux Verrines apéritives (202kcal/100g), aux Wraps et kebabs (194kcal/100g), aux familles de crêpes (autour de 170kcal/100g), ainsi qu'aux Salades (141kcal/100g) ;

**-les teneurs en matières grasses : comme pour la valeur énergétique, les familles de feuilletés, de cakes, ainsi que les Choux et gougères se distinguent des autres familles avec des teneurs moyennes en matières grasses supérieures ou égales à 16,0g/100g.** Les teneurs en matières grasses élevées relevées pour ces familles proviennent à la fois de la présence importante de pâte (feuilletée, pâte à choux ou pâte à cake), et des garnitures associées, incluant par exemple du beurre ou de la crème fraîche dans le cas des Feuilletés avec escargot ou encore du fromage dans le cas des Choux et gougères. Viennent ensuite les familles de tartes, avec des teneurs moyennes en matières grasses comprises entre 12,0 et 16,0g/100g. La majorité des autres familles de snacking surgelé étudiées présentent des teneurs moyennes en matières grasses inférieures à 12,0g/100g. Plus spécifiquement, la plus faible teneur moyenne en matières grasses du secteur correspond aux Salades (5,9g/100g). Les familles de

pizzas échelonnent quant à elles leurs teneurs moyennes en matières grasses entre 6,3g/100g (Pizzas viandes autres) et 10,1g/100g (Pizzas fromages) en fonction de leur garniture : présence de plus ou moins de fromage, crème ou charcuterie notamment ;

-les teneurs en **acides gras saturés** : **comme pour l'étude des teneurs totales en matières grasses, les familles de feuilletés ainsi que les Choux et gougères se caractérisent par des teneurs moyennes en acides gras saturés parmi les plus élevées** : plus particulièrement, les Feuilletés avec escargot se distinguent fortement avec une teneur moyenne de 17,4g/100g du fait de la présence de beurre persillé dans leur garniture, suivis par les Choux et gougères (14,9g/100g). Les familles de tartes, cakes, des Croque-monsieur, Autres sandwiches et Burgers présentent des teneurs moyennes en acides gras saturés comprises entre 5,0 et 7,5g/100g. Les familles de pizzas se caractérisent par des teneurs moyennes en acides gras saturés s'échelonnant entre 2,7g/100g (Pizzas viandes autres) et 5,2g/100g (Pizzas fromages). De fait, les Pizzas fromages (5,2g/100g) ainsi que les Pizzas charcuterie (4,1g/100g) se caractérisent par les teneurs en acides gras saturés les plus élevées en raison de leurs garnitures incluant en majorité des ingrédients vecteurs d'acides gras saturés du type fromage et charcuterie. Les familles de plus faibles teneurs moyennes en acides gras saturés correspondent aux Salades (1,3g/100g), Pizzas viandes autres (2,7g/100g) et Wraps et kebabs (2,7g/100g) ;

-les teneurs en **glucides** : **la quasi-totalité des produits du secteur possède une base de pâte ou de pain (pâte à pizza, feuilletée, à tarte, pain, etc.)**. Les familles de pizzas, de feuilletés, les Baguettes et tartines garnies et les Autres sandwiches correspondent aux teneurs moyennes en glucides les plus élevées, situées entre 25,0 et 30,0g/100g. En particulier, les Pizzas type Margarita possèdent une teneur moyenne en glucides supérieure à celle des autres familles de pizzas : l'analyse des pourcentages relatifs de pâte et de garniture révèle que les produits de cette famille possèdent un pourcentage moyen de pâte de 49,6% (n=14 produits renseignant ce pourcentage) supérieur à ceux des autres familles de pizzas, qui s'échelonnent entre 42,3% pour les Pizzas légumes (n=4) et 48,0% (n=70) pour les Pizzas fromages. Les familles de tartes, les Burgers et les Wraps et kebabs présentent quant à eux des teneurs moyennes en glucides réparties entre 20,0 et 25,0g/100g environ. Les familles de cakes et de crêpes possèdent des teneurs moyennes en glucides moindres, de l'ordre de 16,0 à 20,0g/100g environ. Les Verrines apéritives (7,2g/100g) correspondent à la famille de plus faible teneur moyenne en glucides du secteur : elles réunissent des recettes du type fromage frais, saumon et légumes, dont les ingrédients sont donc peu vecteurs de glucides : en particulier, n'y sont retrouvés ni pain, ni pâte, ni féculent ;

-les teneurs en **sucres** : **la majorité des familles du secteur présente des teneurs moyennes en sucres comprises entre 2,0 et 5,0g/100g**. Les Assortiments et autres apéritifs se distinguent par une teneur moyenne en sucres plus élevée que celles des autres familles du secteur (10,4g/100g) : en particulier au sein de cette famille, les références de plus fortes teneurs en sucres correspondent aux macarons apéritifs, suivis par les fruits secs lardés et des bouchées au foie gras ;

-les teneurs en **protéines** : **la distinction entre familles s'effectue notamment en fonction de la présence d'ingrédients du type viande et fromage**. Ainsi, les familles de teneurs moyennes en protéines les plus élevées correspondent aux Choux et gougères (13,5g/100g) qui contiennent des œufs (premier ingrédient pour la quasi-totalité des références étudiées) et du fromage, aux Burgers (12,6g/100g) avec présence de steak, bacon,



fromage, en proportions variables selon les produits, et **aux Cakes salés avec viande ou poisson** (11,9g/100g) qui intègrent des ingrédients tels que jambon, fromage, saumon ou encore des lardons ;

-les teneurs en **sel** : **la majorité des familles étudiées présente une teneur moyenne en sel située autour de 1,00g/100g. Plus particulièrement, les familles des Cakes salés végétariens et Cakes salés avec viande ou poisson possèdent les teneurs moyennes en sel les plus élevées du secteur**, soit respectivement 1,57g/100g et 1,47g/100g. Ces teneurs élevées s'expliquent notamment par la présence de fromages (en particulier bleu ou fromage de chèvre) ou encore de lardons et d'olives. Ils sont suivis par les Choux et gougères (1,34g/100g) qui contiennent de l'emmental et pour certains du saumon fumé, puis par les Autres sandwiches (1,31g/100g) et les Pizzas charcuterie (1,31g/100g) ;

-les teneurs en **fibres** : **les Pains surprises et canapés apéritifs correspondent logiquement à la famille de plus forte teneur moyenne en fibres, soit 3,2g/100g, de par la proportion importante de pain qu'ils intègrent** : les teneurs en fibres sont d'autant plus élevées pour les références au pain de campagne et aux céréales : jusqu'à 4,9g/100g. Les familles de pizzas sont toutes retrouvées parmi les familles de teneurs moyennes en fibres les plus élevées, supérieures à 2,0g/100g. 2 facteurs influent principalement sur les teneurs en fibres des produits : le facteur principal porte sur la présence de pâte (pâte à tarte, pâte à pizza, pâte feuilletée) ou de pain, c'est-à-dire sur la partie glucidique du produit. 2 paramètres modulent sa teneur en fibres : la recette de la pâte de façon générale (et donc notamment sa proportion de farine) ainsi que la nature de la farine employée. Le deuxième facteur modulant la teneur finale en fibres des produits concerne leur garniture et notamment la présence ou l'absence de légumes au sein de celle-ci.

Il existe une grande **variabilité de composition intra-famille** suivant les familles et les nutriments étudiés. En particulier, la famille des Assortiments et autres apéritifs se caractérise par une forte variabilité nutritionnelle quel que soit le nutriment étudié, et ce du **fait de la diversité de recettes s'y trouvant réunies** : des macarons salés à des brochettes de légumes en passant par des fruits lardés. À l'opposé et de façon cohérente, **les variabilités intra-familles sont globalement plus faibles au sein des familles de recettes homogènes** telles que les Choux et gougères ou encore les Quiches lorraines. Néanmoins, cette variabilité peut être modulée selon les nutriments considérés. En effet, les Crêpes et galettes végétariennes possèdent par exemple une très faible variabilité intra-famille quant aux teneurs en glucides (4,7g/100g), ceux-ci étant principalement apportés par la base crêpe des produits, alors qu'une variabilité importante est relevée quant aux teneurs en matières grasses (11,7g/100g) du fait de la diversité des garnitures des produits. De même au sein des Tartes avec viande ou poisson, la variabilité nutritionnelle observée provient de la diversité des garnitures rencontrées, avec notamment des teneurs en matières grasses allant de plus de 20,0g/100g (pour des tourtes avec foie gras ou reblochon/lardons) à moins de 6,0g/100g (pour une tarte fine au poisson).

## 6.4 Perspectives

En termes d'informations nutritionnelles, le secteur du snacking se caractérise par une présence systématique d'étiquetage nutritionnel.

Par ailleurs, les variabilités importantes de composition nutritionnelle observées entre les familles s'expliquent par la grande diversité de produits et de recettes réunis au sein du secteur du snacking surgelé. Il est également à signaler une hétérogénéité nutritionnelle au sein des produits d'une même famille. De fait, au sein de familles relativement génériques, telles que les Tartes avec viande ou poisson, une grande diversité de garnitures peut être rencontrée, ainsi que des ratio pâte/garniture variables (tourtes par comparaison aux tartes par exemple). Cette variabilité se rencontre également pour les familles présentant une forte homogénéité de recettes, telles que les Quiches lorraines ou les Pizzas type Margarita. Cela est particulièrement visible au sein des Pizzas type Margarita, pour lesquelles les ingrédients de la garniture varient peu, et où le seul facteur de variabilité repose sur ce ratio pâte/garniture modulant donc les teneurs en glucides, matières grasses et acides gras saturés en particulier. Sur d'autres produits tels que les Quiches lorraines, les teneurs plus élevées en matières grasses et en sel s'expliquent notamment par une plus grande richesse en jambon/lardons.

Les axes d'amélioration des produits, pour ne pas aller au détriment de la diversité des recettes et des caractères organoleptiques des produits, peuvent donc porter avant tout sur la qualité des ingrédients sélectionnés (charcuterie plus riche en viande par exemple et moins grasse).

Pour finir, si des améliorations semblent possibles, celles-ci sont cependant soumises à l'acceptabilité des consommateurs et aux contraintes techniques, de conservation/sécurité et organoleptiques liées au secteur du snacking surgelé.

## Annexe 1 : Lexique

### Allégation

La réglementation<sup>18</sup> définit une allégation comme tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières.

### Allégation de santé

La réglementation définit une allégation santé comme toute allégation qui affirme, suggère ou implique l'existence d'une relation entre, d'une part, une catégorie de denrées alimentaires, une denrée alimentaire ou l'un de ses composants et, d'autre part, la santé.

La réglementation distingue deux types d'allégation de santé :

- les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006<sup>18</sup>) qui décrivent ou mentionnent le rôle d'un nutriment ou d'une autre substance dans la croissance, le développement et les fonctions de l'organisme, les fonctions psychologiques ou comportementales, l'amaigrissement, le contrôle du poids, une réduction de la sensation de faim, l'accentuation de la sensation de satiété ou la réduction de la valeur énergétique du régime alimentaire ;
- les allégations de santé relatives à la réduction d'un risque de maladie ou se rapportant au développement et à la santé infantiles (relatives à l'article 14 du règlement (CE) n° 1924/2006).

Les allégations de santé portant sur les denrées alimentaires sont interdites, sauf si elles sont autorisées par la Commission européenne conformément à l'annexe du règlement (UE) n°432/2012<sup>19</sup> applicable à partir du 14 décembre 2012, ainsi qu'aux autres règlements ultérieurs listant des allégations de santé autorisées.

L'indicateur présenté dans les rapports Oqali tient compte de l'ensemble des messages établissant un lien entre le produit ou un nutriment/substance contenu dans celui-ci d'une part et une fonction santé telle que décrite précédemment d'autre part, que cette association soit ou non reconnue comme allégation de santé autorisée par l'annexe du règlement n°432/2012. Cet indicateur fait ainsi état de l'ensemble des messages de santé portés à l'attention du consommateur sur l'emballage.

### Allégation nutritionnelle

Toute allégation qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques particulières de par l'énergie (valeur calorique) qu'elle: i) fournit, ii) fournit à un degré moindre ou plus élevé, ou iii) ne fournit pas, et/ou de par les nutriments ou autres substances qu'elle : i) contient, ii) contient en proportion moindre ou plus élevée, ou iii) ne contient pas.

En particulier, dans les rapports effectués par l'Oqali, ont été considérées comme « allégations nutritionnelles » toutes les allégations remplissant les conditions d'utilisation des annexes du

<sup>18</sup> Règlement (CE) n°1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

<sup>19</sup> Règlement (UE) n° 432/2012 de la Commission du 16 mai 2012 établissant une liste des allégations de santé autorisées portant sur les denrées alimentaires, autres que celles faisant référence à la réduction du risque de maladie ainsi qu'au développement et à la santé infantiles.

règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010<sup>20</sup> actuellement en vigueur, ainsi que celles pouvant avoir le même sens pour le consommateur.

### **Étiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle**

À partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011<sup>21</sup> concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, l'étiquetage nutritionnel obligatoire inclut les éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (ces déclarations nutritionnelles sont nommées « **groupe INCO** » dans les rapports publiés par l'Oqali).

Le contenu de la déclaration nutritionnelle obligatoire peut être complété par l'indication des quantités d'un ou de plusieurs des éléments suivants : acides gras mono-insaturés, acides gras polyinsaturés, polyols, amidon, fibres alimentaires et, s'ils sont en quantité significative, tous vitamines ou minéraux énumérés à l'annexe XIII du règlement n° 1169/2011 (ces déclarations nutritionnelles sont nommées « **groupe INCO +** » dans les rapports publiés par l'Oqali).

Ce règlement est applicable à partir du 13 décembre 2014 pour les denrées alimentaires présentant un étiquetage nutritionnel préexistant, et à partir du 13 décembre 2016 pour les autres. Par ailleurs, le règlement INCO autorise les denrées mises sur le marché ou étiquetées avant le 13 décembre 2014 et qui ne seraient pas conformes, à être commercialisées jusqu'à écoulement des stocks.

Pour ces derniers produits et pour ceux commercialisés avant décembre 2014, l'étiquetage nutritionnel se définit comme toute information apparaissant sur l'étiquette relative à la valeur énergétique et aux nutriments suivants : protéines, glucides, lipides, fibres alimentaires, sodium, vitamines et sels minéraux (énumérés à l'annexe de la directive 90/496/CEE du Conseil<sup>22</sup>, lorsqu'ils sont présents en quantité significative conformément à ladite annexe). Avant décembre 2014, la réglementation prévoyait deux groupes d'étiquetage :

- **le groupe 1** : présence de la valeur énergétique et des valeurs nutritionnelles pour les protéines, les glucides et les lipides ;
- **le groupe 2** : présence de la valeur énergétique et des valeurs nutritionnelles pour les protéines, les glucides, les sucres, les lipides, les acides gras saturés, les fibres alimentaires et le sodium.

Dans les rapports publiés par l'Oqali, des groupes d'étiquetage supplémentaires ont été pris en compte :

- **groupe 0** : absence de valeurs énergétiques et nutritionnelles ;
- **groupe 0+** : présence de la valeur énergétique ou des valeurs nutritionnelles pour une partie des nutriments du groupe 1 et/ou pour des micronutriments, selon les spécificités réglementaires de certains secteurs ;

---

<sup>20</sup> Règlement (UE) n°116/2010 de la commission du 9 février 2010 modifiant le règlement (CE) n°1924/2006 du parlement européen et du conseil en ce qui concerne la liste des allégations nutritionnelles.

<sup>21</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission.

<sup>22</sup> Directive du conseil du 24 septembre 1990 relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE).

- **groupe 1+** : présence de l'étiquetage du groupe 1 ainsi que l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : le sel, les glucides complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines ;
- **groupe 2+** : présence de l'étiquetage du groupe 2 comprenant également l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : le sel, les glucides complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines.

### **Famille de produits**

Entité la plus fine sur laquelle sont réalisés les traitements. Les produits peuvent être regroupés au sein d'une même famille selon différents critères : la dénomination de vente, la technologie de fabrication, la recette, le positionnement marketing...

### **Portion indiquée**

Les portions indiquées regroupent :

- les portions clairement inscrites dans une allégation, une recommandation de consommation<sup>23</sup> ou un repère nutritionnel, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine ») ;
- les portions figurant dans le tableau nutritionnel lorsque les valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100g sont exprimées.

### **Poids d'une unité**

Une unité correspond à la plus petite unité indivisible constituant le produit (par exemple un yaourt dans un lot de 16 yaourts, une canette de soda, un petit paquet de chips, une tranche de jambon dans un paquet de 4 tranches ou un nugget dans un paquet de 30 nuggets). A noter que dans certains cas (ex : nugget, biscuit), plusieurs unités peuvent être consommées en une seule prise par le consommateur.

Le poids de cette unité est renseigné dans la base Oqali lorsqu'il est explicitement mentionné sur l'emballage du produit.

### **Produit**

Pour l'Oqali, un produit correspond à une référence commercialisée et enregistrée dans la base. Il peut être identifié par un certain nombre de critères (le nom commercial, la marque, le code barre, la dénomination de vente...).

