



HAL
open science

Viennoiseries et desserts surgelés

Aurore Coudray, Karine Vin, Julie Gauvreau-Béziat, Elena Sauvage, Jean-Luc Volatier, Olivier Digaud, Barbara Duplessis, Hélène Mathiot

► **To cite this version:**

Aurore Coudray, Karine Vin, Julie Gauvreau-Béziat, Elena Sauvage, Jean-Luc Volatier, et al.. Viennoiseries et desserts surgelés. [0] Anses - Oqali. 2021, 187 p. anses-04187911

HAL Id: anses-04187911

<https://anses.hal.science/anses-04187911v1>

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



VIENNOISERIES ET DESSERTS SURGELES

Evolution du secteur
entre 2015 et 2018

RAPPORT DETAILLE


**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*


anses

INRAE

EDITION 2021



Liste des intervenants

Coordination de l'étude

Aurore COUDRAY – Anses

Coordination scientifique

Karine VIN – Anses

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Jean-Luc VOLATIER – Anses

Contribution scientifique

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Hélène MATHIOT – Anses

Elena SAUVAGE – Anses

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage Oqali le 15/11/2021.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	13
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	13
1.1 Sources des données	14
1.2 Nomenclature.....	14
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	17
2.1 Couverture du marché.....	17
2.2 Représentativité des segments de marché	18
3. EVOLUTION DE L’OFFRE EN NOMBRE DE REFERENCES.....	19
3.1 Evolution de l’offre par famille.....	19
3.2 Evolution de l’offre par segment de marché.....	21
3.3 Evolution de l’offre par segment de marché et par famille	22
3.4 Etude du renouvellement de l’offre	23
3.5 Les modifications d’étiquetage	26
4. EVOLUTION DE L’OFFRE PONDEREE PAR LES PARTS DE MARCHE.....	27
4.1 Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par famille	27
4.2 Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par segment de marché	29
4.3 Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par sous-groupe.....	30
5. EVOLUTION DES PARAMETRES D’ETIQUETAGE.....	31
6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES.....	40
6.1 Méthodologie.....	40
6.2 Fréquence d’étiquetage par nutriment suivi.....	43
6.3 Evolution des teneurs en matières grasses.....	45
6.3.1 Evolution des teneurs en matières grasses par famille	45
6.3.2 Evolution des teneurs en matières grasses par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	49
6.3.3 Evolution des teneurs en matières grasses par famille et sous-groupe	55

6.3.4	Evolution des teneurs en matières grasses par famille et segment de marché...	56
6.3.5	Synthèse des évolutions des teneurs en matières grasses	59
6.4	Evolution des teneurs en acides gras saturés	60
6.4.1	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille.....	60
6.4.2	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	64
6.4.3	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et sous-groupe.....	70
6.4.4	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et segment de marché	71
6.4.5	Synthèse des évolutions des teneurs en acides gras saturés.....	74
6.5	Evolution des teneurs en sucres.....	75
6.5.1	Evolution des teneurs en sucres par famille	75
6.5.2	Evolution des teneurs en sucres par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	79
6.5.3	Evolution des teneurs en sucres par famille et sous-groupe.....	86
6.5.4	Evolution des teneurs en sucres par famille et segment de marché	87
6.5.5	Synthèse des évolutions des teneurs en sucres	88
6.6	Evolution des teneurs en sel	89
6.6.1	Evolution des teneurs en sel par famille	89
6.6.2	Evolution des teneurs en sel par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	93
6.6.3	Evolution des teneurs en sel par famille et sous-groupe	99
6.6.4	Evolution des teneurs en sel par famille et segment de marché.....	100
6.6.5	Synthèse des évolutions des teneurs en sel.....	103
6.7	Evolution des teneurs en fibres alimentaires	104
6.7.1	Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille.....	104
6.7.2	Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	108
6.7.3	Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille et sous-groupe	115
6.7.4	Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille et segment de marché	116
6.7.5	Synthèse des évolutions des teneurs en fibres alimentaires.....	117

6.8 Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées.....	118
7. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES PONDEREES PAR LES PARTS DE MARCHE	121
7.1 Méthodologie.....	121
7.2 Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché	122
8. CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONNELLE.....	125
8.1. Méthodologie.....	125
8.2. Résultats.....	127

Liste des figures

Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2015 et 2018.....	18
Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2015 et 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	19
Figure 3 : Comparaison de la répartition des produits étudiés entre segments de marché, en nombre de références en 2015 et en 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés.....	21
Figure 4 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiserie et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015.....	23
Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par famille.....	24
Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par segment de marché..	25
Figure 7 : Nombre de produits par type de modification entre 2015 et 2018 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés.....	26
Figure 8 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018.....	31
Figure 9 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Viennoiseries surgelées (familles : Croissants ; Pains au chocolat ; Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries ; Beignets et donuts ; Brioches nature ou au sucre ; Brioches autres).....	35
Figure 10 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Pâtisseries à base de pâte à choux surgelées (familles : Eclairs ; Profiteroles ; Pâtisseries a base de pate a choux autres).....	36
Figure 11 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Tartes sucrées surgelées (familles : Tartes au citron ; Tartes aux pommes et assimilés ; Tartes autres fruits ; Tartes sans fruit).....	36
Figure 12 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Macarons et mignardises surgelés (familles : Macarons ; Assortiments de mignardises).	37
Figure 13 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Autres pâtisseries surgelées (familles : Crêpes/pancakes/gaufres ; Pâtisseries de type flan ; Galettes des rois ; Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat ; Gâteaux moelleux/cakes autres ;	

Cheesecakes ; Tiramisus ; Desserts pâtisseries aux fruits ; Desserts pâtisseries autres ; Autres gâteaux ; Autres desserts).....	37
Figure 14 : Pourcentage de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une stabilité de la taille de portion indiquée entre 2015 et 2018 au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés.	38
Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	47
Figure 16 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	51
Figure 17 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	53
Figure 18 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.	57
Figure 19 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein du secteur Viennoiseries et dessert surgelés étudié.....	62
Figure 20 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	66
Figure 21 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	68
Figure 22 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.....	72
Figure 23 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	77
Figure 24 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	81
Figure 25 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	83
Figure 26 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat étudiée.....	85
Figure 27 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	91
Figure 28 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	95

Figure 29 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	97
Figure 30: Variabilité nutritionnelle des teneurs en sel (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.....	101
Figure 31 : Variabilité des teneurs en fibres alimentaires (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	106
Figure 32 : Variabilité des teneurs en fibres alimentaires (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	110
Figure 33 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres alimentaires identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	112
Figure 34 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en fibres alimentaires des produits appariés de la famille Tartes aux pommes et assimilés étudiée.	114
Figure 35 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre t_{n-1} et t_n	125
Figure 36 : Illustration de la méthode 1 de transformation des données.....	126
Figure 37 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.....	127

Liste des tableaux

Tableau 1 : Comparaison de l'offre par segment de marché et par famille pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018.....	22
Tableau 2 : Comparaison de la répartition des parts de marché par famille pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	28
Tableau 3 : Comparaison de la répartition des parts de marché par segment de marché pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	29
Tableau 4 : Comparaison de la répartition des parts de marché par sous-groupe pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	30
Tableau 5 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.....	32
Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, en 2015 et 2018.....	35
Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié en 2015 et en 2018.....	35
Tableau 9 : Statistiques descriptives des tailles de portions indiquées des produits appariés présentant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 au sein des Viennoiseries et desserts surgelés.....	39
Tableau 10 : Fréquences d'étiquetage des matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres en 2015 et en 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	44
Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	48
Tableau 12 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	52
Tableau 13 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	54
Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	55

Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.	58
Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	59
Tableau 16: Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	63
Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par année et par famille de produits pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	67
Tableau 18 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	69
Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	70
Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.	73
Tableau 21 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	74
Tableau 22 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	78
Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	82
Tableau 24 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	84
Tableau 25 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	86
Tableau 26 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	88
Tableau 27 :Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	92
Tableau 28 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	96
Tableau 29 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié....	98
Tableau 30 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	99

Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.....	102
Tableau 32 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	103
Tableau 33 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	107
Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	111
Tableau 35 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres alimentaires identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	113
Tableau 36 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	115
Tableau 37 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en fibres alimentaires, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.	117
Tableau 38 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	119
Tableau 39 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires pondérées par les parts de marché, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.....	123
Tableau 40 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1.....	127

Liste des annexes

ANNEXE 1 : Lexique.....	129
ANNEXE 2 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2015 et 2018.....	134
ANNEXE 3 : Comparaison des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 par famille pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés.....	135
ANNEXE 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2018 : statistiques descriptives pour 100g.....	137
ANNEXE 5 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et année	146
ANNEXE 6 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et année	153
ANNEXE 7 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe.....	160
ANNEXE 8 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et année.....	161
ANNEXE 9 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et année.....	168
ANNEXE 10 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par segment de marché et année.....	175
ANNEXE 11 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires pondérées par les parts de marché.....	182
ANNEXE 12 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2	183
ANNEXE 13 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés d'après la méthode Griffith	184
ANNEXE 14 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith	186

INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, l'évolution :

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

Les données servant de référence pour 2015 sont extraites de la base de données Oqali au moment de la réalisation du rapport d'évolution. En effet, à l'occasion de corrections effectuées, certaines informations étudiées ont pu être modifiées ou corrigées au cours du temps. Ainsi, les données 2015 actualisées et utilisées pour cette étude peuvent être quelque peu différentes de celles du rapport d'état des lieux du secteur¹.

Les principaux résultats de cette étude d'évolution sont présentés dans le résumé *Synthèse de l'étude d'évolution du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés-Oqali-Comparaison 2015/2018-Edition 2021*.

Par convention, dans ce rapport le terme « point » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ».

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude sur les viennoiseries et desserts surgelés intègre l'ensemble des produits présents dans le rayon des pâtisseries et desserts surgelés à l'exception des glaces et sorbets. Il s'agit de produits assez diversifiés comme par exemple les viennoiseries (croissant, pain au chocolat, etc.), les brioches, les gaufres, les pâtisseries/gâteaux (tarte aux pommes, fraisier, moelleux au chocolat, etc.) ainsi que les desserts « sans pâte » de type crème brûlée ou mousse au chocolat. L'étude porte sur 571 viennoiseries et desserts surgelés recueillis en 2015 et 608 récoltés en 2018, soit 37 références supplémentaires.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille et par segment de marché. La présente étude prend en compte à la fois les références de distributeurs spécialisés² (DS), de marques nationales (MN), de marques de distributeurs (MDD) et de hard discount (HD). Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premier prix - MDDeg) seront également distingués (Annexe 1).

¹ Etude du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés-Oqali-Données 2015-Edition 2016, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

² Définis comme les freezers centers et les entreprises de vente de surgelés à domicile.

1.1 Sources des données

En 2015, 71% des données provenaient d’emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs, 23% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali (suite à la mise en place de partenariats) et 5% provenaient de moyens propres Oqali.

En 2018, 69% des données proviennent d’emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs, 20% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali et 11% de moyens propres Oqali.

1.2 Nomenclature

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur et se base principalement sur les recettes. Le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés comportant une diversité de recettes très importante, certaines familles correspondent à des recettes phares, comme par exemple les croissants, les macarons, les éclairs, etc., alors que d’autres regroupent différentes recettes présentant une base commune (base brioche, base pâte à choux par exemple) ou des propriétés nutritionnelles proches. Certaines familles regroupent des produits qui peuvent être assez variés notamment en raison d’effectifs trop faibles pour être étudiés de façon isolée. A noter que les produits sont classés au sein des familles par recette sans distinction sur le format (mini, individuel ou à partager).

Ainsi, 26 familles de produits sont distinguées :

- **Croissants** regroupant tous les croissants, quel que soit le format ;
- **Pains au chocolat** réunissant les pains au chocolat, quel que soit le format ;
- **Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries** correspondant aux pains aux raisins et aux assortiments de viennoiseries étiquetant des valeurs nutritionnelles moyennes pour l’ensemble des éléments de l’assortiment ;
- **Beignets et donuts** correspondant aux produits frits de type beignets et donuts au sucre ou fourrés (chocolat, fraise, caramel, etc.). Sont également inclus les fruits entourés de pâte à beignet ;
- **Brioches nature ou au sucre** rassemblant les brioches de type parisiennes, bordelaises à la fleur d’oranger, couronnes avec sucre grain, tarte au sucre (base brioche) ;
- **Brioches autres** réunissant les brioches garnies de crème (de type Tropézienne), avec inclusions (fruits confits, pépites de chocolats, etc.) ou nappage (de type cinnamon roll) ainsi que les tranches de brioche façon pain perdu ;
- **Crêpes/pancakes/gaufres** rassemblant les produits de type crêpes, pancakes et gaufres (de Bruxelles, de Liège, etc.) nature, fourrés et/ou avec inclusions ;
- **Macarons** rassemblant les macarons et assortiments de macarons individuels avec ganache quel que soit le parfum. A noter que les gâteaux avec une base macaron ne sont pas inclus dans cette famille ;

- **Tartes au citron** correspondant aux produits de type tartes au citron, tartes au citron meringuées, quelle que soit la pâte (feuilletée, brisée ou sablée) ;
- **Tartes aux pommes et assimilés** réunissant les produits de type tartes aux pommes, tartes tatin, tartes normandes, quelle que soit la pâte (feuilletée, brisée ou sablée). Sont également inclus les crumbles aux pommes, les strudels et les feuilletés aux pommes ;
- **Tartes autres fruits** réunissant les produits de type tartes aux fruits autres que pommes et citron, de type tartes aux framboises, aux myrtilles, à l'abricot, aux prunes ou bi-fruits (par exemple fraise-citron), quelle que soit la pâte (feuilletée, brisée ou sablée). Sont également inclus les crumbles ainsi que les assortiments de tartes aux fruits contenant des tartes au citron ou aux pommes avec des valeurs nutritionnelles moyennes pour l'ensemble des éléments de l'assortiment ;
- **Tartes sans fruit** correspondant aux produits de type tartes au chocolat, au praliné, aux noix de pécan, aux marrons, quelle que soit la pâte (feuilletée, brisée ou sablée) ;
- **Pâtisseries de type flan** réunissant les produits de type flans pâtisseries, clafoutis, fars breton ;
- **Galettes des rois** correspondant aux produits dénommés « galette des rois » quelle que soit la garniture (frangipane, pomme, chocolat, etc.). Cette famille ne contient pas les brioches des rois ;
- **Eclairs** réunissant les éclairs et les assortiments d'éclairs quel que soit le fourrage (chocolat, café, vanille, etc.) ;
- **Profiteroles** rassemblant les produits dénommés « profiteroles » ;
- **Pâtisseries à base de pâte à choux autres** correspondant aux produits de type choux fourrés quel que soit le fourrage, Paris-Brest, Religieuse, Saint-Honoré, et les chouquettes ;
- **Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat** rassemblant les produits de type brownies, cakes au chocolat, muffins tout chocolat, fondants au chocolat, moelleux cœur coulant (quel que soit le coulant) ;
- **Gâteaux moelleux/cakes autres** regroupant les gâteaux moelleux et cakes autres que tout chocolat, soit des produits de types cakes au citron, cakes marbrés, génoises, financiers, madeleines, mini moelleux avec ou sans inclusions/nappage et les assortiments de mini moelleux ;
- **Cheesecakes** réunissant les produits dénommés « cheesecakes » quel que soit le parfum ;
- **Tiramisus** regroupant les produits dénommés « tiramisus » quel que soit le parfum ;
- **Desserts pâtisseries aux fruits** réunissant les produits de type desserts pâtisseries ou entremets composés de couches comprenant une pâte cuite de type biscuit, biscuit macaron, biscuit cuillère, génoise, meringue, etc., associée à des crèmes et/ou mousses et qui contiennent des fruits (arômes, fruits coupés, etc.). Ces produits correspondent

par exemple à des bûches fruits rouges, charlottes poire chocolat, fraisiers, poiriers, délices framboise, forêts noire, etc. ;

- **Desserts pâtisseries autres** rassemblant les produits de type desserts pâtisseries ou entremets composés de couches comprenant une pâte cuite de type biscuit, biscuit macaron, biscuit cuillère, génoise, meringue, etc., associée à des crèmes et/ou mousses et qui ne contiennent pas de fruits. Ces produits correspondent par exemple à des bûches chocolat café, charlottes chocolat vanille, craquants chocolat, merveilleux chocolat, opéras, mokas, succès aux noix, etc. ;
- **Autres gâteaux** réunissant les gâteaux n'appartenant pas aux familles précédentes, ce sont par exemple des babas au rhum, cannelés, gâteaux basques, cookies, millefeuilles, kouign-amann, etc. ;
- **Autres desserts** rassemblant les autres desserts n'étant pas composés d'une pâte cuite, ce sont par exemple des produits du type crème brûlée, gratin de fruits, mousse au chocolat, panna cotta, etc. ;
- **Assortiments de mignardises** regroupant les assortiments de mignardises, petits fours, verrines, etc., avec des valeurs nutritionnelles moyennes pour l'ensemble des éléments de l'assortiment et composés de produits n'appartenant pas aux mêmes familles.

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

2.1 Couverture³ du marché

A partir des données 2015 et 2018 de Kantar - Panel Worldpanel⁴, les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant les marchés suivants : « Viennoiseries surgelées », « Pâtisseries surgelées » et « Desserts surgelés ».

D'après les données Kantar - Panel Worldpanel, et en considérant le marché des viennoiseries et desserts surgelés, une diminution du volume de vente total de -12% est observée entre 2015 et 2018.

Les produits de Viennoiseries et desserts surgelés pris en compte lors de cette étude couvrent³ au minimum 72% du marché du secteur en volume en 2015 et 75% en 2018. La couverture³ du marché a donc augmenté de +3 points en volume entre les 2 suivis.

A noter que cette couverture³ est sous-estimée du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel. Ainsi, 7% des produits de 2015 et 8% de ceux de 2018 n'ont pas pu être associés à une part de marché. Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

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

⁴ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

2.2 Représentativité des segments de marché

La Figure 1 compare, pour les années 2015 et 2018, la répartition des parts de marché par segment entre les produits recueillis par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente, et les données du secteur entier (d'après Kantar – Panel Worldpanel).

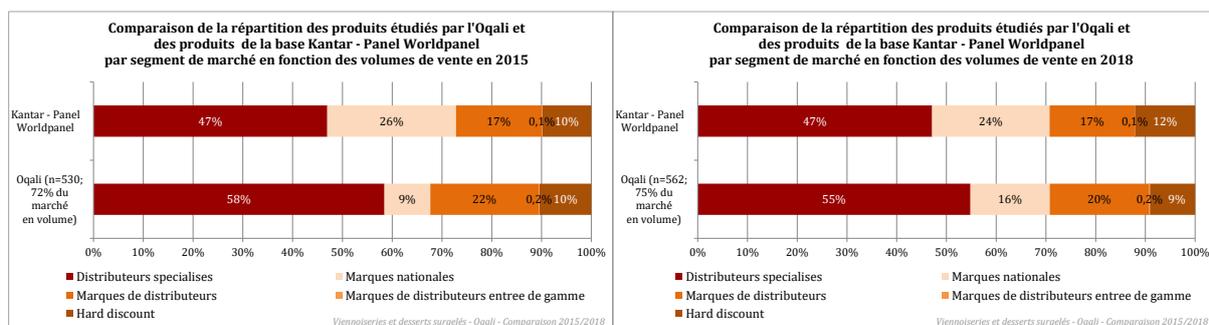


Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2015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

Au sein de l'échantillon Oqali, **la représentativité en volume des marques nationales semble sous-estimée au sein de l'échantillon Oqali en 2015 comme en 2018 même si cette sous-estimation tend à diminuer** (9% des parts de marché pour l'échantillon Oqali contre 26% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2015 ; 16% contre 24% en 2018). **Ce déséquilibre est compensé par une surreprésentation des distributeurs spécialisés** (58% des parts de marché contre 47% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2015 et 55% contre 47% en 2018), **et dans une moindre mesure des marques de distributeurs** (22% des parts de marché contre 17% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2015 et 20% contre 17% en 2018). Cette surreprésentation diminue entre 2015 et 2018. A noter qu'en 2018, la représentativité en volume des produits issus du hard discount semble légèrement sous-estimée pour l'échantillon Oqali (9% des parts de marché contre 12% pour les données Kantar – Panel Worldpanel).

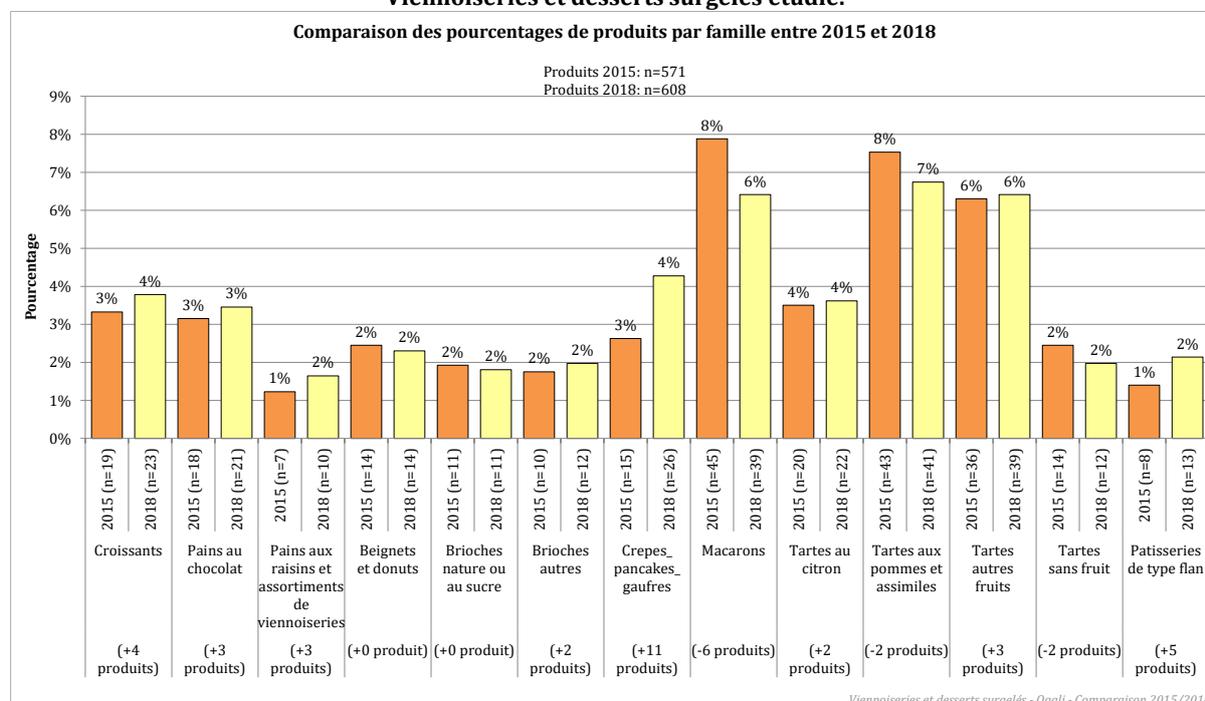
3. EVOLUTION DE L'OFFRE EN NOMBRE DE REFERENCES

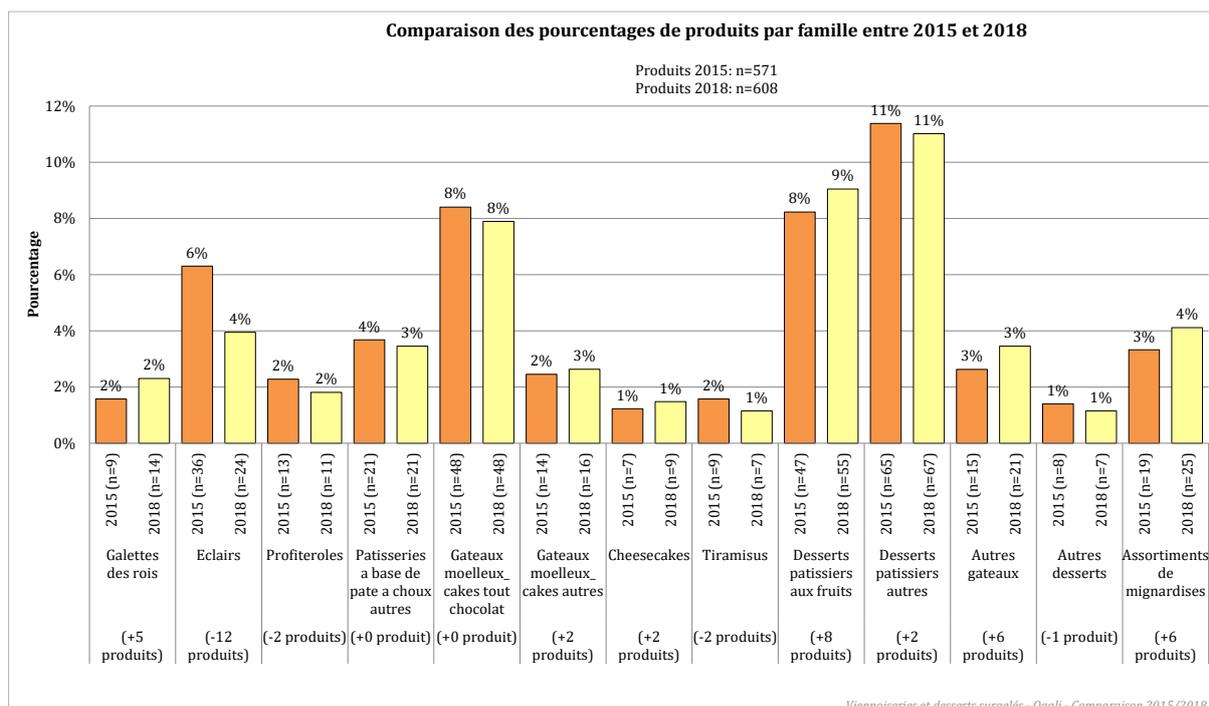
Un tableau détaillant les effectifs de produits récoltés en 2015 et en 2018 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

3.1 Evolution de l'offre par famille

La Figure 2 compare la répartition par famille des références étudiées en 2015 et en 2018. Les pourcentages sont exprimés par rapport à l'effectif total du secteur, soit 571 produits en 2015 et 608 en 2018.

Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2015 et 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.





Entre 2015 et 2018, la répartition des produits selon les familles reste relativement inchangée.

Au sein de l'ensemble du secteur, une **légère diminution de la proportion des familles Macarons et Eclairs** est à noter (-2 points entre 2015 et 2018 pour ces deux familles).

3.2 Evolution de l'offre par segment de marché

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

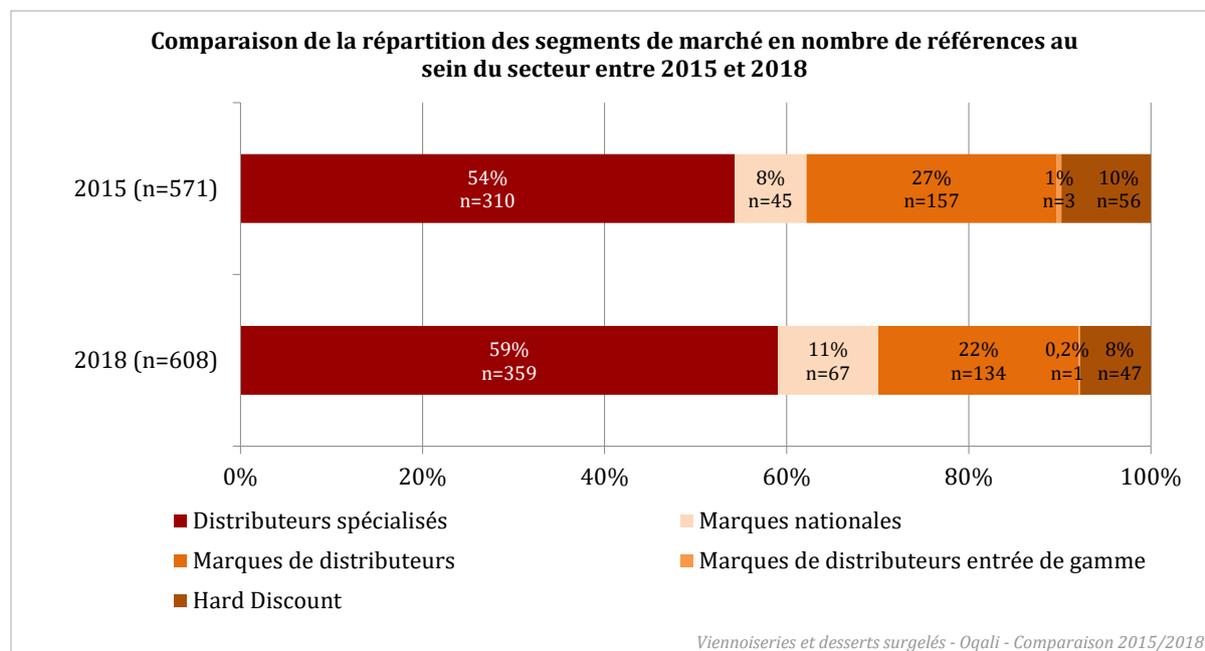


Figure 3 : Comparaison de la répartition des produits étudiés entre segments de marché, en nombre de références en 2015 et en 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés.

Entre 2015 et 2018, la proportion de produits de distributeurs spécialisés et de marques nationales augmente (respectivement +5 points et +3 points), **au détriment des marques de distributeurs** (-5 points) et des **produits issus du hard discount** (-2 points). Pour rappel, entre les deux suivis, la représentativité de l'échantillon Oqali pour les marques nationales s'améliore mais reste sous-estimée (cette augmentation de la proportion de produits peut être donc en partie due à l'amélioration de la couverture pour ce segment de marché) tandis que celle des distributeurs spécialisés, et dans une moindre mesure celle des marques de distributeurs, sont surestimées en 2015 comme en 2018. A noter, la très faible proportion de produits de marques de distributeurs entrée de gamme en 2015 (n=3) comme en 2018 (n=1).

3.3 Evolution de l'offre par segment de marché et par famille

Le Tableau 1 compare l'évolution de la répartition de l'offre de produits, en nombre de références, par segment de marché et par famille entre 2015 et 2018.

Tableau 1 : Comparaison de la répartition du nombre de références par segment de marché et par famille pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018.

Famille de produits	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount		
	2015 (n=310)	2018 (n=359)	Delta	2015 (n=45)	2018 (n=67)	Delta	2015 (n=157)	2018 (n=134)	Delta	2015 (n=3)	2018 (n=1)	Delta	2015 (n=56)	2018 (n=47)	Delta
Croissants	2%	2%	+0,3	2%	3%	+1	6%	7%	+2	0%	0%	+0	5%	6%	+1
Pains au chocolat	2%	2%	+0,3	0%	1%	+1	6%	7%	+1	0%	0%	+0	5%	6%	+1
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	1%	1%	+0,1	0%	0%	+0	3%	4%	+1	0%	0%	+0	0%	2%	+2
Beignets et donuts	3%	4%	+0,4	0%	1%	+1	1%	0%	-1	0%	0%	+0	5%	0%	-5
Brioche nature ou au sucre	4%	3%	-0,5	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Brioche autres	3%	3%	-0,2	0%	1%	+1	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Crêpes/pancakes/gaufres	4%	3%	-0,5	7%	19%	+13	1%	1%	+1	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Macarons	6%	6%	-0,2	16%	3%	-13	9%	10%	+1	0%	0%	+0	11%	9%	-2
Tartes au citron	3%	3%	-0,1	4%	6%	+2	5%	4%	-1	0%	0%	+0	2%	6%	+5
Tartes aux pommes et assimilés	6%	6%	+0,3	16%	9%	-7	7%	6%	-1	67%	100%	+33	9%	9%	-0,4
Tartes autres fruits	5%	6%	+0,4	11%	9%	-2	7%	7%	-0,3	0%	0%	+0	7%	9%	+1
Tartes sans fruit	2%	1%	-0,9	4%	6%	+2	2%	1%	-0,4	0%	0%	+0	4%	2%	-1
Pâtisseries de type flan	2%	3%	+0,2	0%	4%	+4	0%	0%	+0	0%	0%	+0	2%	2%	+0,3
Galettes des rois	3%	4%	+1,0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Eclairs	3%	4%	+0,4	18%	3%	-15	8%	5%	-2	33%	0%	-33	9%	4%	-5
Profiteroles	1%	1%	-0,4	2%	1%	-1	4%	4%	+1	0%	0%	+0	5%	4%	-1
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	5%	5%	-0,5	0%	1%	+1	1%	1%	-1	0%	0%	+0	4%	2%	-1
Gâteaux moelleux_cakes tout chocolat	6%	6%	-0,2	4%	7%	+3	13%	13%	+0,1	0%	0%	+0	13%	11%	-2
Gâteaux moelleux_cakes autres	4%	4%	-0,02	0%	0%	+0	1%	1%	+0,1	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Cheesecakes	2%	1%	-0,2	0%	1%	+1	1%	2%	+1	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Tiramisus	2%	2%	-0,6	2%	0%	-2	1%	1%	+0,1	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Desserts pâtisseries aux fruits	10%	11%	+0,9	7%	9%	+2	5%	3%	-2	0%	0%	+0	11%	15%	+4
Desserts pâtisseries autres	11%	11%	-0,4	4%	9%	+5	16%	13%	-2	0%	0%	+0	5%	9%	+3
Autres gâteaux	4%	5%	+0,5	0%	0%	+0	1%	2%	+2	0%	0%	+0	2%	2%	+0,3
Autres desserts	2%	2%	-0,3	2%	1%	-1	1%	0%	-1	0%	0%	+0	0%	0%	+0
Assortiments de mignardises	4%	4%	+0,03	0%	1%	+1	4%	7%	+3	0%	0%	+0	2%	2%	+0,3
Toutes familles confondues	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	+0	100%	100%	-	100%	100%	-

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années inférieur ou égal à 2
En vert : les variations supérieures ou égales à 5 points entre les 2 années

Entre 2015 et 2018, en nombre de références, l'offre de produits par famille au sein de chaque segment de marché reste globalement stable.

Pour les marques nationales, la proportion de produits pour les familles Crêpes/pancakes/gaufres et Desserts pâtisseries autres augmente (respectivement de +13 points et de +5 points) au détriment de la proportion de produits des familles Eclairs (-15 points), Macarons (-13 points) ainsi que Tartes aux pommes et assimilés (-7 points) (Tableau 1). A noter que les effectifs de produits pour ces familles sont faibles en 2015 et/ou en 2018 (Annexe 2).

Pour les produits issus du hard discount, les évolutions observées portent sur des familles de produits avec un effectif très faible en 2015 et/ou en 2018 : la proportion de produits des Tartes au citron augmente (+5 points) tandis que celle des Beignets et donuts ainsi que celle des Eclairs diminuent (-5 points pour ces 2 familles).

Pour les distributeurs spécialisés et les marques de distributeurs, les évolutions observées sont inférieures à 5 points, pour toutes les familles considérées.

En 2015 comme en 2018, les distributeurs spécialisés se caractérisent par l'offre la plus diversifiée (au moins deux produits pour chacune des 26 familles composant ce secteur) (Tableau 1, Annexe 2). A l'inverse, les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par l'offre la plus faible comportant très peu de produits, et se concentrant sur deux familles seulement en 2015 (Eclairs, n=1 ; Tartes aux pommes et assimilés, n=2) et sur une seule en 2018 (Tartes aux pommes et assimilés, n=1) (Tableau 1, Annexe 2).

3.4 Etude du renouvellement de l'offre

Afin d'identifier si les références produits disponibles en 2018 sont semblables à celles recueillies en 2015, les produits ont été classés selon les sous-groupes suivants :

- **Produits retirés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) ;
- **Produits identiques** : produits présents sur le marché à la fois en 2015 et en 2018, et semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** : produits présents sur le marché en 2015 et également en 2018 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage (portions, repères nutritionnels, allégations, autres informations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients) ;
- **Produits ajoutés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2015).

Cette segmentation sera désignée par le terme « **sous-groupes** » dans la suite du rapport. Les **produits identiques et les produits modifiés forment les produits appariés** : ce sont les produits qui possèdent une version, identique ou non, en 2015 et en 2018.

Les figures suivantes présentent la décomposition de l'offre 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés ainsi que les produits de 2015 ayant été retirés, et ce, à l'échelle du secteur, des familles puis des segments de marché.

➤ À l'échelle du secteur (Figure 4) :

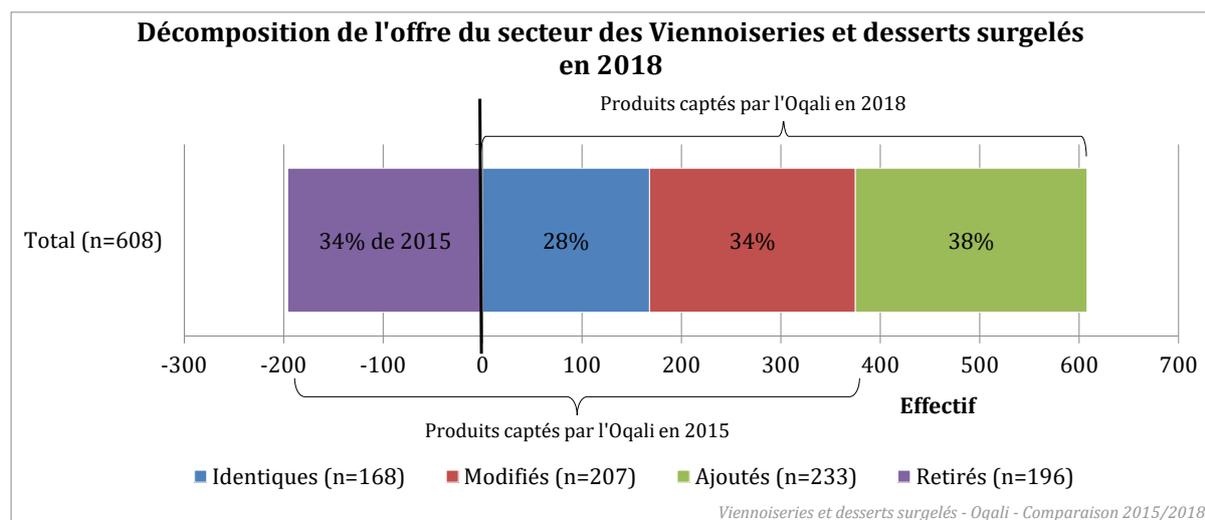


Figure 4 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiserie et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015.