### **Repères nutritionnels**

Les repères nutritionnels pris en compte dans le cadre de l'Oqali rassemblent toutes les icônes et tableaux de type % des RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers), % des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), cadrans, cartouches, curseurs, échelles, nutri-pass ou camembert présents sur l'emballage du produit. Ils symbolisent l'apport en kcal et/ou en nutriments d'une portion donnée du produit pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les

---

<sup>23</sup> Les recommandations de consommation visent à orienter le consommateur dans ses choix de consommation et à le guider pour intégrer le produit dans son alimentation. Elles regroupent tous les messages indiquant quand, comment, avec quoi, en quelle quantité et/ou à quelle fréquence consommer le produit.

besoins journaliers sont de 2000 kcal). Les apports de référence<sup>24</sup> (AR) sont pris en compte en tant que repères uniquement lorsqu'ils sont présentés sous forme de pictogrammes (échelles par exemple). Les AR indiqués seulement dans le tableau nutritionnel ne sont donc pas considérés comme des repères nutritionnels.

### **Secteur**

Un secteur regroupe des familles de produits homogènes entre elles selon un ou plusieurs critères, notamment l'ingrédient principal (ex. lait pour les produits laitiers, cacao pour les produits chocolatés), le moment de consommation (ex. l'apéritif pour le secteur des apéritifs à croquer)... Dans le cadre de l'Oqali, les études sont menées par secteur alimentaire.

### **Segment de marché**

Pour les traitements réalisés dans les études de l'Oqali, chaque secteur peut être divisé en 8 segments de marché :

- marques nationales (MN) : ce sont les produits de marque ;
- marques de distributeurs (MDD) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution et dont les caractéristiques ont été définies par les enseignes qui les vendent au détail ;
- marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution souvent caractérisés par un prix moins élevé que la moyenne de la catégorie. Ils ont généralement un nom qui rappelle le fait d'être les produits les moins chers de la catégorie ;
- hard discount (HD) : ce sont les produits vendus uniquement en magasin hard discount ;
- distributeurs spécialisés (DS) : définis comme les produits surgelés vendus en freezers centers et par les entreprises de vente à domicile ;
- restauration hors foyer (RHF) : ce sont les produits à destination de la restauration commerciale et collective ;
- centrales d'achat (CA) : ce sont les produits distribués en centrales d'achat ;
- pharmacie (PH) : définie comme les produits distribués exclusivement en pharmacie ;
- distributeurs spécialisés bio (DS bio) : définis comme les produits à marque d'enseigne de la distribution spécialisée biologique.

### **Valeurs nutritionnelles par portion**

Les valeurs nutritionnelles par portion correspondent aux valeurs nutritionnelles présentes dans le tableau nutritionnel pour une portion donnée, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine »), en complément des valeurs nutritionnelles aux 100g. Cette portion des valeurs nutritionnelles peut être égale à 100g si le poids d'une unité et/ou la portion indiquée est aussi égale à 100g.

### **Valeurs nutritionnelles non quantifiées**

Les valeurs nutritionnelles non quantifiées correspondent aux valeurs indiquées dans le tableau nutritionnel comme étant « < » à une valeur donnée. Elles sont intégrées aux études après division par 2 de la valeur seuil donnée.

---

<sup>24</sup> Anciennement AJR (Apports Journaliers Recommandés), pouvant également être mentionnés sous le terme AQR (Apports Quotidiens de Référence).

## Annexe 2 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives pour 100g

Les 30 tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché pour 100g des produits étudiés. Le nombre de produits inclus dans le calcul de la moyenne pondérée est plus faible que pour la moyenne non pondérée car seuls les produits pour lesquels une part de marché a pu être affectée (par référence = code barre) ont été considérés.

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

<b>Pizzas jambon fromage</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	88	88	86	88	86	88	77	86
Minimum	175,00	4,0	1,4	20,0	0,6	6,7	1,2	0,75
Maximum	279,00	13,8	6,3	34,2	10,0	12,0	4,8	2,08
1er quartile	196,00	5,8	2,4	24,0	3,0	8,5	2,0	1,10
Mediane	205,50	7,0	2,8	25,9	3,8	9,5	2,2	1,30
3eme quartile	222,00	8,0	3,2	27,0	4,9	11,0	2,7	1,44
Moyenne	208,90	7,1	2,9	25,6	4,1	9,6	2,3	1,28
Ecart-type	18,82	1,8	0,8	2,7	1,6	1,3	0,6	0,26
Coefficient de variation en %	9,01	25,6	27,1	10,4	40,1	13,6	25,8	20,40
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	80	80	79	80	79	80	72	79
Moyenne pondérée par les parts de marché	210	7,2	3,0	25,5	4,1	9,8	2,0	1,28
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+0,4	+1,5	+4,8	-0,5	+0,1	+2,1	-15,1	+0,2

<b>Pizzas charcuterie</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	47	47	46	47	46	47	37	46
Minimum	188,00	4,6	1,9	19,9	1,5	6,2	1,0	0,95
Maximum	283,00	14,4	6,6	31,4	6,8	13,0	3,2	1,90
1er quartile	217,00	8,0	3,5	23,0	2,8	8,7	1,9	1,19
Mediane	237,00	9,8	4,0	26,2	3,7	9,6	2,2	1,30
3eme quartile	245,00	11,7	4,8	28,3	4,0	10,5	2,4	1,40
Moyenne	234,43	9,8	4,1	25,9	3,6	9,6	2,2	1,31
Ecart-type	21,31	2,5	1,1	3,0	1,3	1,4	0,5	0,22
Coefficient de variation en %	9,09	25,6	26,1	11,5	34,9	14,7	24,2	16,74
Produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	39	39	39	39	39	39	32	39
Moyenne pondérée par les parts de marché	238	10,2	4,2	25,7	3,8	9,7	1,9	1,29
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+1,3	+4,4	+2,7	-0,8	+4,0	+1,0	-10,4	-1,1

<b>Pizzas viandes type bolognaise</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	30	30	29	30	29	30	23	29
Minimum	192,00	3,8	1,9	22,2	1,4	8,4	1,5	0,67
Maximum	260,00	11,4	4,4	32,8	12,0	11,1	4,0	1,86
1er quartile	206,00	5,8	2,3	25,0	3,3	9,1	1,9	0,93
Mediane	210,00	6,9	2,8	26,2	4,1	9,4	2,0	1,08
3eme quartile	217,00	7,6	2,9	28,0	4,8	10,2	2,9	1,18
Moyenne	211,33	7,0	2,8	26,5	4,2	9,6	2,3	1,05
Ecart-type	12,22	1,6	0,6	2,6	2,0	0,7	0,7	0,25
Coefficient de variation en %	5,78	22,6	22,6	9,8	46,9	7,2	28,5	24,00
Produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	26	26	25	26	25	26	21	25
Moyenne pondérée par les parts de marché	215	7,4	2,9	26,0	4,7	10,0	2,0	1,07
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+1,8	+6,8	+5,4	-1,6	+12,2	+3,4	-12,9	+1,6

Pizzas viandes autres	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	20	20	20	20	20	20	19	20
Minimum	176,00	3,1	1,5	20,2	0,4	8,1	0,7	0,75
Maximum	233,00	10,2	5,1	28,7	8,8	12,0	3,8	1,50
1er quartile	179,00	4,0	1,6	23,7	2,3	9,0	1,6	0,90
Mediane	205,50	6,6	2,7	26,0	3,9	9,9	2,4	1,02
3eme quartile	221,00	8,0	3,3	27,3	4,8	10,9	3,0	1,25
Moyenne	202,80	6,3	2,7	25,4	3,9	9,9	2,3	1,09
Ecart-type	19,83	2,2	1,0	2,3	2,1	1,1	0,8	0,22
Coefficient de variation en %	9,78	34,6	37,5	9,0	54,6	11,2	33,5	20,42
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	18	18	18	18	18	18	18	18
Moyenne pondérée par les parts de marché	208	6,6	2,7	25,8	3,2	10,4	2,0	1,18
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+2,5	+3,9	+1,4	+1,4	-17,3	+5,3	-14,6	+8,5

Pizzas produits de la mer	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	38	38	38	38	38	38	28	38
Minimum	186,00	4,2	0,3	18,8	1,0	7,8	1,1	0,75
Maximum	262,00	14,0	5,4	30,0	6,7	11,6	3,2	1,52
1er quartile	203,00	7,2	2,6	22,0	2,8	9,4	1,6	1,00
Mediane	229,50	9,4	3,1	23,7	3,5	10,0	1,9	1,10
3eme quartile	243,00	12,0	3,4	25,4	4,1	10,9	2,4	1,20
Moyenne	225,18	9,5	3,1	24,0	3,5	10,0	2,0	1,12
Ecart-type	21,86	2,7	1,0	2,6	1,2	0,9	0,5	0,18
Coefficient de variation en %	9,71	29,0	32,3	10,8	35,6	9,3	27,0	16,35
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	33	33	33	33	33	33	24	33
Moyenne pondérée par les parts de marché	230	10,4	3,1	23,4	3,6	9,6	1,9	1,14
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+2,1	+9,2	+2,2	-2,4	+4,6	-4,0	-4,1	+1,3

Pizzas fromages	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	117	117	115	117	115	117	97	115
Minimum	206,00	5,5	2,0	20,1	0,4	6,8	1,0	0,70
Maximum	328,00	17,9	8,4	36,1	9,7	13,0	4,0	1,75
1er quartile	232,00	8,7	4,4	25,5	2,7	9,8	1,8	1,10
Mediane	244,00	9,9	5,2	27,0	3,4	10,9	2,2	1,20
3eme quartile	258,00	11,0	5,9	28,6	4,4	11,9	2,7	1,40
Moyenne	245,50	10,1	5,2	27,0	3,6	10,7	2,2	1,23
Ecart-type	20,89	2,1	1,2	2,6	1,5	1,4	0,6	0,21
Coefficient de variation en %	8,51	20,6	23,0	9,8	42,4	13,3	28,7	17,23
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	100	100	99	100	99	100	83	99
Moyenne pondérée par les parts de marché	245	10,4	5,3	25,9	3,7	11,2	1,9	1,24
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,2	+2,7	+2,9	-3,9	+2,5	+4,6	-14,5	+0,6

Pizzas type margarita	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	33	33	33	33	33	33	22	33
Minimum	185,00	2,9	0,5	19,3	1,5	4,3	1,2	0,79
Maximum	261,00	14,0	5,8	36,3	8,1	11,5	3,0	1,61
1er quartile	213,00	6,0	1,8	24,9	2,4	6,7	2,0	0,99
Mediane	225,00	8,2	3,4	26,8	3,3	9,3	2,5	1,10
3eme quartile	246,00	11,0	4,2	31,3	4,1	10,3	2,6	1,20
Moyenne	225,73	8,3	3,1	27,9	3,4	8,6	2,3	1,13
Ecart-type	22,23	3,2	1,4	4,4	1,4	2,2	0,4	0,22
Coefficient de variation en %	9,85	38,9	44,8	15,8	41,1	25,2	18,9	19,84
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	29	29	29	29	29	29	19	29
Moyenne pondérée par les parts de marché	228	8,4	3,2	27,8	3,6	8,6	2,3	1,10
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+0,9	+0,7	+1,5	-0,3	+6,8	-0,4	+1,3	-2,6

Pizzas legumes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	16	16	16	16	16	16	12	16
Minimum	183,00	5,1	1,6	21,0	1,1	6,6	1,6	0,70
Maximum	291,00	13,0	6,9	34,0	6,3	12,0	4,9	1,80
1er quartile	200,50	7,9	2,6	22,7	2,6	7,1	2,3	0,87
Mediane	217,50	9,2	3,0	24,0	3,5	8,4	2,6	0,99
3eme quartile	233,50	10,4	3,3	26,8	3,9	8,7	3,2	1,10
Moyenne	220,75	9,0	3,3	25,0	3,3	8,3	2,9	1,04
Ecart-type	28,59	2,3	1,4	3,5	1,2	1,4	1,0	0,27
Coefficient de variation en %	12,95	25,0	42,0	14,1	35,3	17,3	35,2	26,52
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	11	11	11	11	11	11	8	11
Moyenne pondérée par les parts de marché	207	9,0	3,0	23,1	3,2	7,1	2,5	0,98
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-6,3	+0,6	-10,1	-7,6	-4,8	-14,5	-11,6	-5,7



Quiches lorraines	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	32	32	32	32	32	32	24	32
Minimum	222,00	10,4	3,4	16,3	1,0	6,9	0,5	0,60
Maximum	272,00	18,0	11,0	25,6	4,5	10,6	2,5	1,40
1er quartile	230,00	12,0	3,9	18,7	1,7	8,5	0,7	0,89
Mediane	239,00	13,3	5,3	20,6	2,8	9,1	0,8	1,00
3eme quartile	250,00	15,9	7,8	22,0	3,5	9,5	1,0	1,10
Moyenne	242,38	13,8	6,1	20,5	2,7	9,0	1,0	1,01
Ecart-type	14,97	2,2	2,4	2,3	1,0	0,8	0,5	0,16
Coefficient de variation en %	6,18	15,9	39,2	11,4	37,6	8,7	54,0	16,03
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	31	31	31	31	31	31	24	31
Moyenne pondérée par les parts de marché	247	14,3	6,7	20,3	2,5	9,0	1,0	1,03
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+1,9	+4,2	+10,6	-0,9	-8,5	+0,2	+1,5	+2,2

Tartes avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	88	88	88	88	88	88	75	88
Minimum	175,00	5,7	1,6	11,3	0,5	3,7	0,0	0,47
Maximum	334,00	23,6	13,8	34,0	8,8	10,7	2,6	2,50
1er quartile	217,50	12,4	5,7	20,0	2,1	6,1	1,1	0,86
Mediane	255,00	15,0	7,6	22,0	2,5	7,2	1,4	1,09
3eme quartile	278,50	16,8	9,2	24,0	3,4	8,2	1,7	1,25
Moyenne	251,65	14,6	7,4	22,4	2,8	7,1	1,4	1,09
Ecart-type	38,61	3,5	2,8	3,9	1,4	1,4	0,5	0,32
Coefficient de variation en %	15,34	23,9	38,7	17,3	48,8	20,4	32,4	29,05
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	83	83	83	83	83	83	72	83
Moyenne pondérée par les parts de marché	241	14,4	7,4	20,5	2,4	6,7	1,4	1,08
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-4,3	-0,9	+0,2	-8,7	-15,4	-5,5	-0,5	-0,7

Tartes aux fromages	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	22	22	20	22	20	22	17	20
Minimum	232,00	11,0	2,7	17,0	1,3	6,7	0,7	0,60
Maximum	311,00	18,4	13,0	25,7	6,5	15,0	2,9	1,70
1er quartile	254,00	13,6	4,7	20,0	2,1	9,6	0,8	0,68
Mediane	265,00	16,1	7,1	21,0	2,8	10,8	0,8	0,80
3eme quartile	293,00	17,6	9,7	22,6	4,0	11,7	2,2	1,15
Moyenne	270,73	15,6	7,3	21,1	2,9	10,8	1,3	0,92
Ecart-type	24,22	2,2	3,2	2,0	1,2	2,0	0,8	0,35
Coefficient de variation en %	8,95	14,4	44,2	9,3	41,8	18,5	59,7	38,20
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	19	19	18	19	18	19	15	18
Moyenne pondérée par les parts de marché	268	15,6	7,6	20,6	3,0	11,0	1,1	0,83
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,9	-0,4	+3,7	-2,5	+1,7	+1,7	-16,4	-10,2

Tartes aux légumes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	66	66	66	66	66	66	56	66
Minimum	173,00	7,3	2,0	14,6	1,0	2,2	0,7	0,44
Maximum	273,00	18,2	11,0	25,5	8,7	8,5	4,0	1,50
1er quartile	207,00	11,0	4,2	19,2	2,0	4,7	1,2	0,80
Mediane	216,00	12,1	5,5	20,8	2,7	5,8	1,4	0,91
3eme quartile	238,00	14,0	7,5	23,0	3,9	6,5	2,2	1,10
Moyenne	221,82	12,6	5,9	20,8	3,1	5,6	1,7	0,94
Ecart-type	23,26	2,7	2,3	2,8	1,4	1,3	0,8	0,21
Coefficient de variation en %	10,49	21,1	38,5	13,7	46,2	23,3	47,1	22,57
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	63	63	63	63	63	63	53	63
Moyenne pondérée par les parts de marché	222	12,5	6,1	20,9	3,0	5,8	1,6	0,91
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,0	-1,0	+3,3	+0,5	-2,8	+2,8	-7,8	-3,0

Cakes sales avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	10	10	10	10	10	10	8	10
Minimum	242,00	11,8	2,8	12,5	0,6	9,4	0,9	0,97
Maximum	344,00	24,0	6,4	23,8	2,8	13,6	1,7	2,00
1er quartile	277,00	18,0	4,1	15,5	1,6	11,6	1,1	1,18
Mediane	289,00	18,6	5,0	19,0	1,7	12,0	1,4	1,43
3eme quartile	297,00	20,0	5,8	20,5	2,2	13,0	1,6	1,80
Moyenne	289,20	18,5	4,9	18,1	1,8	11,9	1,3	1,47
Ecart-type	26,37	3,2	1,2	3,7	0,6	1,3	0,3	0,37
Coefficient de variation en %	9,12	17,4	24,7	20,5	32,4	11,3	22,4	25,31
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la m	10	10	10	10	10	10	8	10
Moyenne pondérée par les parts de marché	283	17,2	4,8	19,4	1,8	11,9	1,4	1,43
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-2,1	-6,8	-2,4	+7,2	-2,6	+0,4	+3,5	-2,4