➤ À l'échelle des familles de produits (Figure 5) :

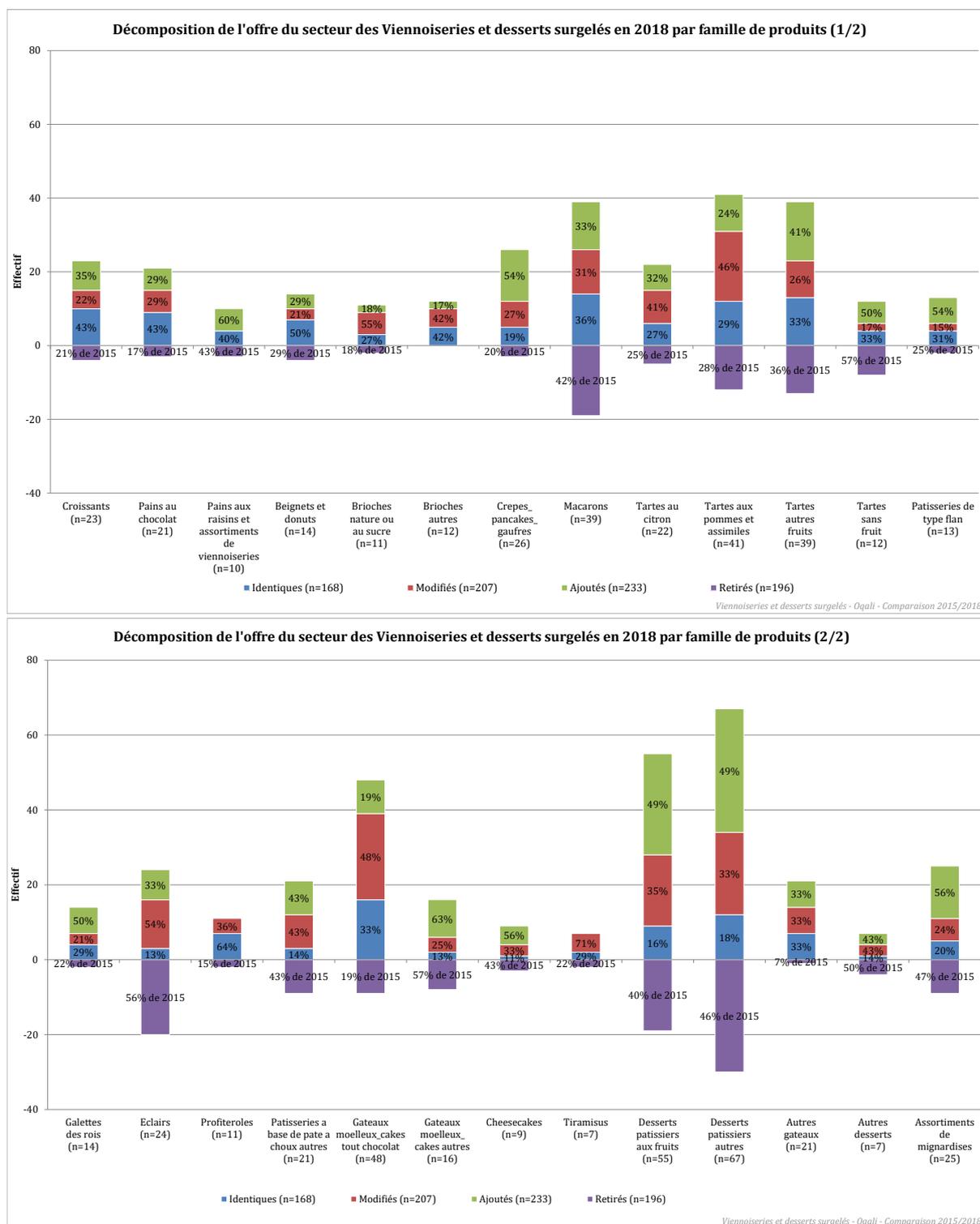


Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par famille.

➤ À l'échelle des segments de marché (Figure 6) :

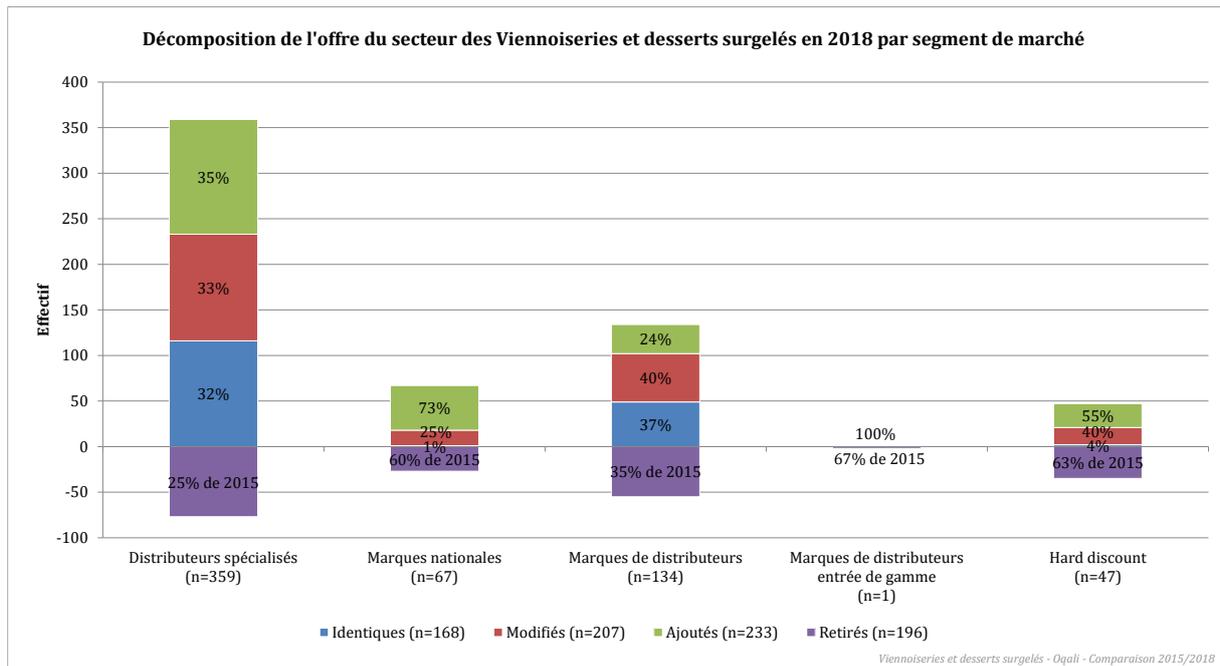


Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par segment de marché.

Sur l'ensemble du secteur et en nombre de références, **les produits ajoutés (captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015) et les produits modifiés sont majoritaires et représentent respectivement 38% (n=233) et 34% (n=207) de l'offre 2018. Les produits identiques représentent 28% de l'offre 2018 (n=168)**, cette proportion s'explique par des collectes de produits réalisées après l'application du règlement 1169/2011⁵ dit « INCO » (cf. lexique en Annexe 1) à partir de décembre 2014 : les nombreux remaniements d'emballages (information nutritionnelle, étiquetage des allergènes, etc.) engendrés par ce règlement se trouvaient déjà en partie sur le marché lors de la première collecte. **34% des produits pris en compte dans la première étude n'ont pas été retrouvés pour l'étude d'évolution (n=196). Ces pourcentages traduisent un renouvellement de l'offre, qui est retrouvé au niveau des familles et des segments de marché.**

Globalement, par famille, les produits ajoutés et modifiés entre 2015 et 2018 représentent entre 0% (Profiteroles, Tiramisus) et 63% (Gâteaux moelleux/cakes autres) des produits de 2018 pour les produits **ajoutés** et entre 0% (Pains et raisins et assortiments de viennoiseries) et 71% (Tiramisus) pour les produits **modifiés**.

Au niveau des segments de marché, les marques nationales ainsi que le hard discount présentent le renouvellement de produits le plus important (respectivement 73% et 55% des produits de 2018 sont ajoutés tandis que respectivement 60% et 63% des produits de 2015 sont retirés).

⁵ Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

3.5 Les modifications d'étiquetage

Les types de modifications suivis concernent : les allégations nutritionnelles, les allégations de santé, les repères nutritionnels, l'étiquetage de portions indiquées ou de valeurs nutritionnelles par portion⁶, le poids d'une unité, les valeurs nutritionnelles⁷, ainsi que les groupes nutritionnels, la liste des ingrédients et l'étiquetage nutritionnel simplifié.

La Figure 7 représente les effectifs de produits par type de modification observé parmi les 207 produits modifiés entre 2015 et 2018. A noter qu'un produit peut être concerné par plusieurs types de modification. Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre total de produits modifiés (n=207).

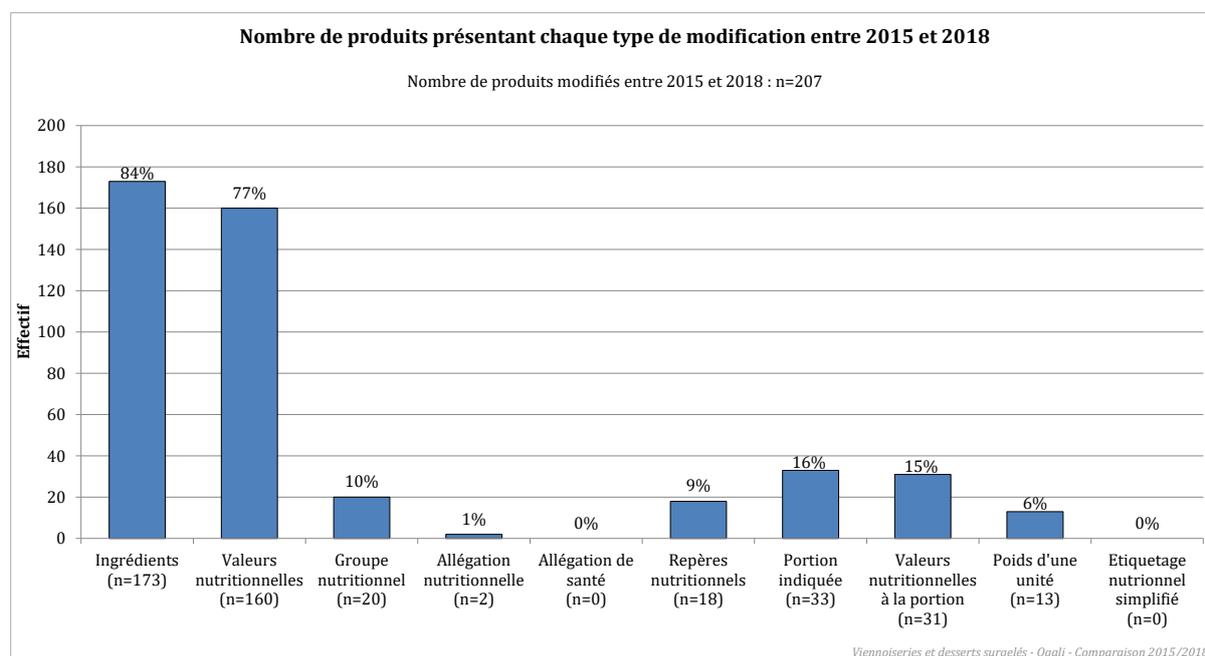


Figure 7 : Nombre de produits par type de modification entre 2015 et 2018 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés.

Les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur les ingrédients (n=173 ; 84% des produits modifiés) puis sur les valeurs nutritionnelles (n=160 ; 77%).

A l'inverse, aucune modification ne porte sur les allégations de santé ni sur l'étiquetage nutritionnel simplifié. En effet ce secteur ne comporte aucun produit avec une allégation de santé. De même, aucun produit collecté en 2018 n'étiquette de Nutri-Score (son apposition volontaire ne faisant que débiter en 2018).

⁶ Suivis dans la partie 5 et dont les définitions sont disponibles en Annexe 1

⁷ Dont les évolutions sont présentées dans la partie 6

4. EVOLUTION DE L'OFFRE PONDEREE PAR LES PARTS DE MARCHE⁸

En considérant l'ensemble des références Oqali recueillies en 2015 et en 2018 pour lesquelles il a été possible d'attribuer un volume de vente selon les données Kantar - Panel Worldpanel⁹, cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution des répartitions des volumes par famille, segment de marché et sous-groupe.

4.1 Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par famille

Le Tableau 2 compare la répartition des parts de marché associées aux produits Oqali (uniquement) par famille de produits entre 2015 et 2018.

⁸ A noter que pour les indicateurs pondérés par les volumes de vente, les parts de marché des produits Oqali par famille, segment et sous-groupe sont rapportées à un total de 100%. Les parts de marché des produits non couverts par l'Oqali sont ainsi supposées avoir la même évolution que celles de l'échantillon recueilli sur la période.

⁹ Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

Tableau 2 : Comparaison de la répartition des parts de marché par famille pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Répartition des volumes de vente ¹ des produits récoltés par l'Oqali			Effectif de produits associés à un volume de vente		
	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)
Croissants	15%	13%	-1	19	23	+4
Pains au chocolat	11%	14%	+3	18	20	+2
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	1%	2%	+0,4	7	9	+2
Beignets et donuts	2%	1%	-0,3	14	13	-1
Brioche nature ou au sucre	8%	8%	+0,04	10	11	+1
Brioche autres	1%	1%	+0,04	10	11	+1
Crepes_pancakes_gaufres	3%	4%	+0,2	14	20	+6
Macarons	2%	2%	+0,2	42	37	-5
Tartes au citron	3%	3%	+0,3	18	21	+3
Tartes aux pommes et assimilés	7%	6%	-1	39	40	+1
Tartes autres fruits	6%	6%	-0,1	33	36	+3
Tartes sans fruit	1%	1%	+0,1	11	12	+1
Pâtisseries de type flan	1%	2%	+1	8	12	+4
Galette des rois	4%	3%	-1	9	13	+4
Eclairs	3%	2%	-1	34	23	-11
Profiteroles	3%	1%	-2	13	11	-2
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	2%	1%	-0,1	19	18	-1
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	6%	5%	-1	45	43	-2
Gateaux moelleux_cakes autres	1%	1%	-0,4	14	15	+1
Cheesecakes	1%	1%	-1	7	7	+0
Tiramisus	1%	1%	-0,1	9	6	-3
Desserts pâtisseries aux fruits	5%	9%	+4	41	49	+8
Desserts pâtisseries autres	9%	9%	-0,1	59	62	+3
Autres gateaux	2%	2%	-0,4	12	21	+9
Autres desserts	1%	0,3%	-0,3	8	7	-1
Assortiments de mignardises	1%	2%	+0,3	17	22	+5
Toutes familles confondues	100%	100%	-	530	562	+32

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

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

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

La répartition des parts de marché associées aux produits Oqali par famille est globalement stable entre les 2 suivis (écarts inférieurs ou égaux à 4 points entre 2015 et 2018, Tableau 2). Les familles associées aux volumes de vente les plus importants pour les 2 années de suivi sont : Croissants (15% de parts de marché en 2015 et 13% en 2018), Pains au chocolats (11% de parts de marché en 2015 et 14% en 2018), Desserts pâtisseries autres (9% de parts de marché en 2015 et en 2018) ainsi que Brioche nature ou au sucre (8% de parts de marché en 2015 et en 2018).

4.2 Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par segment de marché

Le Tableau 3 compare la répartition des volumes de vente associés aux produits Oqali (uniquement) par segment de marché entre 2015 et 2018.

Tableau 3 : Comparaison de la répartition des parts de marché par segment de marché pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Segment de marché	Répartition des volumes de vente ¹ des produits récoltés par l'Oqali			Effectif de produits associés à un volume de vente		
	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)
Distributeurs spécialisés	58%	55%	-4	295	336	+41
Marques nationales	9%	16%	+7	42	59	+17
Marques de distributeurs	22%	20%	-2	143	121	-22
Marques de distributeurs entree de gamme	0,2%	0,2%	-0,03	3	1	-2
Hard discount	10%	9%	-1	47	45	-2
Tous segments confondus	100%	100%	-	530	562	+32

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

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

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

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

Concernant la répartition des parts de marché associées aux produits Oqali par segment de marché entre 2015 et 2018, une **augmentation de la part des marques nationales (+7 points)** est observée au **détriment des distributeurs spécialisés (-4 points)**, **des marques de distributeurs (-2 points)**, et dans une **moindre mesure des produits issus du hard discount (-1 point)** (Tableau 3). A noter pour rappel, qu'en nombre de références au sein de l'échantillon Oqali (non pondéré), les marques nationales ont également une proportion de produits qui augmente (+3 points) tandis que les marques de distributeurs et les produits issus du hard discount ont une proportion de produits qui diminue (respectivement -5 points et -2 points) (Figure 3). L'évolution est toutefois à la hausse pour les distributeurs spécialisés (+5 points) (Figure 3).

4.3 Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par sous-groupe

Le Tableau 4 compare la répartition des volumes de vente associés aux produits Oqali (uniquement) par sous-groupe entre 2015 et 2018.

Tableau 4 : Comparaison de la répartition des parts de marché par sous-groupe pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente, pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sous-groupe	Retirés ¹	Identiques ²	Modifiés ³	Ajoutés ⁴
Répartition des volumes de vente ⁵ des produits récoltés par l'Oqali	12%	28%	50%	22%
Effectif de produits associés à un volume de vente	172	155	198	209

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre l'état des lieux et le suivi ou non captés par l'Oqali au suivi)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 semblables en tout point

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 mais dans une version évoluée, impliquant un changement de l'emballage (informations générales, portions, repères nutritionnels, allégations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouveau parfum par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

⁵ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali par sous-groupe versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar Panel - Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française) au sein du marché de 2015 pour le sous-groupe des produits retirés et au sein du marché de 2018 pour les sous-groupes des produits identiques, modifiés et ajoutés

Case en vert : volume de vente le plus élevé

A l'échelle du secteur total et en termes de parts de marché associées aux produits Oqali, **les références modifiées sont celles possédant les parts de marché les plus élevées** (50% des volumes de vente du marché 2018 d'après les données Kantar - Panel Worldpanel). Elles sont suivies par les produits identiques qui représentent 28% des volumes de vente et par les produits ajoutés avec 22% des volumes de vente. Les produits retirés correspondent quant à eux à 12% du volume de vente total du marché 2015.

5. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE¹⁰

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, les fréquences de présence de 6 paramètres nutritionnels ont été suivies (Figure 8) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en Annexe 1. A noter que ces indicateurs ne prennent pas en compte les volumes de vente.

Un tableau récapitulant le détail des effectifs de produits récoltés en 2015 et en 2018 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

A l'échelle du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, une augmentation significative de la présence de l'étiquetage nutritionnel est constatée entre 2015 et 2018 (+2 points) (Figure 8, Tableau 5). Les autres paramètres de l'étiquetage sont stables (Figure 8, Tableau 5).

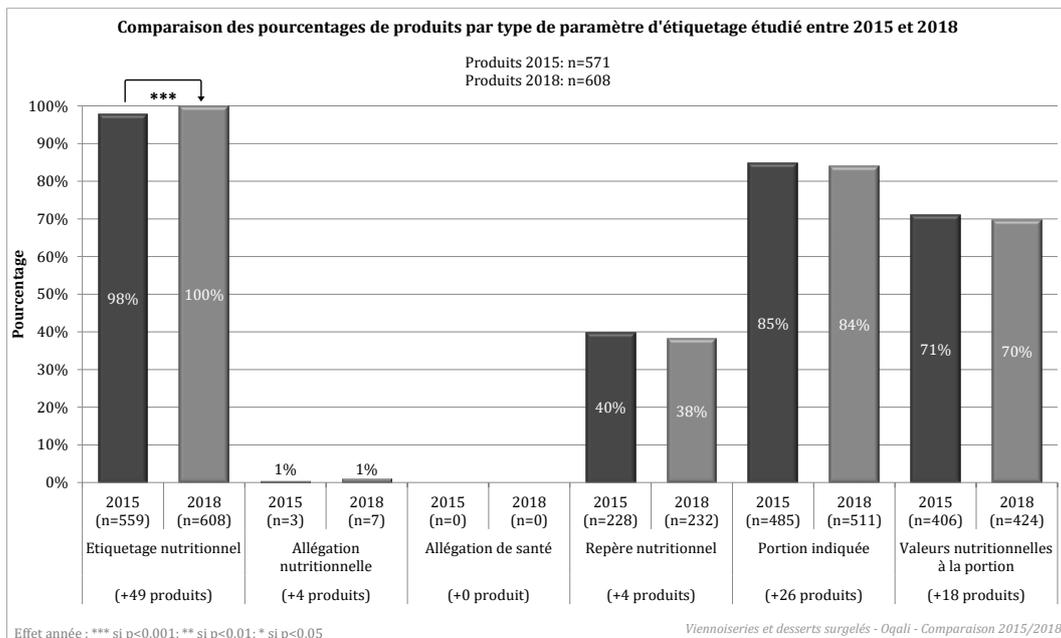


Figure 8 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018.

¹⁰ Des tests statistiques (chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives de la proportion de produits présentant ou non tel paramètre entre les 2 années. Les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont décrits dans le rapport méthodologique 2010 (Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>). Par convention, le terme « significatif » a été employé afin d'indiquer que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05). Ce test tient compte à la fois de la proportion et des effectifs : plus les effectifs sont élevés, plus les écarts de proportion mis en évidence sont faibles. Lorsque cette différence est significative, elle est matérialisée par une flèche entre les 2 années sur les figures et par des étoiles dans les tableaux.

Tableau 5 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés entre 2015 et 2018, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.

	Etiquetage nutritionnel ⁽¹⁾			Allégation nutritionnelle			Allégation de santé			Repère nutritionnel			Portion indiquée			Valeurs nutritionnelles à la portion		
	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta
<i>Ensemble des produits du secteur</i>																		
Secteur (2015 : n=571 ; 2018 : n=608)	98%	100%	+2***	1%	1%	+1	0%	0%	+0	40%	38%	-2	85%	84%	-1	71%	70%	-1
<i>Famille de produits</i>																		
Croissants (2015 : n=19 ; 2018 : n=23)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	47%	43%	-4	89%	78%	-11	89%	78%	-11
Pains au chocolat (2015 : n=18 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	50%	48%	-2	89%	76%	-13	89%	76%	-13
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (2015 : n=7 ; 2018 : n=10)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	71%	40%	-31	100%	100%	+0	86%	90%	+4
Beignets et donuts (2015 : n=14 ; 2018 : n=14)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	21%	14%	-7	93%	93%	+0	93%	93%	+0
Brioches nature ou au sucre (2015 : n=11 ; 2018 : n=11)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	27%	18%	-9	73%	73%	+0	45%	36%	-9
Brioches autres (2015 : n=10 ; 2018 : n=12)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	20%	17%	-3	100%	92%	-8	70%	58%	-12
Crepes, pancakes, gaufres (2015 : n=15 ; 2018 : n=26)	93%	100%	+7	0%	0%	+0	0%	0%	+0	40%	38%	-2	87%	85%	-2	80%	85%	+5
Macarons (2015 : n=45 ; 2018 : n=39)	91%	100%	+9	0%	5%	+5	0%	0%	+0	33%	36%	+3	53%	56%	+3	51%	49%	-2
Tartes au citron (2015 : n=20 ; 2018 : n=22)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	50%	41%	-9	95%	100%	+5	80%	77%	-3
Tartes aux pommes et assimilées (2015 : n=43 ; 2018 : n=41)	98%	100%	+2	0%	2%	+2	0%	0%	+0	44%	44%	-0,3	95%	93%	-3	84%	83%	-1
Tartes autres fruits (2015 : n=36 ; 2018 : n=39)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	44%	54%	+9	94%	97%	+3	72%	74%	+2
Tartes sans fruit (2015 : n=14 ; 2018 : n=12)	93%	100%	+7	0%	0%	+0	0%	0%	+0	50%	67%	+17	93%	92%	-1	71%	92%	+20
Pâtisseries de type flan (2015 : n=8 ; 2018 : n=13)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	25%	15%	-10	100%	77%	-23	63%	46%	-16
Galettes des rois (2015 : n=9 ; 2018 : n=14)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	44%	43%	-2	100%	100%	+0	67%	64%	-2
Eclairs (2015 : n=36 ; 2018 : n=24)	92%	100%	+8	0%	0%	+0	0%	0%	+0	39%	50%	+11	64%	75%	+11	56%	54%	-1
Profiteroles (2015 : n=13 ; 2018 : n=11)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	77%	82%	+5	100%	100%	+0	92%	100%	+8
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (2015 : n=21 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	24%	19%	-5	86%	86%	+0	67%	57%	-10
Gateaux moelleux, cakes tout chocolat (2015 : n=48 ; 2018 : n=48)	98%	100%	+2	4%	2%	-2	0%	0%	+0	54%	46%	-8	90%	81%	-8	85%	79%	-6
Gateaux moelleux, cakes autres (2015 : n=14 ; 2018 : n=16)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	7%	25%	+18	50%	56%	+6	36%	50%	+14
Cheesecakes (2015 : n=7 ; 2018 : n=9)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	57%	89%	+32	71%	89%	+17	71%	67%	-5
Tiramisus (2015 : n=9 ; 2018 : n=7)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	67%	57%	-10	100%	100%	+0	67%	71%	+5
Desserts pâtisseries aux fruits (2015 : n=47 ; 2018 : n=55)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	30%	16%	-13	98%	95%	-3	70%	71%	+1
Desserts pâtisseries autres (2015 : n=65 ; 2018 : n=67)	100%	100%	+0	0%	1%	+1	0%	0%	+0	35%	33%	-3	97%	96%	-1	80%	78%	-2
Autres gateaux (2015 : n=15 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	0%	5%	+5	0%	0%	+0	33%	29%	-5	80%	81%	+1	73%	76%	+3
Autres desserts (2015 : n=8 ; 2018 : n=7)	88%	100%	+13	13%	14%	+2	0%	0%	+0	38%	57%	+20	75%	86%	+11	50%	71%	+21
Assortiments de mignardises (2015 : n=19 ; 2018 : n=25)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	37%	40%	+3	42%	36%	-6	26%	20%	-6
<i>Segment de marché</i>																		
Distributeurs spécialisés (2015 : n=310 ; 2018 : n=359)	100%	100%	+0	0,3%	1%	+0,2	0%	0%	+0	30%	32%	+2	85%	83%	-2	65%	65%	+0,1
Marques nationales (2015 : n=45 ; 2018 : n=67)	78%	100%	+22	0%	1%	+1	0%	0%	+0	31%	25%	-6	62%	69%	+6	42%	49%	+7
Marques de distributeurs (2015 : n=157 ; 2018 : n=134)	100%	100%	+0	1%	3%	+2	0%	0%	+0	60%	61%	+1	92%	93%	+1	88%	87%	-1
Marques de distributeurs entrée de gamme (2015 : n=3 ; 2018 : n=1)	67%	100%	+33	0%	0%	+0	0%	0%	+0	67%	100%	+33	100%	100%	+0	67%	0%	-67
Hard discount (2015 : n=56 ; 2018 : n=47)	98%	100%	+2	0%	0%	+0	0%	0%	+0	45%	38%	-6	86%	91%	+6	82%	89%	+7

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé

Case en orange : augmentation significative de la présence du paramètre entre 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé

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

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

La présence de l'étiquetage nutritionnel, déjà très élevée en 2015 (98%), progresse pour atteindre 100% en 2018 (Tableau 5), cet étiquetage étant dorénavant obligatoire suite à la mise en place du règlement « INCO »¹¹. A noter que 81% des produits étiquettent un groupe INCO+¹² en 2018 (n=491).

Les autres paramètres de l'étiquetage sont stables :

- **Repère nutritionnel (2015 : 40% ; 2018 : 38%) ;**
- **Portion indiquée (2015 : 85% ; 2018 : 84%). Les tailles les plus fréquentes de portion indiquée restent globalement similaires entre 2015 et 2018 même si la répartition des tailles de portion indiquée au sein d'une même famille peut être modifiée (Annexe 3). Des tests statistiques ont été réalisés sur les tailles de portions indiquées entre les 2 années étudiées sans obtenir d'évolution significative (Figure 9, Figure 10, Figure 11, Figure 12 et Figure 13). Afin de faciliter l'étude des tailles de portion indiquée pour ce secteur, les familles sont regroupées en 5 catégories.**
 - Viennoiseries surgelées comprenant les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre ainsi que Brioches autres. Au sein de cette catégorie, la taille de portion indiquée la plus représentée est 75g (13% en 2015 comme en 2018) et varie en 2018 entre 12,5g et 120g (Figure 9 ; Annexe 3) ;
 - Pâtisseries à base de pâte à choux surgelées incluant les familles Eclairs, Profiteroles ainsi que Pâtisseries à base de pâte à choux autres. Pour cette catégorie, les tailles de portion indiquée les plus représentées sont 50g (2015 : 24% ; 2018 : 13%) et 60g (2015 : 14% ; 2018 : 17%), et pouvant varier de 6,5g à 160g en 2018 (Figure 10 ; Annexe 3) ;
 - Tartes sucrées surgelées comprenant les familles Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits ainsi que Tartes sans fruit. Au sein de cette catégorie, la portion indiquée la plus représentée est comprise entre 75g (inclus) et 80g (inclus) (25% en 2015 comme en 2018) et varie de 27g à 170g en 2018 (Figure 11 ; Annexe 3) ;

¹¹ Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

¹² 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).

- Macarons et mignardises incluant les familles Macarons ainsi qu'Assortiments de mignardises. Pour cette catégorie, les tailles de portion indiquée les plus représentées sont 10g (2015 : 25% ; 2018 : 19%) et 15g (2015 : 22% ; 2018 : 19%), la taille de portion indiquée variant de 10g à 80g en 2018 (Figure 12 ; Annexe 3) ;
- Autres pâtisseries surgelées comprenant les familles Crêpes/pancakes/gaufres, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux ainsi qu'Autres desserts. Au sein de cette catégorie, les tailles de portion indiquée les plus représentées sont comprises entre 60g (inclus) et 70g (exclus) (11% en 2015 comme en 2018) et de 100g (2015 : 8% ; 2018 : 10%) et peuvent varier de 15g à 170g en 2018 (Figure 13 ; Annexe 3).

Comme en 2015, la taille des portions dépend des familles (Annexe 3). A noter que les familles ne distinguent pas les différents format (mini, individuel ou à partager), ainsi les tailles minimales de portion indiquée sont très souvent à relier aux produits en format « mini ». **Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés¹³ mentionnant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 (n=325), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique (n=300)** (Figure 14 et Tableau 8). Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

- **Valeurs nutritionnelles à la portion (2015 : 71% ; 2018 : 70%) ;**

- **Allégation nutritionnelle (2015 : 1% ; 2018 : 1%)** avec très peu de produits présentant une allégation nutritionnelle (n=3 en 2015 et n=7 en 2018). En 2015, elles concernaient exclusivement le sel/sodium (Tableau 6). En 2018, en plus du sel/sodium (57% des produits avec une allégation nutritionnelle), les messages portent également sur les fibres (29%) et les sucres ajoutés (14%) (Tableau 6). Pour le sel/sodium et les sucres ajoutés, les messages sont respectivement de type sans sodium/sel ajouté et sans sucres ajoutés (Tableau 7). Pour les fibres, le message est de type source de fibres (Tableau 7).

- **Allégation de santé** : comme en 2015, aucun produit ne porte d'allégation de santé en 2018.

L'ensemble des graphiques et tableaux portant sur les allégations et les portions sont disponibles ci-dessous.

¹³ Produits présents à la fois en 2015 et en 2018 sous une forme identique ou modifiée.

Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, en 2015 et 2018.

Nutriments concernés	Nombre de produits en 2015	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2015 (n=3)	Nombre de produits en 2018	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2018 (n=7)
Sel/Sodium	3	100%	4	57%
Fibres	0	0%	2	29%
Sucres ajoutés	0	0%	1	14%

Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, en 2015 et en 2018.

Type d'allégation nutritionnelle	Nombre de produits en 2015	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2015 (n=3)	Nombre de produits en 2018	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2018 (n=7)
SANS SODIUM OU SANS SEL AJOUTE	3	100%	4	57%
SOURCE DE FIBRES	0	0%	2	29%
SANS SUCRES AJOUTES	0	0%	1	14%

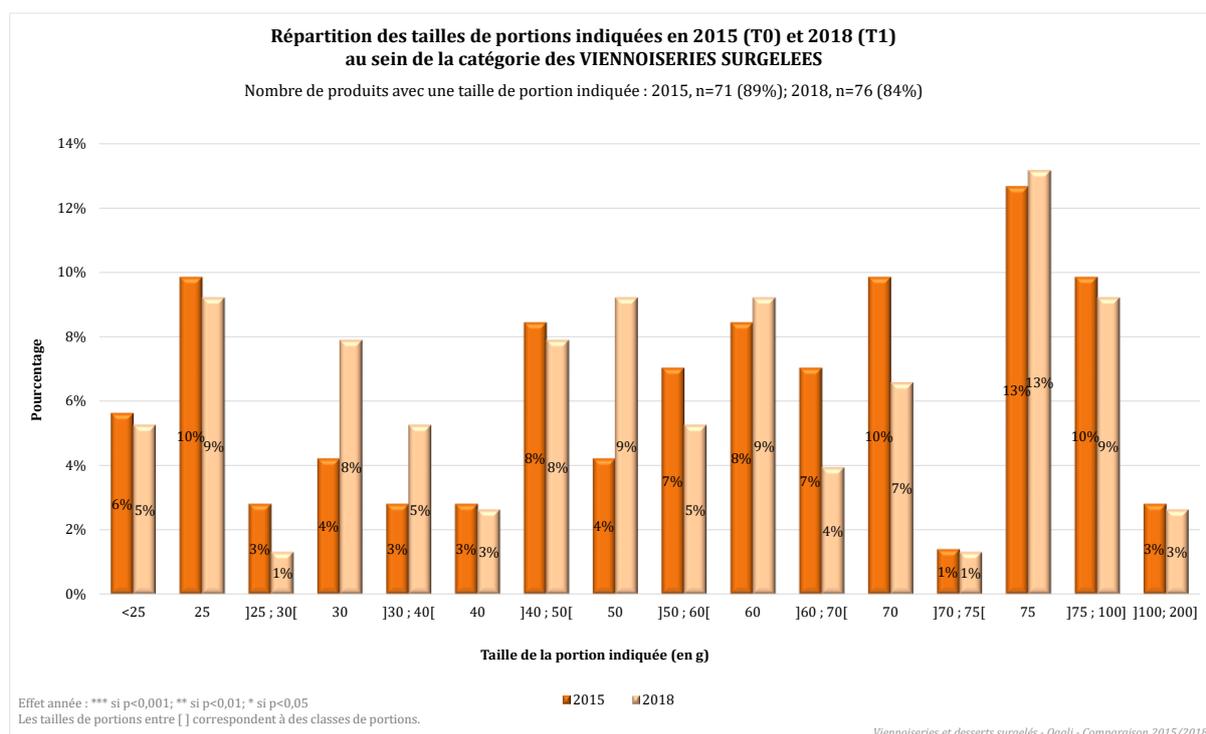


Figure 9 : Répartition des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 pour la catégorie des Viennoiseries surgelées (familles : Croissants ; Pains au chocolat ; Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries ; Beignets et donuts ; Brioches nature ou au sucre ; Brioches autres).

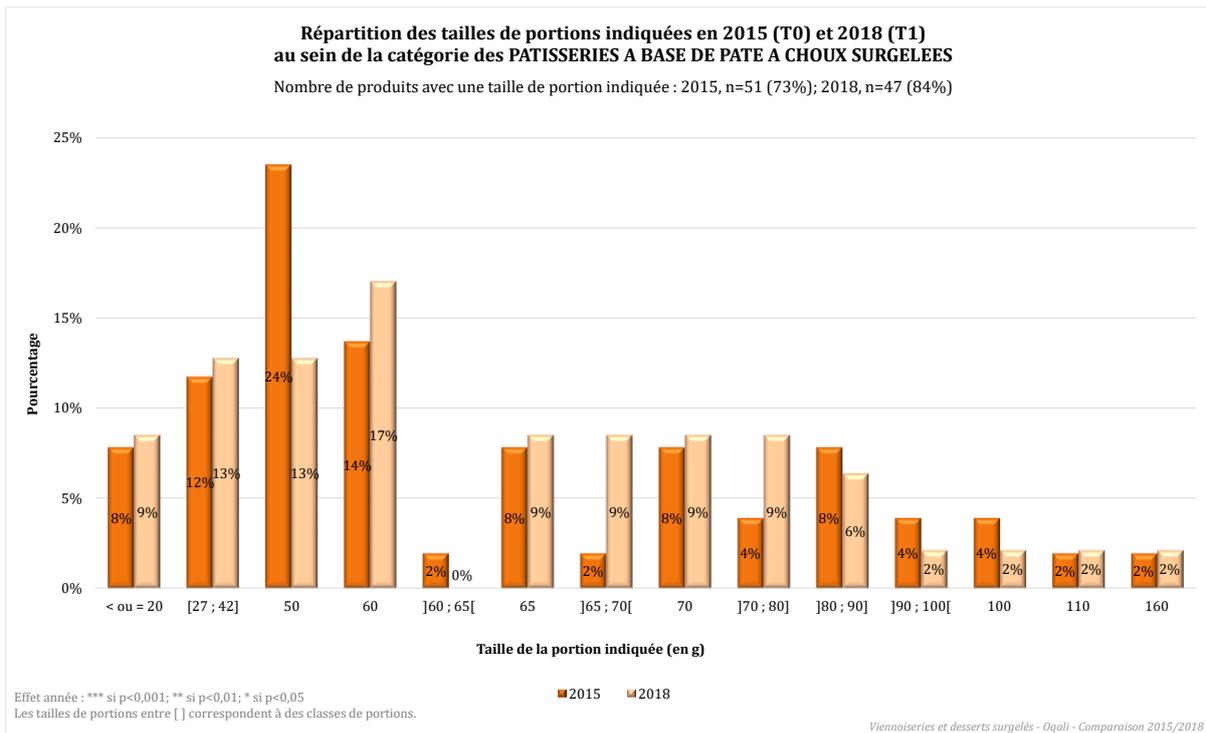


Figure 10 : Répartition des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 pour la catégorie des Pâtisseries à base de pâte à choux surgelées (familles : Eclairs ; Profiteroles ; Pâtisseries à base de pâte à choux autres).