Cakes sales vegetariens	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	9	9	9	9	9	9	7	9
Minimum	273,00	16,0	4,3	14,0	2,3	7,8	1,1	1,00
Maximum	368,00	27,0	8,9	23,9	4,7	12,0	3,0	2,46
1er quartile	281,00	18,2	5,7	18,4	2,3	10,4	1,4	1,30
Mediane	298,00	21,0	6,1	20,0	3,3	11,0	1,5	1,50
3eme quartile	335,00	23,0	7,3	20,0	3,3	11,4	1,8	1,60
Moyenne	309,89	20,8	6,4	19,3	3,1	10,7	1,7	1,57
Ecart-type	33,64	3,4	1,3	3,0	0,8	1,3	0,6	0,45
Coefficient de variation en %	10,86	16,3	20,5	15,6	25,3	12,0	35,6	28,81
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	9	9	9	9	9	9	7	9
Moyenne pondérée par les parts de marché	316	21,1	6,5	20,2	2,8	10,8	1,6	1,56
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+2,1	+1,8	+1,0	+4,6	-9,7	+0,9	-5,3	-0,6

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	67	67	66	67	66	67	54	66
Minimum	120,00	3,3	0,5	12,0	1,0	3,2	0,6	0,50
Maximum	254,00	16,6	8,6	22,8	9,8	14,0	3,6	1,40
1er quartile	153,00	6,0	1,5	15,0	2,6	6,0	0,9	0,85
Mediane	164,00	6,9	2,4	17,0	3,0	7,2	1,1	0,96
3eme quartile	189,00	9,7	5,2	18,7	3,8	8,9	1,4	1,10
Moyenne	172,46	8,0	3,3	16,9	3,3	7,8	1,2	0,98
Ecart-type	30,73	3,1	2,2	2,4	1,4	2,3	0,5	0,19
Coefficient de variation en %	17,82	38,3	65,3	14,3	43,5	29,9	44,2	19,77
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	63	63	62	63	62	63	51	62
Moyenne pondérée par les parts de marché	162	6,8	2,6	17,7	3,7	7,1	1,1	0,92
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-5,9	-15,1	-21,5	+5,0	+11,9	-8,0	-6,2	-6,1

Crepes et galettes vegetariennes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	24	24	24	24	24	24	21	24
Minimum	124,00	3,3	0,7	15,7	2,7	3,7	0,5	0,54
Maximum	232,00	15,0	7,2	20,4	9,0	7,5	2,6	1,42
1er quartile	144,00	5,6	1,5	17,3	3,2	4,8	0,9	0,76
Mediane	168,50	7,4	2,7	18,6	3,9	6,0	1,0	0,88
3eme quartile	179,50	8,5	3,0	20,0	5,2	6,9	1,3	1,20
Moyenne	165,33	7,3	2,8	18,5	4,4	5,8	1,2	0,95
Ecart-type	24,87	2,5	1,7	1,4	1,6	1,2	0,5	0,24
Coefficient de variation en %	15,05	34,1	62,0	7,8	36,4	21,2	43,5	25,62
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	22	22	22	22	22	22	19	22
Moyenne pondérée par les parts de marché	162	7,1	2,8	18,1	4,0	5,8	1,1	0,88
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-2,2	-3,6	+0,6	-2,0	-8,3	+0,5	-5,0	-7,1

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	123	123	122	123	122	123	100	122
Minimum	199,00	10,0	1,0	14,1	0,0	4,9	0,0	0,45
Maximum	372,00	27,0	16,0	31,0	9,0	16,0	4,2	3,76
1er quartile	258,00	15,1	8,6	21,0	1,9	6,4	1,1	0,99
Mediane	273,00	16,6	9,4	23,0	2,5	7,3	1,5	1,10
3eme quartile	291,00	18,1	10,1	25,8	3,2	8,3	2,0	1,30
Moyenne	277,67	16,9	9,4	23,2	2,7	7,5	1,5	1,16
Ecart-type	26,58	2,8	1,7	3,3	1,4	1,7	0,8	0,36
Coefficient de variation en %	9,57	16,5	18,3	14,4	50,3	22,8	53,0	31,37
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	115	115	114	115	114	115	94	114
Moyenne pondérée par les parts de marché	270	16,1	9,5	23,0	3,0	7,5	1,3	1,10
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-2,8	-4,5	+1,0	-0,9	+12,0	+0,1	-17,0	-5,3

Feuilletes avec escargot	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	10	10	10	10	10	10	9	10
Minimum	261,00	12,9	8,3	20,8	0,6	5,6	1,1	0,72
Maximum	485,00	38,1	24,1	30,1	3,4	8,7	2,4	1,43
1er quartile	281,00	18,2	13,0	23,1	0,9	6,8	1,7	0,87
Mediane	420,00	30,7	18,1	26,5	1,2	7,6	1,8	1,25
3eme quartile	484,00	38,0	23,9	27,1	2,0	8,2	1,8	1,40
Moyenne	383,10	27,6	17,4	25,5	1,5	7,4	1,8	1,15
Ecart-type	96,31	9,8	5,8	3,0	0,9	1,0	0,3	0,28
Coefficient de variation en %	25,14	35,7	33,4	11,9	57,9	13,5	19,1	24,15
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	9	9	9	9	9	9	9	9
Moyenne pondérée par les parts de marché	346	23,4	14,9	26,2	1,9	6,8	1,6	1,09
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-9,8	-15,1	-14,1	+2,7	+26,4	-8,0	-10,4	-5,2

Feuilletes vegetariens	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	37	37	36	37	36	37	32	36
Minimum	242,00	11,5	1,1	20,0	0,6	3,7	0,0	0,70
Maximum	329,00	21,0	15,2	34,2	10,0	9,9	4,3	1,55
1er quartile	269,00	14,8	8,6	23,3	2,2	5,7	1,1	0,88
Mediane	283,00	16,9	10,0	25,8	2,9	6,3	1,4	1,00
3eme quartile	301,00	18,5	11,6	29,2	3,9	7,4	1,9	1,11
Moyenne	285,00	16,7	9,9	26,3	3,2	6,5	1,6	1,02
Ecart-type	22,23	2,5	2,6	3,8	1,7	1,4	0,8	0,19
Coefficient de variation en %	7,80	15,2	26,2	14,6	53,8	22,2	52,4	18,55
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	37	37	36	37	36	37	32	36
Moyenne pondérée par les parts de marché	284	16,4	9,9	27,2	2,9	6,3	1,4	1,02
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,3	-2,3	-0,0	+3,3	-9,8	-2,7	-8,1	+0,2

Croque monsieur	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	14	14	14	14	14	14	8	14
Minimum	157,00	5,2	2,5	15,0	0,2	5,6	0,7	0,89
Maximum	308,00	18,0	9,6	27,2	5,6	13,0	2,8	1,90
1er quartile	178,00	8,4	3,6	16,5	2,1	8,6	1,3	0,94
Mediane	183,00	9,3	6,6	18,6	2,6	9,4	1,7	1,06
3eme quartile	209,00	10,1	8,5	19,5	3,8	10,7	2,0	1,26
Moyenne	206,14	10,0	6,2	18,8	2,9	9,5	1,7	1,18
Ecart-type	45,57	3,5	2,3	3,6	1,7	1,8	0,6	0,33
Coefficient de variation en %	22,10	35,0	36,5	19,3	58,4	19,0	38,7	28,01
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	13	13	13	13	13	13	8	13
Moyenne pondérée par les parts de marché	198	8,8	5,3	19,9	2,9	9,0	1,4	1,24
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-4,0	-11,6	-15,7	+5,7	-0,9	-5,7	-16,9	+4,6

Burgers	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	41	42	39	42	39	42	29	39
Minimum	213,00	5,9	2,4	14,0	1,0	5,5	0,5	1,00
Maximum	278,00	16,0	6,0	28,2	8,0	15,0	2,9	1,71
1er quartile	240,00	10,0	4,5	21,7	3,0	12,0	1,8	1,20
Mediane	251,00	11,7	4,9	24,0	3,7	13,0	2,0	1,30
3eme quartile	263,00	13,0	5,4	25,2	4,6	14,0	2,2	1,40
Moyenne	249,46	11,5	4,8	23,4	4,0	12,6	1,9	1,31
Ecart-type	16,05	2,0	0,7	2,9	1,6	2,0	0,5	0,17
Coefficient de variation en %	6,44	17,2	14,9	12,6	40,2	15,7	27,0	13,34
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	40	41	39	41	39	41	29	39
Moyenne pondérée par les parts de marché	256	12,3	5,2	22,8	3,9	12,7	1,5	1,30
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+2,7	+7,5	+7,3	-2,5	-1,0	+0,9	-19,2	-0,5

Wraps et kebabs	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	16	16	15	16	15	16	13	15
Minimum	117,00	3,5	0,9	7,5	2,4	6,4	1,2	0,67
Maximum	253,00	12,5	7,2	29,7	6,6	13,0	4,0	1,51
1er quartile	165,50	4,3	1,2	19,0	2,7	7,8	1,9	0,94
Mediane	197,50	6,6	2,0	22,7	4,2	8,5	2,5	1,17
3eme quartile	227,00	11,0	4,0	26,0	5,1	10,1	2,9	1,31
Moyenne	194,38	7,4	2,7	21,6	4,2	9,0	2,5	1,16
Ecart-type	38,98	3,3	1,8	6,0	1,4	1,7	0,8	0,26
Coefficient de variation en %	20,06	44,5	65,9	27,9	33,2	19,4	31,9	22,36
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	15	15	14	15	14	15	12	14
Moyenne pondérée par les parts de marché	210	8,4	3,3	23,0	3,4	9,4	2,6	1,36
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+8,2	+12,7	+21,0	+6,2	-19,0	+4,8	+5,9	+17,5

Autres sandwiches	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres Alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif	24	24	24	24	24	24	23	24
Minimum	226,00	6,6	2,3	19,3	2,0	8,0	1,5	0,95
Maximum	300,00	15,5	9,8	33,5	10,5	13,5	3,5	1,95
1er quartile	246,50	10,5	4,4	26,2	3,7	9,3	1,6	1,15
Mediane	271,50	12,8	5,8	27,0	4,3	10,1	2,1	1,20
3eme quartile	281,50	14,0	7,4	28,9	6,5	11,5	2,5	1,48
Moyenne	265,29	12,2	5,9	27,6	5,2	10,3	2,2	1,31
Ecart-type	20,62	2,5	2,0	3,1	2,3	1,4	0,6	0,26
Coefficient de variation en %	7,77	20,8	34,3	11,2	43,9	13,8	25,8	19,65
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	23	23	23	23	23	23	22	23
Moyenne pondérée par les parts de marché	260	11,8	6,4	27,0	5,7	10,0	2,2	1,38
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-2,1	-2,8	+9,6	-2,0	+8,4	-2,3	+3,0	+5,6

<b>Baguettes et tartines garnies</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	14	14	14	14	14	14	11	14
Minimum	142,00	2,3	0,8	24,9	0,8	4,5	1,7	0,80
Maximum	311,00	15,6	6,7	31,3	8,3	12,0	2,5	1,50
1er quartile	207,00	5,3	1,8	29,6	3,2	8,1	2,0	1,10
Mediane	232,50	8,4	2,7	30,0	3,4	9,9	2,1	1,30
3eme quartile	299,00	13,9	4,5	30,0	3,7	11,0	2,5	1,40
Moyenne	244,29	9,4	3,2	29,6	3,5	9,4	2,2	1,24
Ecart-type	50,82	4,5	1,7	1,6	1,6	2,1	0,3	0,21
Coefficient de variation en %	20,80	47,9	53,8	5,3	46,0	22,4	12,9	16,93
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	12	12	12	12	12	12	9	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	245	9,8	3,3	29,4	3,3	9,3	2,1	1,17
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+0,5	+4,2	+4,4	-0,8	-7,0	-1,8	-3,1	-5,6

<b>Salades</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	14	14	14	14	14	14	13	14
Minimum	68,00	2,0	0,3	4,0	1,1	3,9	1,4	0,39
Maximum	178,00	9,4	2,6	21,0	5,9	9,3	4,3	0,85
1er quartile	135,00	4,0	0,6	13,1	2,4	4,6	1,6	0,57
Mediane	142,50	5,9	1,1	16,1	3,1	6,1	2,1	0,70
3eme quartile	162,00	7,7	2,1	18,6	4,0	7,0	2,9	0,75
Moyenne	141,93	5,9	1,3	15,1	3,2	6,0	2,4	0,67
Ecart-type	30,91	2,4	0,8	4,8	1,3	1,6	1,0	0,13
Coefficient de variation en %	21,78	41,4	64,0	31,7	41,7	27,0	41,6	19,56
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	14	14	14	14	14	14	13	14
Moyenne pondérée par les parts de marché	142	5,2	1,2	16,3	3,1	6,5	2,3	0,69
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,1	-12,2	-6,0	+7,7	-1,7	+7,7	-4,4	+2,5

<b>Aumonieres aperitives</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	13	13	13	13	13	13	11	13
Minimum	184,00	9,4	1,8	11,9	0,1	4,4	0,9	0,78
Maximum	349,00	22,8	10,4	31,3	13,0	11,0	3,7	1,30
1er quartile	227,00	14,0	4,6	13,1	2,2	7,8	1,9	1,03
Mediane	249,00	18,0	6,7	14,0	3,0	9,3	2,4	1,13
3eme quartile	282,00	19,3	7,6	16,8	3,2	9,5	3,3	1,20
Moyenne	258,08	17,2	6,0	16,0	3,6	8,7	2,4	1,12
Ecart-type	45,04	4,2	2,4	5,1	3,4	1,7	0,8	0,14
Coefficient de variation en %	17,45	24,6	40,2	31,7	95,6	19,9	34,0	12,91
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	12	12	12	12	12	12	11	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	266	18,2	6,8	16,7	4,5	8,0	2,1	1,04
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+3,1	+5,9	+13,1	+4,3	+27,8	-8,3	-13,8	-6,9

<b>Choux et gougeres</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	8	8	8	8	8	8	7	8
Minimum	304,00	23,0	13,0	10,4	0,4	9,4	0,7	1,06
Maximum	381,00	26,9	18,4	23,4	4,2	15,9	1,7	2,36
1er quartile	346,50	23,6	13,2	16,8	0,7	13,2	1,2	1,10
Mediane	357,00	24,6	14,5	21,0	1,0	13,7	1,2	1,16
3eme quartile	370,00	25,4	16,5	22,1	1,7	14,5	1,6	1,40
Moyenne	354,00	24,6	14,9	19,2	1,4	13,5	1,3	1,34
Ecart-type	24,19	1,3	2,0	4,6	1,2	1,9	0,3	0,44
Coefficient de variation en %	6,83	5,4	13,4	23,9	87,2	14,1	25,6	32,57
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	8	8	8	8	8	8	7	8
Moyenne pondérée par les parts de marché	371	24,9	14,2	21,4	0,8	14,6	1,4	1,21
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	+4,8	+1,2	-4,8	+11,7	-41,2	+8,5	+6,0	-9,5

<b>Pains surprises et canapes aperitifs</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	35	35	35	35	35	35	30	35
Minimum	195,00	5,3	2,6	11,0	1,9	7,1	2,1	0,50
Maximum	297,00	16,2	9,6	39,7	11,0	13,0	4,9	1,60
1er quartile	230,00	9,5	4,1	20,8	5,2	8,4	2,7	1,20
Mediane	246,00	11,0	4,9	23,2	6,4	9,2	3,0	1,30
3eme quartile	257,00	13,2	6,2	30,0	7,9	10,0	3,5	1,47
Moyenne	245,07	11,3	5,2	25,1	6,5	9,3	3,2	1,30
Ecart-type	24,34	2,8	1,6	6,2	2,1	1,2	0,8	0,22
Coefficient de variation en %	9,93	24,4	31,0	24,9	33,2	12,5	23,6	16,99
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	32	32	32	32	32	32	27	32
Moyenne pondérée par les parts de marché	244	11,1	5,0	25,5	7,8	9,4	3,5	1,34
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,3	-2,3	-4,2	+1,7	+20,7	+1,0	+7,5	+3,1

<b>Verrines apéritives</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	8	8	8	8	8	8	7	8
Minimum	144,00	11,0	2,7	3,0	1,3	5,1	1,4	0,70
Maximum	256,00	19,1	10,0	14,5	8,9	15,5	2,5	1,71
1er quartile	193,00	13,8	4,9	3,9	3,2	5,3	1,4	0,76
Mediane	198,00	16,0	7,0	5,8	4,9	6,8	2,1	0,86
3eme quartile	217,50	17,0	7,9	10,3	7,7	7,9	2,5	1,05
Moyenne	202,13	15,5	6,5	7,2	5,2	7,6	2,0	0,97
Ecart-type	31,65	2,5	2,3	4,1	2,7	3,4	0,5	0,33
Coefficient de variation en %	15,66	16,4	35,0	56,7	52,0	45,0	23,0	34,09
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	8	8	8	8	8	8	7	8
Moyenne pondérée par les parts de marché	199	14,8	6,9	9,4	6,6	6,0	2,1	0,84
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-1,7	-4,1	+6,2	+30,6	+26,5	-21,2	+3,6	-13,4

<b>Assortiments et autres apéritifs</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif	31	31	31	31	31	31	26	31
Minimum	86,00	5,3	0,8	5,3	1,4	2,0	0,3	0,30
Maximum	424,00	32,4	21,1	50,2	39,1	18,5	9,5	1,66
1er quartile	250,00	14,4	5,2	17,0	2,9	7,0	1,6	0,57
Mediane	279,00	18,1	7,5	22,4	5,6	8,4	2,1	1,08
3eme quartile	357,00	20,9	10,3	28,0	12,9	11,0	2,9	1,27
Moyenne	293,87	18,0	7,9	22,8	10,4	9,0	2,9	1,00
Ecart-type	72,82	6,1	4,1	10,8	11,1	3,6	2,4	0,38
Coefficient de variation en %	24,78	33,7	51,7	47,3	106,6	39,7	82,4	37,67
its affectés à une part de marché (pour le calcul de la mc	29	29	29	29	29	29	26	29
Moyenne pondérée par les parts de marché	238	14,1	5,5	17,7	7,5	8,9	2,6	0,90
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-19,1	-21,6	-30,9	-22,5	-28,4	-0,4	-8,7	-10,8

### Annexe 3 : Etude du pourcentage de pâte au sein des familles de snacking surgelé pertinentes

Le tableau ci-dessous présente le pourcentage de pâte moyen par famille de pizzas, tartes, crêpes et feuilletés, ainsi que l'effectif de produits étiquetant celui-ci pour chaque famille (accompagné du pourcentage de produits représenté à l'échelle de la famille considérée).