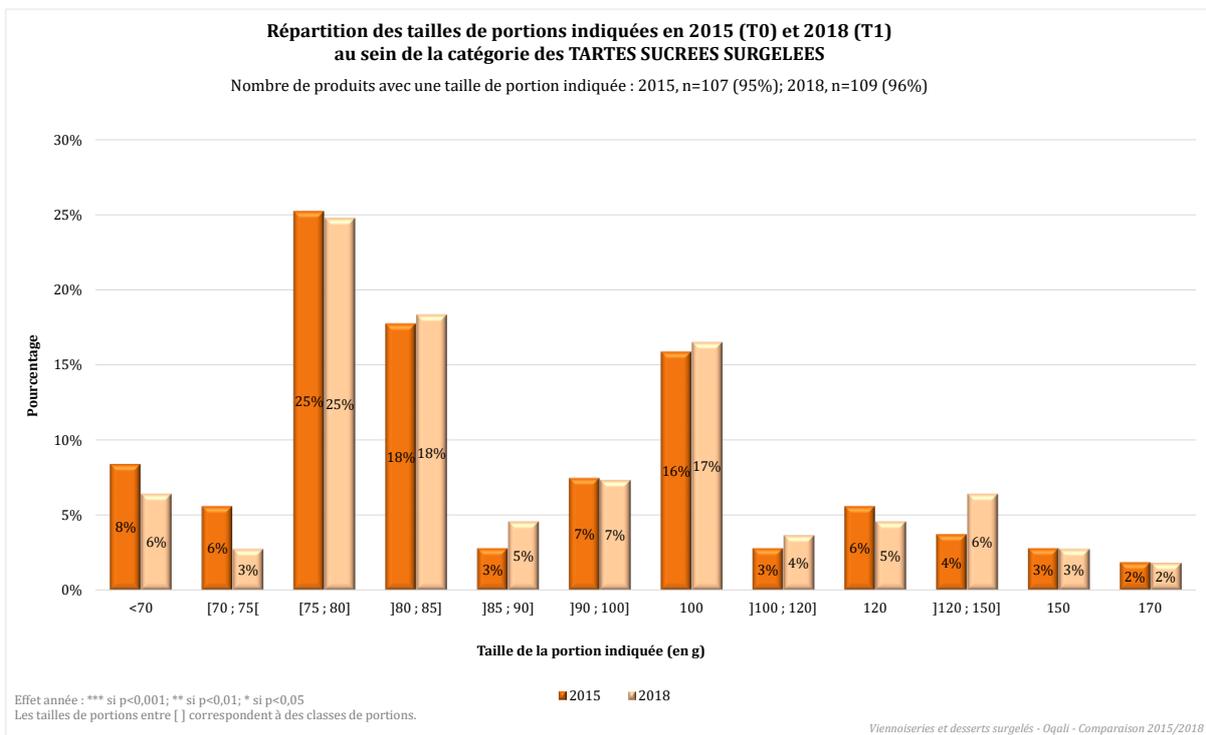


Figure 11 : Répartition des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 pour la catégorie des Tartes sucrées surgelées (familles : Tartes au citron ; Tartes aux pommes et assimilés ; Tartes autres fruits ; Tartes sans fruit).

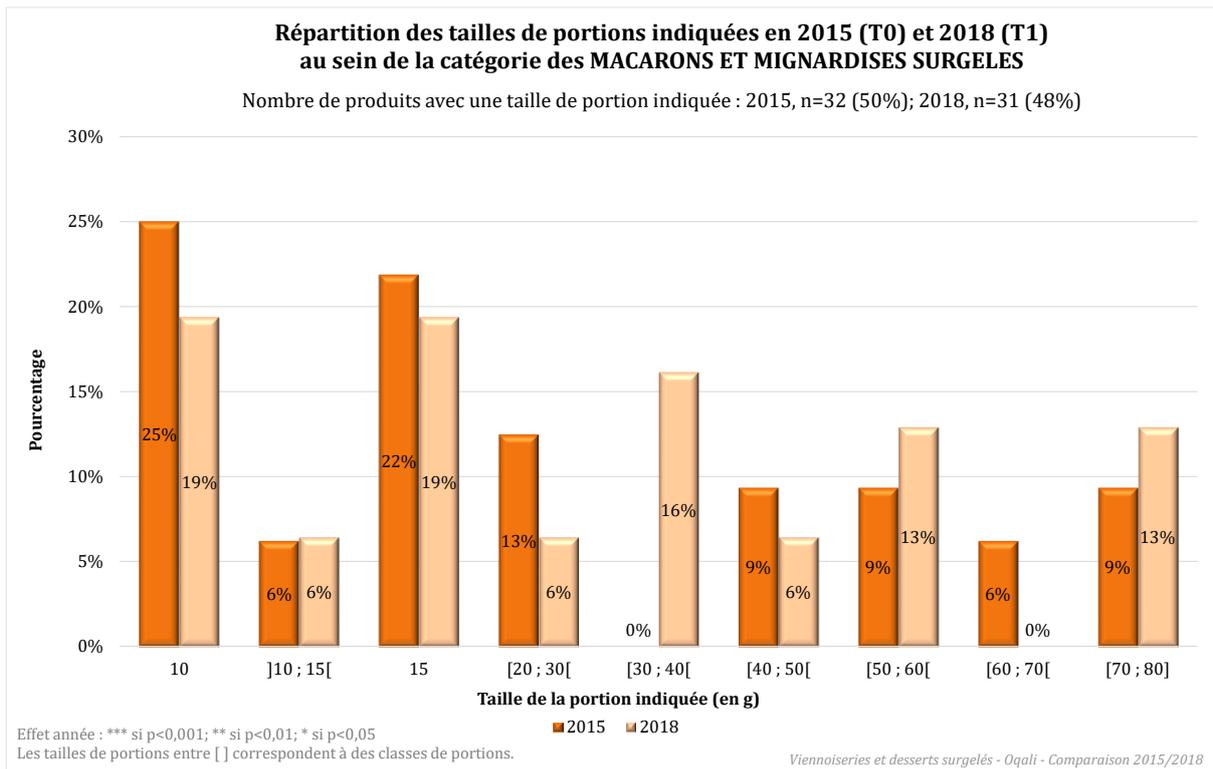


Figure 12 : Répartition des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 pour la catégorie des Macarons et mignardises surgelés (familles : Macarons ; Assortiments de mignardises).

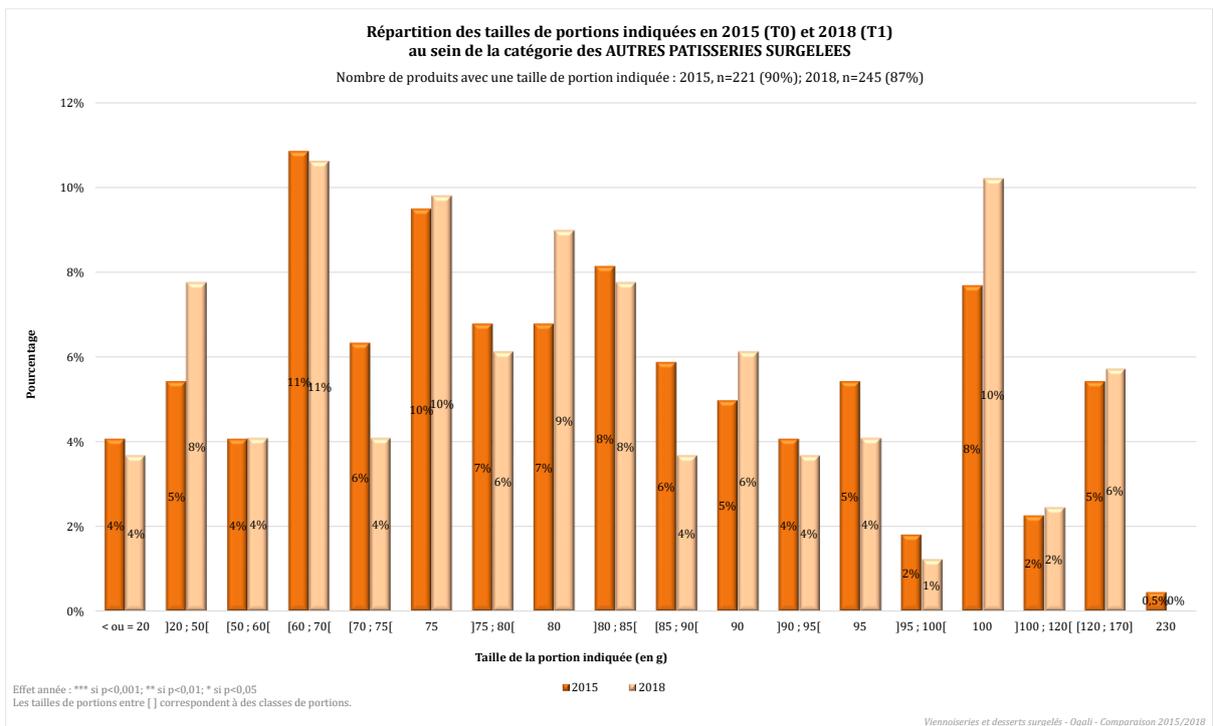
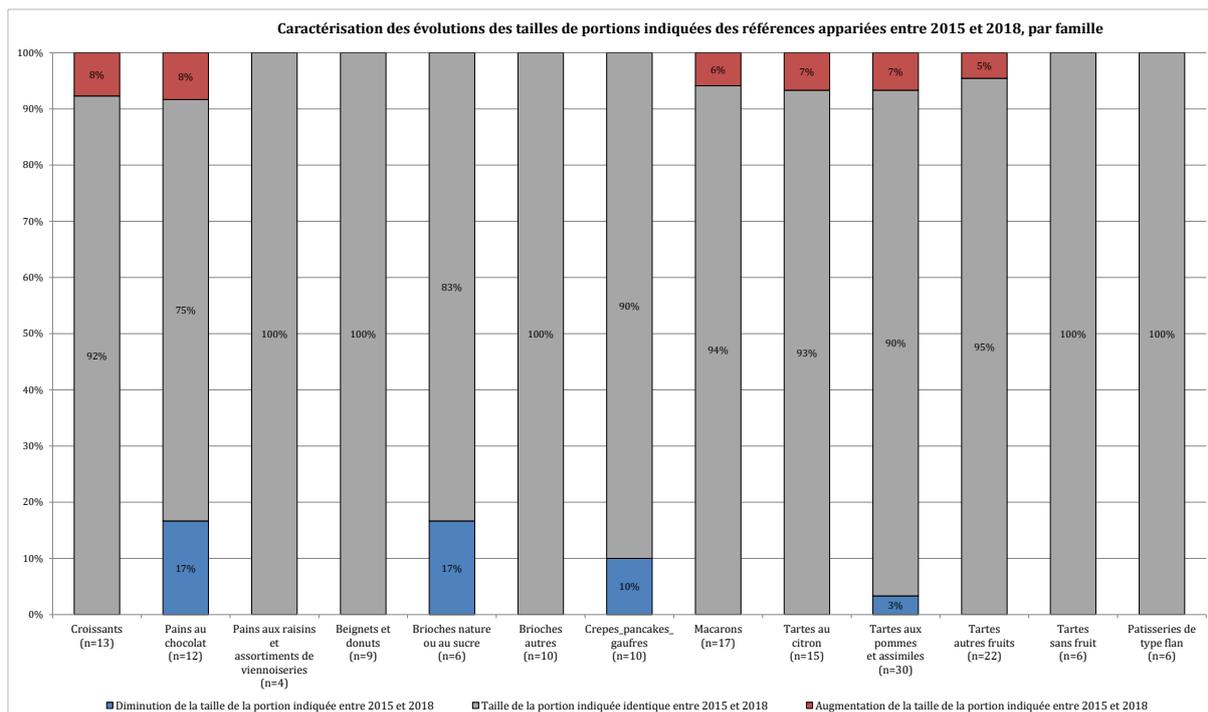
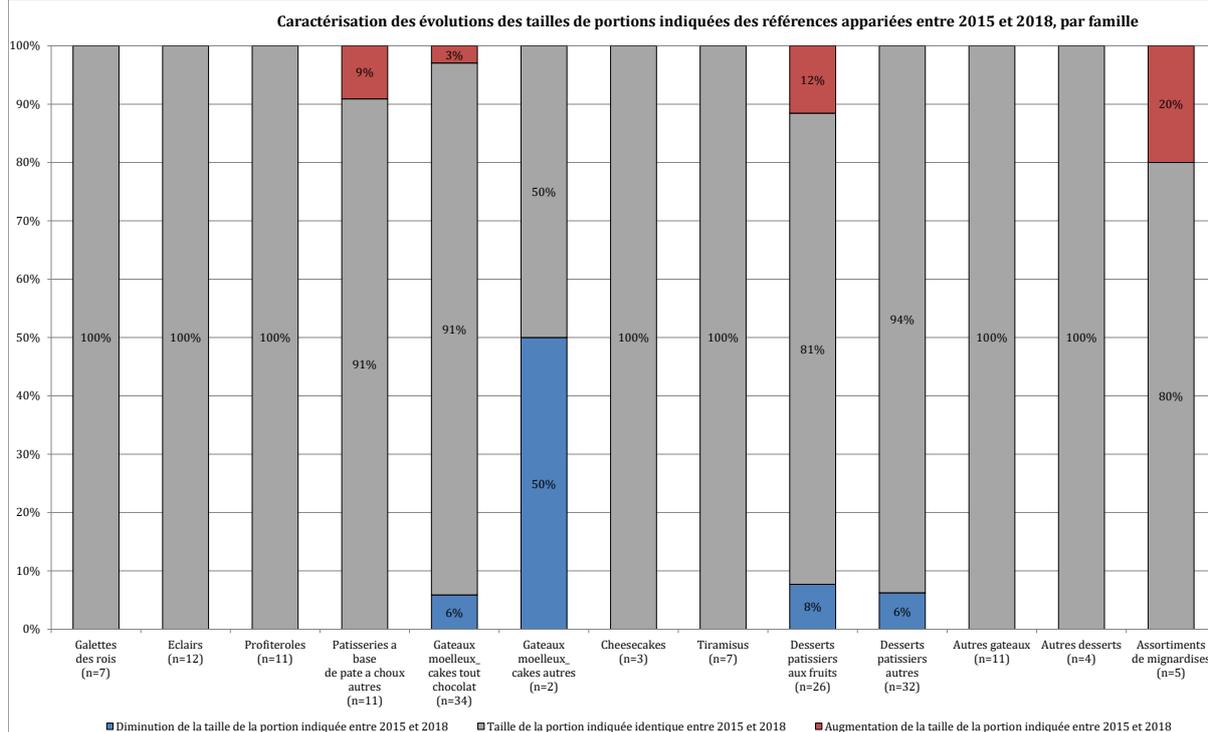


Figure 13 : Répartition des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 pour la catégorie des Autres pâtisseries surgelées (familles : Crêpes/pancakes/gaufres ; Pâtisseries de type flan ; Galettes des rois ; Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat ; Gâteaux moelleux/cakes autres ; Cheesecakes ; Tiramisus ; Desserts pâtisseries aux fruits ; Desserts pâtisseries autres ; Autres gâteaux ; Autres desserts).



Viennoiseries et desserts surgelés - Oqali - Comparaison 2015/2018



Viennoiseries et desserts surgelés - Oqali - Comparaison 2015/2018

Figure 14 : Pourcentage de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une stabilité de la taille de portion indiquée entre 2015 et 2018 au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés.

Tableau 8 : Statistiques descriptives des tailles de portion indiquée des produits appariés présentant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 au sein des Viennoiseries et desserts surgelés.

Famille de produits	Diminutions de la taille de la portion indiquée, en g (n=12)					Taille de la portion indiquée identique (n=300)	Augmentations de la taille de la portion indiquée, en g (n=13)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Croissants (n=13)	0					12	1	+3,0	+3,0	+3,0	
Pains au chocolat (n=12)	2	-2,0	-4,0	-3,0	1,4	9	1	+5,0	+5,0	+5,0	
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	0					4	0				
Beignets et donuts (n=9)	0					9	0				
Brioches nature ou au sucre (n=6)	1	-0,3	-0,3	-0,3		5	0				
Brioches autres (n=10)	0					10	0				
Crepes_pancakes_gaufres (n=10)	1	-7,5	-7,5	-7,5		9	0				
Macarons (n=17)	0					16	1	+2,8	+2,8	+2,8	
Tartes au citron (n=15)	0					14	1	+0,6	+0,6	+0,6	
Tartes aux pommes et assimilés (n=30)	1	-0,1	-0,1	-0,1		27	2	+12,9	+20,0	+16,5	5,0
Tartes autres fruits (n=22)	0					21	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Tartes sans fruit (n=6)	0					6	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galettes des rois (n=7)	0					7	0				
Eclairs (n=12)	0					12	0				
Profiteroles (n=11)	0					11	0				
Pâtisseries a base de pate a choux autres (n=11)	0					10	1	+2,0	+2,0	+2,0	
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=34)	2	-5,0	-5,0	-5,0	0,0	31	1	+75,0	+75,0	+75,0	
Gateaux moelleux_cakes autres (n=2)	1	-192,0	-192,0	-192,0		1	0				
Cheesecakes (n=3)	0					3	0				
Tiramisus (n=7)	0					7	0				
Desserts patisseries aux fruits (n=26)	2	-1,0	-6,0	-3,5	3,5	21	3	+4,0	+42,0	+17,0	21,7
Desserts patisseries autres (n=32)	2	-1,7	-10,0	-5,8	5,9	30	0				
Autres gateaux (n=11)	0					11	0				
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=5)	0					4	1	+1,0	+1,0	+1,0	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES

6.1 Méthodologie

L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles concerne 5 nutriments d'intérêt : les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres¹⁴, le sel et les fibres alimentaires.

Pour les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel en 2015 et en 2018, 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 en sel (2015 : n=5 ; 2018 : n=1).

Les statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché pour les produits 2018 sont présentées en Annexe 4, et ce pour la valeur énergétique et les 7 nutriments suivants : matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres.

Ainsi, ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriments d'intérêt pour les produits de Viennoiseries et desserts surgelés (matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires), pour 100g, par famille de produits et par année.

L'objectif étant de caractériser au mieux les évolutions de teneurs observées entre 2015 et 2018, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits**, en considérant l'ensemble de l'offre recueillie, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble ;
- **au niveau des familles de produits, en se plaçant au niveau des produits appariés** pour préciser si les évolutions de teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de produits préexistants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon en 2015, et qui le sont toujours en 2018, sous une forme strictement identique ou modifiée. Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi, pour un nutriment donné, les effectifs de produits appariés suivis sont donc égaux pour 2015 et 2018, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre ;

¹⁴ Pour rappel, les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

- **au niveau des familles de produits par sous-groupe**¹⁵ afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées. Six ensembles de produits sont considérés :
 - 2015 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2015¹⁶ ;
 - 2018 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2018¹⁷ ;
 - Retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) ;
 - VN identiques : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que celui des valeurs nutritionnelles, quel que soit le nutriment) ;
 - Evolutions VN : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018, avec au moins une valeur nutritionnelle ayant évolué entre ces 2 années (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution) ;
 - Ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2015) ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché** pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché et sous-groupe** afin d'expliquer si les différences observées au niveau des segments de marché s'expliquent en partie par un renouvellement de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment). Par famille, chaque segment de marché est divisé selon les 6 sous-groupes définis ci-dessus (« 2015 », « 2018 », « Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés »).

Les traitements statistiques de la partie « Evolution de la composition nutritionnelle » ont évolué : les tests de Mann-Whitney, de Wilcoxon et de Student, utilisés dans les études sectorielles précédentes, ont été remplacés par des tests de permutation. L'intérêt des tests de permutation repose sur leur flexibilité et leur robustesse lorsque les hypothèses statistiques des tests habituels ne sont pas vérifiées. Dans le cas des études sectorielles de l'Oqali, l'utilisation de ces nouveaux tests permet de s'adapter aux tailles d'échantillons aléatoires et notamment aux échantillons de petites tailles, retrouvés pour certaines familles étudiées, ou encore de limiter l'impact des observations aberrantes parfois présentes dans les données. Par ailleurs, le principe des tests de permutation est de travailler conditionnellement aux données observées,

¹⁵ Chacune des familles est divisée en sous-ensembles de produits destinés à modéliser le renouvellement de l'offre de produits.

¹⁶ Couvrant au minimum 72% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar – Panel Worldpanel).

¹⁷ Couvrant au minimum 75% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar – Panel Worldpanel).

sans avoir à formuler des hypothèses sur la distribution théorique de la variable observée. Par convention, le terme « significatif » a été employé afin d'indiquer que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05).

Dans les graphiques, les évolutions significatives entre les teneurs moyennes sont signalées par une flèche entre les 2 échantillons comparés. La valeur de la différence des teneurs moyennes est indiquée dans le sens suivant : [teneur du groupe en bout de flèche – teneur du groupe à l'origine de la flèche]. Toutes les combinaisons ont été testées ; l'absence de flèche indique que le test n'a pas montré de différence significative entre les teneurs moyennes des 2 échantillons concernés. Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

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

Enfin, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait, d'une part, de la sous-estimation de la représentativité des marques nationales ainsi que de la surestimation de celle des distributeurs spécialisés, et dans une moindre mesure, de celle des marques de distributeurs.

6.2 Fréquence d'étiquetage par nutriment suivi

Lors de l'étude portant sur les valeurs nutritionnelles étiquetées, il est nécessaire de prendre en compte les fréquences d'étiquetage des nutriments d'intérêt pour les 2 années de suivi afin d'identifier d'éventuels biais d'étiquetage (Tableau 9). Les cases grisées matérialisent les évolutions supérieures à 20 points de la proportion de produits étiquetant leurs valeurs nutritionnelles entre 2015 et 2018 à l'échelle du secteur, des familles et des segments.

L'analyse des fréquences d'étiquetage par nutriment ne montre pas d'évolution importante entre 2015 et 2018, en particulier à l'échelle du secteur. Ainsi, l'étude des évolutions des valeurs nutritionnelles, pour ce secteur, ne comportent pas de biais d'étiquetage majeur pour les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres, le sel et les fibres alimentaires.

A noter cependant, une augmentation de la proportion de produits étiquetant les fibres alimentaires pour les familles Autres desserts (+25 points) ainsi que Beignets et donuts (+21 points) tandis qu'une diminution est observée pour ce nutriment au sein des produits issus du hard discount (-21 points). A noter que l'étiquetage des fibres alimentaires est facultatif d'après le règlement dit « INCO »¹⁸. Pour les marques nationales, une augmentation de la proportion de produits étiquetant l'ensemble des nutriments étudiés est observée, particulièrement pour les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres et le sel (+22 points pour ces 4 nutriments). Pour les marques de distributeurs entrée de gamme, les évolutions observées sur les 5 nutriments étudiés sont à relativiser du fait du très faible effectif de produits pour ce segment de marché, en 2015 (n=3) comme en 2018 (n=1).

Tableau 9 : Fréquences d'étiquetage des matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires en 2015 et en 2018 pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Fréquences d'étiquetage des valeurs nutritionnelles pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés	Matières grasses			Acides gras saturés			Sucres			Sel			Fibres		
	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta
Ensemble des produits du secteur															
Secteur (2015 : n=571 ; 2018 : n=608)	98%	100%	+2	97%	100%	+3	97%	100%	+3	97%	100%	+3	80%	81%	+0,4
Famille de produits															
Croissants (2015 : n=19 ; 2018 : n=23)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	63%	70%	+6
Pains au chocolat (2015 : n=18 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	61%	76%	+15
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (2015 : n=7 ; 2018 : n=10)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	86%	80%	-6
Beignets et donuts (2015 : n=14 ; 2018 : n=14)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	71%	93%	+21
Brioche nature ou au sucre (2015 : n=11 ; 2018 : n=11)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0
Brioche autres (2015 : n=10 ; 2018 : n=12)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0
Crepes (2015 : n=15 ; 2018 : n=26)	93%	100%	+7	93%	100%	+7	93%	100%	+7	93%	100%	+7	80%	69%	-11
Macarons (2015 : n=45 ; 2018 : n=39)	91%	100%	+9	91%	100%	+9	91%	100%	+9	91%	100%	+9	67%	77%	+10
Tartes au citron (2015 : n=20 ; 2018 : n=22)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	85%	68%	-17
Tartes aux pommes et assimilés (2015 : n=43 ; 2018 : n=41)	98%	100%	+2	98%	100%	+2	98%	100%	+2	98%	100%	+2	84%	88%	+4
Tartes autres fruits (2015 : n=36 ; 2018 : n=39)	100%	100%	+0	94%	100%	+6	94%	100%	+6	94%	100%	+6	86%	82%	-4
Tartes sans fruit (2015 : n=14 ; 2018 : n=12)	93%	100%	+7	93%	100%	+7	93%	100%	+7	93%	100%	+7	86%	67%	-19
Pâtisseries de type flan (2015 : n=8 ; 2018 : n=13)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	88%	85%	-3
Galettes des rois (2015 : n=9 ; 2018 : n=14)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0
Eclairs (2015 : n=36 ; 2018 : n=24)	92%	100%	+8	89%	100%	+11	89%	100%	+11	89%	100%	+11	67%	75%	+8
Profiteroles (2015 : n=13 ; 2018 : n=11)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	69%	64%	-6
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (2015 : n=21 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	81%	90%	+10
Gateaux moelleux (2015 : n=48 ; 2018 : n=48)	98%	100%	+2	96%	100%	+4	96%	100%	+4	96%	100%	+4	71%	73%	+2
Gateaux moelleux (2015 : n=14 ; 2018 : n=16)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	93%	100%	+7
Cheesecakes (2015 : n=7 ; 2018 : n=9)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	71%	67%	-5
Tiramisus (2015 : n=9 ; 2018 : n=7)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	89%	86%	-3
Desserts pâtisseries aux fruits (2015 : n=47 ; 2018 : n=55)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	81%	76%	-4
Desserts pâtisseries autres (2015 : n=65 ; 2018 : n=67)	100%	100%	+0	98%	100%	+2	98%	100%	+2	98%	100%	+2	91%	81%	-10
Autres gateaux (2015 : n=15 ; 2018 : n=21)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	87%	90%	+4
Autres desserts (2015 : n=8 ; 2018 : n=7)	88%	100%	+13	88%	100%	+13	88%	100%	+13	88%	100%	+13	75%	100%	+25
Assortiments de mignardises (2015 : n=19 ; 2018 : n=25)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	88%	-12
Segment de marche															
Distributeurs spécialisés (2015 : n=310 ; 2018 : n=359)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0
Marques nationales (2015 : n=45 ; 2018 : n=67)	78%	100%	+22	78%	100%	+22	78%	100%	+22	78%	100%	+22	44%	55%	+11
Marques de distributeurs (2015 : n=157 ; 2018 : n=134)	100%	100%	+0	97%	100%	+3	97%	100%	+3	97%	100%	+3	69%	66%	-2
Marques de distributeurs entrée de gamme (2015 : n=3 ; 2018 : n=1)	67%	100%	+33	67%	100%	+33	67%	100%	+33	67%	100%	+33	67%	0%	-67
Hard discount (2015 : n=56 ; 2018 : n=47)	98%	100%	+2	96%	100%	+4	96%	100%	+4	96%	100%	+4	34%	13%	-21

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

6.3 Evolution des teneurs en matières grasses

6.3.1 Evolution des teneurs en matières grasses par famille

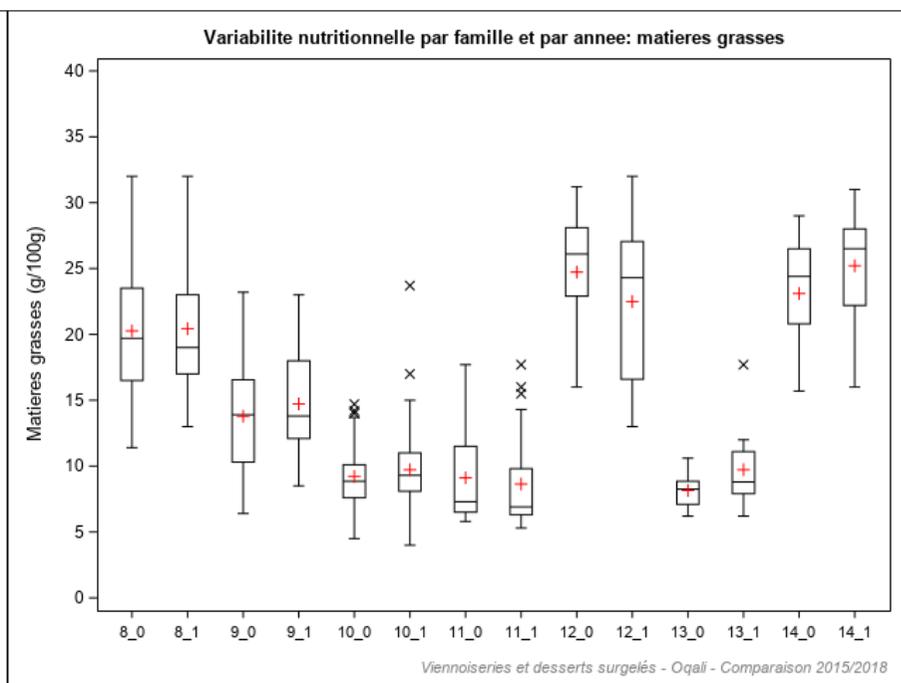
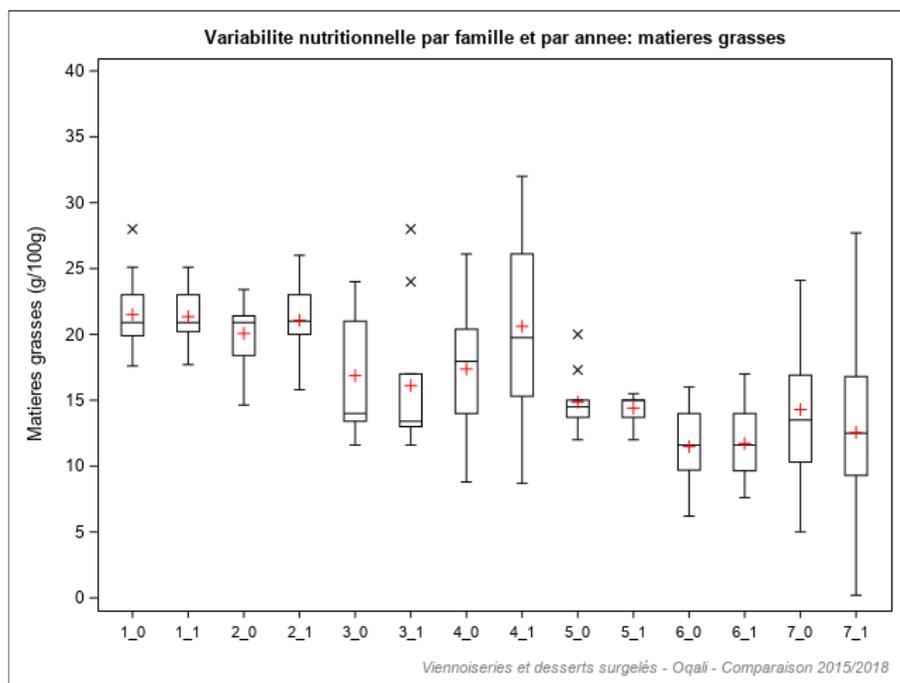
Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en matières grasses entre 2015 et 2018 (Figure 15, Tableau 10).

En termes de variabilité des teneurs en matières grasses, aussi bien en 2015 qu'en 2018, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Gâteaux moelleux/cakes autres (19) s'expliquant par la coexistence de produits naturels et de produits contenant notamment des fruits à coques (noisettes, amandes, etc.) ou de la noix de coco, accompagnés ou non de chocolat, ainsi que Autres gâteaux (24) s'expliquant par la diversité des produits de cette famille (les produits de type cookies et kouign-amann présentent des teneurs en matières grasses élevées tandis que les produits de type cannelés ont des teneurs en matières grasses plus faibles). A l'inverse, la famille Cheesecakes (20) présente une variabilité parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018.

Par ailleurs, les familles Crêpes/pancakes/gaufres (7), Tartes aux pommes et assimilés (10) ainsi qu'Eclairs (15) présentent une variabilité de leurs teneurs en matières grasses qui augmente fortement entre 2015 et 2018. Cela s'explique en partie par la présence, en 2018, de produits avec des teneurs en matières grasses :

- élevées par rapport aux teneurs des produits de 2015, pour les 3 familles (notamment 3 produits de la famille Tartes aux pommes et assimilés (10) ayant une teneur en matières grasses supérieure à 14g/100g et la reformulation d'un produit de 2015 avec une teneur élevée en matières grasses en 2018 pour la famille Eclairs (15)).
- faibles par rapport aux teneurs des produits de 2015 pour la famille Crêpes/pancakes/gaufres (7), avec la récolte, en 2018, de produits de type crêpes mille trous ou baghrirs (crêpes à base de semoule de blé) présentant une très faible teneur en matières grasses.

A l'inverse, entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en matières grasses sont Brioches nature ou au sucre (5) (s'expliquant en partie par le retrait et la reformulation de deux produits de 2015 avec une teneur en matières grasses élevée) ainsi que Tiramisus (21) (s'expliquant en partie par le retrait de deux produits de 2015, avec une teneur en matières grasses élevée pour l'un et faible pour l'autre).



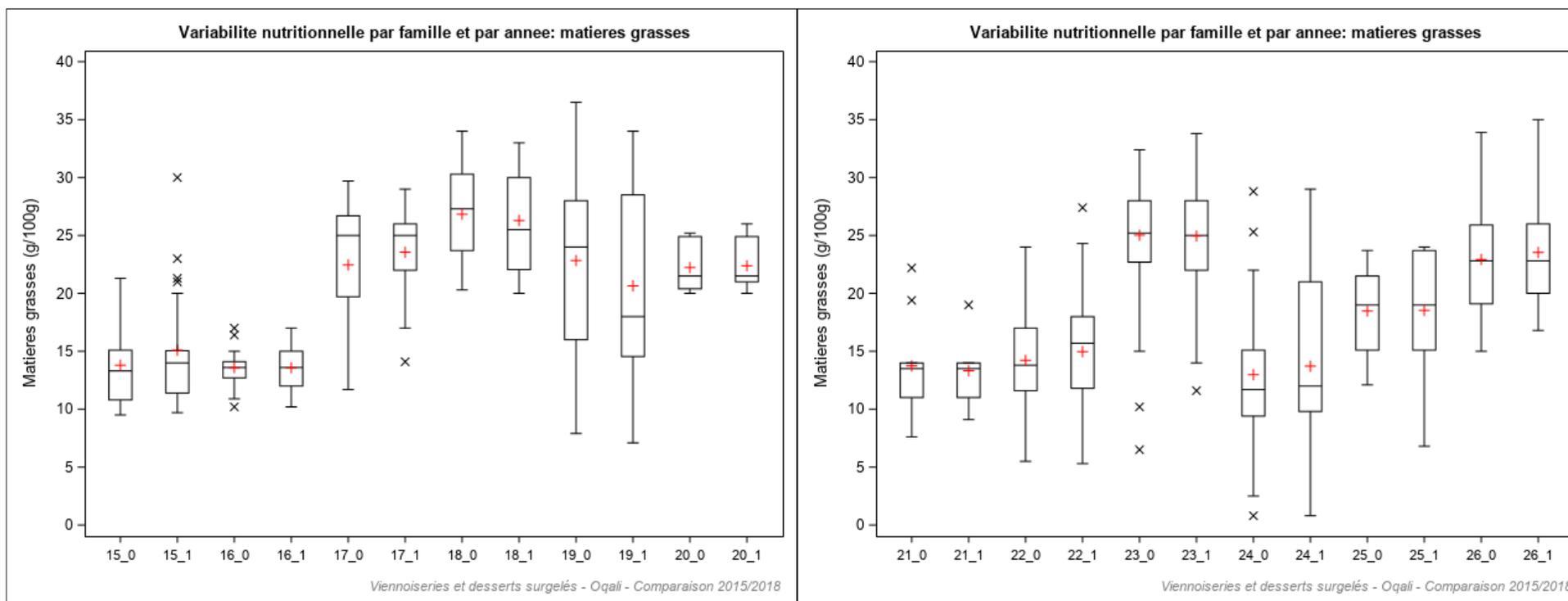
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	1_0	2015	Croissants (n=19)	8_0	2015	Macarons (n=41)
	1_1	2018	Croissants (n=23)	8_1	2018	Macarons (n=39)
	2_0	2015	Pains au chocolat (n=18)	9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
	2_1	2018	Pains au chocolat (n=21)	9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
	3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=7)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=42)
	3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=10)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=41)
	4_0	2015	Beignets et donuts (n=14)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=36)
	4_1	2018	Beignets et donuts (n=14)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
	5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
	5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
	6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=8)
	6_1	2018	Brioche autres (n=12)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=13)
	7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=14)	14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
	7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=26)	14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=33)	21_0	2015	Tiramisus (n=9)
15_1	2018	Eclairs (n=24)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=13)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=47)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=55)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=65)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=67)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=47)	24_0	2015	Autres gateaux (n=15)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=48)	24_1	2018	Autres gateaux (n=21)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=14)	25_0	2015	Autres desserts (n=7)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=16)	25_1	2018	Autres desserts (n=7)
20_0	2015	Cheesecakes (n=7)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=19)
20_1	2018	Cheesecakes (n=9)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=25)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 10 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Matières grasses (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Croissants	19	17,6	28,0	19,9	20,9	23,0	21,5	2,5	23	17,7	25,1	20,2	20,9	23,0	21,3	1,9	-0,2	-1%
Pains au chocolat	18	14,6	23,4	18,4	20,9	21,4	20,1	2,6	21	15,8	26,0	20,0	21,0	23,0	21,1	2,4	+1,0	+5%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	11,6	24,0	13,4	14,0	21,0	16,9	4,9	10	11,6	28,0	13,0	13,4	17,0	16,1	5,5	-0,8	-5%
Beignets et donuts	14	8,8	26,1	14,0	18,0	20,4	17,4	5,1	14	8,7	32,0	15,3	19,8	26,1	20,6	7,4	+3,2	+19%
Brioche nature ou au sucre	11	6,4	20,0	13,7	14,5	15,0	14,9	2,2	11	12,0	15,5	13,7	15,0	15,0	14,4	1,1	-0,5	-3%
Brioche autres	10	6,2	16,0	9,7	11,6	14,0	11,5	3,2	12	7,6	17,0	9,7	11,6	14,0	11,7	3,0	+0,3	+2%
Crepes, pancakes, gaufres	14	5,0	24,1	10,3	13,5	16,9	14,3	5,5	26	0,2	27,7	9,3	12,5	16,8	12,6	6,7	-1,7	-12%
Macarons	41	11,4	32,0	16,5	19,7	23,5	20,3	5,4	39	13,0	32,0	17,0	19,0	23,0	20,4	4,7	+0,2	+1%
Tartes au citron	20	6,4	23,2	10,3	13,9	16,6	13,8	4,3	22	8,5	23,0	12,1	13,8	18,0	14,7	4,2	+0,9	+7%
Tartes aux pommes et assimilés	42	4,5	14,7	7,6	8,9	10,1	9,2	2,4	41	4,0	23,7	8,1	9,3	11,0	9,7	3,5	+0,5	+6%
Tartes autres fruits	36	5,8	17,7	6,5	7,3	11,5	9,1	3,7	39	5,3	17,7	6,3	6,9	9,8	8,6	3,4	-0,5	-5%
Tartes sans fruit	13	16,0	31,2	22,9	26,1	28,1	24,7	4,8	12	13,0	32,0	16,6	24,3	27,1	22,5	6,3	-2,2	-9%
Pâtisseries de type flan	8	6,2	10,6	7,1	8,3	8,9	8,2	1,4	13	6,2	17,7	7,9	8,8	11,1	9,7	3,0	+1,6	+19%
Galette des rois	9	15,7	29,0	20,8	24,4	26,5	23,1	4,7	14	16,0	31,0	22,2	26,5	28,0	25,2	4,0	+2,1	+9%
Eclairs	33	9,5	21,3	10,8	13,3	15,1	13,8	3,6	24	9,7	30,0	11,4	14,0	15,1	15,1	4,8	+1,3	+9%
Profiteroles	13	10,2	17,0	12,7	13,6	14,1	13,6	1,9	11	10,2	17,0	12,0	13,6	15,0	13,6	2,1	-0,01	-0,1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	21	11,7	29,7	19,7	25,0	26,7	22,5	5,4	21	14,1	29,0	22,0	25,0	26,0	23,5	3,8	+1,1	+5%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	47	20,3	34,0	23,7	27,3	30,3	26,8	4,1	48	20,0	33,0	22,1	25,5	30,0	26,3	4,0	-0,5	-2%
Gateaux moelleux_cakes autres	14	7,9	36,5	16,0	24,0	28,0	22,8	8,1	16	7,1	34,0	14,6	18,0	28,5	20,7	8,2	-2,2	-10%
Cheesecakes	7	20,0	25,2	20,4	21,5	24,9	22,2	2,1	9	20,0	26,0	21,0	21,5	24,9	22,4	2,3	+0,2	+1%
Tiramisus	9	7,6	22,2	11,0	13,5	14,0	13,7	4,6	7	9,1	19,0	11,0	13,5	14,0	13,3	3,1	-0,4	-3%
Desserts pâtisseries aux fruits	47	5,5	24,0	11,6	13,8	17,0	14,2	4,4	55	5,3	27,4	11,8	15,7	18,0	15,0	4,9	+0,8	+5%
Desserts pâtisseries autres	65	6,5	32,4	22,7	25,2	28,0	25,0	5,0	67	11,6	33,8	22,0	25,0	28,0	25,0	4,9	-0,1	-0,3%
Autres gateaux	15	0,8	28,8	9,4	11,7	15,1	13,0	7,5	21	0,8	29,0	9,8	12,0	21,0	13,7	7,5	+0,7	+6%
Autres desserts	7	12,1	23,7	15,1	19,0	21,5	18,5	3,9	7	6,8	24,0	15,1	19,0	23,7	18,5	6,1	+0,1	+0,3%
Assortiments de mignardises	19	15,0	33,9	19,1	22,8	25,9	22,9	5,0	25	16,8	35,0	20,0	22,8	26,0	23,5	4,6	+0,6	+3%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

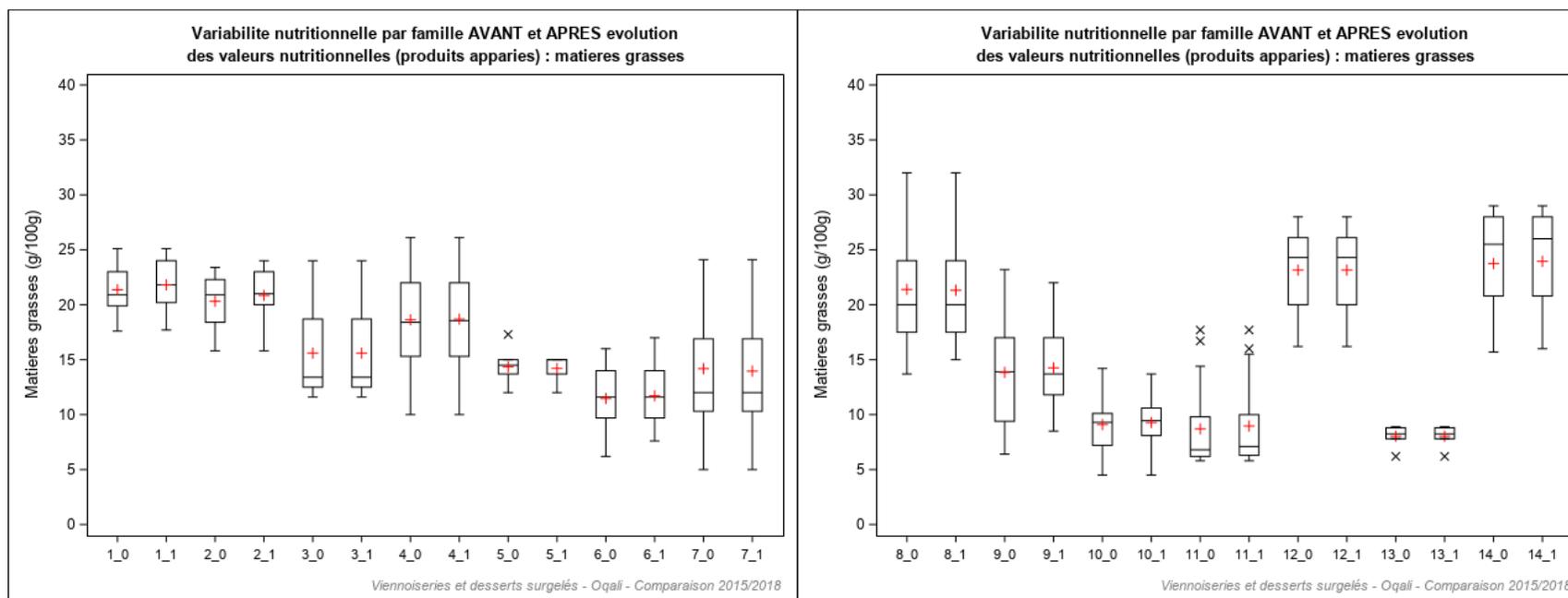
6.3.2 Evolution des teneurs en matières grasses par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

6.3.2.1 Evolution des teneurs en matières grasses des produits appariés à l'échelle des familles

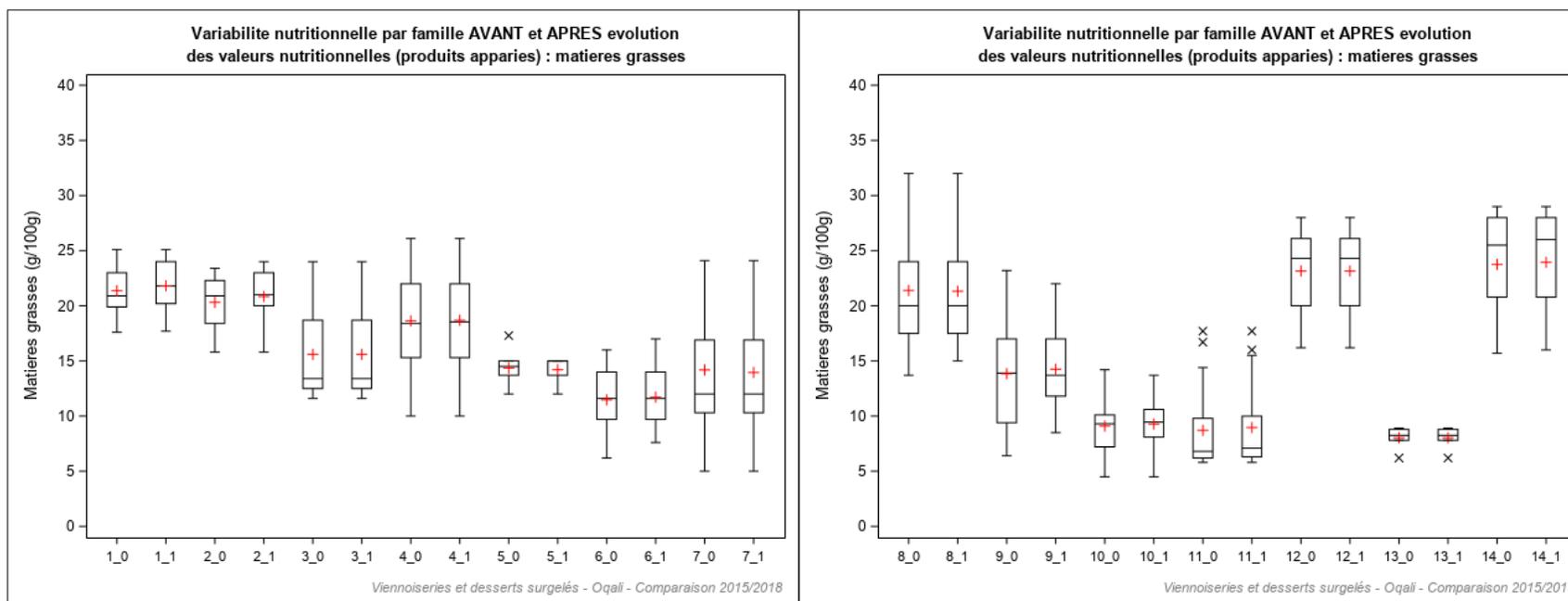
Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés (Figure 16, Tableau 11).

Des tendances d'évolution non significatives des teneurs moyennes en matières grasses au sein des produits appariés sont observées, à la hausse ou à la baisse suivant les familles (Figure 16, Tableau 11).



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=15)	8_0	2015	Macarons (n=25)
1_1	2018	Croissants (n=15)	8_1	2018	Macarons (n=25)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=15)	9_0	2015	Tartes au citron (n=15)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=15)	9_1	2018	Tartes au citron (n=15)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=10)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=23)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=10)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=23)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=6)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=6)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=6)
6_1	2018	Brioche autres (n=10)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=6)
7_0	2015	Crêpes_pancakes_gaufres (n=11)	14_0	2015	Galettes des rois (n=7)
7_1	2018	Crêpes_pancakes_gaufres (n=11)	14_1	2018	Galettes des rois (n=7)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=15)	21_0	2015	Tiramisus (n=7)
15_1	2018	Eclairs (n=15)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=11)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=28)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=28)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=34)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=34)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=38)	24_0	2015	Autres gateaux (n=14)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=38)	24_1	2018	Autres gateaux (n=14)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_0	2015	Autres desserts (n=4)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_1	2018	Autres desserts (n=4)
20_0	2015	Cheesecakes (n=4)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=10)
20_1	2018	Cheesecakes (n=4)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 16 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Matières grasses (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Croissants	15	21,4	2,0	21,8	2,1	+0,4	+2%
Pains au chocolat	15	20,3	2,5	20,8	2,5	+0,5	+3%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	4	15,6	5,7	15,6	5,7	+0,0	+0%
Beignets et donuts	10	18,6	4,8	18,7	4,8	+0,1	+0,3%
Brioche nature ou au sucre	9	14,4	1,5	14,2	1,1	-0,2	-1%
Brioche autres	10	11,5	3,2	11,7	3,2	+0,2	+2%
Crepes_pancakes_gaufres	11	14,2	6,0	14,0	5,5	-0,2	-2%
Macarons	25	21,4	5,1	21,3	5,0	-0,1	-0,4%
Tartes au citron	15	13,8	4,6	14,3	3,9	+0,4	+3%
Tartes aux pommes et assimilés	30	9,1	2,4	9,3	2,3	+0,2	+2%
Tartes autres fruits	23	8,7	3,7	9,0	3,7	+0,3	+3%
Tartes sans fruit	6	23,2	4,3	23,2	4,3	+0,0	+0%
Pâtisseries de type flan	6	8,0	1,0	8,0	1,0	+0,0	+0%
Galette des rois	7	23,8	4,8	23,9	4,8	+0,2	+1%
Eclairs	15	12,6	3,0	13,9	3,8	+1,3	+11%
Profiteroles	11	13,5	2,1	13,6	2,1	+0,1	+1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	12	23,7	4,5	23,7	4,1	+0,04	+0,2%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	38	26,9	4,4	26,5	4,1	-0,3	-1%
Gateaux moelleux_cakes autres	6	16,9	6,5	17,1	7,1	+0,1	+1%
Cheesecakes	4	22,4	1,9	22,1	2,1	-0,3	-1%
Tiramisu	7	13,4	3,1	13,3	3,1	-0,1	-1%
Desserts pâtisseries aux fruits	28	14,2	4,1	14,2	4,3	+0,01	+0,1%
Desserts pâtisseries autres	34	26,5	3,7	26,2	3,8	-0,2	-1%
Autres gateaux	14	12,8	7,8	13,0	7,8	+0,2	+1%
Autres desserts	4	19,0	3,6	19,0	3,6	+0,0	+0%
Assortiments de mignardises	10	22,9	4,7	23,1	3,4	+0,2	+1%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

6.3.2.2 Caractérisation des évolutions des teneurs en matières grasses des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 17 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en matières grasses identique (en gris).

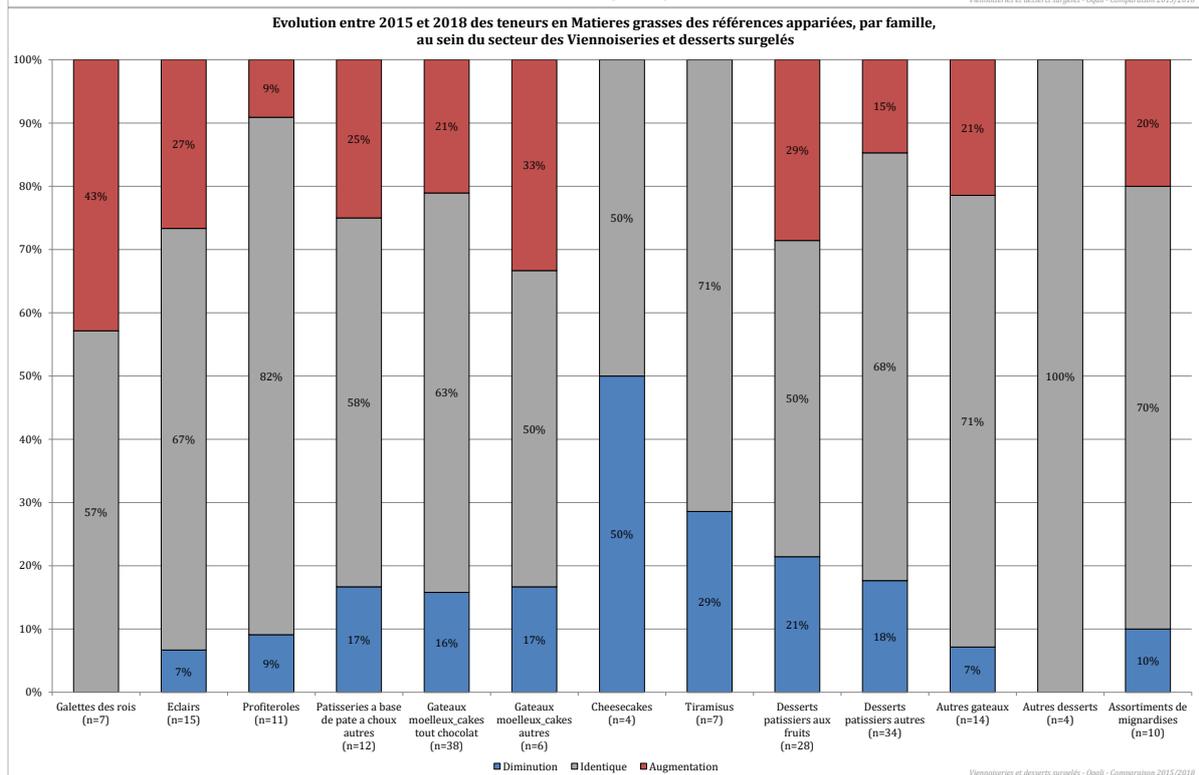
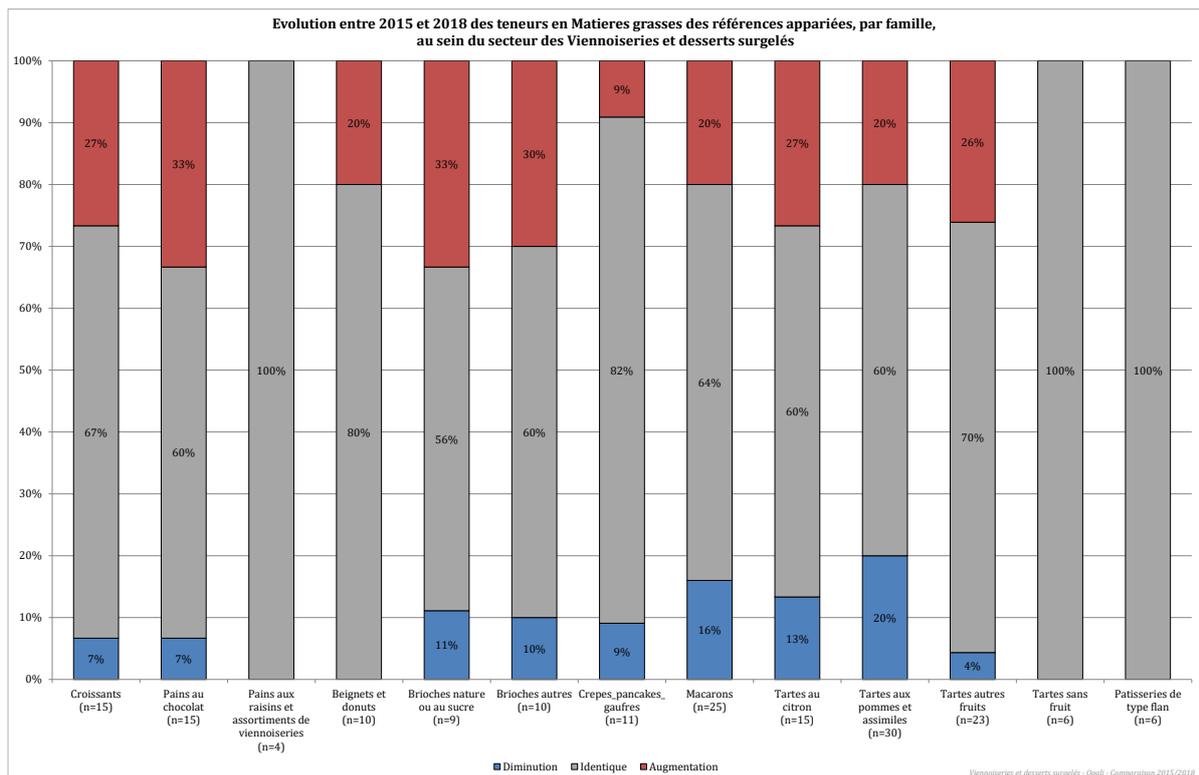


Figure 17 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en matières grasses sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 12).

Tableau 12 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Matières grasses (g/100g) Produits appariés (n=369)	Diminutions de la teneur (n=47)					Teneurs identiques (n=244)	Augmentations de la teneur (n=78)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Croissants (n=15)	1	-1,1	-1,1	-1,1		10	4	+0,1	+4,1	+1,9	2,1
Pains au chocolat (n=15)	1	-0,6	-0,6	-0,6		9	5	+0,1	+4,1	+1,7	1,9
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	0					4	0				
Beignets et donuts (n=10)	0					8	2	+0,3	+0,3	+0,3	0,0
Brioche nature ou au sucre (n=9)	1	-2,3	-2,3	-2,3		5	3	+0,2	+0,5	+0,3	0,2
Brioche autres (n=10)	1	-0,4	-0,4	-0,4		6	3	+0,4	+1,4	+0,9	0,5
Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	1	-3,1	-3,1	-3,1		9	1	+0,6	+0,6	+0,6	
Macarons (n=25)	4	-1,0	-5,5	-3,0	2,1	16	5	+0,1	+4,7	+2,0	1,8
Tartes au citron (n=15)	2	-0,2	-1,2	-0,7	0,7	9	4	+0,3	+5,4	+1,9	2,4
Tartes aux pommes et assimilés (n=30)	6	-0,4	-3,6	-1,1	1,3	18	6	+0,9	+3,3	+2,1	1,0
Tartes autres fruits (n=23)	1	-0,7	-0,7	-0,7		16	6	+0,4	+2,8	+1,1	0,9
Tartes sans fruit (n=6)	0					6	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galettes des rois (n=7)	0					4	3	+0,3	+0,5	+0,4	0,1
Eclairs (n=15)	1	-0,3	-0,3	-0,3		10	4	+0,3	+13,3	+5,1	5,7
Profiteroles (n=11)	1	-0,4	-0,4	-0,4		9	1	+1,3	+1,3	+1,3	
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (n=12)	2	-0,2	-1,9	-1,1	1,2	7	3	+0,1	+2,2	+0,9	1,2
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=38)	6	-0,1	-10,7	-3,5	4,6	24	8	+0,1	+2,9	+1,0	0,9
Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	1	-0,8	-0,8	-0,8		3	2	+0,4	+1,1	+0,8	0,5
Cheesecakes (n=4)	2	-0,4	-0,6	-0,5	0,1	2	0				
Tiramisus (n=7)	2	-0,2	-0,4	-0,3	0,1	5	0				
Desserts pâtisseries aux fruits (n=28)	6	-0,2	-4,1	-1,3	1,6	14	8	+0,2	+3,0	+1,0	0,9
Desserts pâtisseries autres (n=34)	6	-0,3	-4,0	-2,2	1,7	23	5	+0,1	+2,8	+1,0	1,1
Autres gateaux (n=14)	1	-0,1	-0,1	-0,1		10	3	+0,2	+1,3	+0,8	0,6
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=10)	1	-3,0	-3,0	-3,0		7	2	+0,1	+5,0	+2,6	3,5

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Ainsi, il est tout d'abord visible sur la Figure 17 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour la majorité des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en matières grasses identique pour certaines familles (100% des produits appariés des familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan ainsi qu'Autres desserts) peuvent expliquer en partie l'absence d'évolution significative par famille. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions varient de -0,1g/100g à -10,7g/100g et les augmentations de +0,1g/100g à +13,3g/100g (Tableau 12). L'ampleur des reformulations peut donc être élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

6.3.3 Evolution des teneurs en matières grasses par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 13).

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en matières grasses pour les sous-groupes considérés.

Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Matières grasses (g/100g)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Croissants	4	22,0	4,1	10	22,2	1,8	5	21,1	2,6	8	20,5	1,2
Pains au chocolat	3	18,8	3,6	9	20,2	2,8	6	21,8	1,6	6	21,6	2,5
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	18,6	4,0	4	15,6	5,7				6	16,4	5,9
Beignets et donuts	4	14,2	5,1	7	20,1	4,4	3	15,3	4,6	4	25,4	11,2
Brioche nature ou au sucre	2	17,2	4,0	5	13,8	1,3	4	14,8	0,5	2	15,3	0,4
Brioche autres				5	11,3	1,8	5	12,1	4,4	2	11,8	3,1
Crepes_pancakes_gaufres	3	14,7	4,4	9	13,9	4,8	3	12,7	8,0	14	11,7	7,7
Macarons	16	18,5	5,4	16	22,7	5,3	10	18,8	3,1	13	18,9	3,9
Tartes au citron	5	13,6	3,3	9	14,6	3,8	6	13,7	4,3	7	15,7	5,0
Tartes aux pommes et assimilés	12	9,5	2,6	15	9,0	2,7	16	9,5	1,9	10	11,2	5,9
Tartes autres fruits	13	9,8	3,7	15	8,0	3,3	8	10,7	3,9	16	8,2	2,9
Tartes sans fruit	7	26,1	5,1	6	23,2	4,3				6	21,8	8,2
Pâtisseries de type flan	2	8,5	3,0	6	8,0	1,0				7	11,2	3,4
Galette des rois	2	20,8	5,1	4	24,7	4,5	3	23,0	6,1	7	26,5	3,0
Eclairs	18	14,8	3,8	10	13,7	3,2	6	14,5	4,6	8	17,3	6,1
Profiteroles	2	14,1	0,0	8	13,2	2,1	3	14,7	2,1			
Pâtisseries a base de pate a choux autres	9	20,9	6,3	4	22,6	6,0	8	24,3	3,2	9	23,4	3,5
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	9	26,7	3,1	20	26,5	4,2	19	26,4	4,0	9	25,7	4,0
Gateaux moelleux_cakes autres	8	27,3	6,2	2	14,6	0,6	4	18,3	8,8	10	22,8	8,5
Cheesecakes	3	22,1	2,8	1	24,9		3	21,2	1,0	5	22,6	2,7
Tiramisus	2	14,9	10,3	3	12,7	1,5	4	13,8	4,1			
Desserts patisseries aux fruits	19	14,3	4,8	11	15,6	4,0	17	13,3	4,3	27	15,8	5,5
Desserts patisseries autres	30	23,5	5,9	19	26,9	4,2	15	25,3	3,1	33	23,7	5,6
Autres gateaux	1	15,1		7	12,3	9,1	7	13,7	6,9	7	15,1	7,2
Autres desserts	3	17,8	5,0	3	19,0	4,4	1	19,0		3	17,9	9,7
Assortiments de mignardises	9	23,0	5,6	7	22,3	2,7	4	23,0	5,6	14	24,3	5,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.3.4 Evolution des teneurs en matières grasses par famille et segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour la famille présentant une évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché : Eclairs.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 5.

Eclairs (Figure 18)

Pour rappel, aucune évolution significative n'a été mise en évidence à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018 mais une tendance non significative à l'augmentation de +1,3g/100g (+9% par rapport à la teneur initiale) a été observée.

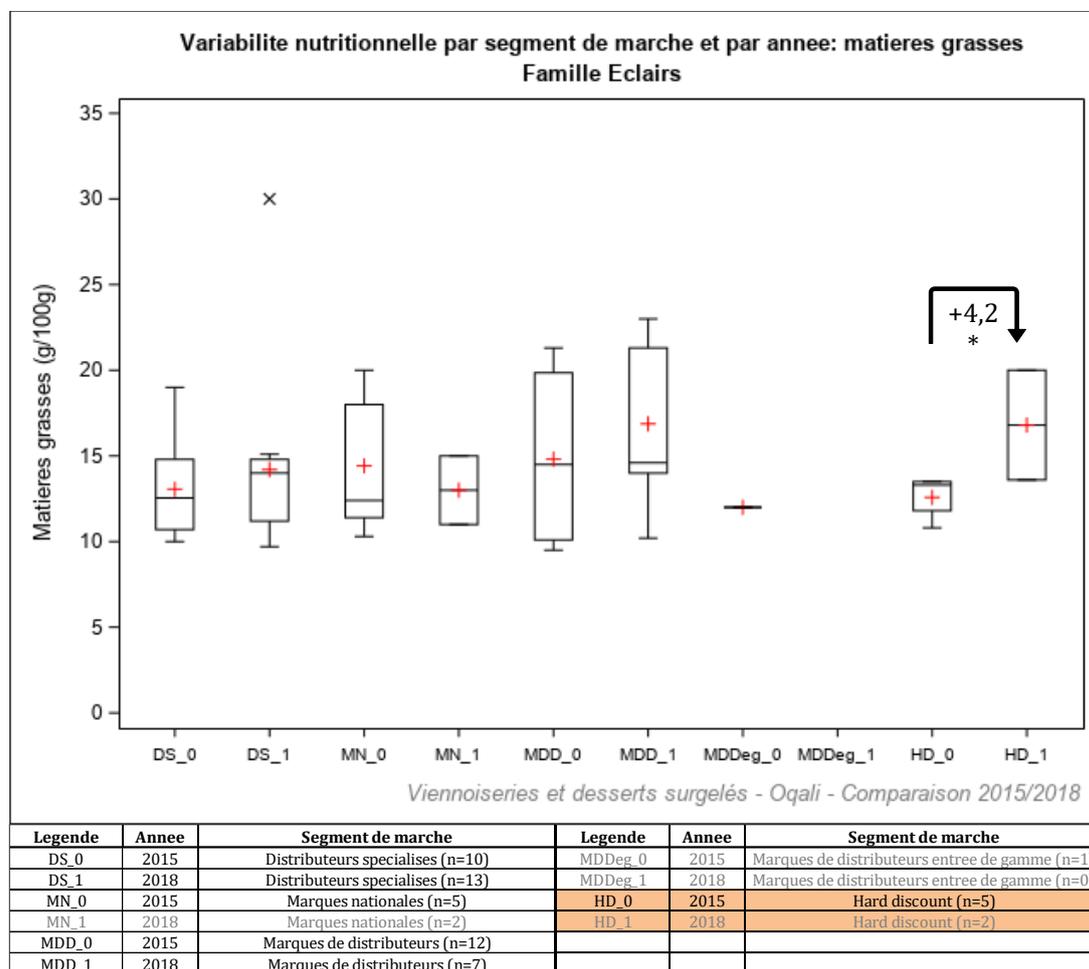


Figure 18 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.

L'étude des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses par segment de marché entre 2015 et 2018 met en évidence une augmentation significative pour les produits issus du hard discount (+4,2g/100g ; +34% par rapport à la teneur initiale) (Figure 18) s'expliquant par un renouvellement de l'offre: les produits de 2015 correspondent tous à des produits « Retirés »¹⁸ et présentent une teneur moyenne en matières grasses inférieure à celle des produits « Ajoutés »¹⁹ en 2018 (respectivement 12,6g/100g et 16,8g/100g). Cette augmentation est toutefois à relativiser par les faibles effectifs observés pour les 2 années (2015 : n=5 ; 2018 : n=2) (Tableau 13).

¹⁸ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

¹⁹ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.

Eclairs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	13,1	2,8	13	14,2	5,1	+1,1	+9%	1	19,0		6	12,7	1,8	3	11,8	2,7	4	18,3	7,8
Marques nationales	5	14,4	4,3	2	13,0	2,8	-1,4	-10%	5	14,4	4,3	1	15,0					1	11,0	
Marques de distributeurs	12	14,8	4,7	7	16,9	4,8	+2,1	+14%	6	16,8	4,3	3	15,2	5,6	3	17,2	5,0	1	21,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	12,0							1	12,0										
Hard discount	5	12,6	1,2	2	16,8	4,5	+4,2*	+34%	5	12,6	1,2							2	16,8	4,5

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.3.5 Synthèse des évolutions des teneurs en matières grasses

Le Tableau 15 reprend, pour chacune des 26 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en matières grasses (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »²⁰ et entre l'ensemble des produits « Retirés »²¹ et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 26 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en matières grasses (Tableau 15).

Un renouvellement de l'offre est observé au sein des produits issus du hard discount pour la famille Eclairs, entraînant une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses (+4,2g/100g soit +34%) pour ces produits et ce segment de marché, entre 2015 et 2018. Ce résultat est à relativiser du fait des effectifs de produits très faibles en 2015 (n=5) comment en 2018 (n=2).

Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Matières grasses (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ³ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ⁴ vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	-0,2	-1%	+0,4	+2%							
Pains au chocolat	+1,0	+5%	+0,5	+3%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	-0,8	-5%	+0,0	+0%							
Beignets et donuts	+3,2	+19%	+0,1	+0,3%							
Brioche nature ou au sucre	-0,5	-3%	-0,2	-1%							
Brioche autres	+0,3	+2%	+0,2	+2%							
Crepes_pancakes_gaufres	-1,7	-12%	-0,2	-2%							
Macarons	+0,2	+1%	-0,1	-0,4%							
Tartes au citron	+0,9	+7%	+0,4	+3%							
Tartes aux pommes et assimilés	+0,5	+6%	+0,2	+2%							
Tartes autres fruits	-0,5	-5%	+0,3	+3%							
Tartes sans fruit	-2,2	-9%	+0,0	+0%							
Pâtisseries de type flan	+1,6	+19%	+0,0	+0%							
Gâchettes des rois	+2,1	+9%	+0,2	+1%							
Eclairs	+1,3	+9%	+1,3	+11%					HD	+4,2*	+34%
Profiteroles	-0,01	-0,1%	+0,1	+1%							
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+1,1	+5%	+0,04	+0,2%							
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,5	-2%	-0,3	-1%							
Gateaux moelleux_cakes autres	-2,2	-10%	+0,1	+1%							
Cheesecakes	+0,2	+1%	-0,3	-1%							
Tiramisus	-0,4	-3%	-0,1	-1%							
Desserts patisseries aux fruits	+0,8	+5%	+0,01	+0,1%							
Desserts patisseries autres	-0,1	-0,3%	-0,2	-1%							
Autres gateaux	+0,7	+6%	+0,2	+1%							
Autres desserts	+0,1	+0,3%	+0,0	+0%							
Assortiments de mignardises	+0,6	+3%	+0,2	+1%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées³ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées⁴ (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées³ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées⁴ (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2
DS=distributeurs spécialisés ; MNE=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
³produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)
⁴produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²⁰ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

²¹ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

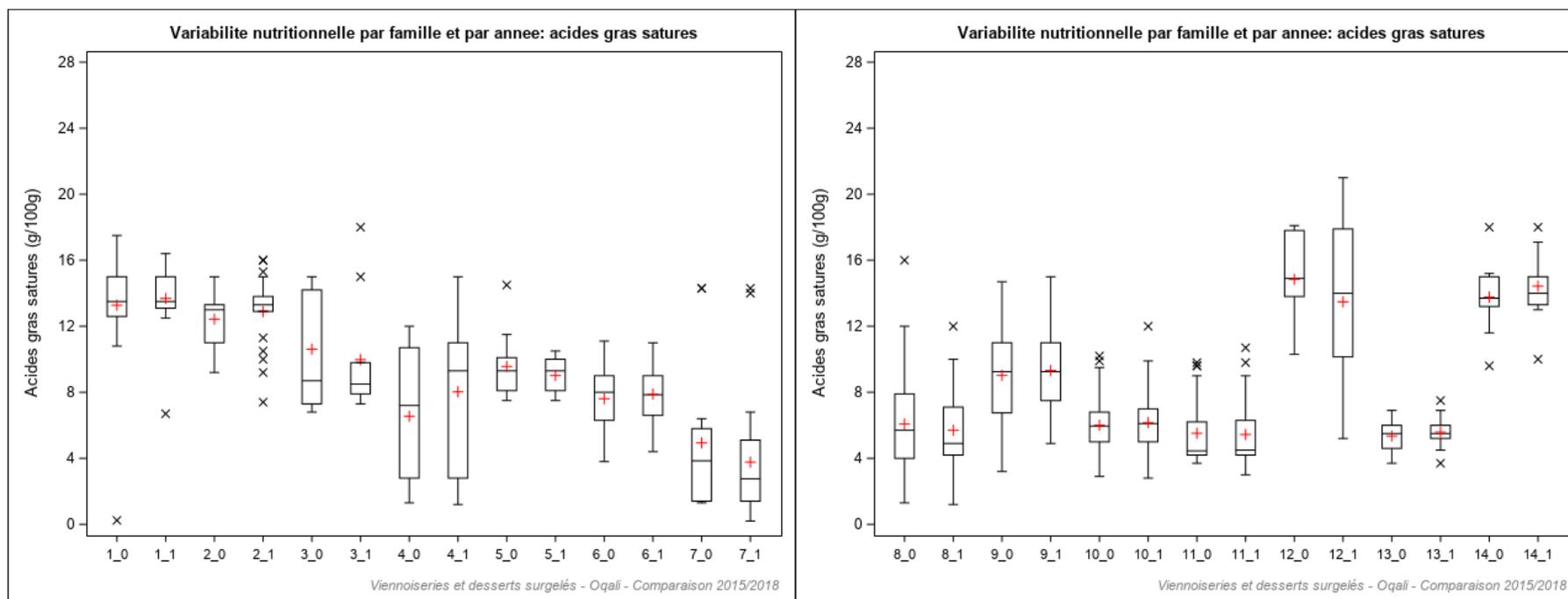
6.4 Evolution des teneurs en acides gras saturés

6.4.1 Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en acides gras saturés entre 2015 et 2018 (Figure 19, Tableau 16).