<b>Famille de produits</b>	<b>Effectif (%) de produits 2015 étiquetant le % de pâte</b>	<b>% moyen de pâte pour les produits de 2015 pour lesquels l'information est disponible</b>
Pizzas jambon fromage	54 (61%)	47,0%
Pizzas charcuterie	29 (60%)	46,4%
Pizzas viandes type bolognaise	20 (65%)	46,8%
Pizzas viandes autres	16 (80%)	47,2%
Pizzas produits de la mer	24 (63%)	42,6%
Pizzas fromages	70 (59%)	48,0%
Pizzas type margarita	14 (42%)	49,6%
Pizzas legumes	4 (25%)	42,3%
Quiches lorraines	26 (81%)	33,5%
Tartes avec viande ou poisson	56 (62%)	42,1%
Tartes aux fromages	19 (86%)	37,3%
Tartes aux legumes	55 (83%)	34,2%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	50 (75%)	43,9%
Crepes et galettes vegetariennes	14 (58%)	42,1%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	94 (76%)	54,3%
Feuilletes avec escargot	9 (90%)	51,1%
Feuilletes vegetariens	28 (76%)	55,3%

## Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : différences entre segments de marché

L'étude de la composition nutritionnelle par segment des familles suivantes n'a mis en évidence aucune différence significative : Pizzas charcuterie – Pizzas viandes autres – Pizzas produits de la mer – Pizzas légumes – Quiches lorraines – Tartes aux fromages – Tartes aux légumes – Cakes salés avec viande ou poisson – Cakes salés végétariens – Crêpes et galettes végétariennes – Feuilletés avec escargot – Feuilletés végétariens – Croque-monsieur – Burgers – Wraps et kebabs – Autres sandwichs – Baguettes et tartines garnies – Salades – Aumônières apéritives – Choux et gougères – Pains surprises et canapés apéritifs – Verrines apéritives – Assortiments et autres apéritifs.

Pizzas charcuterie	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,16688	13	231	20	11	247	20	16	230	20				7	232	25	47	234
Matières grasses	0,49912	13	9,4	2,2	11	10,8	2,2	16	9,5	2,7				7	9,5	3,1	47	9,8
Acides gras saturés	0,44936	12	4,5	1,4	11	4,2	0,8	16	3,8	0,9				7	3,6	1,0	46	4,1
Glucides	0,5411	13	25,1	3,6	11	26,9	2,3	16	25,6	3,0				7	26,3	2,6	47	25,9
Sucres	0,40987	12	3,4	1,1	11	3,7	1,6	16	3,9	1,3				7	3,2	0,9	46	3,6
Protéines	0,45352	13	10,2	1,6	11	9,6	0,9	16	9,5	1,6				7	9,1	1,0	47	9,6
Fibres alimentaires	0,02185	12	2,4	0,4	8	1,8	0,3	15	2,1	0,6				2	2,8	0,5	37	2,2
Sel	0,99284	12	1,33	0,26	11	1,31	0,21	16	1,28	0,19				7	1,32	0,25	46	1,31

N=effectif ; ET=écart-type.

Pizzas viandes autres	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,18655	3	214	14	6	212	13	8	200	24				3	182	8	20	203
Matières grasses	0,4644	3	7,6	2,4	6	7,0	1,3	8	5,9	2,7				3	4,9	1,7	20	6,3
Acides gras saturés	0,29972	3	3,2	0,7	6	2,9	0,7	8	2,5	1,3				3	2,0	0,9	20	2,7
Glucides	0,87511	3	24,7	4,3	6	25,7	2,8	8	25,6	1,6				3	25,1	1,6	20	25,4
Sucres	0,34165	3	5,9	4,8	6	3,2	1,0	8	3,5	1,5				3	4,5	0,8	20	3,9
Protéines	0,03183	3	10,2	1,1	6	10,6	0,6	8	9,8	1,2				3	8,4	0,3	20	9,9
Fibres alimentaires	0,05377	3	3,2	0,6	6	1,9	0,5	8	2,4	0,6				2	1,6	1,2	19	2,3
Sel	0,10929	3	1,03	0,16	6	1,27	0,18	8	1,03	0,25				3	0,95	0,09	20	1,09

N=effectif ; ET=écart-type.

Pizzas produits de la mer	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,85381	8	228	2,2	6	225	3,1	18	222	1,8				6	231	2,7	38	225
Matières grasses	0,78201	8	9,2	2,1	6	9,7	3,8	18	9,2	2,6				6	10,5	3,3	38	9,5
Acides gras saturés	0,33546	8	3,7	0,9	6	3,0	0,8	18	2,8	1,1				6	3,0	0,5	38	3,1
Glucides	0,5948	8	24,2	2,8	6	23,9	3,2	18	24,3	2,7				6	22,7	0,8	38	24,0
Sucres	0,49086	8	3,4	1,5	6	3,1	1,2	18	3,7	0,9				6	3,1	1,9	38	3,5
Protéines	0,00699	8	11,0	0,5	6	9,7	0,7	18	9,7	0,9				6	10,4	0,7	38	10,0
Fibres alimentaires	0,31208	8	2,0	0,5	4	1,6	0,3	15	2,1	0,6				1	2,0		28	2,0
Sel	0,2505	8	1,04	0,18	6	1,04	0,11	18	1,15	0,20				6	1,22	0,16	38	1,12

N=effectif ; ET=écart-type.

Pizzas légumes	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,32144	8	221	1,9	4	236	3,9	4	205	3,3							16	221
Matières grasses	0,072	8	8,7	1,3	4	11,2	1,8	4	7,5	2,9							16	9,0
Acides gras saturés	0,3999	8	2,9	1,0	4	3,7	1,3	4	3,6	2,2							16	3,3
Glucides	0,28538	8	25,8	3,8	4	24,0	4,7	4	24,5	1,8							16	25,0
Sucres	0,05322	8	3,8	1,2	4	2,4	0,9	4	3,3	0,8							16	3,3
Protéines	0,53082	8	8,1	1,0	4	8,3	2,5	4	8,6	1,2							16	8,3
Fibres alimentaires	0,8649	8	3,0	1,2				4	2,6	0,3							12	2,9
Sel	0,06474	8	1,13	0,35	4	1,05	0,06	4	0,83	0,09							16	1,04

N=effectif ; ET=écart-type.

Quiches lorraines	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,01339	9	248	14	3	266	8	18	236	12				2	240	13	32	242
Matières grasses	0,05482	9	14,8	2,0	3	15,9	1,2	18	12,9	2,0				2	13,8	2,7	32	13,8
Acides gras saturés	0,1392	9	6,6	2,8	3	8,6	0,7	18	5,4	2,1				2	6,5	2,0	32	6,1
Glucides	0,48224	9	19,5	2,2	3	20,5	3,0	18	21,0	2,2				2	20,2	4,1	32	20,5
Sucres	0,08072	9	2,9	0,4	3	1,2	0,2	18	2,8	1,1				2	3,2	0,8	32	2,7
Protéines	0,08684	9	9,3	0,5	3	9,8	0,7	18	8,8	0,7				2	8,2	1,8	32	9,0
Fibres alimentaires	0,04264	9	0,7	0,1	3	0,8	0,1	11	1,2	0,7				1	0,5		24	1,0
Sel	0,14097	9	1,09	0,20	3	0,91	0,08	18	0,97	0,14				2	1,15	0,07	32	1,01

N=effectif ; ET=écart-type.

Tartes aux fromages	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,1221	7	280	22				10	260	26				5	279	16	22	271
Matières grasses	0,08059	7	17,0	1,7				10	14,4	2,2				5	16,1	1,9	22	15,6
Acides gras saturés	0,08406	7	9,3	2,5				10	5,8	3,4				3	8,0	1,9	20	7,3
Glucides	0,07757	7	20,1	1,8				10	20,9	1,2				5	23,0	2,4	22	21,1
Sucres	0,95814	7	3,1	1,5				10	2,9	1,2				3	2,9	0,9	20	2,9
Protéines	0,7559	7	10,8	1,8				10	11,3	2,1				5	9,9	2,2	22	10,8
Fibres alimentaires	0,38977	7	1,7	1,0				8	1,2	0,7				2	1,0	0,4	17	1,3
Sel	0,80714	7	0,95	0,40				10	0,92	0,39				3	0,87	0,15	20	0,92

N=effectif ; ET=écart-type.

Tartes aux légumes	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,31035	29	220	25	4	239	27	28	219	19				5	236	25	66	222
Matières grasses	0,06355	29	12,9	2,9	4	13,8	2,7	28	11,8	2,3				5	14,1	2,5	66	12,6
Acides gras saturés	0,02689	29	6,2	2,3	4	7,9	1,8	28	5,1	2,3				5	7,0	1,3	66	5,9
Glucides	0,14868	29	19,9	3,2	4	20,9	1,3	28	21,4	2,4				5	21,8	2,6	66	20,8
Sucres	0,18055	29	3,2	1,4	4	2,0	0,2	28	3,1	1,5				5	2,8	1,1	66	3,1
Protéines	0,00377	29	5,1	1,3	4	7,1	0,7	28	6,1	1,2				5	5,1	0,7	66	5,6
Fibres alimentaires	0,06317	29	1,9	0,8	4	1,3	0,1	20	1,7	0,9				3	1,0	0,3	56	1,7
Sel	0,53341	29	0,96	0,23	4	0,87	0,02	28	0,92	0,22				5	0,92	0,03	66	0,94

N=effectif ; ET=écart-type.

Cakes sales avec viande ou poisson	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,61733	5	289	14	2	270	39	2	315	42				1	277		10	289
Matières grasses	0,16826	5	18,3	1,9	2	15,2	4,7	2	22,0	2,8				1	19,4		10	18,5
Acides gras saturés	0,22478	5	5,2	0,5	2	3,7	0,6	2	4,5	2,3				1	6,4		10	4,9
Glucides	0,13245	5	18,4	2,6	2	22,2	2,3	2	16,0	4,2				1	12,5		10	18,1
Sucres	0,09012	5	2,2	0,4	2	1,2	0,8	2	1,6	0,0				1	1,6		10	1,8
Protéines	0,31509	5	12,2	1,5	2	10,5	1,6	2	12,5	0,7				1	12,0		10	11,9
Fibres alimentaires	0,90456	5	1,3	0,4	2	1,4	0,1	1	1,3								8	1,3
Sel	0,4639	5	1,43	0,35	2	1,31	0,05	2	1,45	0,64				1	2,00		10	1,47

N=effectif ; ET=écart-type.

Cakes sales végétariens	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,56615	5	306	41	1	298		3	321	28							9	310
Matières grasses	0,4306	5	20,2	4,4	1	18,7		3	22,3	1,2							9	20,8
Acides gras saturés	0,19218	5	6,6	1,4	1	4,3		3	6,9	0,7							9	6,4
Glucides	0,2475	5	19,2	2,4	1	23,9		3	18,0	3,5							9	19,3
Sucres	0,11621	5	3,5	0,7	1	2,3		3	2,6	0,6							9	3,1
Protéines	0,23543	5	10,9	0,4	1	7,8		3	11,3	1,2							9	10,7
Fibres alimentaires	0,92648	5	1,8	0,7	1	1,5		1	1,5								7	1,7
Sel	0,66211	5	1,73	0,53	1	1,30		3	1,40	0,35							9	1,57

N=effectif ; ET=écart-type.



Crepes et galettes vegetariennes	P Kruskal-Wallis (α=0,00625)	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur energetique kcal	0,23023	7	168	37	2	189	16	13	158	16				2	182	12	24	165
Matieres grasses	0,15363	7	7,7	4,1	2	10,1	0,4	13	6,6	1,2				2	8,3	1,1	24	7,3
Acides gras satures	0,0706	7	3,5	2,3	2	5,2	1,2	13	2,0	0,9				2	3,4	1,7	24	2,8
Glucides	0,07473	7	17,8	1,2	2	17,4	2,1	13	18,8	1,3				2	20,2	0,3	24	18,5
Sucres	0,12474	7	5,3	2,2	2	4,5	2,3	13	3,7	0,9				2	5,2	0,3	24	4,4
Proteines	0,30157	7	6,1	1,2	2	7,1	0,6	13	5,4	1,3				2	6,2	0,4	24	5,8
Fibres alimentaires	0,56543	7	1,4	0,6	2	1,0	0,4	10	1,2	0,6				2	0,9	0,0	21	1,2
Sel	0,04554	7	0,76	0,15	2	1,01	0,01	13	0,99	0,24				2	1,31	0,16	24	0,95

N=effectif ; ET=écart-type.

Feuilletes avec escargot	P Kruskal-Wallis (α=0,00625)	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur energetique kcal	0,56913	5	349	97				3	410	129				2	428	11	10	383
Matieres grasses	0,81923	5	24,72	9,52				3	29,67	14,52				2	31,45	2,19	10	27,6
Acides gras satures	0,62264	5	15,94	5,32				3	18,80	9,09				2	18,70	1,84	10	17,4
Glucides	0,0497	5	23,32	2,59				3	28,07	1,76				2	27,00	1,41	10	25,5
Sucres	0,69405	5	1,40	0,72				3	1,93	1,27				2	1,00	0,42	10	1,5
Proteines	0,11847	5	7,28	0,91				3	6,87	1,10				2	8,45	0,35	10	7,4
Fibres alimentaires	0,18147	5	1,90	0,30				3	1,50	0,35				1	1,80		9	1,8
Sel	0,39134	5	1,03	0,29				3	1,23	0,32				2	1,34	0,05	10	1,15

N=effectif ; ET=écart-type.

Feuilletes vegetariens	P Kruskal-Wallis (α=0,00625)	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur energetique kcal	0,37004	16	291	23	4	272	8	10	286	23	2	271	27	5	282	27	37	285
Matieres grasses	0,08039	16	17,8	2,1	4	15,2	1,0	10	16,5	2,3	2	13,0	1,4	5	16,5	3,8	37	16,7
Acides gras satures	0,04199	16	10,2	3,2	4	8,3	0,5	10	10,7	1,2	2	6,8	1,8	4	10,3	3,2	36	9,9
Glucides	0,19643	16	24,9	3,1	4	27,5	4,7	10	26,8	3,9	2	32,0	1,4	5	26,7	4,4	37	26,3
Sucres	0,4662	16	3,1	2,2	4	2,8	0,3	10	3,8	1,5	2	3,1	0,6	4	2,9	1,4	36	3,2
Proteines	0,17358	16	6,8	1,4	4	5,5	0,9	10	7,0	1,5	2	5,3	1,1	5	5,8	1,3	37	6,5
Fibres alimentaires	0,72945	16	1,7	1,0	2	1,2	0,3	9	1,6	0,6	2	1,2	0,5	3	1,3	0,5	32	1,6
Sel	0,2144	16	0,95	0,15	4	1,28	0,27	10	1,01	0,17	2	1,00	0,14	4	1,07	0,14	36	1,02

N=effectif ; ET=écart-type.

Croque monsieur	P Kruskal-Wallis (α=0,00625)	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur energetique kcal	0,23161	7	223	60	2	206	4	3	179	2				2	190	18	14	206
Matieres grasses	0,50693	7	11,2	4,7	2	9,8	0,5	3	8,5	1,1				2	8,3	1,6	14	10,0
Acides gras satures	0,33476	7	5,9	2,4	2	8,7	0,3	3	5,5	1,6				2	6,1	3,5	14	6,2
Glucides	0,07285	7	20,4	4,3	2	19,4	0,2	3	15,5	0,9				2	17,5	1,4	14	18,8
Sucres	0,25839	7	2,9	1,5	2	1,2	1,3	3	3,6	1,7				2	3,6	2,9	14	2,9
Proteines	0,77318	7	9,3	2,5	2	9,4	0,1	3	9,6	1,0				2	10,5	0,3	14	9,5
Fibres alimentaires	0,82624	7	1,7	0,7				1	1,8								8	1,7
Sel	0,03628	7	1,41	0,33	2	0,96	0,09	3	0,93	0,02				2	1,00	0,13	14	1,18

N=effectif ; ET=écart-type.