En termes de variabilité des teneurs en acides gras saturés, aussi bien en 2015 qu'en 2018, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (18) s'expliquant en partie par les proportions notamment de chocolat, beurre, huile, crème mis en œuvre dans les recettes, ainsi qu'Autres gâteaux (24) s'expliquant par la diversité des produits de cette famille (les produits de type cookies et kouign-amann présentent des teneurs en acides gras saturés élevées tandis que les produits de type cannelés ont des teneurs en acides gras saturés plus faibles). A l'inverse, les familles Cheesecakes (20) et Pâtisseries de type flan (13) présentent une variabilité parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018.

Par ailleurs, les familles Gâteaux moelleux/cakes autres (19) et Tartes sans fruit (12) présentent une variabilité de leurs teneurs en acides gras saturés qui augmente fortement entre 2015 et 2018. Pour ces deux familles, l'augmentation de la variabilité s'explique par la mise sur le marché en 2018 de produits dont la teneur en acides gras saturés est faible et également de produits contenant de la noix de coco dont la teneur en acides gras saturés est élevée par rapport aux produits de 2015. A l'inverse, entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en acides gras saturés sont Croissants (1) et Tiramisus (21). Cette diminution de la variabilité s'explique en partie par le retrait de produits dont la teneur en acides gras saturés est la plus élevée de 2015 pour ces deux familles. A noter que pour la famille Croissants (1), la diminution de la variabilité s'explique également par le retrait du produit de 2015 avec la teneur la plus faible en acides gras saturés.



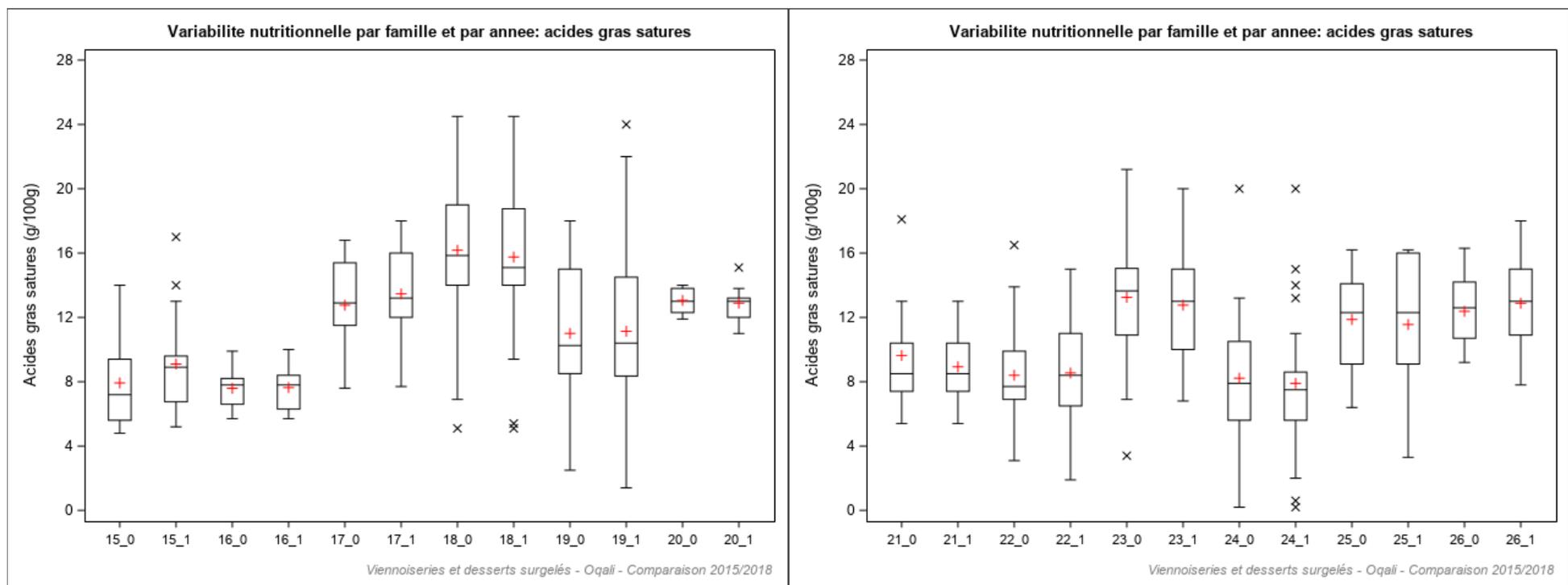
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=19)	8_0	2015	Macarons (n=41)
1_1	2018	Croissants (n=23)	8_1	2018	Macarons (n=39)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=18)	9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=21)	9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=7)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=42)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=10)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=41)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=14)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=34)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=14)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
5_0	2015	Brioches nature ou au sucre (n=11)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
5_1	2018	Brioches nature ou au sucre (n=11)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
6_0	2015	Brioches autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=8)
6_1	2018	Brioches autres (n=12)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=13)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=14)	14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=26)	14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	15_0	2015	Eclairs (n=32)	21_0	2015	Tiramisus (n=9)
	15_1	2018	Eclairs (n=24)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
	16_0	2015	Profiteroles (n=13)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=47)
	16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=55)
	17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=64)
	17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=67)
	18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=46)	24_0	2015	Autres gateaux (n=15)
	18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=48)	24_1	2018	Autres gateaux (n=21)
	19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=14)	25_0	2015	Autres desserts (n=7)
	19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=16)	25_1	2018	Autres desserts (n=7)
	20_0	2015	Cheesecakes (n=7)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=19)
	20_1	2018	Cheesecakes (n=9)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=25)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 19 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein du secteur Viennoiseries et dessert surgelés étudié.

Tableau 16: Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Acides gras saturés (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Croissants	19	0,2	17,5	12,6	13,5	15,0	13,3	3,5	23	6,7	16,4	13,1	13,5	15,0	13,7	1,9	+0,4	+3%
Pains au chocolat	18	9,2	15,0	11,0	13,0	13,3	12,4	1,7	21	7,4	16,0	12,9	13,3	13,8	12,9	2,2	+0,5	+4%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	6,8	15,0	7,3	8,7	14,2	10,6	3,6	10	7,3	18,0	7,9	8,5	9,8	10,0	3,6	-0,6	-6%
Beignets et donuts	14	1,3	12,0	2,8	7,2	10,7	6,6	4,2	14	1,2	15,0	2,8	9,3	11,0	8,0	4,5	+1,5	+23%
Brioche nature ou au sucre	11	7,5	14,5	8,1	9,3	10,1	9,6	2,0	11	7,5	10,5	8,1	9,3	10,0	9,0	1,0	-0,5	-6%
Brioche autres	10	3,8	11,1	6,3	8,0	9,0	7,6	2,3	12	4,4	11,0	6,6	7,9	9,0	7,9	1,8	+0,3	+4%
Crepes_pancakes_gaufres	14	1,3	14,3	1,4	3,9	5,8	4,9	4,4	26	0,2	14,3	1,4	2,8	5,1	3,8	3,6	-1,2	-24%
Macarons	41	1,3	16,0	4,0	5,7	7,9	6,1	2,9	39	1,2	12,0	4,2	4,9	7,1	5,7	2,5	-0,4	-6%
Tartes au citron	20	3,2	14,7	6,8	9,3	11,0	9,0	2,8	22	4,9	15,0	7,5	9,3	11,0	9,3	2,8	+0,3	+3%
Tartes aux pommes et assimilés	42	2,9	10,2	5,0	6,0	6,8	6,0	1,6	41	2,8	12,0	5,0	6,1	7,0	6,2	1,9	+0,2	+3%
Tartes autres fruits	34	3,7	9,8	4,2	4,5	6,2	5,5	1,9	39	3,0	10,7	4,2	4,5	6,3	5,4	1,9	-0,1	-1%
Tartes sans fruit	13	10,3	18,1	13,8	14,9	17,8	14,8	2,8	12	5,2	21,0	10,2	14,0	17,9	13,5	4,8	-1,4	-9%
Pâtisseries de type flan	8	3,7	6,9	4,6	5,5	6,0	5,4	1,1	13	3,7	7,5	5,2	5,5	6,0	5,6	1,0	+0,2	+4%
Galettes des rois	9	9,6	18,0	13,2	13,7	15,0	13,8	2,4	14	10,0	18,0	13,3	14,0	15,0	14,4	2,0	+0,7	+5%
Eclairs	32	4,8	14,0	5,6	7,2	9,4	7,9	2,7	24	5,2	17,0	6,8	8,9	9,6	9,1	2,9	+1,2	+15%
Profiteroles	13	5,7	9,9	6,6	7,8	8,2	7,6	1,1	11	5,7	10,0	6,3	7,8	8,4	7,6	1,3	+0,04	+1%
Pâtisseries a base de pate a choux autres	21	7,6	16,8	11,5	12,9	15,4	12,8	2,8	21	7,7	18,0	12,0	13,2	16,0	13,5	2,7	+0,7	+5%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	46	5,1	24,5	14,0	15,9	19,0	16,2	3,9	48	5,1	24,5	14,0	15,1	18,8	15,8	4,0	-0,4	-3%
Gateaux moelleux_cakes autres	14	2,5	18,0	8,5	10,3	15,0	11,0	4,4	16	1,4	24,0	8,4	10,4	14,5	11,1	6,5	+0,1	+1%
Cheesecakes	7	11,9	14,0	12,3	13,0	13,8	13,1	0,8	9	11,0	15,1	12,0	13,0	13,2	12,9	1,2	-0,2	-1%
Tiramisus	9	5,4	18,1	7,4	8,5	10,4	9,6	3,9	7	5,4	13,0	7,4	8,5	10,4	8,9	2,4	-0,7	-7%
Desserts patisseries aux fruits	47	3,1	16,5	6,9	7,7	9,9	8,4	2,6	55	1,9	15,0	6,5	8,4	11,0	8,5	2,9	+0,1	+2%
Desserts patisseries autres	64	3,4	21,2	10,9	13,7	15,1	13,2	3,3	67	6,8	20,0	10,0	13,0	15,0	12,8	3,1	-0,5	-4%
Autres gateaux	15	0,2	20,0	5,6	7,9	10,5	8,2	4,6	21	0,2	20,0	5,6	7,5	8,6	7,9	4,8	-0,3	-4%
Autres desserts	7	6,4	16,2	9,1	12,3	14,1	11,9	3,3	7	3,3	16,2	9,1	12,3	16,0	11,6	4,4	-0,3	-3%
Assortiments de mignardises	19	9,2	16,3	10,7	12,6	14,2	12,4	2,1	25	7,8	18,0	10,9	13,0	15,0	12,9	2,6	+0,5	+4%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

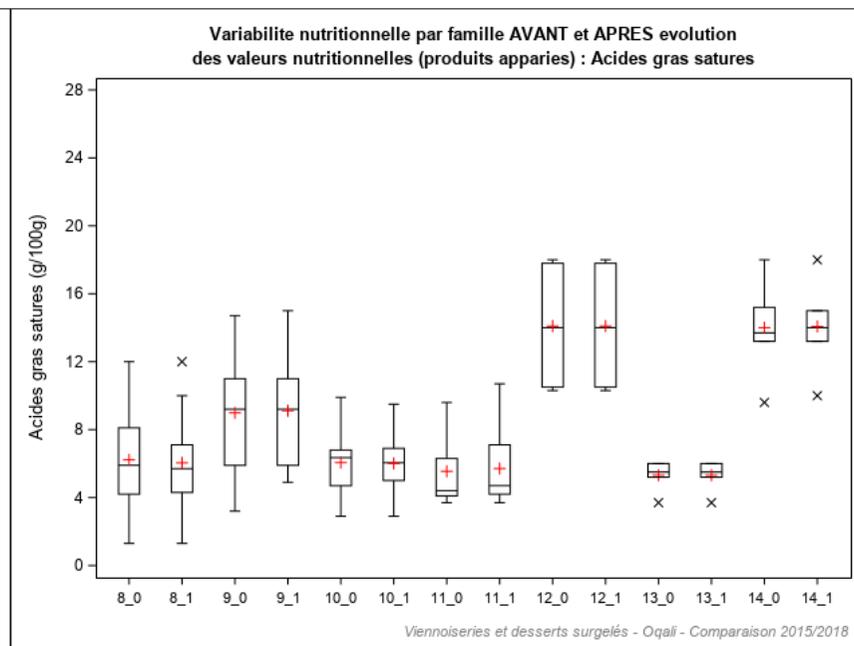
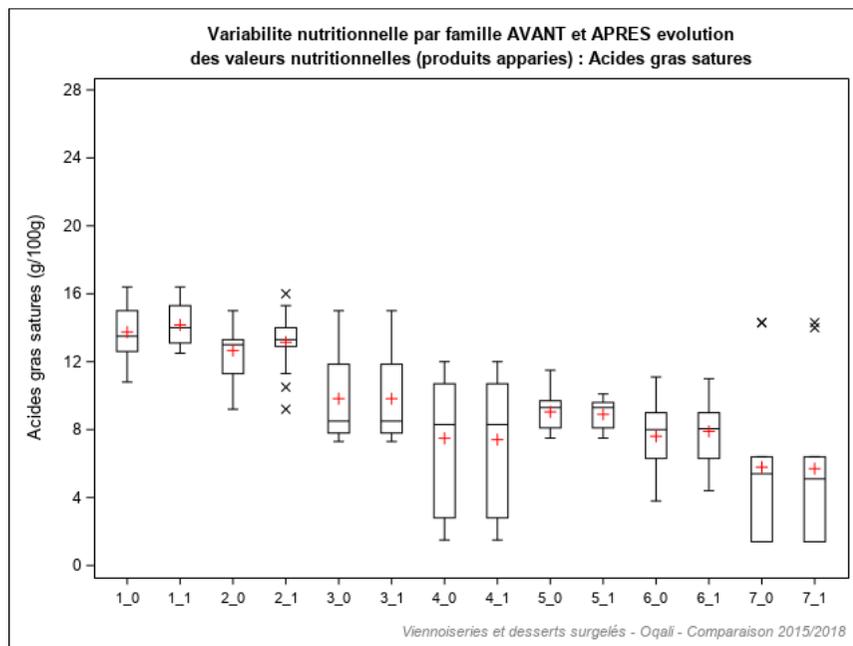
6.4.2 Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

6.4.2.1 Evolution des teneurs en acides gras saturés des produits appariés à l'échelle des familles

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés (Figure 20, Tableau 17).

Des tendances d'évolution non significatives des teneurs moyennes en acides gras saturés au sein des produits appariés sont observées, à la hausse ou à la baisse suivant les familles (Figure 20, Tableau 17).



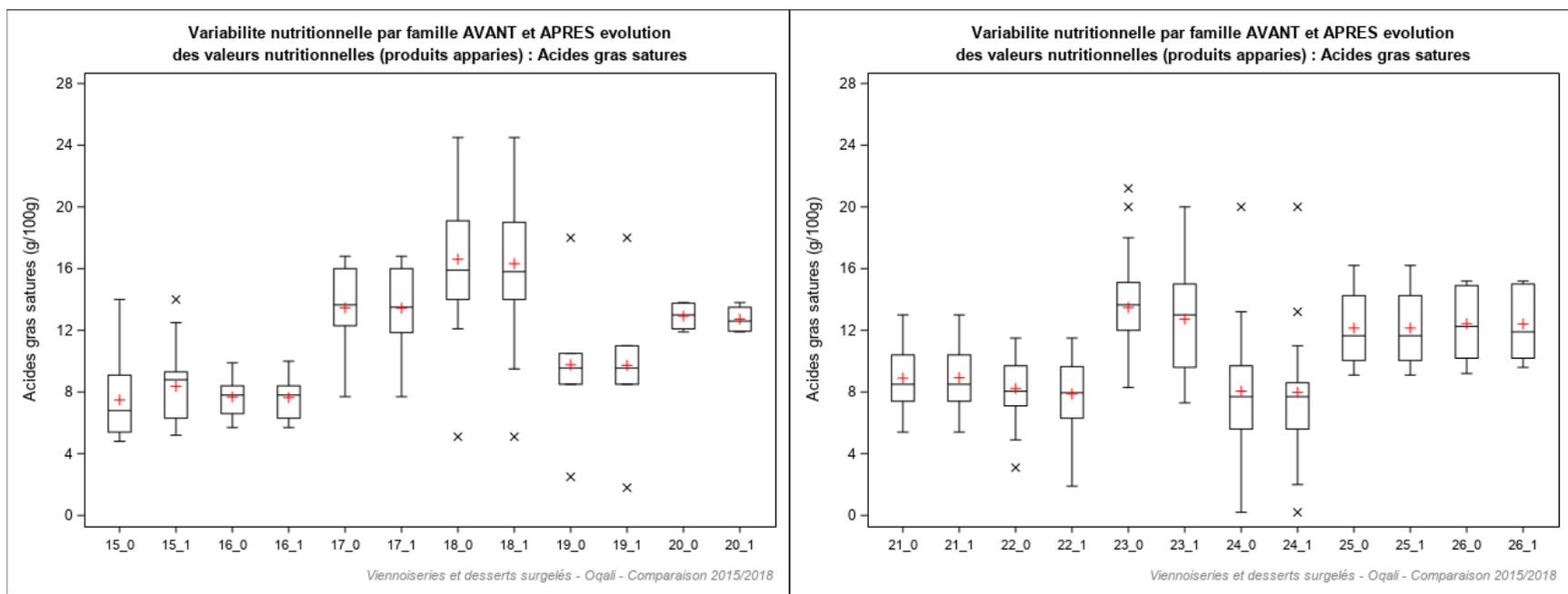
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	1_0	2015	Croissants (n=15)	8_0	2015	Macarons (n=25)
	1_1	2018	Croissants (n=15)	8_1	2018	Macarons (n=25)
	2_0	2015	Pains au chocolat (n=15)	9_0	2015	Tartes au citron (n=15)
	2_1	2018	Pains au chocolat (n=15)	9_1	2018	Tartes au citron (n=15)
	3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
	3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
	4_0	2015	Beignets et donuts (n=10)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=23)
	4_1	2018	Beignets et donuts (n=10)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=23)
	5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=6)
	5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=6)
	6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=6)
	6_1	2018	Brioche autres (n=10)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=6)
	7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_0	2015	Galettes des rois (n=7)
	7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_1	2018	Galettes des rois (n=7)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=15)	21_0	2015	Tiramisus (n=7)
15_1	2018	Eclairs (n=15)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=11)	22_0	2015	Desserts patisiers aux fruits (n=28)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisiers aux fruits (n=28)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_0	2015	Desserts patisiers autres (n=34)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_1	2018	Desserts patisiers autres (n=34)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_0	2015	Autres gateaux (n=14)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_1	2018	Autres gateaux (n=14)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_0	2015	Autres desserts (n=4)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_1	2018	Autres desserts (n=4)
20_0	2015	Cheesecakes (n=4)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=10)
20_1	2018	Cheesecakes (n=4)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=10)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Figure 20 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par année et par famille de produits pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Acides gras saturés (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Croissants	15	13,7	1,5	14,2	1,3	+0,4	+3%
Pains au chocolat	15	12,7	1,5	13,1	1,8	+0,5	+4%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	4	9,8	3,5	9,8	3,5	+0,0	+0%
Beignets et donuts	10	7,5	3,9	7,4	4,0	-0,1	-1%
Brioche nature ou au sucre	9	9,0	1,3	8,9	1,0	-0,1	-2%
Brioche autres	10	7,6	2,3	7,9	2,0	+0,3	+4%
Crepes_pancakes_gaufres	11	5,8	4,6	5,7	4,5	-0,1	-2%
Macarons	25	6,2	2,6	6,0	2,5	-0,2	-3%
Tartes au citron	15	9,0	3,1	9,1	3,0	+0,1	+1%
Tartes aux pommes et assimilés	30	6,1	1,6	6,0	1,6	-0,04	-1%
Tartes autres fruits	23	5,5	1,9	5,7	2,1	+0,2	+3%
Tartes sans fruit	6	14,1	3,4	14,1	3,4	+0,0	+0%
Pâtisseries de type flan	6	5,3	0,9	5,3	0,9	+0,0	+0%
Galette des rois	7	14,0	2,6	14,1	2,4	+0,1	+1%
Eclairs	15	7,5	2,4	8,4	2,5	+0,9	+12%
Profiteroles	11	7,7	1,2	7,6	1,3	-0,05	-1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	12	13,5	2,9	13,4	2,8	-0,03	-0,2%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	37	16,6	3,9	16,3	3,9	-0,3	-2%
Gateaux moelleux_cakes autres	6	9,8	5,0	9,7	5,2	-0,03	-0,3%
Cheesecakes	4	12,9	1,0	12,7	0,9	-0,2	-2%
Tiramisus	7	8,9	2,4	8,9	2,4	+0,03	+0,3%
Desserts pâtisseries aux fruits	28	8,2	2,1	7,9	2,5	-0,4	-4%
Desserts pâtisseries autres	34	13,5	3,1	12,7	3,2	-0,8	-6%
Autres gateaux	14	8,1	4,8	8,0	4,7	-0,1	-1%
Autres desserts	4	12,2	3,0	12,2	3,0	+0,0	+0%
Assortiments de mignardises	10	12,4	2,3	12,4	2,2	-0,02	-0,2%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

6.4.2.2 Caractérisation des évolutions des teneurs en acides gras saturés des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 21 illustre, par famille, le pourcentage de produits appariés présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en acides gras saturés identique (en gris).

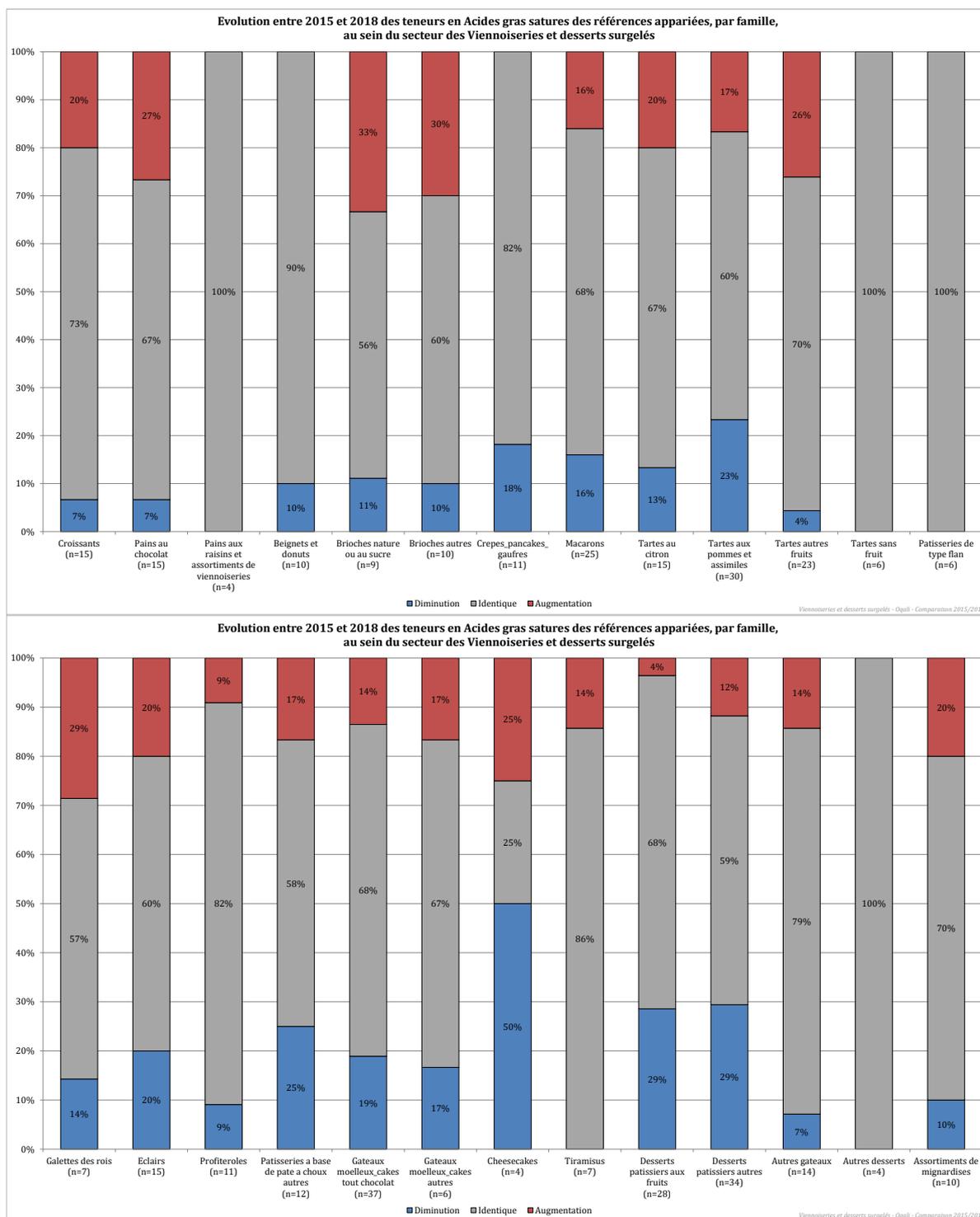


Figure 21 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en acides gras saturés sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 18).

Tableau 18 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Acides gras saturés (g/100g) Produits appariés (n=368)	Diminutions de la teneur (n=59)					Teneurs identiques (n=253)	Augmentations de la teneur (n=56)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	N	Min	Max	Moy
Croissants (n=15)	1	-1,5	-1,5	-1,5		11	3	+1,8	+3,4	+2,6	0,8
Pains au chocolat (n=15)	1	-0,3	-0,3	-0,3		10	4	+0,5	+2,7	+1,9	1,0
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	0					4	0				
Beignets et donuts (n=10)	1	-0,8	-0,8	-0,8		9	0				
Brioches nature ou au sucre (n=9)	1	-2,1	-2,1	-2,1		5	3	+0,2	+0,3	+0,3	0,1
Brioches autres (n=10)	1	-0,1	-0,1	-0,1		6	3	+0,1	+2,5	+1,0	1,3
Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	2	-0,3	-0,7	-0,5	0,3	9	0				
Macarons (n=25)	4	-0,3	-3,4	-1,8	1,3	17	4	+0,1	+1,3	+0,7	0,5
Tartes au citron (n=15)	2	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	10	3	+0,1	+1,7	+0,7	0,9
Tartes aux pommes et assimilés (n=30)	7	-0,2	-2,5	-1,2	0,8	18	5	+0,1	+2,3	+1,5	1,0
Tartes autres fruits (n=23)	1	-0,2	-0,2	-0,2		16	6	+0,1	+1,5	+0,7	0,6
Tartes sans fruit (n=6)	0					6	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galettes des rois (n=7)	1	-0,2	-0,2	-0,2		4	2	+0,3	+0,4	+0,4	0,1
Eclairs (n=15)	3	-0,1	-0,3	-0,2	0,1	9	3	+1,6	+7,5	+4,6	3,0
Profiteroles (n=11)	1	-0,6	-0,6	-0,6		9	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Pâtisseries a base de pate a choux autres (n=12)	3	-0,3	-0,9	-0,6	0,3	7	2	+0,5	+0,8	+0,7	0,2
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	7	-0,1	-9,5	-1,9	3,4	25	5	+0,1	+0,8	+0,6	0,3
Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	1	-0,7	-0,7	-0,7		4	1	+0,5	+0,5	+0,5	
Cheesecakes (n=4)	2	-0,3	-0,6	-0,5	0,2	1	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Tiramisus (n=7)	0					6	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Desserts patisseries aux fruits (n=28)	8	-0,1	-5,8	-1,3	2,0	19	1	+0,6	+0,6	+0,6	
Desserts patisseries autres (n=34)	10	-0,1	-13,5	-2,9	4,2	20	4	+0,1	+1,7	+0,8	0,7
Autres gateaux (n=14)	1	-1,7	-1,7	-1,7		11	2	+0,1	+0,5	+0,3	0,3
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=10)	1	-0,7	-0,7	-0,7		7	2	+0,1	+0,4	+0,3	0,2

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Ainsi, il est tout d'abord visible sur la Figure 21 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour la majorité des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en acides gras saturés identique pour certaines familles (100% des produits appariés des familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan ainsi qu'Autres desserts) peuvent expliquer en partie l'absence d'évolution significative par famille. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneur en acides gras saturés varient de -0,1g/100g à -13,5g/100g et les augmentations varient de +0,1g/100g à +7,5g/100g (Tableau 18). L'ampleur de ces évolutions peut donc être élevée pour certains produits, sans pour autant être significative compte tenu des faibles effectifs. Les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

6.4.3 Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 19).

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en acides gras saturés pour aucun sous-groupe considéré.

Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Acides gras saturés (g/100g)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Croissants	4	11,5	7,7	10	14,3	1,3	5	14,0	1,6	8	12,8	2,5
Pains au chocolat	3	11,3	2,2	9	12,5	1,8	6	14,1	1,2	6	12,3	3,1
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	11,7	4,2	4	9,8	3,5				6	10,1	3,9
Beignets et donuts	4	4,2	4,6	7	9,7	1,9	3	2,1	0,7	4	9,6	6,0
Brioche nature ou au sucre	2	11,9	3,7	5	8,6	1,1	4	9,3	0,7	2	9,6	1,3
Brioche autres				5	8,0	1,3	5	7,8	2,7	2	7,9	0,5
Crepes_pancakes_gaufres	3	1,8	0,9	9	4,8	4,0	3	6,8	6,5	14	2,4	1,7
Macarons	16	5,9	3,5	16	6,9	2,6	10	4,7	1,7	13	5,0	2,5
Tartes au citron	5	9,2	2,0	9	9,6	2,5	6	8,4	3,7	7	9,8	2,6
Tartes aux pommes et assimilés	12	5,9	1,9	15	5,8	1,8	16	6,1	1,3	10	6,8	2,7
Tartes autres fruits	11	5,5	2,0	15	5,1	1,6	8	6,8	2,5	16	5,1	1,5
Tartes sans fruit	7	15,5	2,4	6	14,1	3,4				6	12,9	6,1
Pâtisseries de type flan	2	5,5	2,1	6	5,3	0,9				7	5,8	1,1
Galettes des rois	2	13,0	1,9	4	14,9	2,2	3	13,0	2,6	7	14,8	1,6
Eclairs	17	8,3	2,9	10	8,5	2,5	6	8,4	2,7	8	10,4	3,4
Profiteroles	2	7,1	1,0	8	7,5	1,0	3	7,9	2,0			
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	9	11,8	2,6	4	13,1	4,2	8	13,6	2,1	9	13,5	2,7
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	9	14,4	3,8	20	17,0	4,4	19	15,4	3,1	9	13,7	4,2
Gateaux moelleux_cakes autres	8	11,9	4,1	2	8,8	0,4	4	10,2	6,6	10	12,0	7,3
Cheesecakes	3	13,2	0,7	1	11,9		3	13,0	0,9	5	13,0	1,4
Tiramisu	2	12,2	8,3	3	8,8	1,5	4	9,1	3,2			
Desserts pâtisseries aux fruits	19	8,7	3,2	11	9,0	1,9	17	7,1	2,6	27	9,2	3,2
Desserts pâtisseries autres	30	13,0	3,4	19	13,1	2,3	15	12,2	4,1	33	12,8	3,0
Autres gateaux	1	10,5		7	7,0	4,6	7	9,0	5,0	7	7,7	5,2
Autres desserts	3	11,5	4,4	3	12,5	3,6	1	11,0		3	10,8	6,6
Assortiments de mignardises	9	12,3	2,0	7	12,5	2,2	4	11,7	2,4	14	13,4	2,9

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

¹ produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

² produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³ produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴ produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.4.4 Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et segment de marché

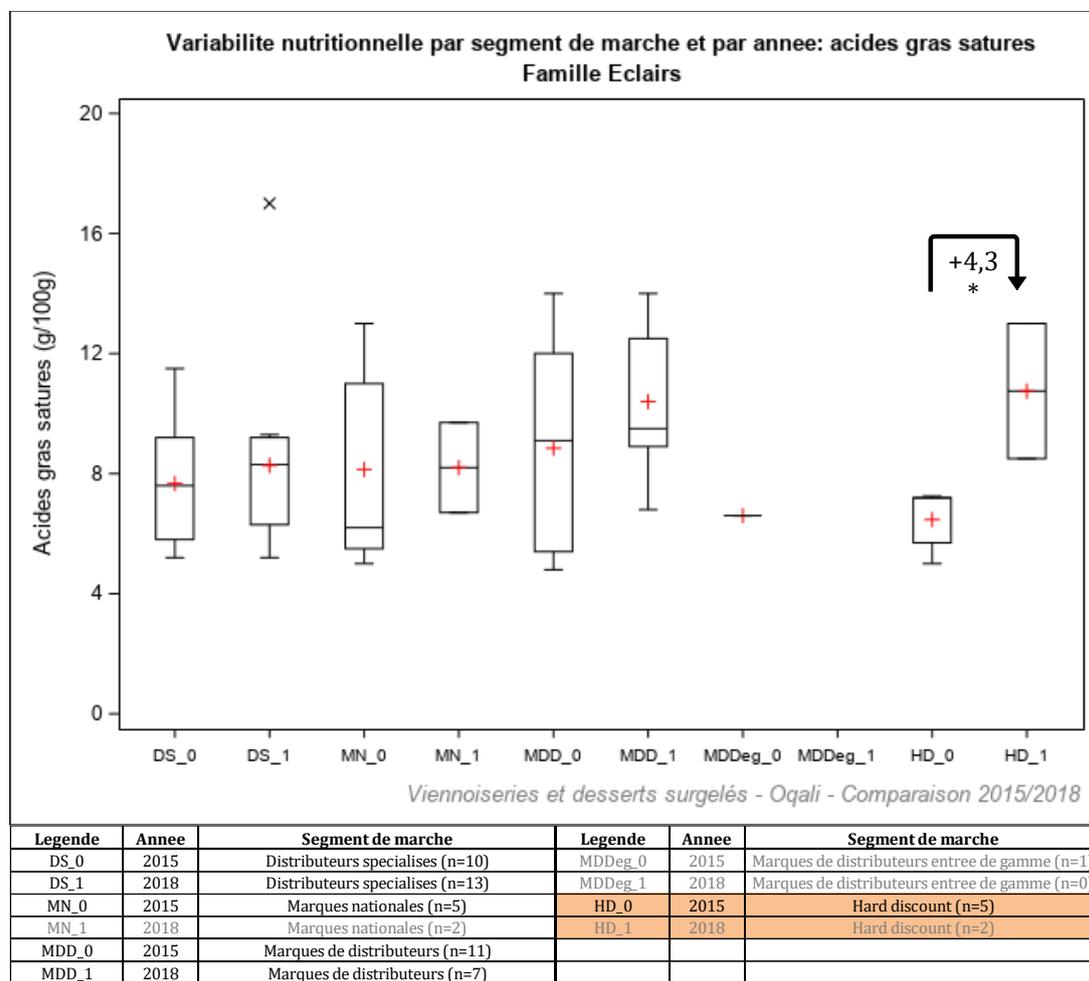
L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour la famille présentant une évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché : Eclairs.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 6.

Eclairs (Figure 22)

Pour rappel, aucune évolution significative n'a été mise en évidence à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018 mais une tendance non significative à l'augmentation de +1,2g/100g (+15% par rapport à la teneur initiale) a été observée.



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

Lignes grisées : effectif de 0, 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Figure 22 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.

L'étude des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés par segment de marché entre 2015 et 2018 (Figure 22) met en évidence une augmentation significative pour les produits issus du hard discount (+4,3g/100g ; +66%) s'expliquant par un renouvellement de l'offre : les produits de 2015 correspondent tous à des produits « Retirés »²² et présentent une teneur moyenne en acides gras saturés inférieure à celle des produits « Ajoutés »²³ en 2018 (respectivement 6,5g/100g et 10,8g/100g). Cette augmentation est toutefois à relativiser par les faibles effectifs observés pour les 2 années (2015 : n=5 ; 2018 : n=2) (Tableau 20).

²² Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

²³ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.

Eclairs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	7,7	2,1	13	8,3	3,1	+0,6	+8%	1	11,5		6	7,6	1,8	3	6,4	1,6	4	10,7	4,2
Marques nationales	5	8,1	3,6	2	8,2	2,1	+0,1	+1%	5	8,1	3,6	1	9,7					1	6,7	
Marques de distributeurs	11	8,8	3,3	7	10,4	2,5	+1,6	+18%	5	10,1	2,9	3	10,0	3,7	3	10,3	1,9	1	12,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	6,6							1	6,6										
Hard discount	5	6,5	1,1	2	10,8	3,2	+4,3*	+66%	5	6,5	1,1							2	10,8	3,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.4.5 Synthèse des évolutions des teneurs en acides gras saturés

Le Tableau 21 reprend, pour chacune des 26 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en acides gras saturés (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »²⁴ et entre l'ensemble des produits « Retirés »²⁵ et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives pour les familles étudiées : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 26 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en acides gras saturés (Tableau 21).