Burgers	P Kruskal-Wallis (α=0,00625)	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur energetique kcal	0,19385	6	254	8	4	257	22	20	244	14	2	266	18	9	251	19	41	249
Matieres grasses	0,03273	6	10,7	1,0	4	13,1	0,9	21	10,9	2,1	2	13,5	0,7	9	12,1	2,0	42	11,5
Acides gras satures	0,08729	6	5,1	0,6	4	5,4	0,4	21	4,6	0,7	2	5,3	0,3	6	4,9	0,8	39	4,8
Glucides	0,36659	6	25,4	2,6	4	21,0	4,8	21	23,3	2,5	2	22,5	2,1	9	23,4	3,0	42	23,4
Sucres	0,49016	6	5,3	2,3	4	3,3	1,5	21	3,9	1,3	2	4,4	3,0	6	3,3	0,7	39	4,0
Proteines	0,48302	6	13,1	1,4	4	13,3	2,7	21	12,7	1,9	2	13,0	0,0	9	11,8	2,5	42	12,6
Fibres alimentaires	0,01694	6	1,9	0,3	4	1,2	0,3	17	2,1	0,3				2	1,5	1,3	29	1,9
Sel	0,19298	6	1,24	0,24	4	1,22	0,16	21	1,36	0,17	2	1,35	0,07	6	1,25	0,11	39	1,31

N=effectif ; ET=écart-type.

Wraps et kebabs	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,19074	6	186	37	6	217	20							4	172	53	16	194
Matières grasses	0,69199	6	6,4	2,8	6	8,2	3,0							4	7,9	4,8	16	7,4
Acides gras saturés	0,7084	6	2,8	2,6	6	2,7	1,1							3	2,7	1,7	15	2,7
Glucides	0,01807	6	21,3	3,8	6	26,2	2,4							4	15,4	7,3	16	21,6
Sucres	0,0334	6	3,0	0,4	6	4,7	1,3							3	5,4	1,0	15	4,2
Protéines	0,39887	6	9,6	1,9	6	8,3	0,9							4	9,1	2,5	16	9,0
Fibres alimentaires	0,93796	6	2,6	0,9	4	2,4	0,5							3	2,4	1,2	13	2,5
Sel	0,01455	6	0,92	0,18	6	1,34	0,14							3	1,25	0,23	15	1,16

N=effectif ; ET=écart-type.

Autres sandwiches	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,43066	10	271	23	13	261	19	1	269								24	265
Matières grasses	0,66592	10	12,2	2,6	13	12,1	2,6	1	14,00								24	12,2
Acides gras saturés	0,02473	10	4,7	1,5	13	6,6	1,8	1	9,20								24	5,9
Glucides	0,11116	10	28,7	4,4	13	26,7	1,3	1	27,00								24	27,6
Sucres	0,19065	10	4,3	2,0	13	5,9	2,4	1	5,50								24	5,2
Protéines	0,38456	10	10,6	1,5	13	10,1	1,3	1	8,80								24	10,3
Fibres alimentaires	0,70774	10	2,1	0,4	13	2,2	0,7										23	2,2
Sel	0,14789	10	1,25	0,28	13	1,37	0,24	1	1,10								24	1,31

N=effectif ; ET=écart-type.

Baguettes et tartines garnies	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,12095	10	262	44	3	198	48							1	205		14	244
Matières grasses	0,1509	10	10,8	4,3	3	6,1	3,4							1	5,0		14	9,4
Acides gras saturés	0,37101	10	3,7	1,8	3	1,8	0,9							1	2,7		14	3,2
Glucides	0,08364	10	30,3	0,6	3	28,0	2,7							1	28,3		14	29,6
Sucres	0,22742	10	3,1	1,0	3	3,4	0,1							1	8,3		14	3,5
Protéines	0,03522	10	10,2	1,5	3	6,6	1,8							1	10,5		14	9,4
Fibres alimentaires	0,10642	10	2,2	0,2	1	1,7											11	2,2
Sel	0,70089	10	1,27	0,19	3	1,17	0,32							1	1,19		14	1,24

N=effectif ; ET=écart-type.

Salades	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,38526	13	142	32										1	135		14	142
Matières grasses	0,70951	13	5,9	2,5										1	5,1		14	5,9
Acides gras saturés	0,70797	13	1,3	0,8										1	0,9		14	1,3
Glucides	0,61941	13	15,2	5,0										1	14,5		14	15,1
Sucres	0,45576	13	3,2	1,4										1	2,4		14	3,2
Protéines	0,38526	13	6,0	1,7										1	7,0		14	6,0
Fibres alimentaires		13	2,4	1,0													13	2,4
Sel		13	0,67	0,14										1	0,70		14	0,67

N=effectif ; ET=écart-type.

Aumonnières apéritives	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,45065	9	250	46				2	282	37				2	272	59	13	258
Matières grasses	0,46678	9	16,1	4,3				2	20,0	2,8				2	19,5	4,7	13	17,2
Acides gras saturés	0,956	9	5,8	2,9				2	6,2	0,8				2	6,8	0,1	13	6,0
Glucides	0,78479	9	16,8	6,0				2	14,5	0,7				2	13,8	1,8	13	16,0
Sucres	0,0936	9	4,4	3,7				2	3,0	0,3				2	0,2	0,2	13	3,6
Protéines	0,70695	9	8,5	1,9				2	9,4	0,1				2	9,2	2,5	13	8,7
Fibres alimentaires	0,19282	9	2,2	0,8				2	3,1	0,9							11	2,4
Sel	0,59893	9	1,09	0,15				2	1,20	0,14				2	1,14	0,16	13	1,12

N=effectif ; ET=écart-type.

Choux et gougères	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,86684	6	352	28				2	360	6							8	354
Matières grasses	0,09558	6	25,0	1,3				2	23,5	0,7							8	24,6
Acides gras saturés	0,24053	6	15,4	2,1				2	13,5	0,7							8	14,9
Glucides	0,50243	6	18,2	5,0				2	22,0	0,0							8	19,2
Sucres	0,86684	6	1,5	1,4				2	1,3	0,5							8	1,4
Protéines	0,18242	6	13,2	2,1				2	14,5	0,7							8	13,5
Fibres alimentaires	0,60385	6	1,3	0,4				1	1,2								7	1,3
Sel	1	6	1,39	0,50				2	1,20	0,14							8	1,34

N=effectif ; ET=écart-type.

Pains surprises et canapés aperitifs	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,37426	18	243	25				13	251	24				4	237	22	35	245
Matières grasses	0,57022	18	11,7	2,8				13	11,1	2,3				4	10,4	4,5	35	11,3
Acides gras saturés	0,24361	18	5,6	1,7				13	4,8	1,3				4	4,7	2,2	35	5,2
Glucides	0,40764	18	23,7	6,2				13	26,8	6,6				4	25,8	5,2	35	25,1
Sucres	0,84806	18	6,4	2,3				13	6,7	2,1				4	6,0	1,9	35	6,5
Protéines	0,64476	18	9,4	1,3				13	9,3	1,0				4	8,8	0,9	35	9,3
Fibres alimentaires	0,59562	18	3,2	0,7				12	3,3	0,8							30	3,2
Sel	0,57333	18	1,28	0,20				13	1,31	0,28				4	1,34	0,12	35	1,30

N=effectif ; ET=écart-type.

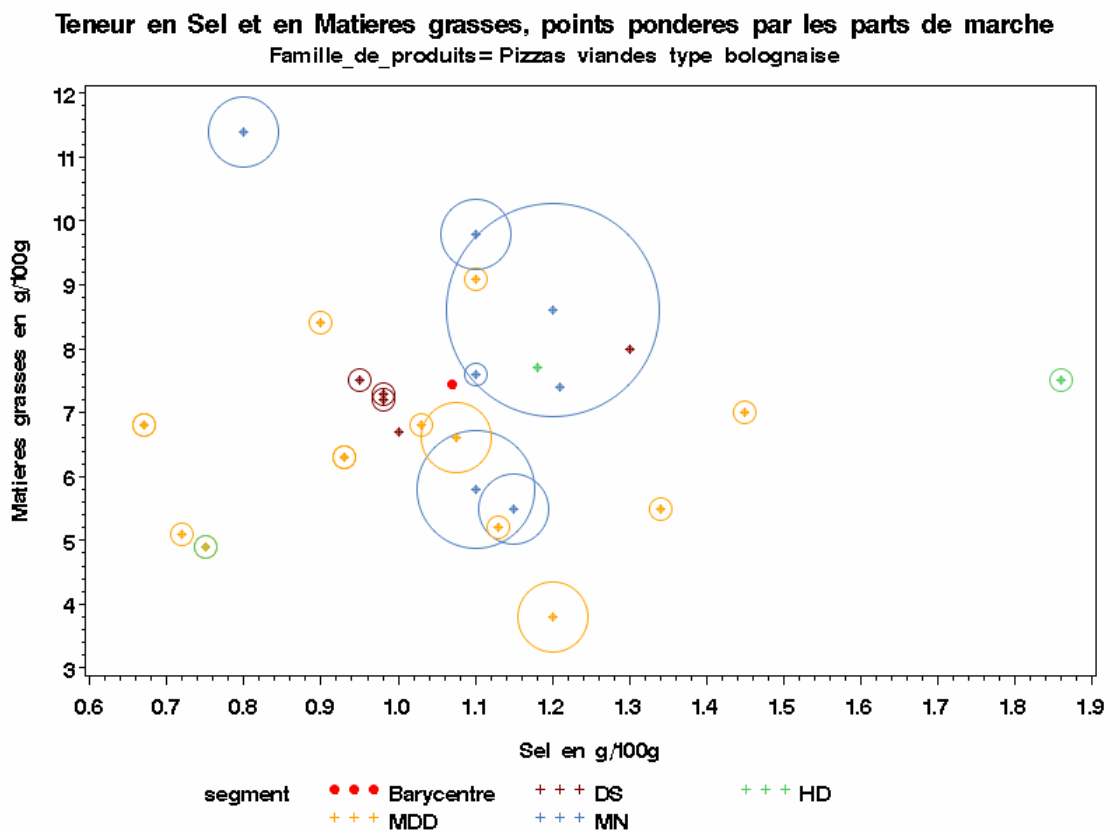
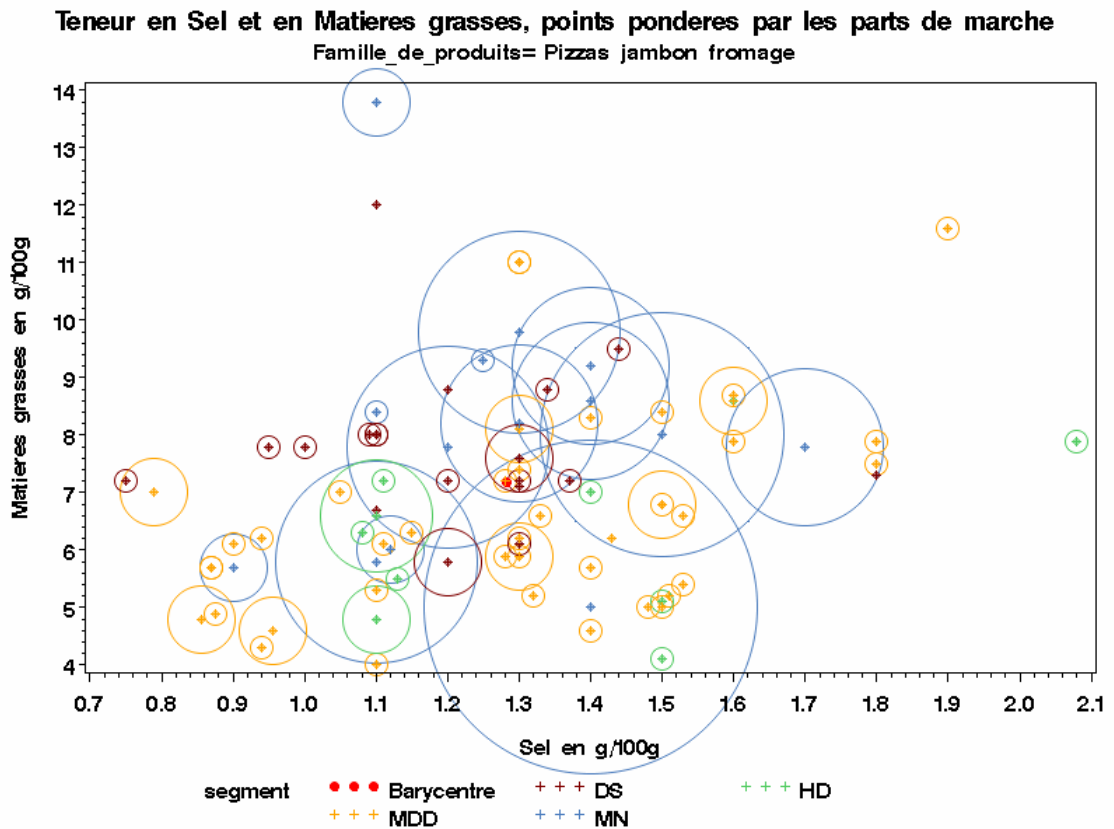
Verrines aperitives	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,68253	4	189	33				3	220	33				1	200		8	202
Matières grasses	0,12577	4	13,8	2,3				3	17,2	1,9				1	17,0		8	15,5
Acides gras saturés	0,20106	4	5,5	2,3				3	6,8	1,4				1	10,0		8	6,5
Glucides	0,90108	4	7,0	3,9				3	8,1	5,7				1	5,4		8	7,2
Sucres	0,95255	4	5,0	3,6				3	5,6	2,5				1	5,0		8	5,2
Protéines	0,3114	4	8,6	4,6				3	7,0	1,6				1	5,1		8	7,6
Fibres alimentaires	0,14603	4	1,8	0,4				3	2,3	0,3							7	2,0
Sel	0,9726	4	1,05	0,46				3	0,89	0,19				1	0,86		8	0,97

N=effectif ; ET=écart-type.

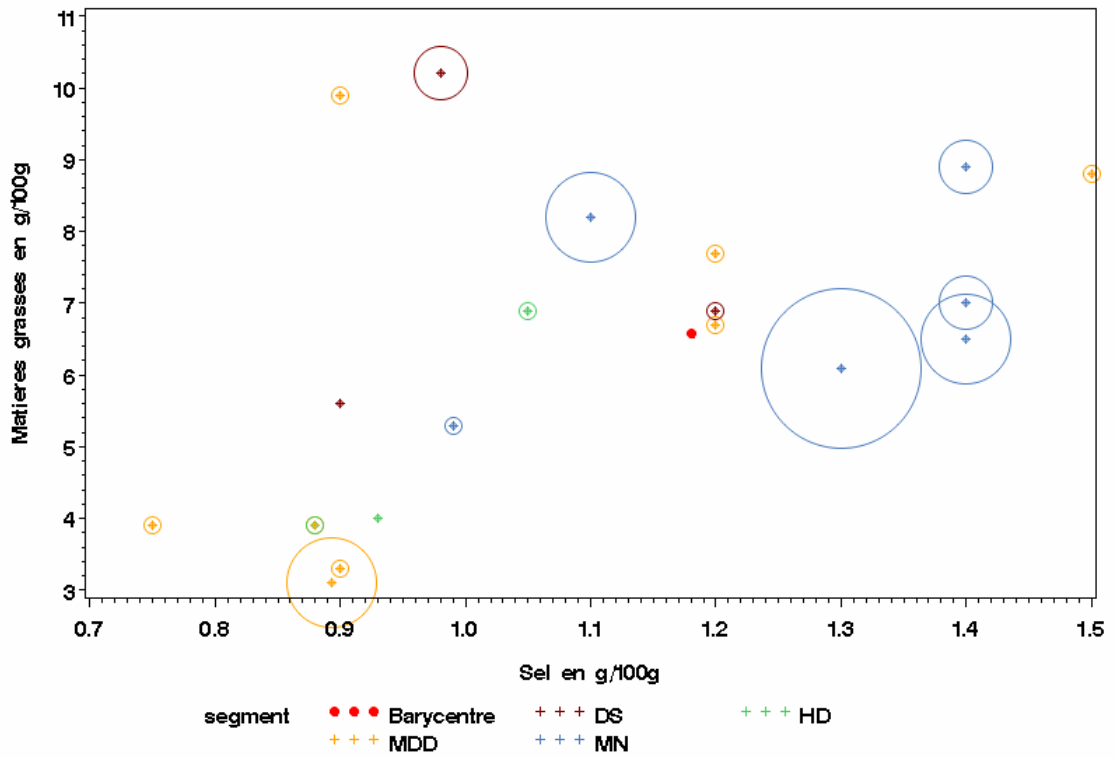
Assortiments et autres aperitifs	P Kruskal-Wallis ( $\alpha=0,00625$ )	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard-Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique kcal	0,90979	22	293	75	5	293	97	3	300	33				1	297		31	294
Matières grasses	0,47311	22	18,6	6,5	5	14,3	4,7	3	19,7	3,7				1	17,6		31	18,0
Acides gras saturés	0,36296	22	8,1	4,6	5	5,8	1,9	3	10,0	2,6				1	8,3		31	7,9
Glucides	0,31226	22	20,6	9,7	5	32,3	14,8	3	21,5	5,6				1	28,1		31	22,8
Sucres	0,84875	22	10,4	10,6	5	14,7	16,8	3	5,6	3,2				1	3,7		31	10,4
Protéines	0,53791	22	9,5	4,0	5	7,8	1,5	3	8,1	3,0				1	5,8		31	9,0
Fibres alimentaires	0,26153	22	3,1	2,5	2	1,6	0,0	2	1,6	0,6							26	2,9
Sel	0,25346	22	0,96	0,38	5	0,95	0,45	3	1,33	0,12				1	1,27		31	1,00

N=effectif ; ET=écart-type.