Un renouvellement de l'offre est observé au sein des produits issus du hard discount pour la famille Eclairs, entraînant une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés (+4,3g/100g soit +66%) pour ces produits et ce segment de marché, entre 2015 et 2018. Ce résultat est à relativiser du fait des effectifs de produits très faibles en 2015 (n=5) comme en 2018 (n=2).

Tableau 21 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Acides gras saturés (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ²⁴ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ²⁵ vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	+0,4	+3%	+0,4	+3%							
Pains au chocolat	+0,5	+4%	+0,5	+4%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	-0,6	-6%	+0,0	+0%							
Beignets et donuts	+1,5	+23%	-0,1	-1%							
Brioches nature ou au sucre	-0,5	-6%	-0,1	-2%							
Brioches autres	+0,3	+4%	+0,3	+4%							
Crepes_pancakes_gaufres	-1,2	-24%	-0,1	-2%							
Macarons	-0,4	-6%	-0,2	-3%							
Tartes au citron	+0,3	+3%	+0,1	+1%							
Tartes aux pommes et assimilés	+0,2	+3%	-0,04	-1%							
Tartes autres fruits	-0,1	-1%	+0,2	+3%							
Tartes sans fruit	-1,4	-9%	+0,0	+0%							
Pâtisseries de type flan	+0,2	+4%	+0,0	+0%							
Galettes des rois	+0,7	+5%	+0,1	+1%							
Eclairs	+1,2	+15%	+0,9	+12%					HD	+4,3*	+66%
Profiteroles	+0,04	+1%	-0,05	-1%							
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+0,7	+5%	-0,03	-0,2%							
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,4	-3%	-0,3	-2%							
Gateaux moelleux_cakes autres	+0,1	+1%	-0,03	-0,3%							
Cheesecakes	-0,2	-1%	-0,2	-2%							
Tiramisus	-0,7	-7%	+0,03	+0,3%							
Desserts patisseries aux fruits	+0,1	+2%	-0,4	-4%							
Desserts patisseries autres	-0,5	-4%	-0,8	-6%							
Autres gateaux	-0,3	-4%	-0,1	-1%							
Autres desserts	-0,3	-3%	+0,0	+0%							
Assortiments de mignardises	+0,5	+4%	-0,02	-0,2%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
¹produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)
²produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²⁴ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

²⁵ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

6.5 Evolution des teneurs en sucres²⁶

6.5.1 Evolution des teneurs en sucres par famille

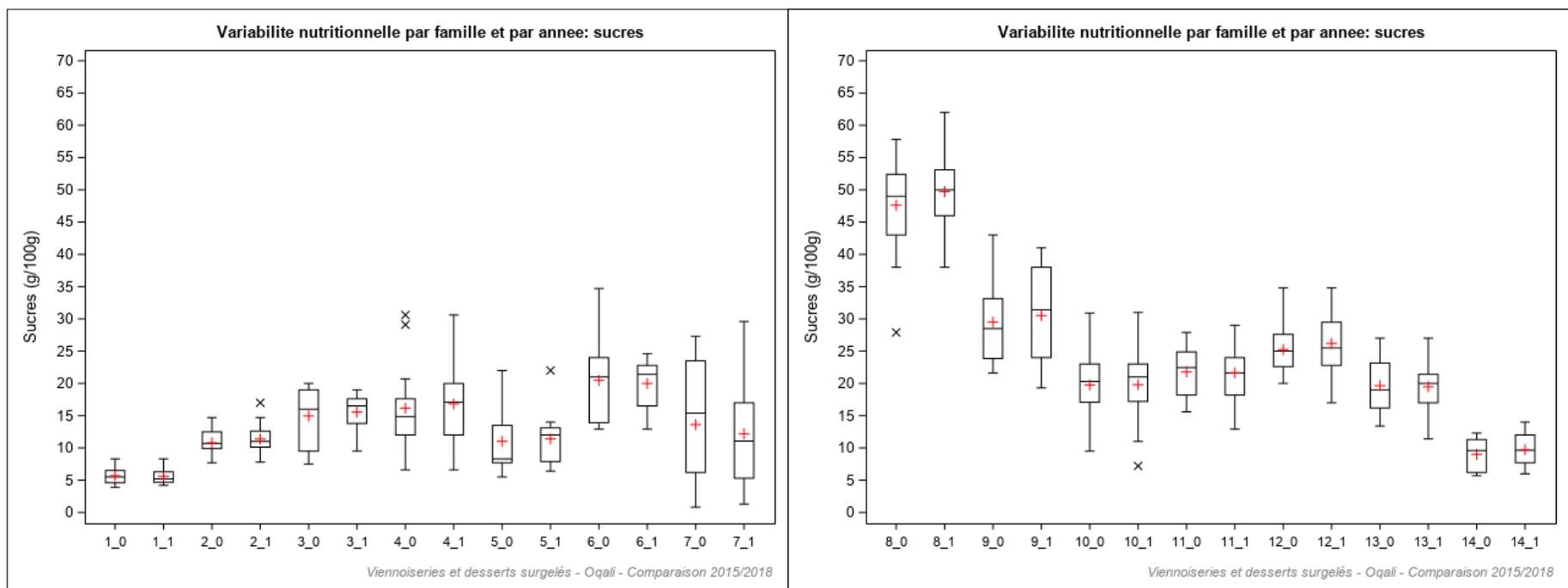
Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sucres entre 2015 et 2018 (Figure 23, Tableau 22).

En termes de variabilité des teneurs en sucres, aussi bien en 2015 qu'en 2018, la famille dont la variabilité est parmi les plus importantes est Autres gâteaux (24) s'expliquant par la diversité des produits retrouvés dans cette famille. A l'inverse, les familles Croissants (1), Pains au chocolat (2) et Galettes des rois (14) présentent une variabilité parmi les plus faibles²⁷ aussi bien en 2015 qu'en 2018.

Par ailleurs, la famille Desserts pâtisseries aux fruits (22) présente une variabilité de ses teneurs en sucres qui augmente fortement entre 2015 et 2018. A l'inverse, entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en sucres sont Brioches autres (6) et Autres gâteaux (24). Cette diminution s'explique par des reformulations de produits : pour la famille Autres gâteaux (24), le produit avec la teneur en sucres la plus faible de 2015 a été reformulé dans le sens d'une augmentation de sa teneur en sucres tandis que pour la famille Brioches autres (6), le produit avec la teneur en sucres la plus élevée de 2015 a été reformulé dans le sens d'une diminution de sa teneur en sucres.

²⁶ Pour rappel, les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

²⁷ Ces familles regroupent des produits très homogènes, ce qui explique la faible variété observée sur les teneurs en sucres. En effet, par exemple, la famille Galettes des rois regroupent les produits dénommés « Galettes des rois » correspondant à de la pâte feuilletée avec un fourrage interne (qui peut être de la frangipane, de la pomme, du chocolat, etc...) tandis que les produits de type brioches des rois (par exemple au sucre ou aux fruits confits) ne sont pas classés dans cette famille.



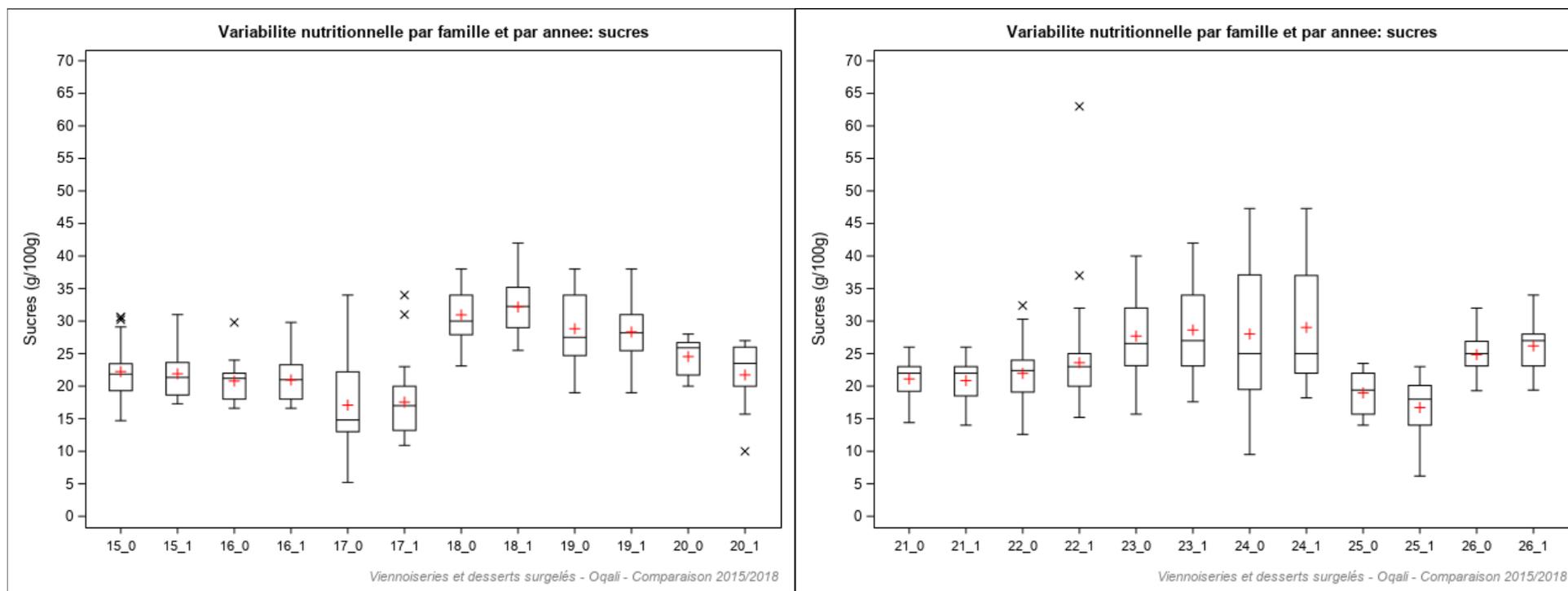
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=19)	8_0	2015	Macarons (n=41)
1_1	2018	Croissants (n=23)	8_1	2018	Macarons (n=39)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=18)	9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=21)	9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=7)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=42)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=10)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=41)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=14)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=34)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=14)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=8)
6_1	2018	Brioche autres (n=12)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=13)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=14)	14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=26)	14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	15_0	2015	Eclairs (n=32)	21_0	2015	Tiramisus (n=9)
	15_1	2018	Eclairs (n=24)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
	16_0	2015	Profiteroles (n=13)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=47)
	16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=55)
	17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=64)
	17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=67)
	18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=46)	24_0	2015	Autres gateaux (n=15)
	18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=48)	24_1	2018	Autres gateaux (n=21)
	19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=14)	25_0	2015	Autres desserts (n=7)
	19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=16)	25_1	2018	Autres desserts (n=7)
	20_0	2015	Cheesecakes (n=7)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=19)
	20_1	2018	Cheesecakes (n=9)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=25)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 23 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 22 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sucres (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Croissants	19	3,9	8,3	4,6	5,5	6,5	5,7	1,2	23	4,2	8,3	4,7	5,2	6,3	5,6	1,1	-0,1	-2%
Pains au chocolat	18	7,7	14,7	9,9	10,7	12,5	10,8	1,9	21	7,8	17,0	10,1	11,0	12,6	11,4	2,1	+0,6	+5%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	7,5	20,0	9,5	16,0	19,0	15,0	4,7	10	9,5	19,0	13,8	16,5	17,6	15,5	3,0	+0,6	+4%
Beignets et donuts	14	6,6	30,6	12,0	14,9	17,6	16,2	6,8	14	6,6	30,6	12,0	17,1	20,0	16,8	6,9	+0,7	+4%
Brioche nature ou au sucre	11	5,5	22,0	7,7	8,3	13,5	11,0	4,8	11	6,4	22,0	7,9	12,0	13,1	11,4	4,5	+0,4	+4%
Brioche autres	10	12,9	34,7	13,9	21,0	24,0	20,5	6,8	12	12,9	24,6	16,5	21,4	22,8	20,0	4,1	-0,5	-2%
Crepes_pancakes_gaufres	14	0,8	27,3	6,2	15,4	23,5	13,6	9,2	26	1,3	29,6	5,3	11,1	17,0	12,2	8,4	-1,4	-10%
Macarons	41	27,9	57,8	43,0	49,0	52,4	47,6	6,4	39	38,0	62,0	46,0	50,0	53,1	49,7	5,0	+2,1	+4%
Tartes au citron	20	21,6	43,0	23,9	28,5	33,2	29,5	6,7	22	19,3	41,0	24,0	31,4	38,0	30,5	6,6	+1,0	+3%
Tartes aux pommes et assimilés	42	9,5	30,9	17,1	20,3	23,0	19,8	5,1	41	7,2	31,0	17,2	21,0	23,0	19,8	5,2	+0,04	+0,2%
Tartes autres fruits	34	15,6	27,9	18,2	22,5	24,9	21,8	3,7	39	12,9	29,0	18,2	21,6	24,0	21,7	3,6	-0,1	-1%
Tartes sans fruit	13	20,0	34,8	22,6	25,0	27,6	25,3	4,0	12	17,0	34,8	22,8	25,5	29,5	26,2	5,1	+1,0	+4%
Pâtisseries de type flan	8	13,4	27,0	16,2	19,0	23,2	19,6	4,6	13	11,4	27,0	17,0	20,0	21,4	19,5	4,0	-0,2	-1%
Galettes des rois	9	5,7	12,3	6,2	9,6	11,3	9,0	2,6	14	6,0	14,0	7,7	9,7	12,0	9,7	2,6	+0,7	+8%
Eclairs	32	14,7	30,6	19,3	21,9	23,5	22,2	4,0	24	17,3	31,0	18,7	21,4	23,7	21,9	3,6	-0,3	-2%
Profiteroles	13	16,6	29,8	18,0	21,2	22,0	20,8	3,7	11	16,6	29,8	18,0	21,0	23,3	21,0	3,8	+0,2	+1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	21	5,2	34,0	13,0	14,8	22,2	17,1	6,8	21	10,9	34,0	13,2	17,0	20,0	17,6	6,0	+0,5	+3%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	46	23,1	38,0	27,9	30,0	34,0	31,0	3,9	48	25,5	42,0	29,0	32,3	35,2	32,2	3,9	+1,2	+4%
Gateaux moelleux_cakes autres	14	19,0	38,0	24,7	27,5	34,0	28,8	5,7	16	19,0	38,0	25,5	28,2	31,0	28,3	4,4	-0,5	-2%
Cheesecakes	7	20,0	28,0	21,7	25,9	26,7	24,5	2,9	9	10,0	27,0	20,0	23,5	26,0	21,7	5,7	-2,8	-11%
Tiramisus	9	14,4	26,0	19,2	22,0	23,0	21,1	3,5	7	14,0	26,0	18,5	22,0	23,0	20,9	3,9	-0,3	-1%
Desserts pâtisseries aux fruits	47	12,6	32,4	19,1	22,4	24,0	22,0	4,2	55	15,2	63,0	20,0	23,0	25,0	23,6	6,8	+1,6	+8%
Desserts pâtisseries autres	64	15,7	40,0	23,2	26,6	32,0	27,7	5,8	67	17,6	42,0	23,1	27,0	34,0	28,6	6,1	+0,9	+3%
Autres gateaux	15	9,5	47,3	19,5	25,0	37,1	28,0	11,0	21	18,2	47,3	22,0	25,0	37,0	29,0	9,2	+1,0	+4%
Autres desserts	7	14,0	23,5	15,7	19,4	22,0	19,0	3,4	7	6,2	23,0	14,0	18,0	20,1	16,7	5,5	-2,2	-12%
Assortiments de mignardises	19	19,3	32,0	23,1	25,0	26,9	24,8	3,1	25	19,4	34,0	23,1	27,0	28,0	26,2	4,1	+1,3	+5%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

6.5.2 Evolution des teneurs en sucres par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

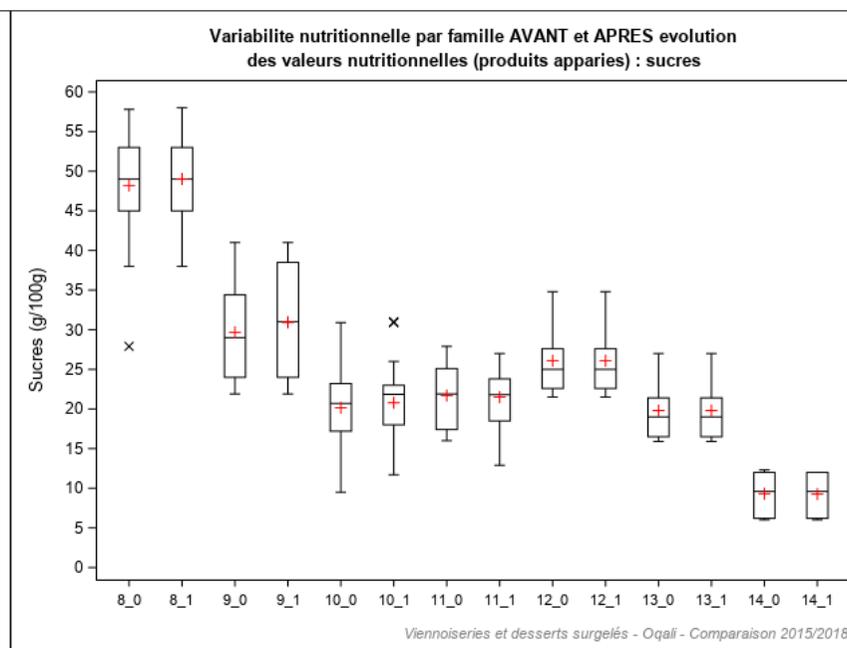
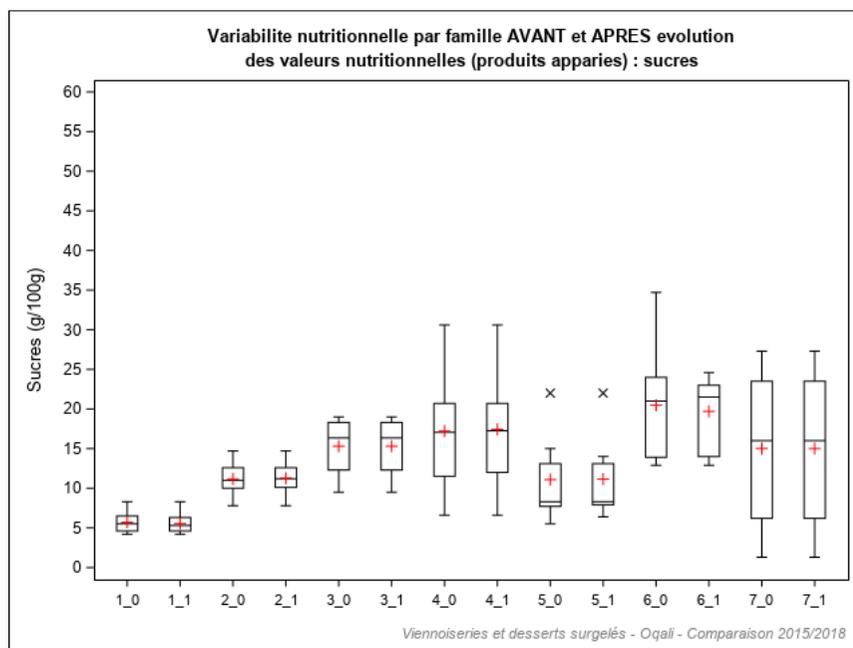
6.5.2.1 Evolution des teneurs en sucres des produits appariés à l'échelle des familles

Parmi les 26 familles étudiées, 1 présente une augmentation significative de sa teneur moyenne en sucres pour les produits appariés (Figure 24, Tableau 23). Il s'agit de la famille **Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (18)** (+0,6g/100g soit +2% par rapport à la teneur initiale).

Cette augmentation portant sur les produits appariés est le signe de reformulations à la hausse. Pour cette famille, l'étude des distributions des teneurs en sucres montre également un nombre plus important de produits dans la tranche supérieure des teneurs en sucres : augmentation des valeurs du 1^{er} et 3^e quartiles²⁸, de la médiane ainsi que de la valeur maximale (Figure 24).

Des tendances à la hausse ou à la baisse mais non significatives sont également observées pour les autres familles (Figure 24, Tableau 23).

²⁸ Le 1^{er} quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3^e quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.



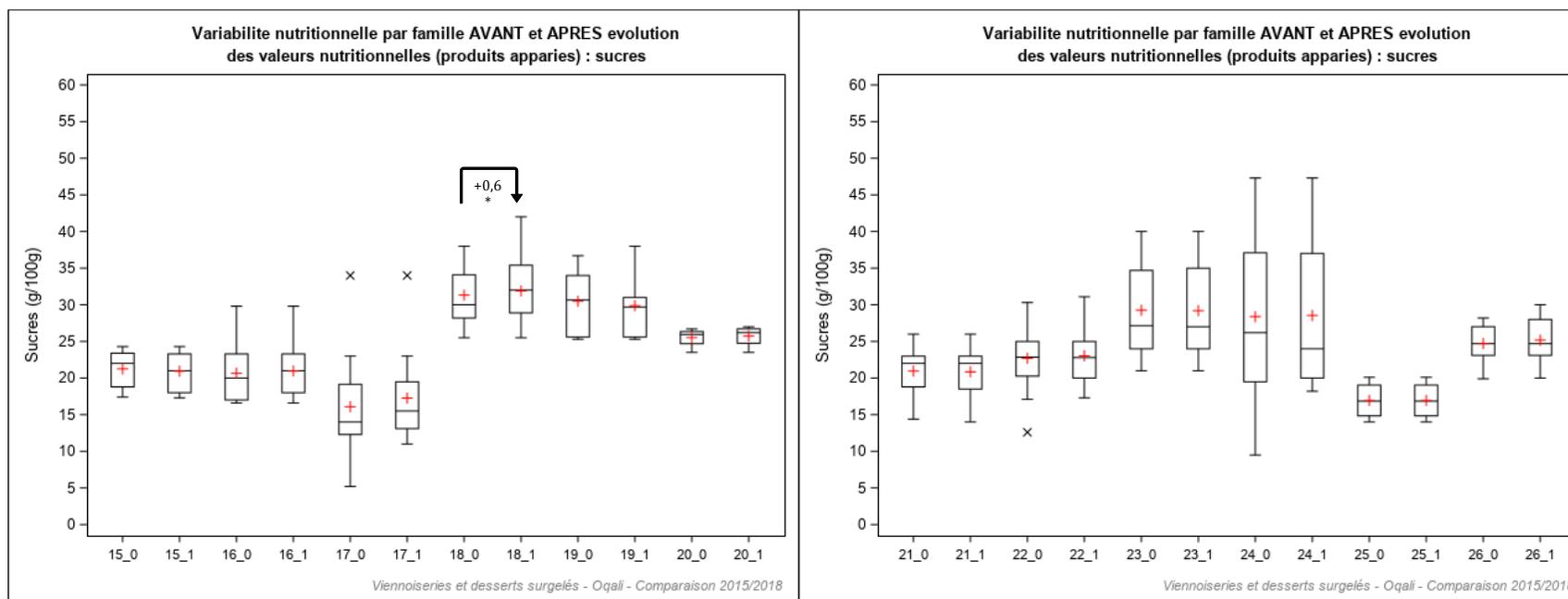
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=15)	8_0	2015	Macarons (n=25)
1_1	2018	Croissants (n=15)	8_1	2018	Macarons (n=25)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=15)	9_0	2015	Tartes au citron (n=15)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=15)	9_1	2018	Tartes au citron (n=15)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=10)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=23)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=10)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=23)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=6)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=6)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=6)
6_1	2018	Brioche autres (n=10)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=6)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_0	2015	Galettes des rois (n=7)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_1	2018	Galettes des rois (n=7)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=15)	21_0	2015	Tiramisus (n=7)
15_1	2018	Eclairs (n=15)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=11)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=28)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=28)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=34)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=34)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_0	2015	Autres gateaux (n=14)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_1	2018	Autres gateaux (n=14)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_0	2015	Autres desserts (n=4)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_1	2018	Autres desserts (n=4)
20_0	2015	Cheesecakes (n=4)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=10)
20_1	2018	Cheesecakes (n=4)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 24 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sucres (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Croissants	15	5,7	1,2	5,6	1,2	-0,1	-3%
Pains au chocolat	15	11,2	1,8	11,3	1,8	+0,1	+1%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	4	15,3	4,2	15,3	4,2	+0,0	+0%
Beignets et donuts	10	17,2	7,9	17,4	7,9	+0,2	+1%
Brioches nature ou au sucre	9	11,1	5,2	11,2	5,0	+0,1	+1%
Brioches autres	10	20,5	6,8	19,7	4,5	-0,8	-4%
Crepes_pancakes_gaufres	11	15,0	9,1	15,0	9,0	-0,01	-0,1%
Macarons	25	48,2	6,5	49,0	5,1	+0,8	+2%
Tartes au citron	15	29,7	6,2	30,9	6,9	+1,3	+4%
Tartes aux pommes et assimilés	30	20,2	5,3	20,8	4,8	+0,6	+3%
Tartes autres fruits	23	21,7	4,0	21,5	3,4	-0,2	-1%
Tartes sans fruit	6	26,1	4,8	26,1	4,8	+0,0	+0%
Pâtisseries de type flan	6	19,8	4,1	19,8	4,1	+0,0	+0%
Galette des rois	7	9,3	2,7	9,3	2,6	-0,1	-1%
Eclairs	15	21,3	2,5	20,9	2,5	-0,3	-2%
Profiteroles	11	20,7	4,0	21,0	3,8	+0,3	+1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	12	16,1	7,3	17,3	6,4	+1,2	+7%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	37	31,3	3,7	31,9	4,1	+0,6*	+2%
Gateaux moelleux_cakes autres	6	30,5	4,6	29,9	4,7	-0,6	-2%
Cheesecakes	4	25,5	1,4	25,7	1,5	+0,2	+1%
Tiramisus	7	21,0	3,7	20,9	3,9	-0,1	-0,5%
Desserts pâtisseries aux fruits	28	22,7	4,1	23,0	3,6	+0,4	+2%
Desserts pâtisseries autres	34	29,3	5,7	29,2	6,0	-0,1	-0,2%
Autres gateaux	14	28,4	11,3	28,5	10,0	+0,2	+1%
Autres desserts	4	17,0	2,7	17,0	2,7	+0,0	+0%
Assortiments de mignardises	10	24,7	2,8	25,2	3,3	+0,5	+2%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

6.5.2.2 Caractérisation des évolutions des teneurs en sucres des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 25 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en sucres identique (en gris).

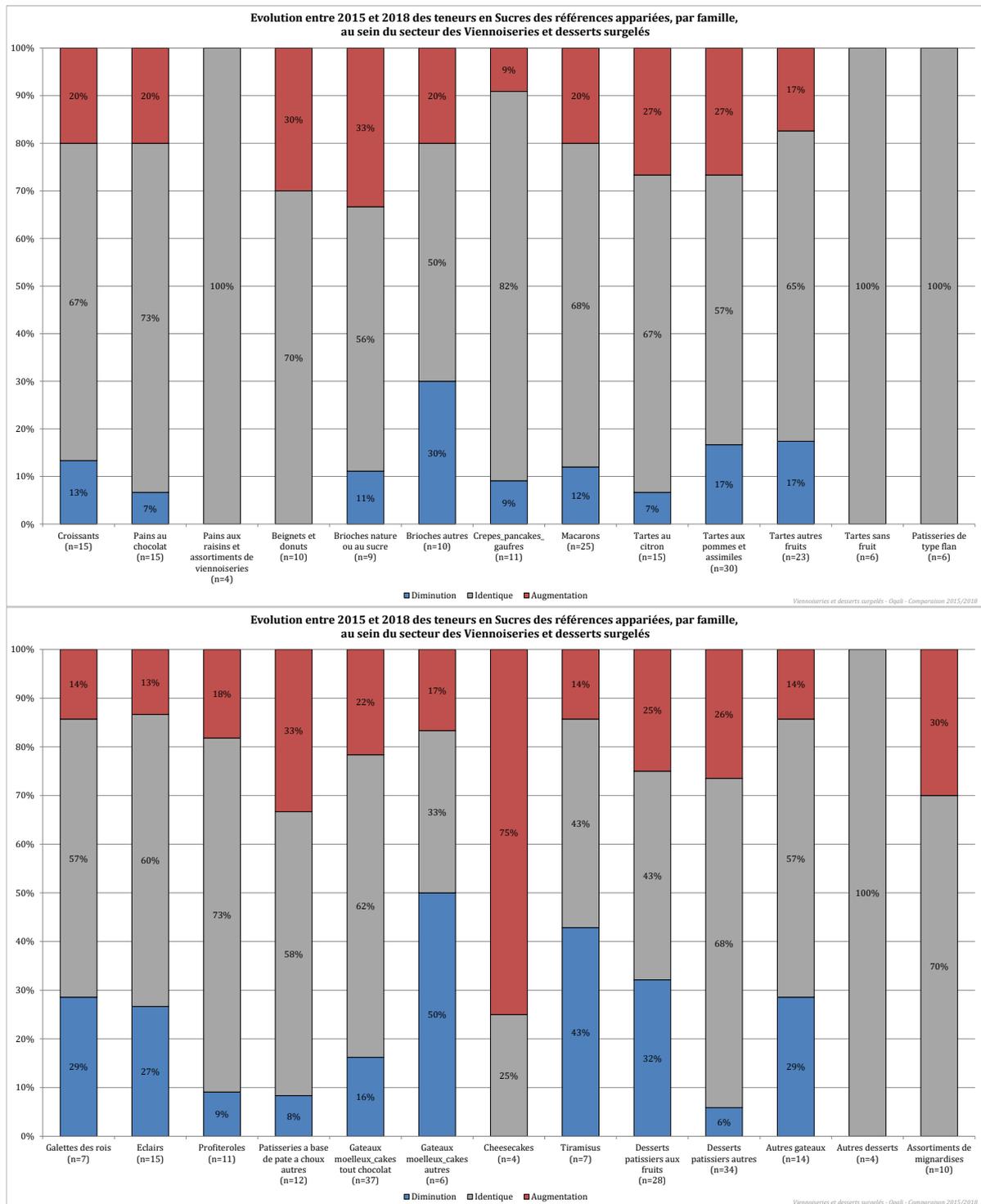


Figure 25 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sucres sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 24).

Tableau 24 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sucres (g/100g) Produits appariés (n=368)	Diminutions de la teneur (n=56)					Teneurs identiques (n=233)	Augmentations de la teneur (n=79)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Croissants (n=15)	2	-0,7	-2,3	-1,5	1,1	10	3	+0,1	+0,5	+0,3	0,2
Pains au chocolat (n=15)	1	-1,9	-1,9	-1,9		11	3	+0,1	+2,2	+1,0	1,1
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	0					4	0				
Beignets et donuts (n=10)	0					7	3	+0,4	+1,4	+0,8	0,6
Brioches nature ou au sucre (n=9)	1	-1,0	-1,0	-1,0		5	3	+0,3	+0,9	+0,6	0,3
Brioches autres (n=10)	3	-0,1	-12,7	-4,4	7,2	5	2	+1,0	+4,5	+2,8	2,5
Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	1	-0,5	-0,5	-0,5		9	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Macarons (n=25)	3	-1,1	-11,0	-5,8	5,0	17	5	+0,1	+26,2	+7,6	11,1
Tartes au citron (n=15)	1	-0,4	-0,4	-0,4		10	4	+1,1	+7,1	+4,9	2,6
Tartes aux pommes et assimilés (n=30)	5	-0,2	-4,6	-1,6	1,9	17	8	+1,2	+6,2	+3,4	1,8
Tartes autres fruits (n=23)	4	-3,1	-5,9	-4,0	1,3	15	4	+0,2	+4,7	+2,9	1,9
Tartes sans fruit (n=6)	0					6	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galettes des rois (n=7)	2	-0,3	-0,3	-0,3	0,0	4	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Eclairs (n=15)	4	-2,1	-2,8	-2,4	0,3	9	2	+0,5	+4,4	+2,5	2,8
Profiteroles (n=11)	1	-0,2	-0,2	-0,2		8	2	+1,0	+2,5	+1,8	1,1
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (n=12)	1	-0,3	-0,3	-0,3		7	4	+0,2	+12,8	+3,6	6,1
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	6	-0,1	-2,3	-0,6	0,9	23	8	+1,2	+6,7	+3,2	2,0
Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	3	-0,9	-3,0	-1,6	1,2	2	1	+1,3	+1,3	+1,3	
Cheesecakes (n=4)	0					1	3	+0,1	+0,4	+0,3	0,2
Tiramisus (n=7)	3	-0,3	-1,0	-0,6	0,4	3	1	+1,0	+1,0	+1,0	
Desserts patisseries aux fruits (n=28)	9	-0,3	-4,0	-1,1	1,2	12	7	+0,8	+7,3	+2,8	2,9
Desserts patisseries autres (n=34)	2	-0,2	-8,8	-4,5	6,1	23	9	+0,1	+2,3	+0,8	0,7
Autres gateaux (n=14)	4	-0,1	-13,6	-3,7	6,6	8	2	+3,4	+13,5	+8,5	7,1
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=10)	0					7	3	+0,1	+3,0	+1,5	1,5

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Ainsi, il est tout d'abord visible sur la Figure 25 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour la majorité des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en sucres identique pour certaines familles (100% des produits appariés des familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan ainsi qu'Autres desserts) peuvent expliquer en partie l'absence globale d'évolution significative par famille. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en sucres varient de -0,1g/100g à -13,6g/100g et les augmentations de +0,1g/100g à +26,2g/100g (Tableau 24). L'ampleur de ces évolutions peut donc être relativement élevée pour certains produits, notamment des familles Macarons ainsi qu'Autres gâteaux, et dans une moindre mesure, des familles Brioches autres ainsi que Pâtisseries à base de pâte à choux autres, sans que les données disponibles (dont la liste des ingrédients) et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent d'interpréter ces reformulations importantes portant sur la teneur en sucres. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

6.5.2.3 Focus sur les évolutions significatives des teneurs en sucres des produits appariés

Pour la famille pour laquelle une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, la figure suivante permet d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en sucres de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en sucres de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en sucres en 2015 décroissantes.

Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (Figure 26)

Pour la famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, la Figure 25 et le Tableau 24 montrent que l'augmentation significative de la teneur moyenne en sucres observée à l'échelle des produits appariés (+0,6g/100g ; +2% par rapport à la teneur initiale), est due aux 22% de produits (n=8) présentant une augmentation de leur teneur en sucres (allant de +1,2g/100g à +6,7g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 26) indique que les 8 augmentations sont globalement réparties sur l'ensemble des produits appariés (ce qui signifie que ce ne sont pas spécifiquement les produits les plus sucrés ou les moins sucrés qui ont été reformulés). A noter, quelques diminutions sont également observées. Les données disponibles, dont la liste des ingrédients, et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter les évolutions observées.

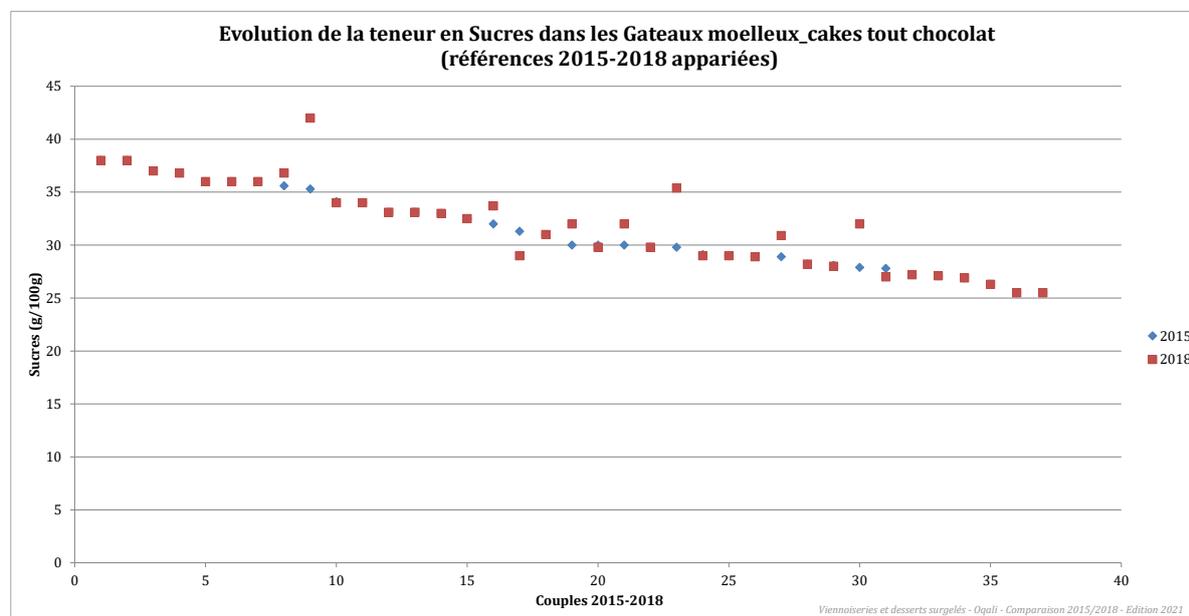


Figure 26 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat étudiée.

6.5.3 Evolution des teneurs en sucres par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 25).

Pour la famille Desserts pâtisseries autres, une évolution significative par sous-groupe a été observée sans entrainer d'évolution significative à l'échelle de la famille. Le graphique de cette famille est présenté en Annexe 7.

Tableau 25 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sucres (g/100g)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Croissants	4	5,7	1,6	10	5,8	1,4	5	5,1	0,6	8	5,6	1,0
Pains au chocolat	3	8,9	1,2	9	11,3	2,2	6	11,2	1,0	6	11,7	2,9
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	14,5	6,4	4	15,3	4,2				6	15,7	2,4
Beignets et donuts	4	13,6	1,6	7	17,9	9,3	3	16,3	3,8	4	15,3	4,2
Brioche nature ou au sucre	2	10,7	4,0	5	11,8	6,1	4	10,4	3,7	2	12,5	0,7
Brioche autres				5	18,9	5,5	5	20,5	3,7	2	21,4	0,6
Crepes_pancakes_gaufres	3	8,5	8,8	9	16,7	8,0	3	10,8	10,7	14	9,6	7,4
Macarons	16	46,7	6,4	16	47,7	4,8	10	51,2	4,7	13	51,1	4,8
Tartes au citron	5	29,0	8,6	9	27,7	6,4	6	35,8	4,4	7	29,6	6,4
Tartes aux pommes et assimilés	12	18,8	4,7	15	19,8	5,0	16	21,7	4,4	10	16,8	5,8
Tartes autres fruits	11	22,0	3,2	15	21,7	3,3	8	21,2	3,9	16	21,9	3,9
Tartes sans fruit	7	24,5	3,5	6	26,1	4,8				6	26,3	5,8
Pâtisseries de type flan	2	19,2	8,1	6	19,8	4,1				7	19,2	4,3
Galettes des rois	2	8,0	3,2	4	8,5	2,9	3	10,3	2,1	7	10,2	2,7
Eclairs	17	23,1	4,9	10	21,8	4,1	6	21,2	2,3	8	22,6	4,0
Profiteroles	2	21,5	0,3	8	21,3	4,4	3	20,0	1,7			
Pâtisseries a base de pate a choux autres	9	18,4	6,3	4	22,8	8,6	8	14,5	2,6	9	17,9	5,9
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	9	29,5	4,6	20	30,9	4,1	19	33,1	3,8	9	32,9	3,4
Gateaux moelleux_cakes autres	8	27,6	6,5	2	25,5	0,2	4	32,1	4,1	10	27,4	4,1
Cheesecakes	3	23,2	4,2	1	23,5		3	26,5	0,5	5	18,5	5,8
Tiramisus	2	21,7	3,5	3	22,8	3,1	4	19,4	4,1			
Desserts pâtisseries aux fruits	19	20,9	4,2	11	22,6	4,1	17	23,3	3,3	27	24,2	9,1
Desserts pâtisseries autres	30	25,9	5,3	19	27,0	5,1	15	31,9	6,1	33	28,0	6,3
Autres gateaux	1	22,8		7	32,2	12,3	7	24,9	6,0	7	30,0	8,0
Autres desserts	3	21,6	2,1	3	16,6	3,1	1	18,0		3	16,4	9,0
Assortiments de mignardises	9	25,0	3,6	7	24,8	2,5	4	26,5	4,4	14	26,8	4,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.5.4 Evolution des teneurs en sucres par famille et segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Aucune famille ne présentant d'évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 8.

6.5.5 Synthèse des évolutions des teneurs en sucres

Le Tableau 26 reprend, pour chacune des 26 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en sucres (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »²⁹ et entre l'ensemble des produits « Retirés »³⁰ et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 26 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sucres (Tableau 26).

Des reformulations allant dans le sens d'une augmentation des teneurs pour les produits appariés sont observées pour la famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (augmentation significative de +0,6g/100g soit +2% par rapport à la teneur initiale).

Tableau 26 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Sucres (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	-0,1	-2%	-0,1	-3%							
Pains au chocolat	+0,6	+5%	+0,1	+1%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	+0,6	+4%	+0,0	+0%							
Beignets et donuts	+0,7	+4%	+0,2	+1%							
Brioche nature ou au sucre	+0,4	+4%	+0,1	+1%							
Brioche autres	-0,5	-2%	-0,8	-4%							
Crepes, pancakes, gaufres	-1,4	-10%	-0,1	-0,1%							
Macarons	+2,1	+4%	+0,8	+2%							
Tartes au citron	+1,0	+3%	+1,3	+4%							
Tartes aux pommes et assimilés	+0,04	+0,2%	+0,6	+3%							
Tartes autres fruits	-0,1	-1%	-0,2	-1%							
Tartes sans fruit	+1,0	+4%	+0,0	+0%							
Pâtisseries de type flan	-0,2	-1%	+0,0	+0%							
Galettes des rois	+0,7	+8%	-0,1	-1%							
Eclairs	-0,3	-2%	-0,3	-2%							
Profiteroles	+0,2	+1%	+0,3	+1%							
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	+0,5	+3%	+1,2	+7%							
Gâteaux moelleux, cakes tout chocolat	+1,2	+4%	+0,6*	+2%							
Gâteaux moelleux, cakes autres	-0,5	-2%	-0,6	-2%							
Cheesecakes	-2,8	-11%	+0,2	+1%							
Tiramisus	-0,3	-1%	-0,1	-0,5%							
Desserts pâtisseries aux fruits	+1,6	+8%	+0,4	+2%							
Desserts pâtisseries autres	+0,9	+3%	-0,1	-0,2%							
Autres gâteaux	+1,0	+4%	+0,2	+1%							
Autres desserts	-2,2	-12%	+0,0	+0%							
Assortiments de mignardises	+1,3	+5%	+0,5	+2%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

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

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

¹produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

²produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²⁹ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

³⁰ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

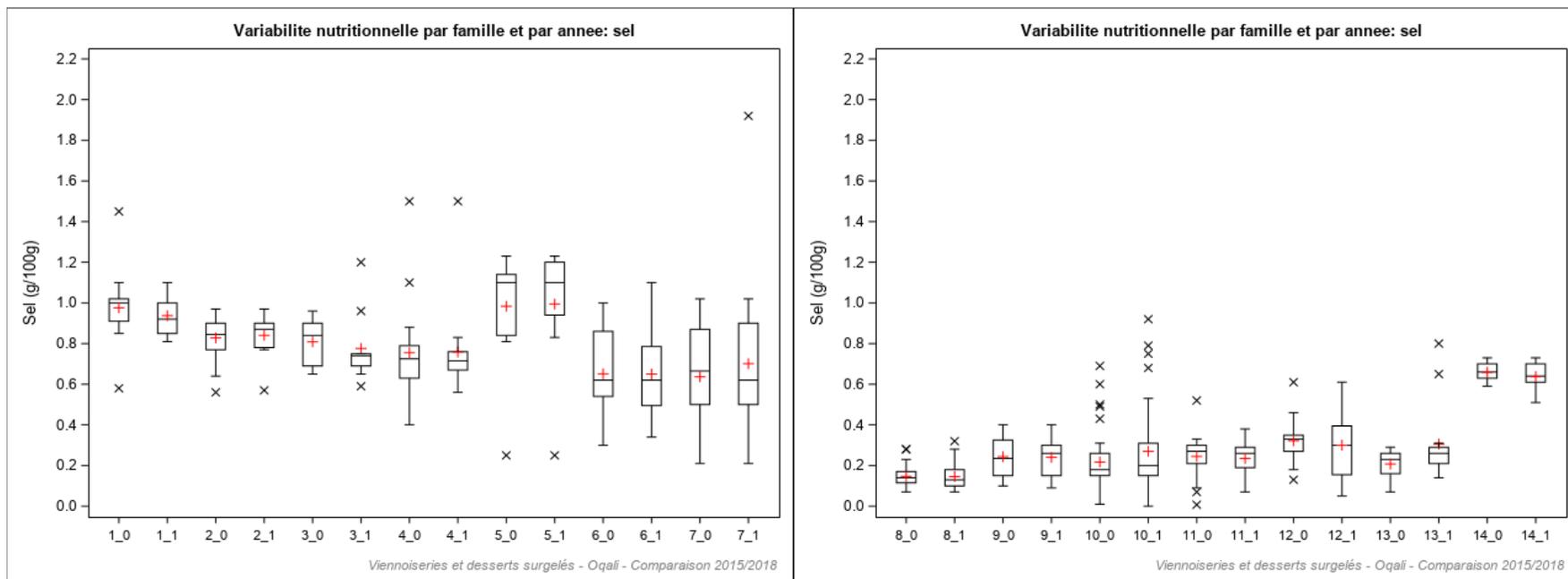
6.6 Evolution des teneurs en sel

6.6.1 Evolution des teneurs en sel par famille

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel entre 2015 et 2018 (Figure 27, Tableau 27).

En termes de variabilité des teneurs en sel, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (18) en 2015 ainsi que Crêpes/pancakes/gaufres (7) et Desserts pâtisseries autres (23) en 2018. Pour ces familles, l'analyse des listes d'ingrédients et des typologies de produits ne permet pas d'expliquer cette importante variabilité. A l'inverse, la famille Tiramisus (21) présente une variabilité parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018.

Par ailleurs, la famille Desserts pâtisseries autres (23) présente une variabilité de ses teneurs en sel qui augmente fortement entre 2015 et 2018. Cela s'explique par la reformulation d'un produit allant dans le sens d'une augmentation aboutissant à la teneur en sel la plus élevée pour cette famille en 2018, l'analyse de la liste des ingrédients ne permet pas d'expliquer cette reformulation. A l'inverse, entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en sel sont Croissants (1) et Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (18). Pour la famille Croissants (1), cette diminution s'explique, d'une part, par la reformulation allant dans le sens d'une augmentation pour le produit ayant la plus faible teneur en sel en 2015 et d'autre part, par le retrait du produit ayant la teneur en sel la plus élevée de 2015. Pour la famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat (18), il s'agit de reformulations sur 2 produits : une reformulation allant dans le sens d'une augmentation de la teneur pour le produit ayant la plus faible teneur en sel en 2015 et à l'inverse, une reformulation allant dans le sens d'une diminution de la teneur pour le produit ayant la teneur en sel la plus élevée en 2015.



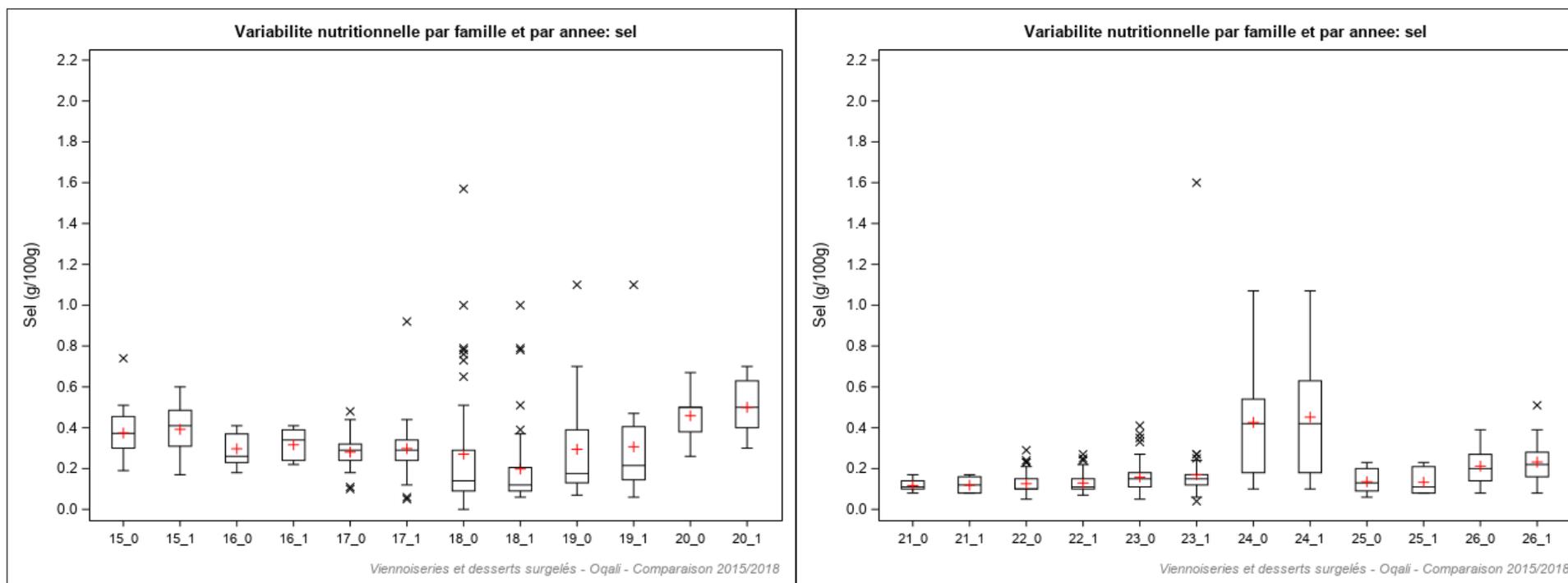
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=19)	8_0	2015	Macarons (n=41)
1_1	2018	Croissants (n=23)	8_1	2018	Macarons (n=39)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=18)	9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=21)	9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=7)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=42)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=10)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=41)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=14)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=34)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=14)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=8)
6_1	2018	Brioche autres (n=12)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=13)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=14)	14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=26)	14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=32)	21_0	2015	Tiramisus (n=9)
15_1	2018	Eclairs (n=24)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=13)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=47)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=55)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=64)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=67)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=46)	24_0	2015	Autres gateaux (n=15)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=48)	24_1	2018	Autres gateaux (n=21)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=14)	25_0	2015	Autres desserts (n=7)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=16)	25_1	2018	Autres desserts (n=7)
20_0	2015	Cheesecakes (n=7)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=19)
20_1	2018	Cheesecakes (n=9)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=25)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 27 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 27 :Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sel (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Croissants	19	0,58	1,45	0,91	1,00	1,02	0,98	0,16	23	0,81	1,10	0,85	0,92	1,00	0,94	0,09	-0,04	-4%
Pains au chocolat	18	0,56	0,97	0,77	0,85	0,90	0,83	0,11	21	0,57	0,97	0,78	0,87	0,90	0,84	0,09	+0,01	+1%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	0,65	0,96	0,69	0,84	0,90	0,81	0,12	10	0,59	1,20	0,69	0,74	0,75	0,78	0,18	-0,03	-4%
Beignets et donuts	14	0,40	1,50	0,63	0,73	0,79	0,76	0,28	14	0,56	1,50	0,67	0,72	0,76	0,76	0,23	+0,004	+0,5%
Brioche nature ou au sucre	11	0,25	1,23	0,84	1,10	1,14	0,98	0,28	11	0,25	1,23	0,94	1,10	1,20	0,99	0,28	+0,01	+1%
Brioche autres	10	0,30	1,00	0,54	0,62	0,86	0,65	0,23	12	0,34	1,10	0,50	0,62	0,79	0,65	0,22	-0,001	-0,2%
Crepes_pancakes_gaufres	14	0,21	1,02	0,50	0,67	0,87	0,64	0,27	26	0,21	1,92	0,50	0,62	0,90	0,70	0,34	+0,06	+10%
Macarons	41	0,07	0,28	0,12	0,14	0,17	0,15	0,05	39	0,07	0,32	0,10	0,13	0,18	0,15	0,06	-0,001	-1%
Tartes au citron	20	0,10	0,40	0,15	0,24	0,33	0,24	0,10	22	0,09	0,40	0,15	0,26	0,30	0,24	0,10	-0,004	-1%
Tartes aux pommes et assimilés	42	0,01	0,69	0,15	0,18	0,26	0,22	0,14	41	0,0001	0,92	0,15	0,20	0,31	0,27	0,21	+0,05	+24%
Tartes autres fruits	34	0,01	0,52	0,21	0,27	0,30	0,24	0,09	39	0,07	0,38	0,19	0,26	0,29	0,23	0,07	-0,01	-4%
Tartes sans fruit	13	0,13	0,61	0,27	0,33	0,35	0,32	0,13	12	0,05	0,61	0,16	0,30	0,40	0,30	0,17	-0,02	-7%
Pâtisseries de type flan	8	0,07	0,29	0,16	0,23	0,26	0,21	0,07	13	0,14	0,80	0,21	0,26	0,29	0,31	0,20	+0,10	+47%
Galettes des rois	9	0,59	0,73	0,63	0,66	0,70	0,66	0,05	14	0,51	0,73	0,61	0,64	0,70	0,64	0,07	-0,02	-3%
Eclairs	32	0,19	0,74	0,30	0,37	0,46	0,37	0,11	24	0,17	0,60	0,31	0,41	0,49	0,39	0,12	+0,02	+5%
Profiteroles	13	0,18	0,41	0,23	0,26	0,37	0,30	0,09	11	0,22	0,41	0,24	0,34	0,39	0,32	0,07	+0,02	+7%
Pâtisseries a base de pate a choux autres	21	0,10	0,48	0,24	0,29	0,32	0,28	0,09	21	0,05	0,92	0,24	0,29	0,34	0,30	0,18	+0,02	+6%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	46	0,0001	1,57	0,09	0,14	0,29	0,27	0,31	48	0,06	1,00	0,09	0,12	0,21	0,20	0,20	-0,07	-27%
Gateaux moelleux_cakes autres	14	0,07	1,10	0,13	0,18	0,39	0,29	0,29	16	0,06	1,10	0,15	0,22	0,41	0,31	0,25	+0,01	+4%
Cheesecakes	7	0,26	0,67	0,38	0,50	0,50	0,46	0,13	9	0,30	0,70	0,40	0,50	0,63	0,50	0,13	+0,04	+9%
Tiramisus	9	0,08	0,17	0,10	0,11	0,14	0,12	0,03	7	0,08	0,17	0,08	0,12	0,16	0,12	0,04	+0,002	+2%
Desserts patisseries aux fruits	47	0,05	0,29	0,10	0,10	0,15	0,13	0,05	55	0,07	0,27	0,10	0,11	0,15	0,13	0,05	+0,003	+3%
Desserts patisseries autres	64	0,05	0,41	0,11	0,15	0,18	0,16	0,07	67	0,04	1,60	0,12	0,15	0,17	0,17	0,18	+0,01	+7%
Autres gateaux	15	0,10	1,07	0,18	0,42	0,54	0,43	0,25	21	0,10	1,07	0,18	0,42	0,63	0,45	0,29	+0,03	+6%
Autres desserts	7	0,06	0,23	0,09	0,13	0,20	0,14	0,06	7	0,08	0,23	0,08	0,11	0,21	0,13	0,06	-0,003	-2%
Assortiments de mignardises	19	0,08	0,39	0,14	0,20	0,27	0,21	0,08	25	0,08	0,51	0,16	0,22	0,28	0,23	0,10	+0,02	+9%

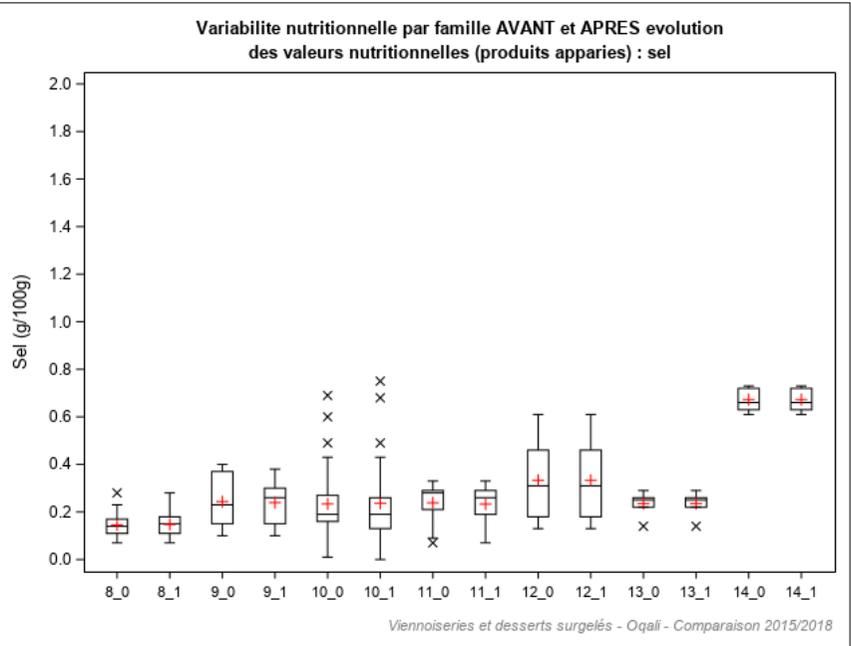
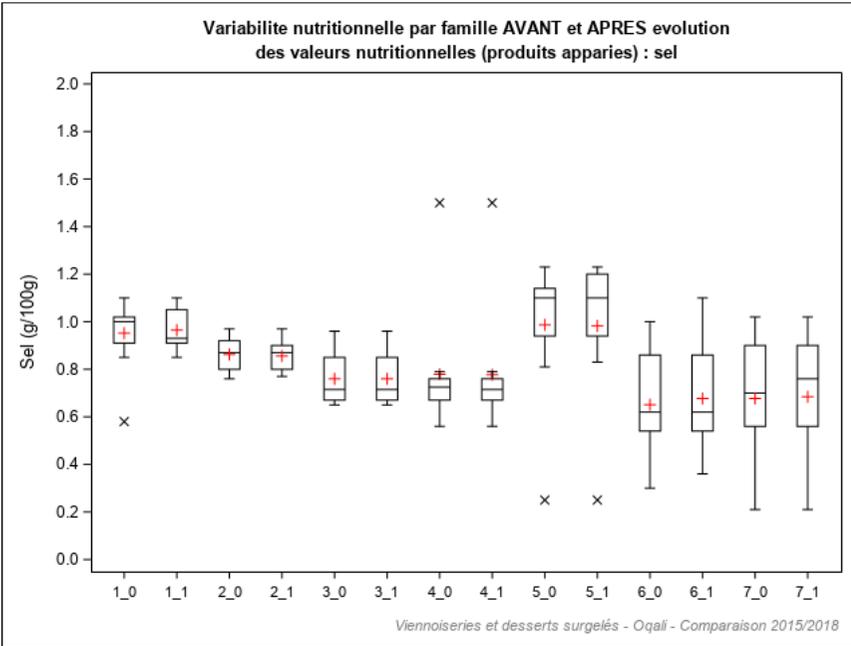
N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

6.6.2 Evolution des teneurs en sel par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

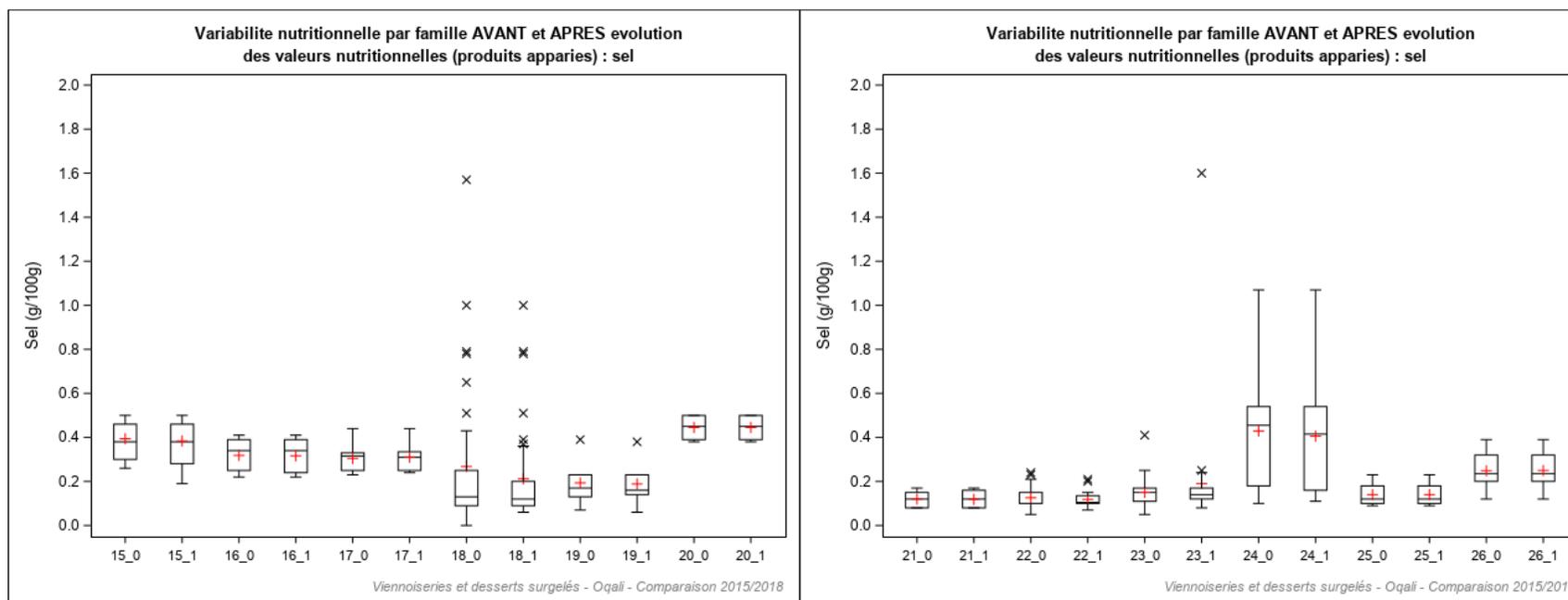
6.6.2.1 Evolution des teneurs en sel des produits appariés à l'échelle des familles

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel pour les produits appariés (Figure 28, Tableau 28).



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=15)	8_0	2015	Macarons (n=25)
1_1	2018	Croissants (n=15)	8_1	2018	Macarons (n=25)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=15)	9_0	2015	Tartes au citron (n=15)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=15)	9_1	2018	Tartes au citron (n=15)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=30)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=10)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=23)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=10)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=23)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=6)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=6)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=6)
6_1	2018	Brioche autres (n=10)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=6)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_0	2015	Galettes des rois (n=7)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	14_1	2018	Galettes des rois (n=7)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt
 Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=15)	21_0	2015	Tiramisus (n=7)
15_1	2018	Eclairs (n=15)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=11)	22_0	2015	Desserts patisiers aux fruits (n=28)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisiers aux fruits (n=28)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_0	2015	Desserts patisiers autres (n=34)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=12)	23_1	2018	Desserts patisiers autres (n=34)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_0	2015	Autres gateaux (n=14)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	24_1	2018	Autres gateaux (n=14)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_0	2015	Autres desserts (n=4)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_1	2018	Autres desserts (n=4)
20_0	2015	Cheesecakes (n=4)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=10)
20_1	2018	Cheesecakes (n=4)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 28 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 28 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sel (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Croissants	15	0,95	0,13	0,96	0,09	+0,01	+1%
Pains au chocolat	15	0,86	0,07	0,86	0,07	-0,01	-1%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	4	0,76	0,14	0,76	0,14	+0,00	+0%
Beignets et donuts	10	0,78	0,26	0,78	0,26	-0,002	-0,3%
Brioche nature ou au sucre	9	0,99	0,31	0,98	0,31	-0,004	-0,5%
Brioche autres	10	0,65	0,23	0,68	0,22	+0,03	+4%
Crepes_pancakes_gaufres	11	0,68	0,27	0,68	0,28	+0,01	+1%
Macarons	25	0,15	0,05	0,15	0,05	+0,002	+1%
Tartes au citron	15	0,24	0,11	0,24	0,09	-0,005	-2%
Tartes aux pommes et assimilés	30	0,23	0,15	0,24	0,17	+0,003	+1%
Tartes autres fruits	23	0,24	0,08	0,23	0,08	-0,01	-2%
Tartes sans fruit	6	0,33	0,18	0,33	0,18	+0,00	+0%
Pâtisseries de type flan	6	0,24	0,05	0,24	0,05	+0,00	+0%
Galettes des rois	7	0,67	0,05	0,67	0,05	+0,00	+0%
Eclairs	15	0,39	0,08	0,38	0,09	-0,01	-2%
Profiteroles	11	0,32	0,07	0,32	0,07	-0,002	-1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	12	0,30	0,06	0,31	0,06	+0,01	+2%
Gâteaux moelleux_cakes tout chocolat	37	0,27	0,32	0,21	0,22	-0,06	-21%
Gâteaux moelleux_cakes autres	6	0,19	0,11	0,19	0,11	-0,01	-3%
Cheesecakes	4	0,45	0,06	0,45	0,06	+0,00	+0%
Tiramisus	7	0,12	0,04	0,12	0,04	-0,001	-1%
Desserts pâtisseries aux fruits	28	0,13	0,05	0,12	0,03	-0,01	-6%
Desserts pâtisseries autres	34	0,15	0,06	0,19	0,25	+0,04	+26%
Autres gâteaux	14	0,43	0,26	0,41	0,27	-0,02	-5%
Autres desserts	4	0,14	0,06	0,14	0,06	+0,00	+0%
Assortiments de mignardises	10	0,25	0,08	0,25	0,08	+0,001	+0,4%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

6.6.2.2 Caractérisation des évolutions des teneurs en sel des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 29 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en sel identique (en gris).

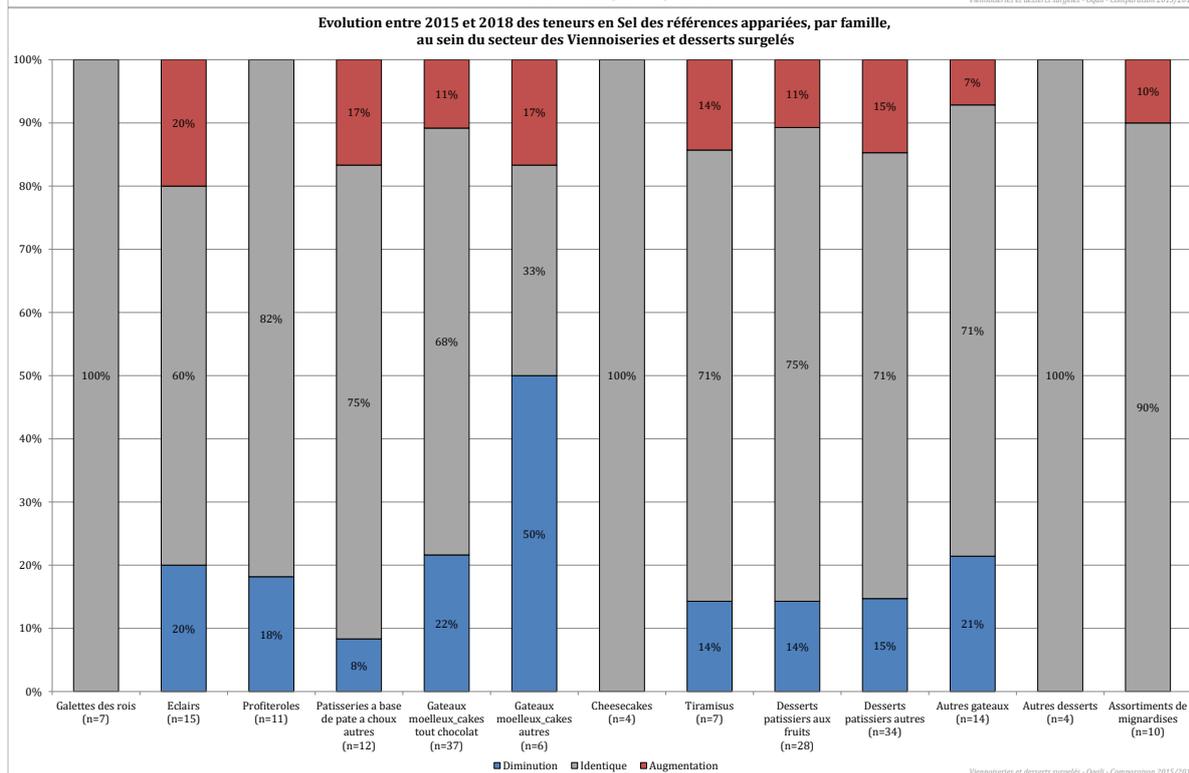
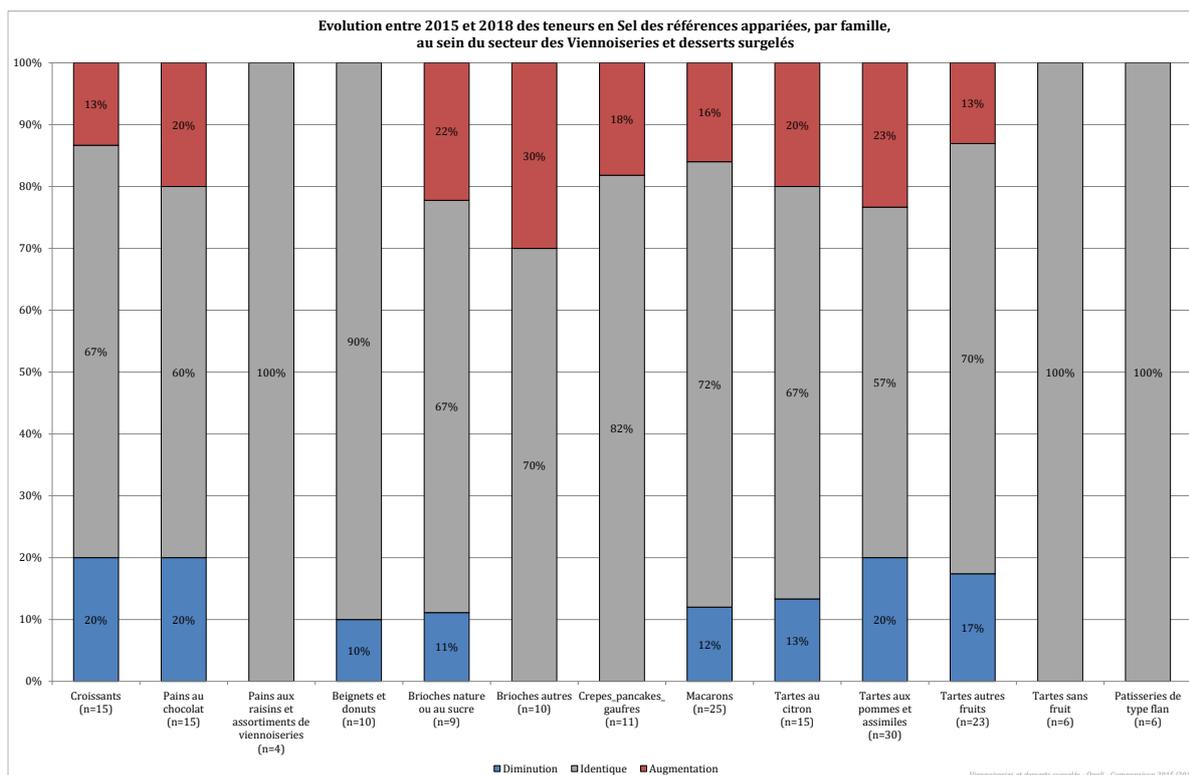


Figure 29 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sel sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 29).

Tableau 29 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sel (g/100g) Produits appariés (n=368)	Diminutions de la teneur (n=53)					Teneurs identiques (n=265)	Augmentations de la teneur (n=50)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Croissants (n=15)	3	-0,02	-0,08	-0,04	+0,03	10	2	+0,04	+0,27	+0,16	+0,16
Pains au chocolat (n=15)	3	-0,01	-0,08	-0,05	+0,04	9	3	+0,01	+0,03	+0,02	+0,01
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=4)	0					4	0				
Beignets et donuts (n=10)	1	-0,02	-0,02	-0,02		9	0				
Brioche nature ou au sucre (n=9)	1	-0,12	-0,12	-0,12		6	2	+0,02	+0,06	+0,04	+0,03
Brioche autres (n=10)	0					7	3	+0,01	+0,15	+0,09	+0,07
Crepes_pancakes_gaufres (n=11)	0					9	2	+0,02	+0,06	+0,04	+0,03
Macarons (n=25)	3	-0,01	-0,05	-0,03	+0,02	18	4	+0,01	+0,06	+0,03	+0,02
Tartes au citron (n=15)	2	-0,07	-0,09	-0,08	+0,01	10	3	+0,01	+0,06	+0,03	+0,03
Tartes aux pommes et assimilés (n=30)	6	-0,01	-0,17	-0,05	+0,06	17	7	+0,01	+0,20	+0,06	+0,07
Tartes autres fruits (n=23)	4	-0,01	-0,19	-0,06	+0,09	16	3	+0,01	+0,09	+0,04	+0,05
Tartes sans fruit (n=6)	0					6	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galettes des rois (n=7)	0					7	0				
Eclairs (n=15)	3	-0,01	-0,26	-0,16	+0,13	9	3	+0,04	+0,15	+0,11	+0,06
Profiteroles (n=11)	2	-0,01	-0,01	-0,01	+0,00	9	0				
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (n=12)	1	-0,01	-0,01	-0,01		9	2	+0,01	+0,07	+0,04	+0,04
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=37)	8	-0,01	-1,43	-0,28	+0,50	25	4	+0,01	+0,07	+0,04	+0,03
Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	3	-0,01	-0,02	-0,01	+0,01	2	1	+0,01	+0,01	+0,01	
Cheesecakes (n=4)	0					4	0				
Tiramisus (n=7)	1	-0,02	-0,02	-0,02		5	1	+0,01	+0,01	+0,01	
Desserts pâtisseries aux fruits (n=28)	4	-0,02	-0,11	-0,07	+0,04	21	3	+0,02	+0,03	+0,02	+0,01
Desserts pâtisseries autres (n=34)	5	-0,02	-0,17	-0,05	+0,07	24	5	+0,01	+1,45	+0,32	+0,63
Autres gateaux (n=14)	3	-0,01	-0,24	-0,11	+0,12	10	1	+0,01	+0,01	+0,01	
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=10)	0					9	1	+0,01	+0,01	+0,01	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Ainsi, il est tout d'abord visible sur la Figure 29 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour la majorité des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en sel identique pour certaines familles (100% des produits appariés des familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Cheesecakes ainsi qu'Autres desserts) peuvent expliquer en partie l'absence globale d'évolution significative par famille. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en sel varient de -0,01g/100g à -1,43g/100g et les augmentations de +0,01g/100g à +1,45g/100g (Tableau 29). L'ampleur de ces évolutions peut donc être élevée pour certains produits, sans pour autant être significative compte tenu des faibles effectifs. Les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

6.6.3 Evolution des teneurs en sel par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 30).

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel pour aucun sous-groupe considéré.