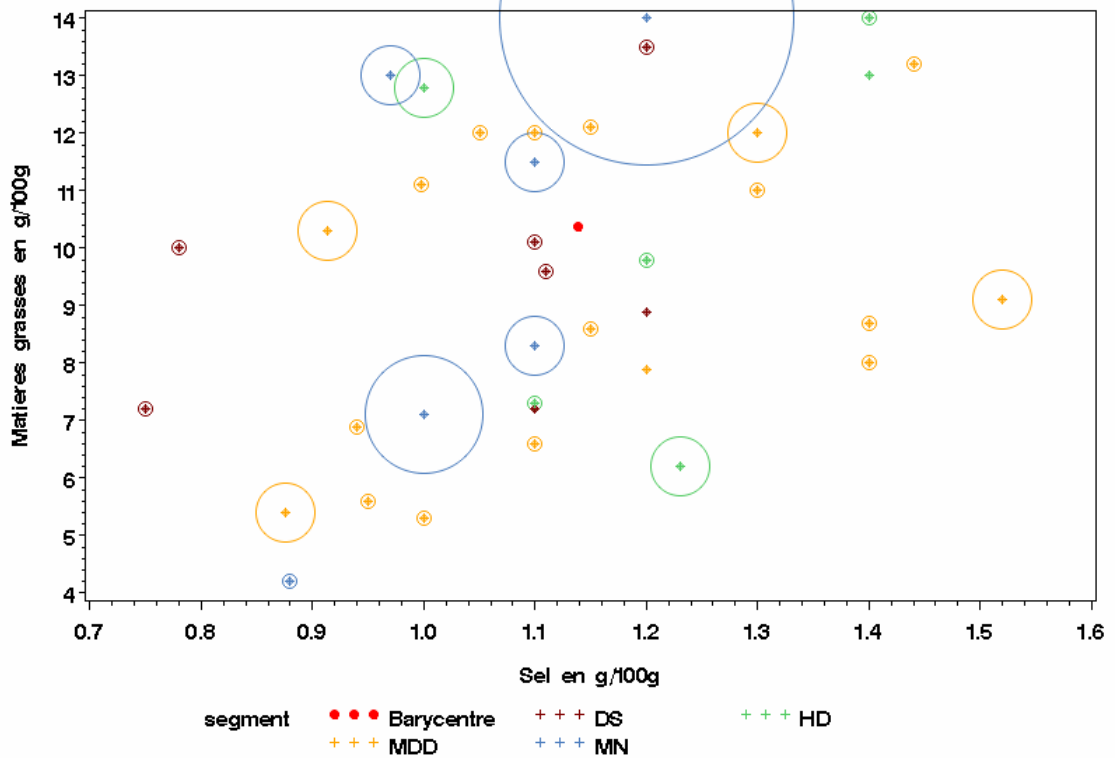
## Annexe 5 : Cartographies par famille de produits



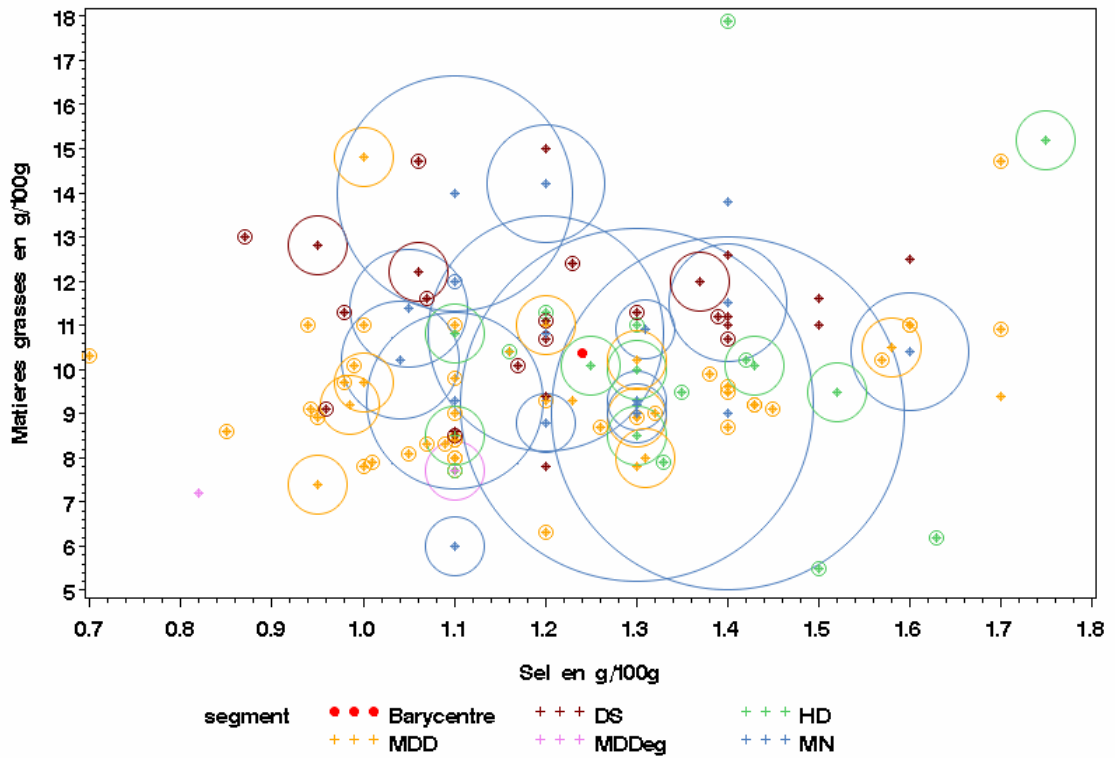
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Pizzas viandes autres



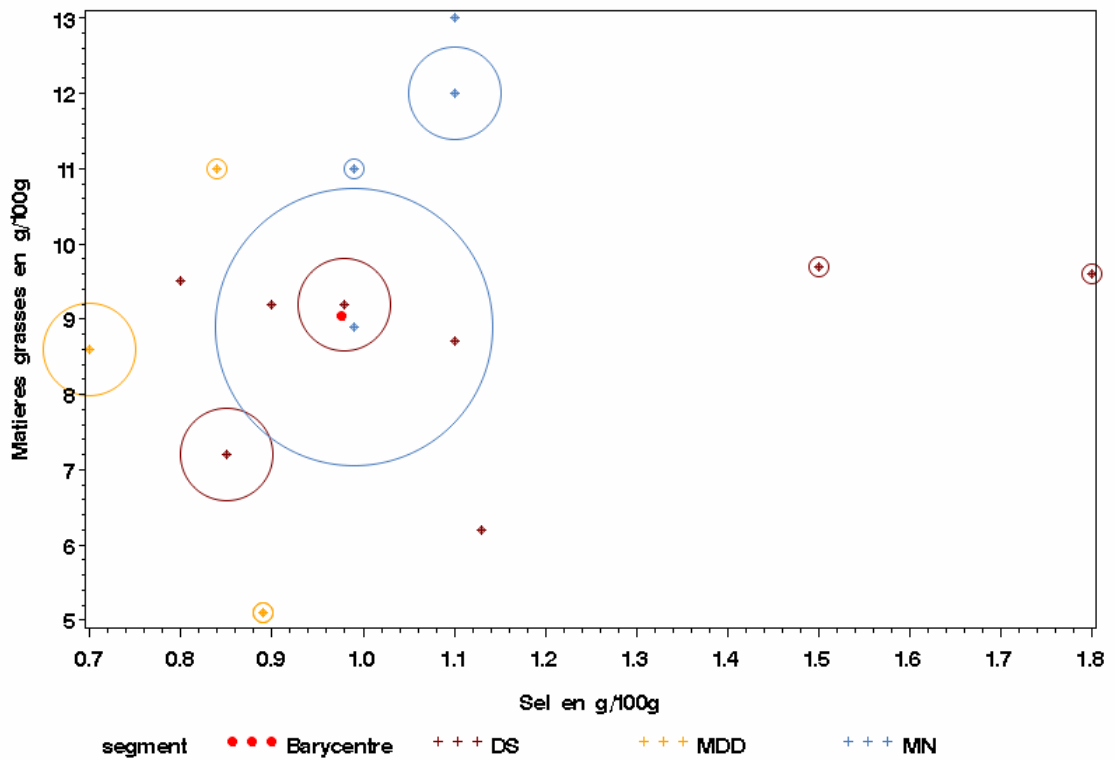
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Pizzas produits de la mer



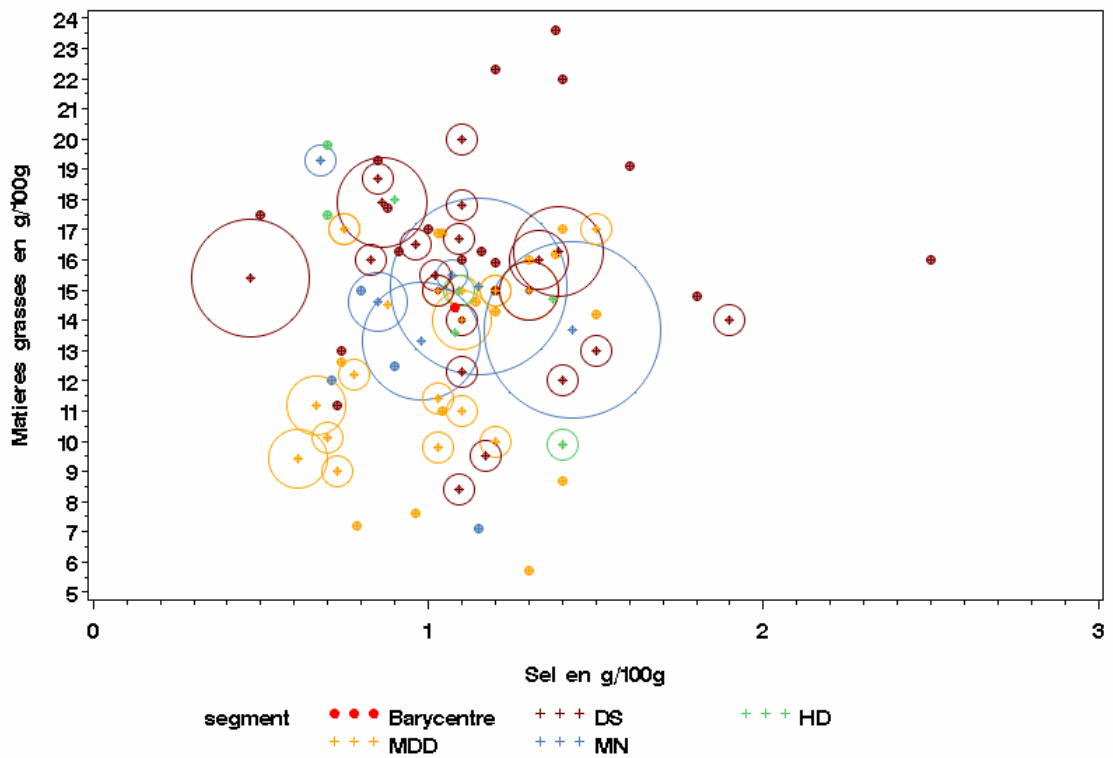
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Pizzas fromages



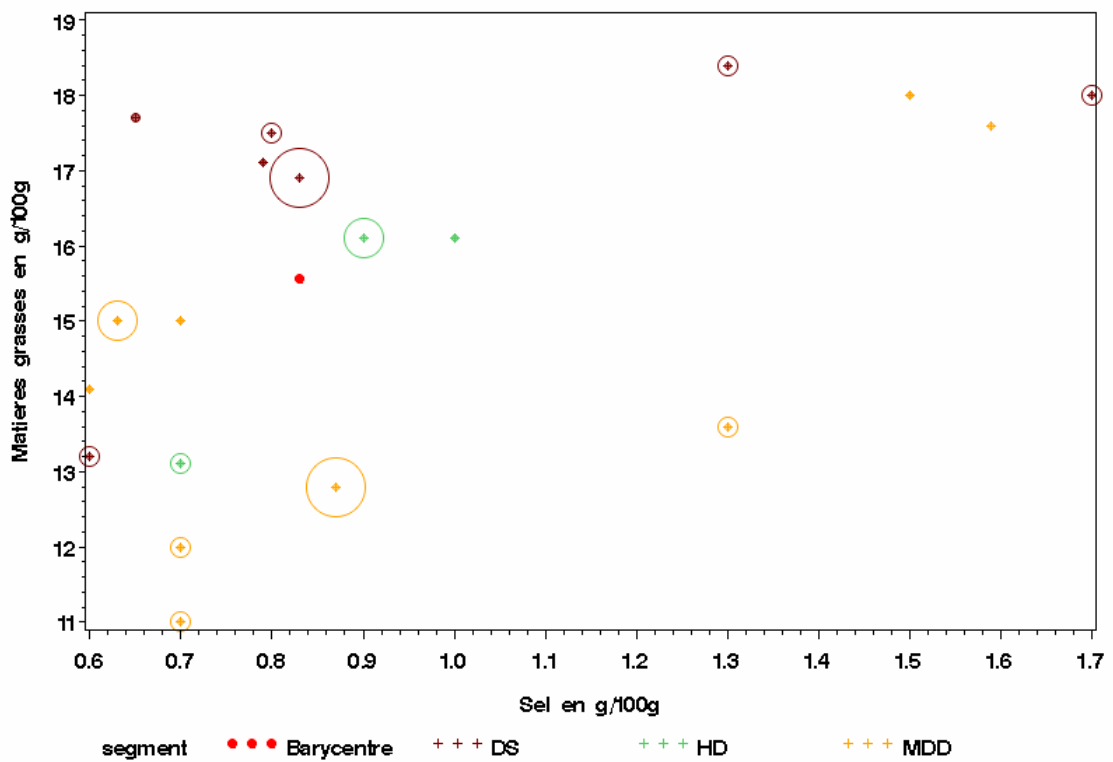
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Pizzas legumes



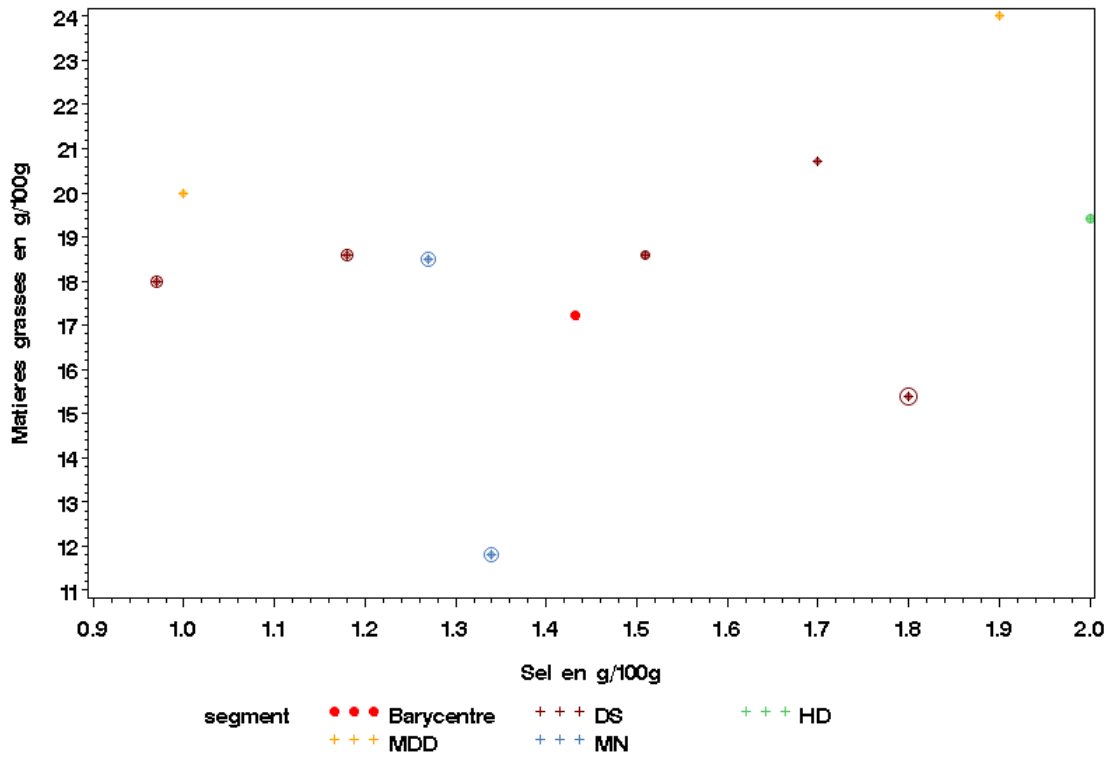
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Tartes avec viande ou poisson



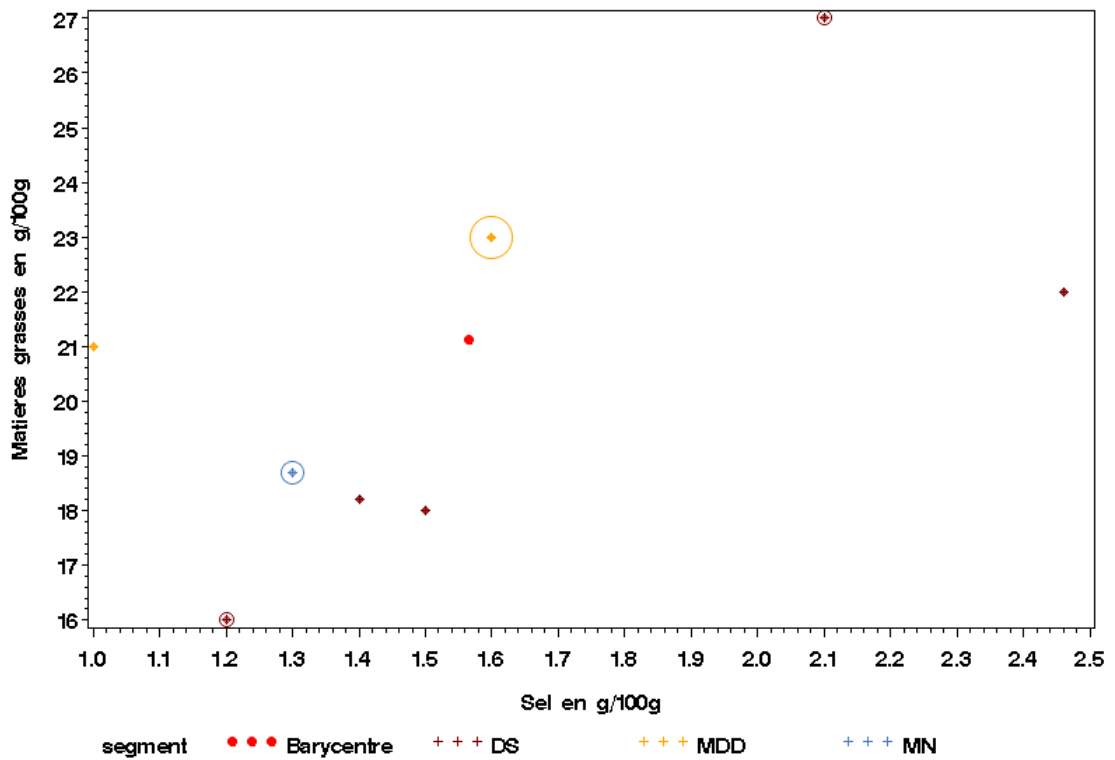
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Tartes aux fromages



Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Cakes sales avec viande ou poisson

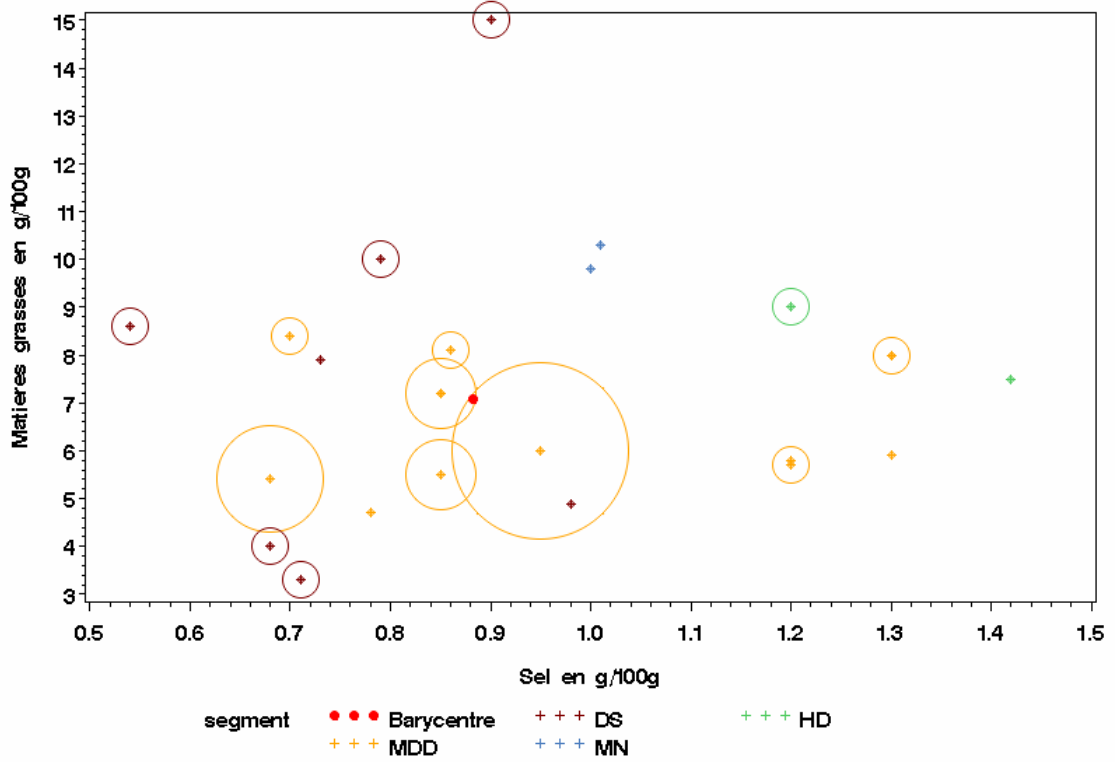


Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Cakes sales vegetariens

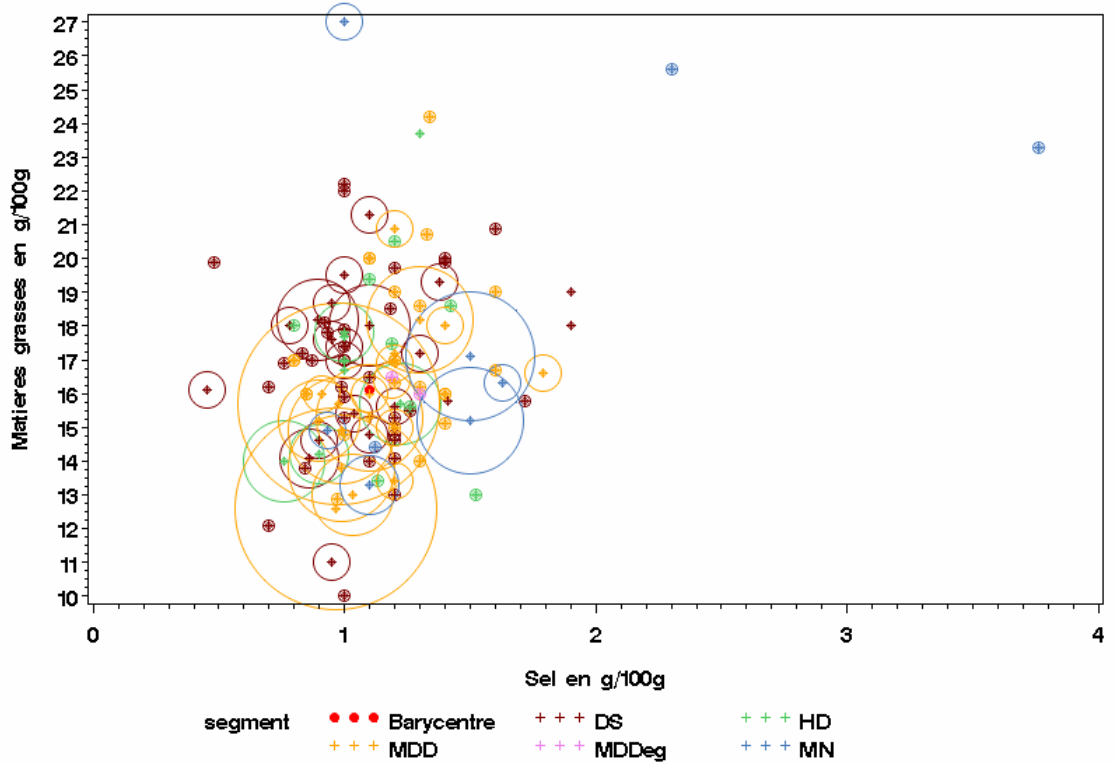




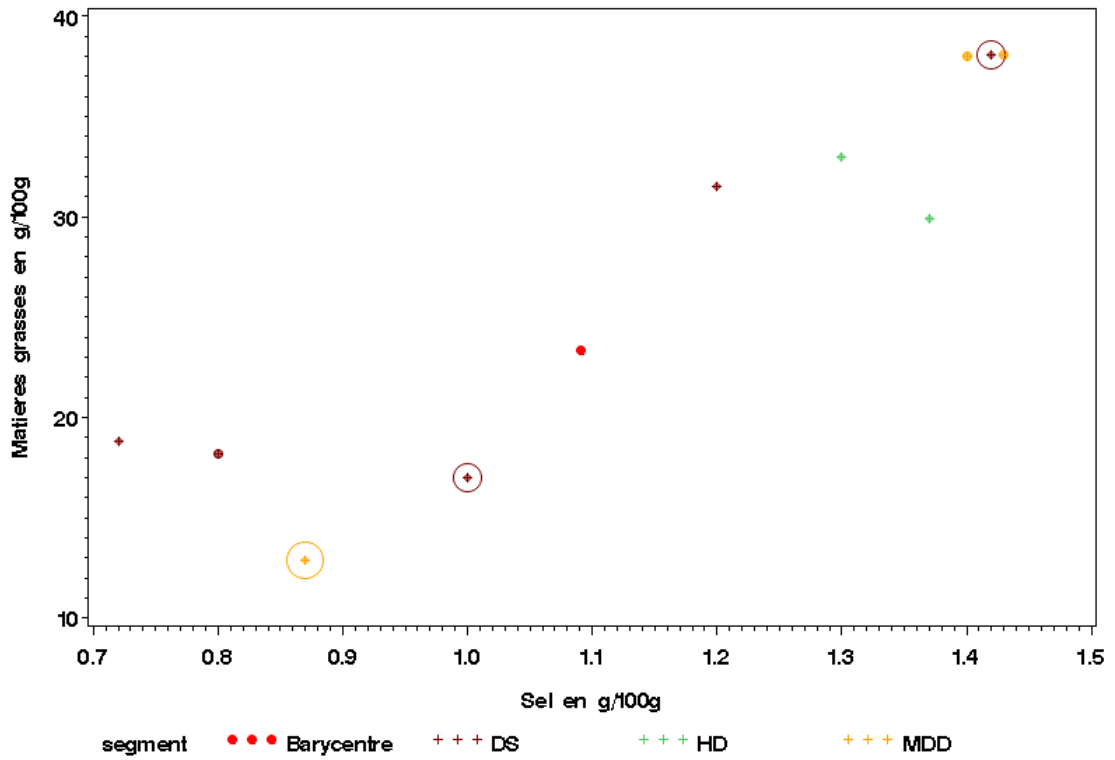
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Crepes et galettes vegetariennes



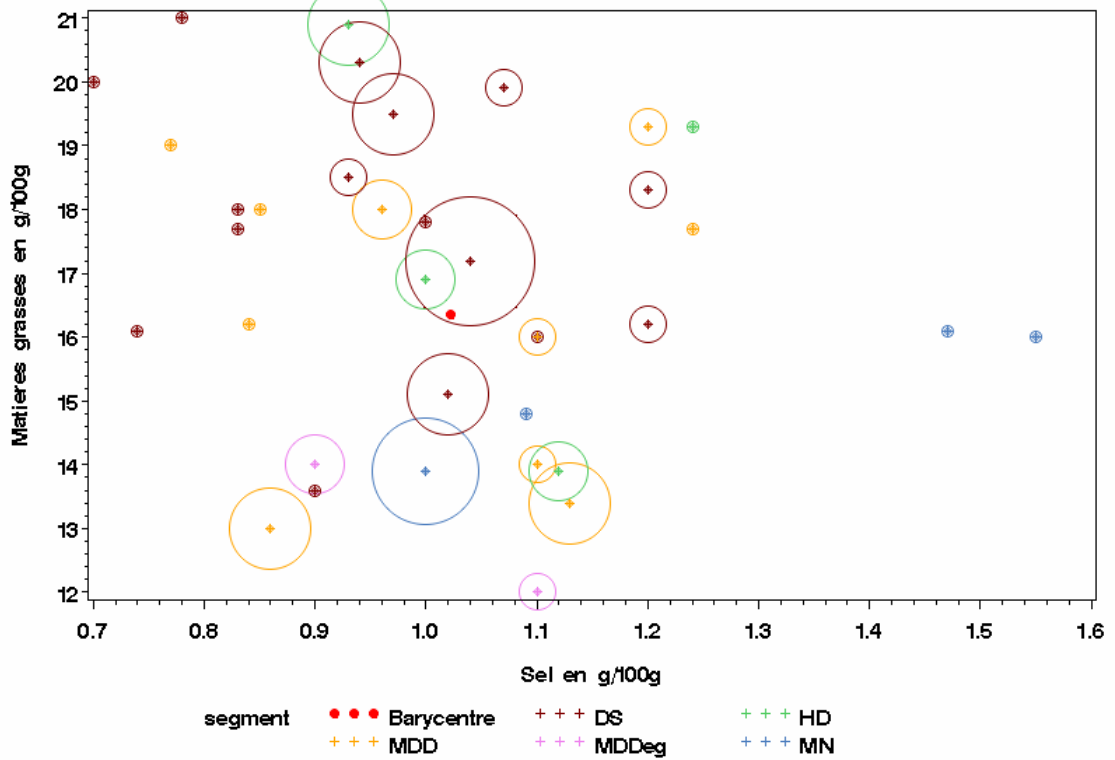
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute



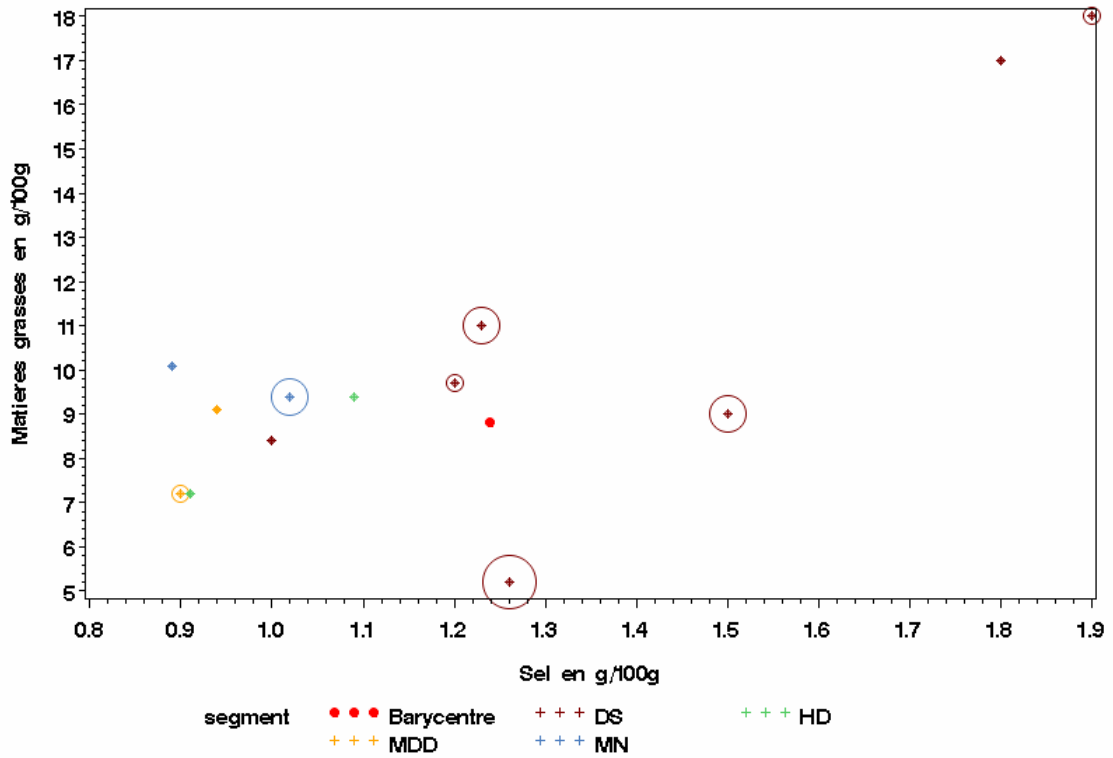
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Feuilletes avec escargot



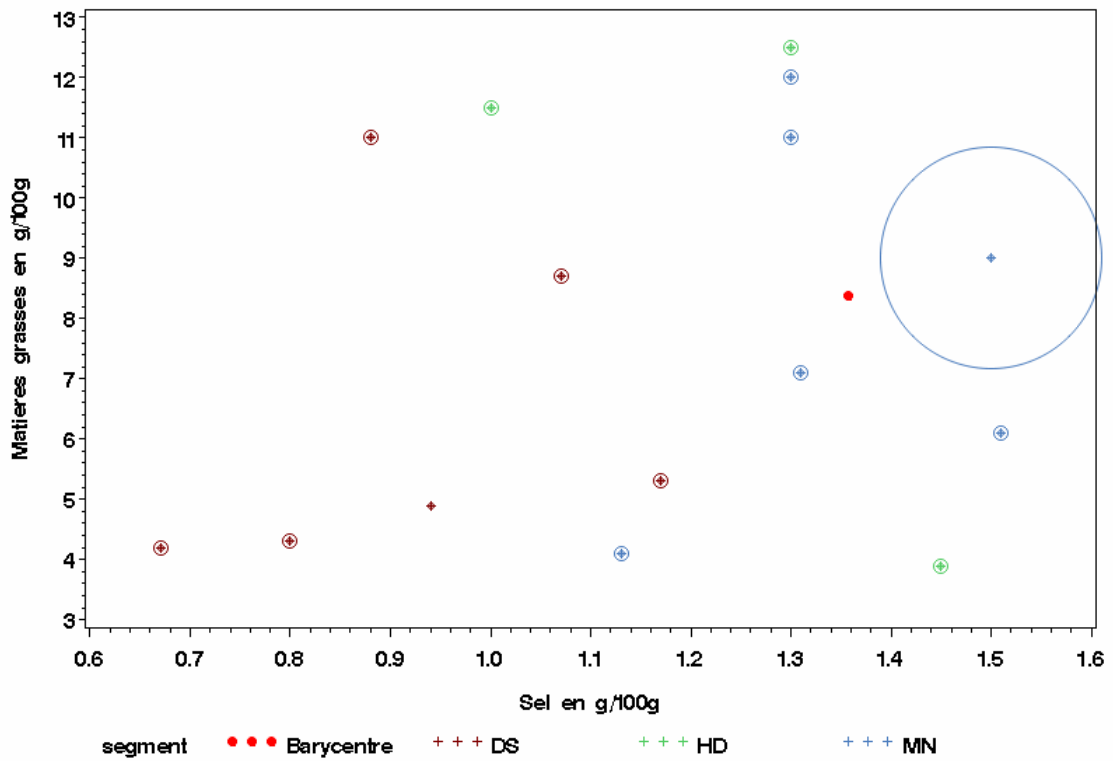
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Feuilletes vegetariens



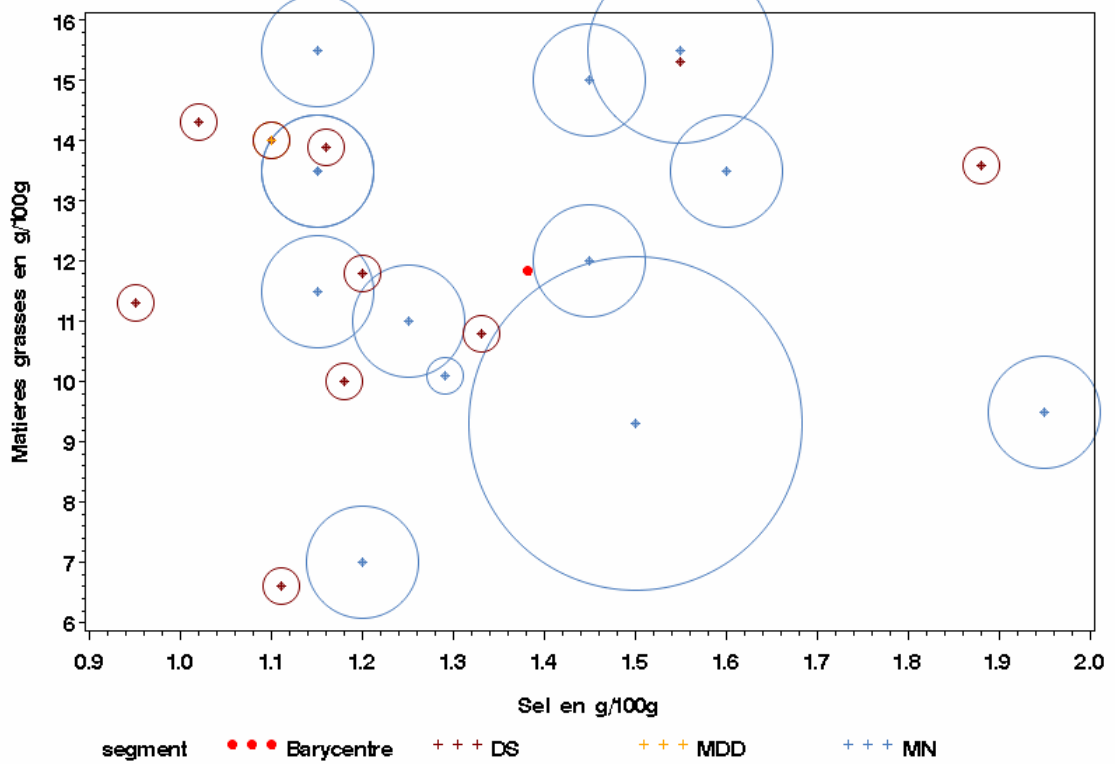
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Croque monsieur



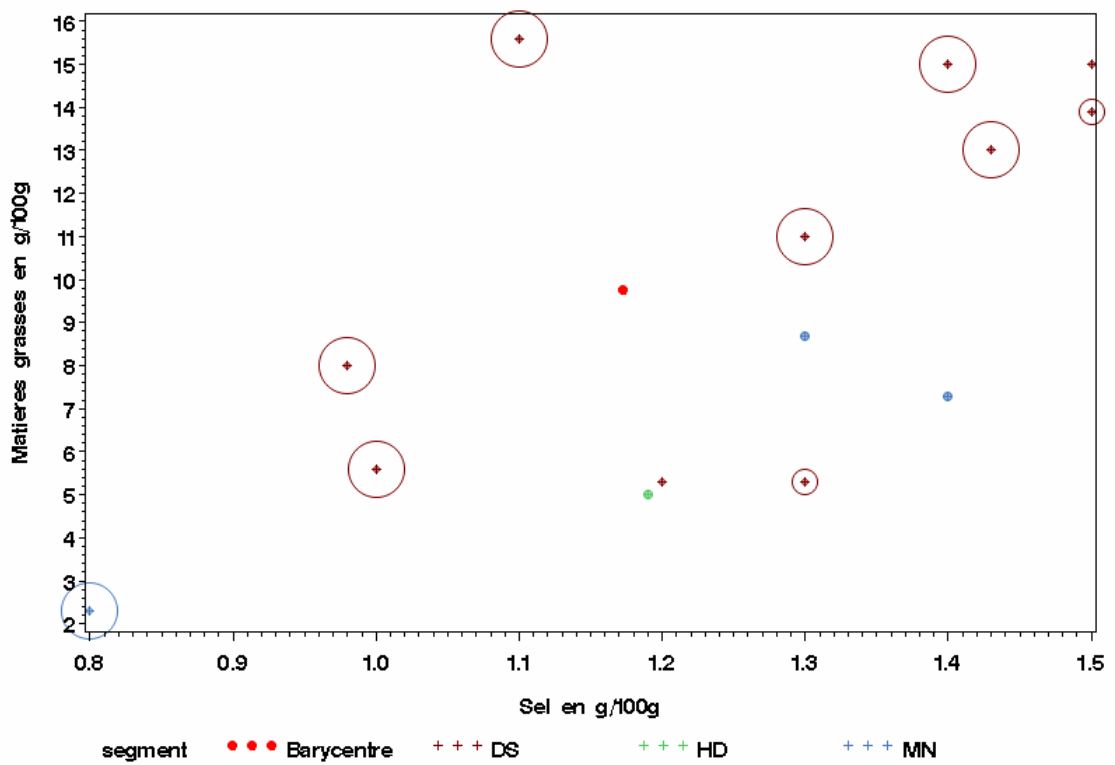
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Wraps et kebabs



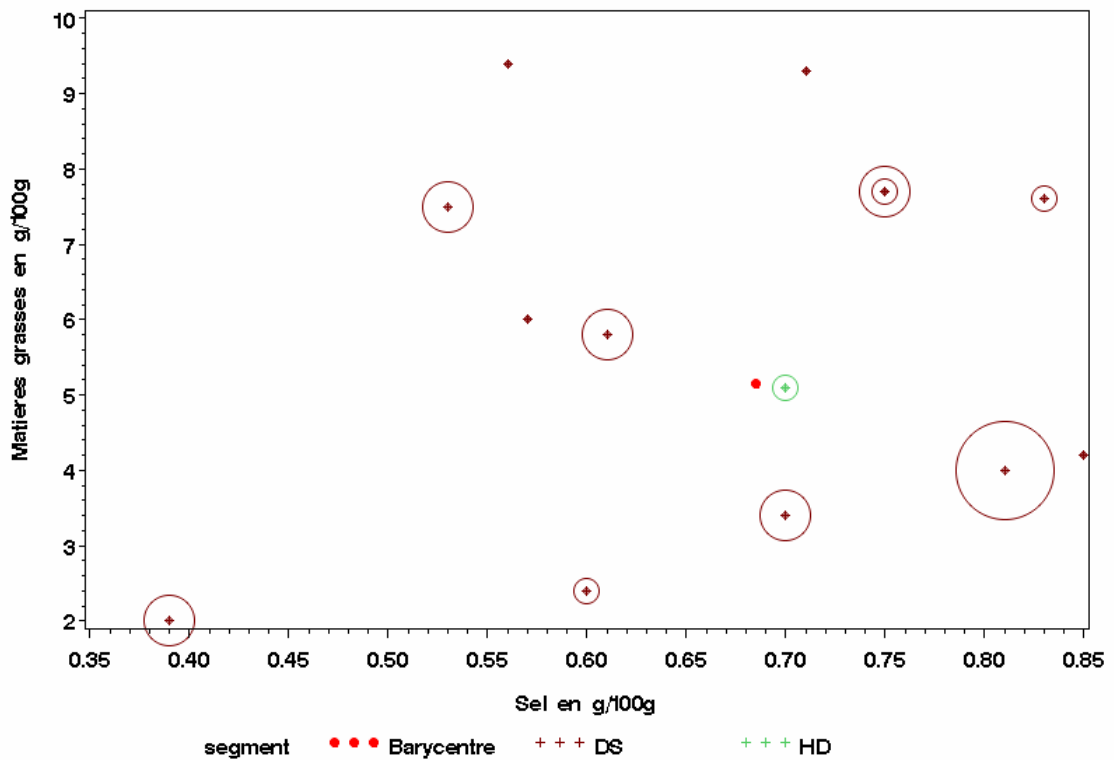
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Autres sandwiches



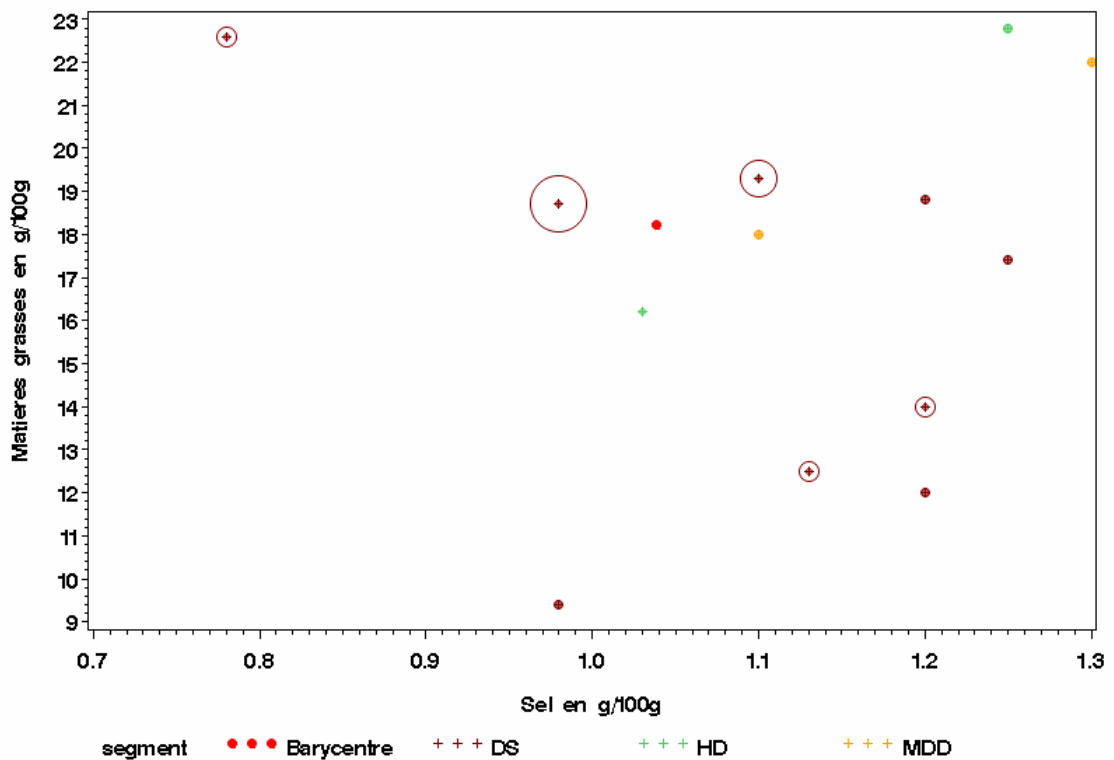
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Baguettes et tartines garnies



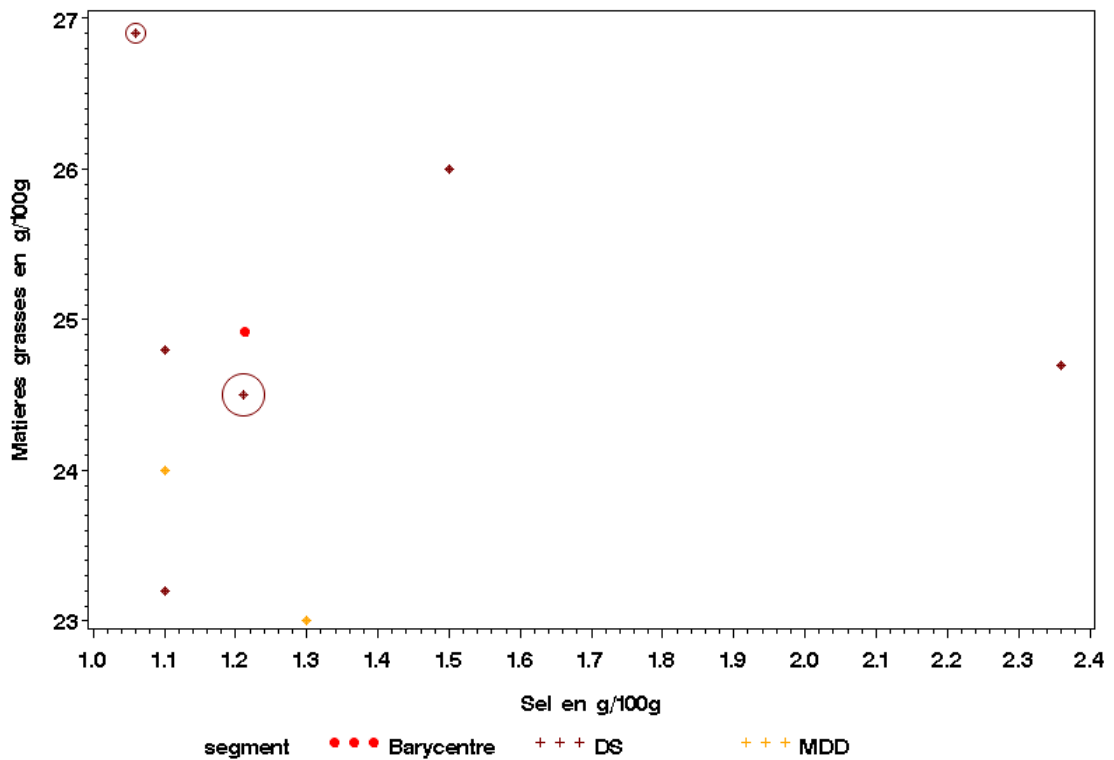
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Salades



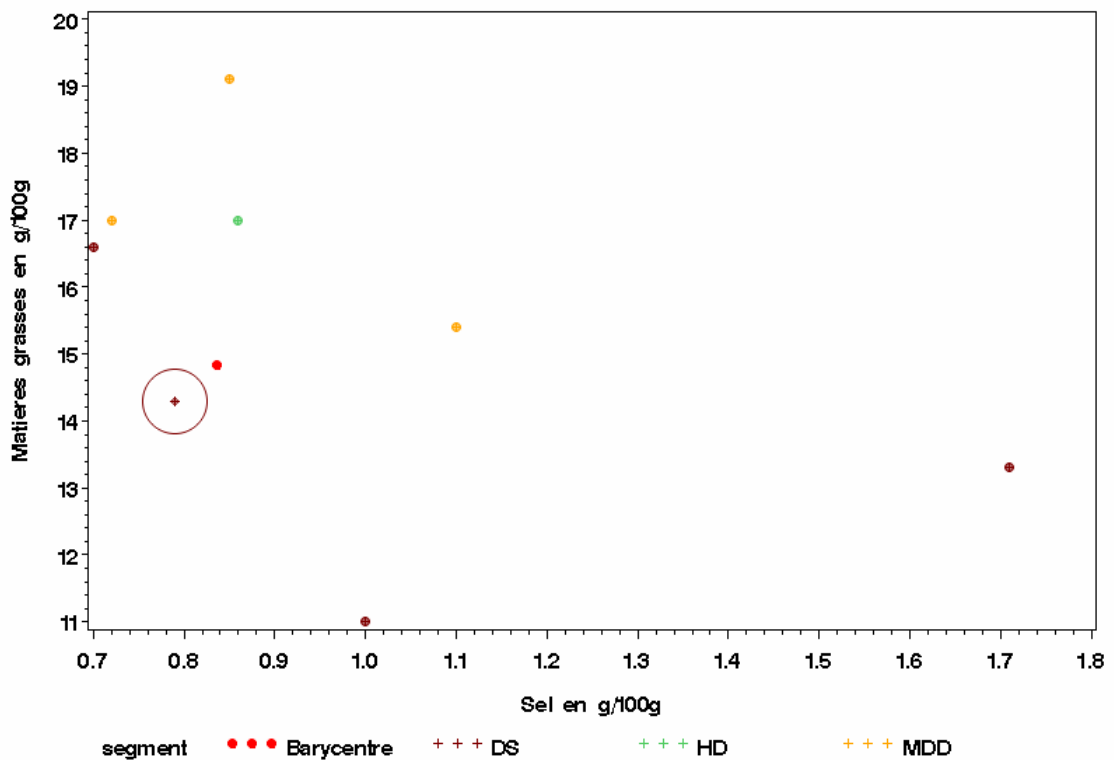
Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Aumonieres aperitives



Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Choux et gougeres



Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Verrines aperiatives



Teneur en Sel et en Matieres grasses, points ponderes par les parts de marche  
 Famille\_de\_produits= Assortiments et autres aperitifs