Tableau 30 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Sel (g/100g)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Croissants	4	1,07	0,26	10	0,96	0,09	5	0,97	0,08	8	0,89	0,06
Pains au chocolat	3	0,66	0,11	9	0,86	0,06	6	0,84	0,07	6	0,80	0,13
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	0,87	0,03	4	0,76	0,14				6	0,79	0,21
Beignets et donuts	4	0,70	0,35	7	0,80	0,32	3	0,73	0,03	4	0,71	0,11
Brioche nature ou au sucre	2	0,97	0,18	5	0,93	0,40	4	1,05	0,19	2	1,05	0,07
Brioche autres				5	0,58	0,13	5	0,77	0,27	2	0,52	0,25
Crepes_pancakes_gaufres	3	0,49	0,26	9	0,64	0,29	3	0,88	0,12	14	0,70	0,40
Macarons	16	0,15	0,05	16	0,15	0,05	10	0,16	0,05	13	0,14	0,06
Tartes au citron	5	0,24	0,09	9	0,24	0,10	6	0,24	0,08	7	0,24	0,11
Tartes aux pommes et assimilés	12	0,18	0,12	15	0,23	0,11	16	0,25	0,20	10	0,36	0,30
Tartes autres fruits	11	0,26	0,12	15	0,24	0,07	8	0,23	0,10	16	0,24	0,06
Tartes sans fruit	7	0,31	0,07	6	0,33	0,18				6	0,27	0,18
Pâtisseries de type flan	2	0,13	0,08	6	0,24	0,05				7	0,37	0,26
Galettes des rois	2	0,61	0,03	4	0,68	0,04	3	0,66	0,06	7	0,60	0,07
Eclairs	17	0,36	0,14	10	0,40	0,09	6	0,39	0,13	8	0,39	0,15
Profiteroles	2	0,18	0,00	8	0,31	0,07	3	0,34	0,09			
Pâtisseries a base de pate a choux autres	9	0,25	0,11	4	0,36	0,06	8	0,29	0,06	9	0,28	0,27
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	9	0,28	0,27	20	0,25	0,29	19	0,16	0,09	9	0,16	0,07
Gateaux moelleux_cakes autres	8	0,37	0,36	2	0,20	0,04	4	0,18	0,14	10	0,38	0,29
Cheesecakes	3	0,48	0,21	1	0,38		3	0,47	0,06	5	0,54	0,17
Tiramisus	2	0,11	0,01	3	0,12	0,05	4	0,12	0,03			
Desserts patisseries aux fruits	19	0,13	0,06	11	0,13	0,04	17	0,11	0,02	27	0,14	0,06
Desserts patisseries autres	30	0,17	0,08	19	0,15	0,04	15	0,24	0,38	33	0,15	0,05
Autres gateaux	1	0,38		7	0,51	0,31	7	0,31	0,21	7	0,54	0,31
Autres desserts	3	0,13	0,07	3	0,14	0,08	1	0,13		3	0,12	0,08
Assortiments de mignardises	9	0,17	0,06	7	0,27	0,09	4	0,23	0,04	14	0,22	0,12

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

¹ produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

² produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³ produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴ produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.6.4 Evolution des teneurs en sel par famille et segment de marché

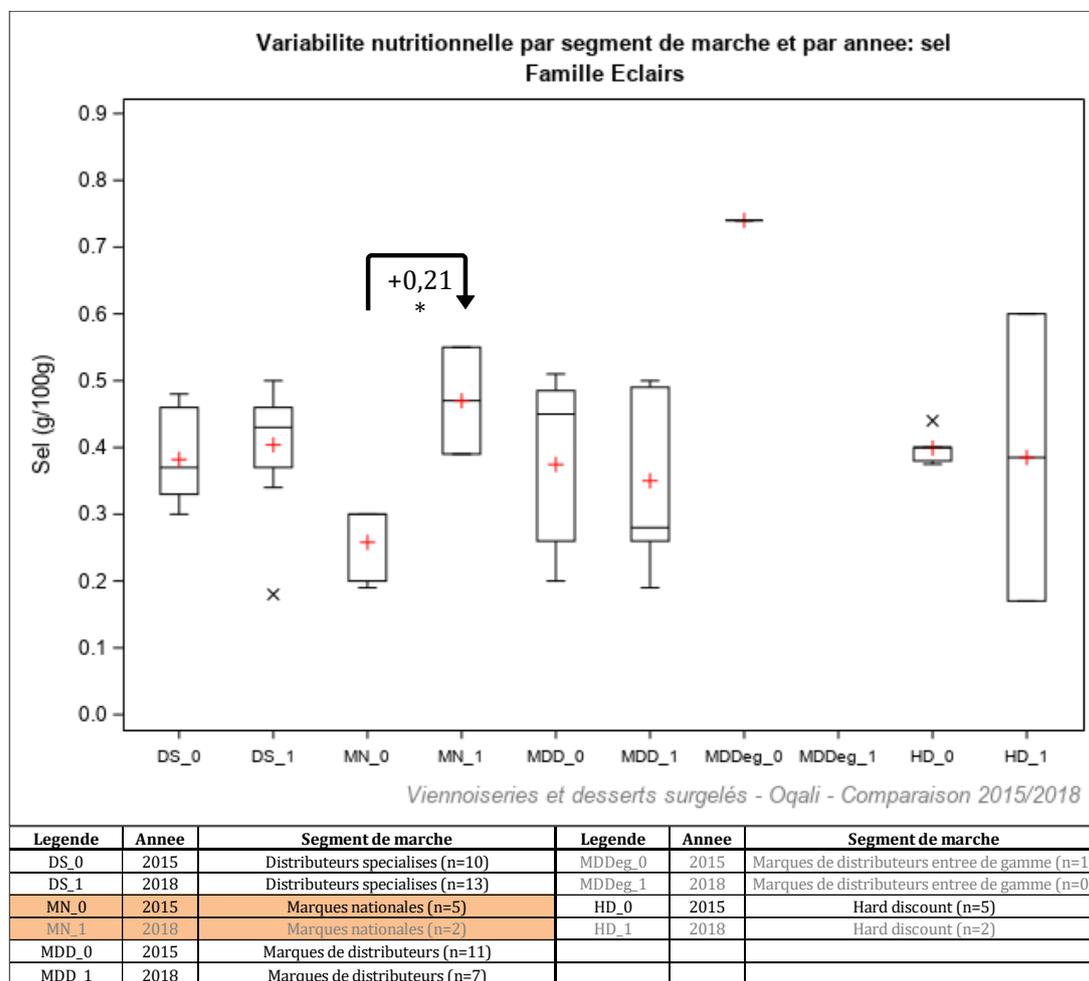
L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour la famille présentant une évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché : Eclairs.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 9.

Eclairs (Figure 30)

Pour rappel, aucune évolution significative n'a été mise en évidence à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018 mais une tendance non significative à l'augmentation de +0,02g/100g (+5% par rapport à la teneur initiale) a été observée.



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

Lignes grisées : effectif de 0, 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Figure 30: Variabilité nutritionnelle des teneurs en sel (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Eclairs étudiée.

L'étude par segment de marché (Figure 30) montre une augmentation significative de la teneur moyenne en sel pour les marques nationales de +0,21g/100g (soit +82% par rapport à la teneur initiale) (Tableau 31), s'expliquant par un renouvellement de l'offre : les produits « Retirés »³¹ présentent une teneur moyenne en sel inférieure à celle du produit « Ajouté »³² en 2018 (respectivement 0,26g/100g et 0,39g/100g). Cette augmentation est à nuancer par les faibles effectifs pour les 2 années (2015 : n=5 ; 2018 : n=2).

³¹ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

³² Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et par année au sein de la famille Eclairs étudiée.

Eclairs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	0,38	0,07	13	0,40	0,09	+0,02	+6%	1	0,33		6	0,41	0,05	3	0,46	0,04	4	0,36	0,13
Marques nationales	5	0,26	0,06	2	0,47	0,11	+0,21*	+82%	5	0,26	0,06	1	0,55					1	0,39	
Marques de distributeurs	11	0,37	0,12	7	0,35	0,13	-0,02	-7%	5	0,34	0,15	3	0,33	0,10	3	0,32	0,15	1	0,50	
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	0,74							1	0,74										
Hard discount	5	0,40	0,03	2	0,39	0,30	-0,01	-4%	5	0,40	0,03							2	0,39	0,30

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.6.5 Synthèse des évolutions des teneurs en sel

Le Tableau 32 reprend, pour chacune des 26 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en sel (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »³³ et entre l'ensemble des produits « Retirés »³⁴ et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 26 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel (Tableau 32).

Un renouvellement de l'offre est observé au sein des produits de marque nationale pour la famille Eclairs, entraînant une augmentation significative de la teneur moyenne en sel (+0,21g/100g soit +82%) pour ces produits et ce segment de marché, entre 2015 et 2018. Ce résultat est à relativiser du fait des effectifs de produits très faibles en 2015 (n=5) comme en 2018 (n=2).

Tableau 32 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Sel (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	-0,04	-4%	+0,01	+1%							
Pains au chocolat	+0,01	+1%	-0,01	-1%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	-0,03	-4%	+0,00	+0%							
Beignets et donuts	+0,004	+0,5%	-0,002	-0,3%							
Brioches nature ou au sucre	+0,01	+1%	-0,004	-0,5%							
Brioches autres	-0,001	-0,2%	+0,03	+4%							
Crepes_pancakes_gaufres	+0,06	+10%	+0,01	+1%							
Macarons	-0,001	-1%	+0,002	+1%							
Tartes au citron	-0,004	-1%	-0,005	-2%							
Tartes aux pommes et assimilés	+0,05	+24%	+0,003	+1%							
Tartes autres fruits	-0,01	-4%	-0,01	-2%							
Tartes sans fruit	-0,02	-7%	+0,00	+0%							
Pâtisseries de type flan	+0,10	+47%	+0,00	+0%							
Galettes des rois	-0,02	-3%	+0,00	+0%							
Eclairs	+0,02	+5%	-0,01	-2%					MN	+0,21*	+82%
Profiteroles	+0,02	+7%	-0,002	-1%							
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+0,02	+6%	+0,01	+2%							
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,07	-27%	-0,06	-21%							
Gateaux moelleux_cakes autres	+0,01	+4%	-0,01	-3%							
Cheesecakes	+0,04	+9%	+0,00	+0%							
Tiramisus	+0,002	+2%	-0,001	-1%							
Desserts patisseries aux fruits	+0,003	+3%	-0,01	-6%							
Desserts patisseries autres	+0,01	+7%	+0,04	+26%							
Autres gateaux	+0,03	+6%	-0,02	-5%							
Autres desserts	-0,003	-2%	+0,00	+0%							
Assortiments de mignardises	+0,02	+9%	+0,001	+0,4%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
¹produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (Innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)
²produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

³³ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

³⁴ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

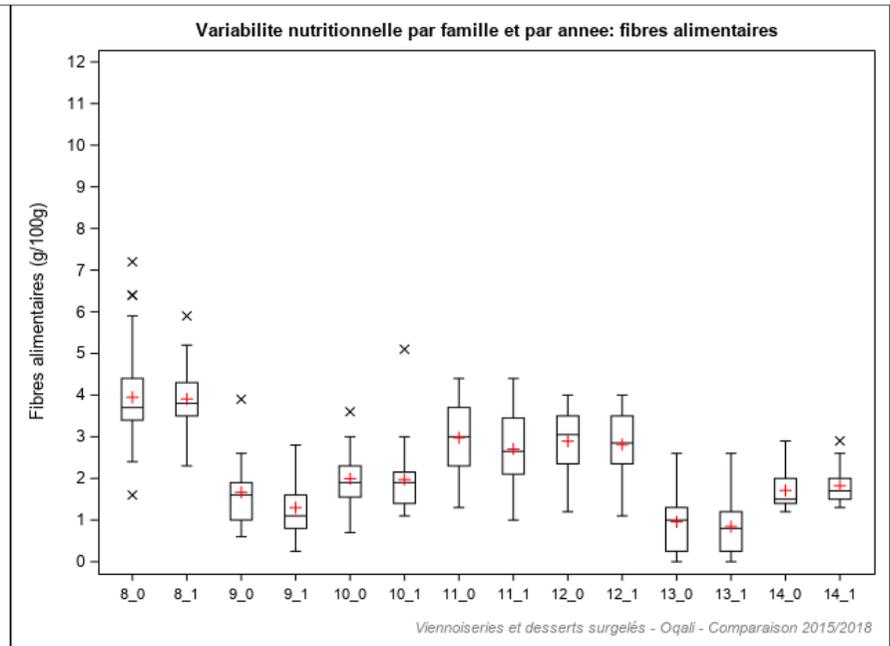
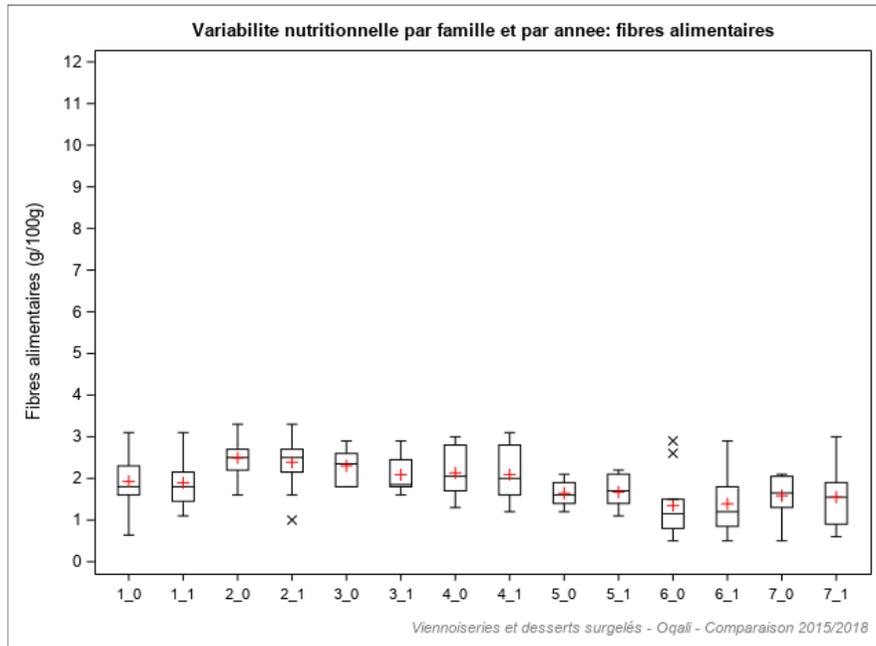
6.7 Evolution des teneurs en fibres alimentaires

6.7.1 Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille

Parmi les 26 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en fibres alimentaires entre 2015 et 2018 (Figure 31, Tableau 33).

En termes de variabilité des teneurs en fibres alimentaires, aussi bien en 2015 qu'en 2018, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Gâteaux moelleux/cakes autres (19) et Desserts pâtisseries autres (23). Cela s'explique en partie par des produits contenant des fruits et notamment des fruits secs, présentant des teneurs en fibres plus élevées que les produits n'en contenant pas. A l'inverse, les familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (3) ainsi que Brioches nature ou au sucres (5) présentent une variabilité parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018.

Par ailleurs, la famille Autres gâteaux (24) présente une variabilité de ses teneurs en fibres alimentaires qui augmente fortement entre 2015 et 2018, s'expliquant par la mise sur le marché en 2018 d'un produit mettant en œuvre de la fibre de chicorée et présentant une teneur en fibres alimentaires très élevée pour cette famille. A l'inverse, entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en fibres alimentaires sont Macarons (8) et Gâteaux moelleux/cakes autres (19). Cela s'explique en partie par un renouvellement de l'offre : les produits de 2015 avec une teneur en fibres alimentaires parmi les plus faibles ainsi que parmi les plus élevées ont été retirés du marché. Par ailleurs, pour la famille Macarons (8), des reformulations de produits ont également eu lieu à la hausse pour les produits de 2015 avec une teneur en fibres alimentaires parmi les plus faibles et à la baisse pour les produits de 2015 avec une teneur parmi les plus élevées.



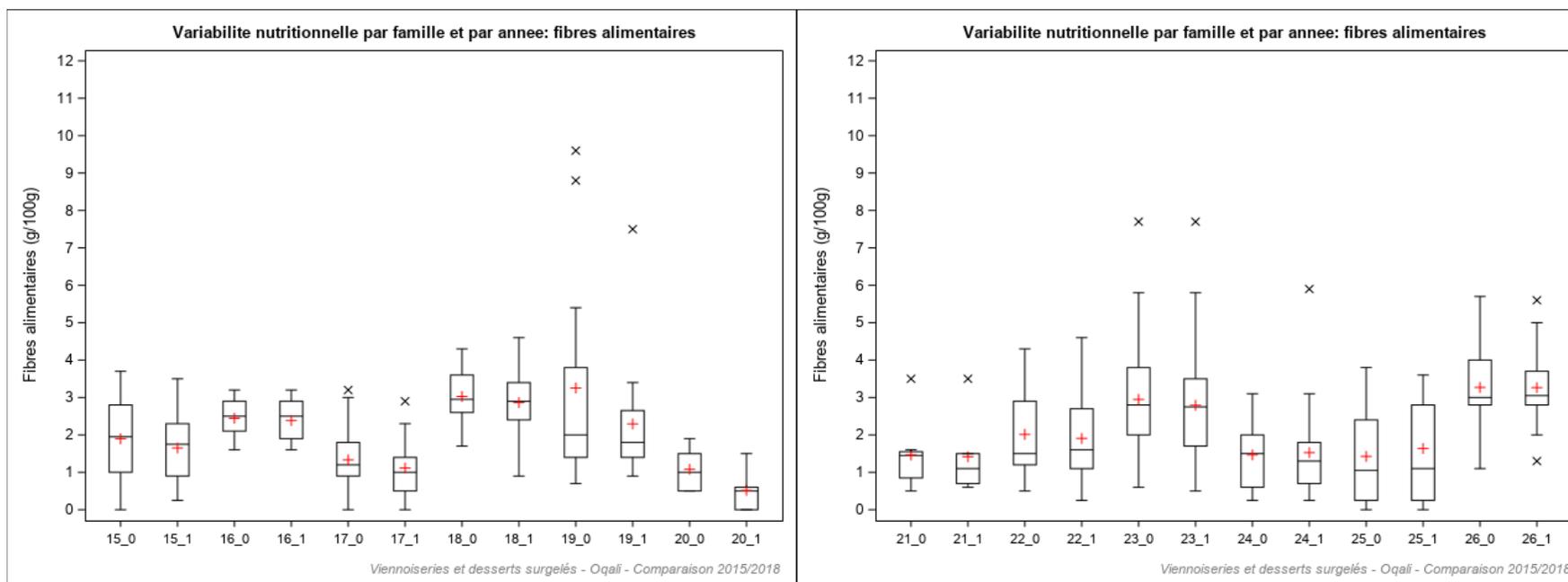
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=19)	8_0	2015	Macarons (n=41)
1_1	2018	Croissants (n=23)	8_1	2018	Macarons (n=39)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=18)	9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=21)	9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=7)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=42)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=10)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=41)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=14)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=34)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=14)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=11)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=8)
6_1	2018	Brioche autres (n=12)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=13)
7_0	2015	Crepes_pancakes_gaufres (n=14)	14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
7_1	2018	Crepes_pancakes_gaufres (n=26)	14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=32)	21_0	2015	Tiramisus (n=9)
15_1	2018	Eclairs (n=24)	21_1	2018	Tiramisus (n=7)
16_0	2015	Profiteroles (n=13)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=47)
16_1	2018	Profiteroles (n=11)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=55)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=64)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=21)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=67)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=46)	24_0	2015	Autres gateaux (n=15)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=48)	24_1	2018	Autres gateaux (n=21)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=14)	25_0	2015	Autres desserts (n=7)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=16)	25_1	2018	Autres desserts (n=7)
20_0	2015	Cheesecakes (n=7)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=19)
20_1	2018	Cheesecakes (n=9)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=25)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 31 : Variabilité des teneurs en fibres alimentaires (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 33 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Fibres alimentaires (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Croissants	12	0,6	3,1	1,6	1,8	2,3	1,9	0,7	16	1,1	3,1	1,5	1,8	2,2	1,9	0,6	-0,03	-2%
Pains au chocolat	11	1,6	3,3	2,2	2,5	2,7	2,5	0,5	16	1,0	3,3	2,2	2,5	2,7	2,4	0,6	-0,1	-4%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	6	1,8	2,9	1,8	2,4	2,6	2,3	0,4	8	1,6	2,9	1,8	1,9	2,5	2,1	0,5	-0,2	-9%
Beignets et donuts	10	1,3	3,0	1,7	2,1	2,8	2,1	0,6	13	1,2	3,1	1,6	2,0	2,8	2,1	0,7	-0,04	-2%
Brioche nature ou au sucre	11	1,2	2,1	1,4	1,6	1,9	1,6	0,3	11	1,1	2,2	1,4	1,7	2,1	1,7	0,4	+0,03	+2%
Brioche autres	10	0,5	2,9	0,8	1,2	1,5	1,4	0,8	12	0,5	2,9	0,9	1,2	1,8	1,4	0,7	+0,04	+3%
Crepes_pancakes_gaufres	12	0,5	2,1	1,3	1,7	2,1	1,6	0,5	18	0,6	3,0	0,9	1,6	1,9	1,6	0,7	-0,03	-2%
Macarons	30	1,6	7,2	3,4	3,7	4,4	3,9	1,2	30	2,3	5,9	3,5	3,8	4,3	3,9	0,7	-0,04	-1%
Tartes au citron	17	0,6	3,9	1,0	1,6	1,9	1,7	0,8	15	0,3	2,8	0,8	1,1	1,6	1,3	0,7	-0,4	-22%
Tartes aux pommes et assimilés	36	0,7	3,6	1,6	1,9	2,3	2,0	0,6	36	1,1	5,1	1,4	1,9	2,2	2,0	0,8	-0,02	-1%
Tartes autres fruits	31	1,3	4,4	2,3	3,0	3,7	3,0	0,8	32	1,0	4,4	2,1	2,7	3,5	2,7	0,9	-0,3	-9%
Tartes sans fruit	12	1,2	4,0	2,4	3,1	3,5	2,9	0,9	8	1,1	4,0	2,4	2,9	3,5	2,8	0,9	-0,1	-3%
Pâtisseries de type flan	7	0,0001	2,6	0,3	1,0	1,3	1,0	0,9	11	0,0001	2,6	0,3	0,8	1,2	0,8	0,7	-0,1	-12%
Galettes des rois	9	1,2	2,9	1,4	1,5	2,0	1,7	0,5	14	1,3	2,9	1,5	1,7	2,0	1,8	0,5	+0,1	+6%
Eclairs	24	0,0001	3,7	1,0	2,0	2,8	1,9	1,1	18	0,3	3,5	0,9	1,8	2,3	1,7	0,9	-0,2	-13%
Profiteroles	9	1,6	3,2	2,1	2,5	2,9	2,4	0,6	7	1,6	3,2	1,9	2,5	2,9	2,4	0,6	-0,1	-2%
Pâtisseries a base de pate a choux autres	17	0,0001	3,2	0,9	1,2	1,8	1,3	0,9	19	0,0001	2,9	0,5	1,0	1,4	1,1	0,8	-0,2	-16%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	34	1,7	4,3	2,6	3,0	3,6	3,0	0,7	35	0,9	4,6	2,4	2,9	3,4	2,9	0,8	-0,2	-5%
Gateaux moelleux_cakes autres	13	0,7	9,6	1,4	2,0	3,8	3,3	2,9	16	0,9	7,5	1,4	1,8	2,7	2,3	1,6	-1,0	-30%
Cheesecakes	5	0,5	1,9	0,5	1,0	1,5	1,1	0,6	6	0,0	1,5	0,0	0,5	0,6	0,5	0,5	-0,6	-52%
Tiramisus	8	0,5	3,5	0,9	1,5	1,6	1,5	0,9	6	0,6	3,5	0,7	1,1	1,5	1,4	1,1	-0,05	-3%
Desserts patisseries aux fruits	38	0,5	4,3	1,2	1,5	2,9	2,0	1,0	42	0,3	4,6	1,1	1,6	2,7	1,9	1,2	-0,1	-5%
Desserts patisseries autres	59	0,6	7,7	2,0	2,8	3,8	2,9	1,4	54	0,5	7,7	1,7	2,8	3,5	2,8	1,4	-0,2	-5%
Autres gateaux	13	0,3	3,1	0,6	1,5	2,0	1,5	0,9	19	0,3	5,9	0,7	1,3	1,8	1,5	1,3	+0,1	+4%
Autres desserts	6	0,0001	3,8	0,3	1,1	2,4	1,4	1,4	7	0,0001	3,6	0,3	1,1	2,8	1,6	1,4	+0,2	+15%
Assortiments de mignardises	19	1,1	5,7	2,8	3,0	4,0	3,3	1,1	22	1,3	5,6	2,8	3,1	3,7	3,3	0,9	-0,005	-0,1%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

6.7.2 Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

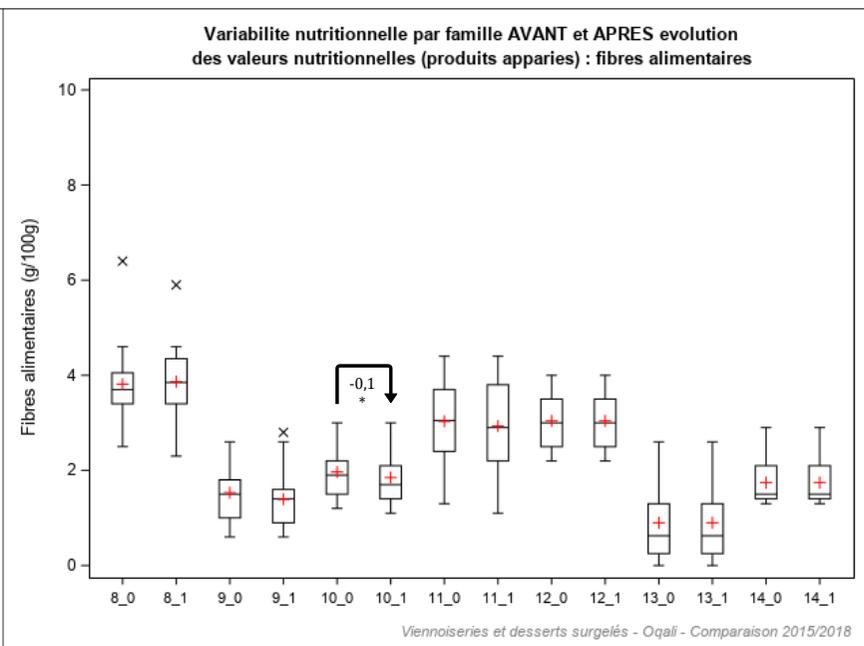
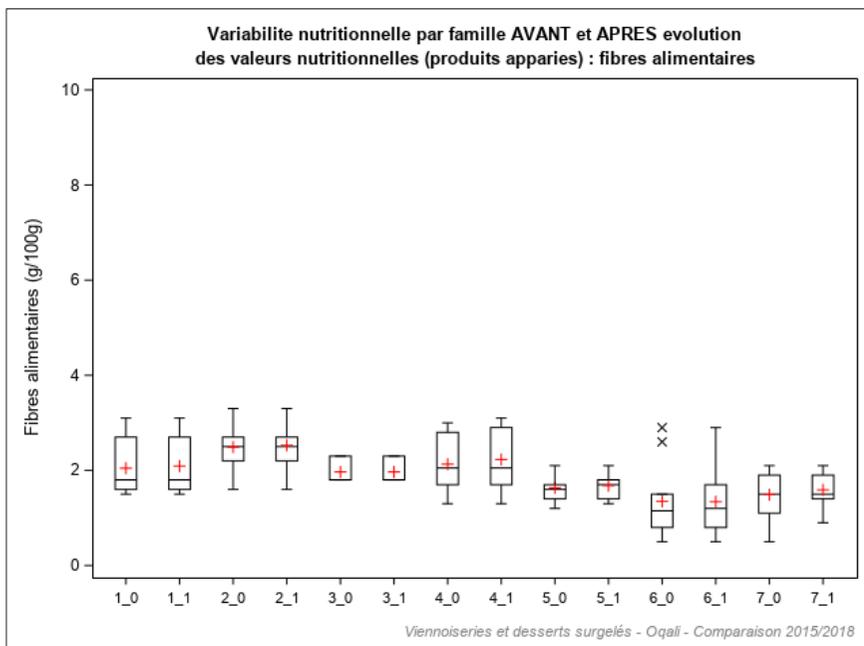
6.7.2.1 Evolution des teneurs en fibres alimentaires des produits appariés à l'échelle des familles

Parmi les 26 familles étudiées, 1 présente une diminution significative de sa teneur moyenne en fibres alimentaires pour les produits appariés (Figure 32, Tableau 34). Il s'agit de la famille **Tartes aux pommes et assimilés** (10) (-0,1g/100g soit -6% par rapport à la teneur initiale).

Cette diminution portant sur les produits appariés est le signe de reformulations à la baisse. Pour cette famille, l'étude des distributions des teneurs en fibres alimentaires montre également un nombre plus important de produits dans la tranche inférieure des teneurs en fibres alimentaires : diminution des valeurs du 1^{er} et 3^e quartiles³⁵, de la médiane ainsi que de la valeur minimale (Figure 32).

Des tendances à la hausse ou à la baisse mais non significatives sont également observées pour les autres familles (Figure 32, Tableau 34).

³⁵ Le 1^{er} quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3^e quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.



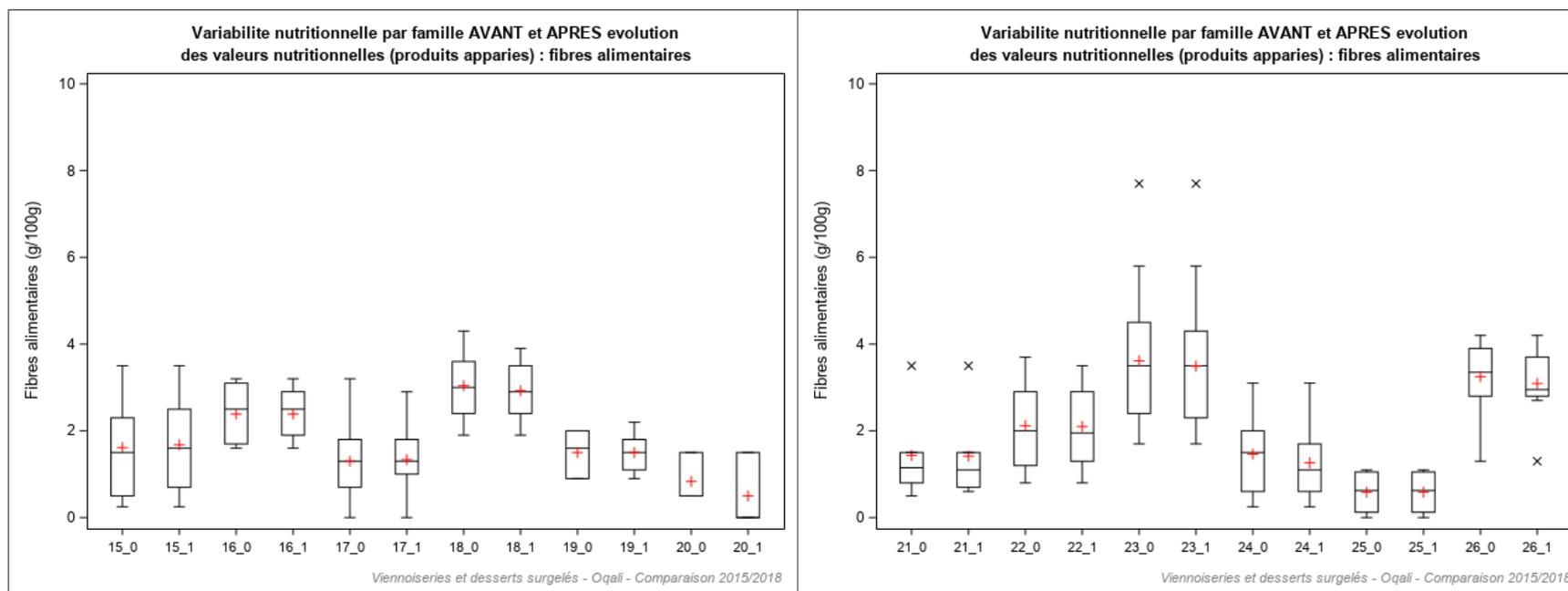
Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Croissants (n=11)	8_0	2015	Macarons (n=20)
1_1	2018	Croissants (n=11)	8_1	2018	Macarons (n=20)
2_0	2015	Pains au chocolat (n=11)	9_0	2015	Tartes au citron (n=13)
2_1	2018	Pains au chocolat (n=11)	9_1	2018	Tartes au citron (n=13)
3_0	2015	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=3)	10_0	2015	Tartes aux pommes et assimilés (n=29)
3_1	2018	Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=3)	10_1	2018	Tartes aux pommes et assimilés (n=29)
4_0	2015	Beignets et donuts (n=10)	11_0	2015	Tartes autres fruits (n=22)
4_1	2018	Beignets et donuts (n=10)	11_1	2018	Tartes autres fruits (n=22)
5_0	2015	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_0	2015	Tartes sans fruit (n=5)
5_1	2018	Brioche nature ou au sucre (n=9)	12_1	2018	Tartes sans fruit (n=5)
6_0	2015	Brioche autres (n=10)	13_0	2015	Pâtisseries de type flan (n=6)
6_1	2018	Brioche autres (n=10)	13_1	2018	Pâtisseries de type flan (n=6)
7_0	2015	Crêpes_pancakes_gaufres (n=9)	14_0	2015	Galettes des rois (n=7)
7_1	2018	Crêpes_pancakes_gaufres (n=9)	14_1	2018	Galettes des rois (n=7)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
15_0	2015	Eclairs (n=11)	21_0	2015	Tiramisus (n=6)
15_1	2018	Eclairs (n=11)	21_1	2018	Tiramisus (n=6)
16_0	2015	Profiteroles (n=7)	22_0	2015	Desserts patisseries aux fruits (n=22)
16_1	2018	Profiteroles (n=7)	22_1	2018	Desserts patisseries aux fruits (n=22)
17_0	2015	Patisseries a base de pate a choux autres (n=11)	23_0	2015	Desserts patisseries autres (n=27)
17_1	2018	Patisseries a base de pate a choux autres (n=11)	23_1	2018	Desserts patisseries autres (n=27)
18_0	2015	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=27)	24_0	2015	Autres gateaux (n=13)
18_1	2018	Gateaux moelleux_cakes tout chocolat (n=27)	24_1	2018	Autres gateaux (n=13)
19_0	2015	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_0	2015	Autres desserts (n=4)
19_1	2018	Gateaux moelleux_cakes autres (n=6)	25_1	2018	Autres desserts (n=4)
20_0	2015	Cheesecakes (n=3)	26_0	2015	Assortiments de mignardises (n=10)
20_1	2018	Cheesecakes (n=3)	26_1	2018	Assortiments de mignardises (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 pour les familles d'intérêt

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

Figure 32 : Variabilité des teneurs en fibres alimentaires (g/100g) par famille et par année au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Fibres alimentaires (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Croissants	11	2,0	0,6	2,1	0,6	+0,05	+2%
Pains au chocolat	11	2,5	0,5	2,5	0,5	+0,04	+1%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	2,0	0,3	2,0	0,3	+0,0	+0%
Beignets et donuts	10	2,1	0,6	2,2	0,7	+0,1	+5%
Brioche nature ou au sucre	9	1,6	0,3	1,7	0,3	+0,04	+3%
Brioche autres	10	1,4	0,8	1,3	0,7	-0,01	-1%
Crepes_pancakes_gaufres	9	1,5	0,6	1,6	0,4	+0,1	+7%
Macarons	20	3,8	0,8	3,9	0,8	+0,1	+1%
Tartes au citron	13	1,5	0,7	1,4	0,7	-0,1	-9%
Tartes aux pommes et assimilés	29	2,0	0,5	1,8	0,6	-0,1*	-6%
Tartes autres fruits	22	3,0	0,8	2,9	0,9	-0,1	-3%
Tartes sans fruit	5	3,0	0,7	3,0	0,7	+0,0	+0%
Pâtisseries de type flan	6	0,9	1,0	0,9	1,0	+0,0	+0%
Galette des rois	7	1,7	0,6	1,7	0,6	+0,0	+0%
Eclairs	11	1,6	1,1	1,7	1,0	+0,1	+4%
Profiteroles	7	2,4	0,6	2,4	0,6	+0,0	+0%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	11	1,3	0,9	1,3	0,8	+0,04	+3%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	27	3,0	0,7	2,9	0,6	-0,1	-4%
Gateaux moelleux_cakes autres	6	1,5	0,5	1,5	0,5	+0,0	+0%
Cheesecakes	3	0,8	0,6	0,5	0,9	-0,3	-40%
Tiramisus	6	1,4	1,1	1,4	1,1	-0,02	-1%
Desserts pâtisseries aux fruits	22	2,1	0,9	2,1	0,9	-0,02	-1%
Desserts pâtisseries autres	27	3,6	1,4	3,5	1,3	-0,1	-3%
Autres gateaux	13	1,5	0,9	1,3	0,9	-0,2	-14%
Autres desserts	4	0,6	0,5	0,6	0,5	+0,0	+0%
Assortiments de mignardises	10	3,3	0,9	3,1	0,8	-0,2	-5%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

6.7.2.2 Caractérisation des évolutions des teneurs en fibres alimentaires des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 33 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en fibres alimentaires identique (en gris).

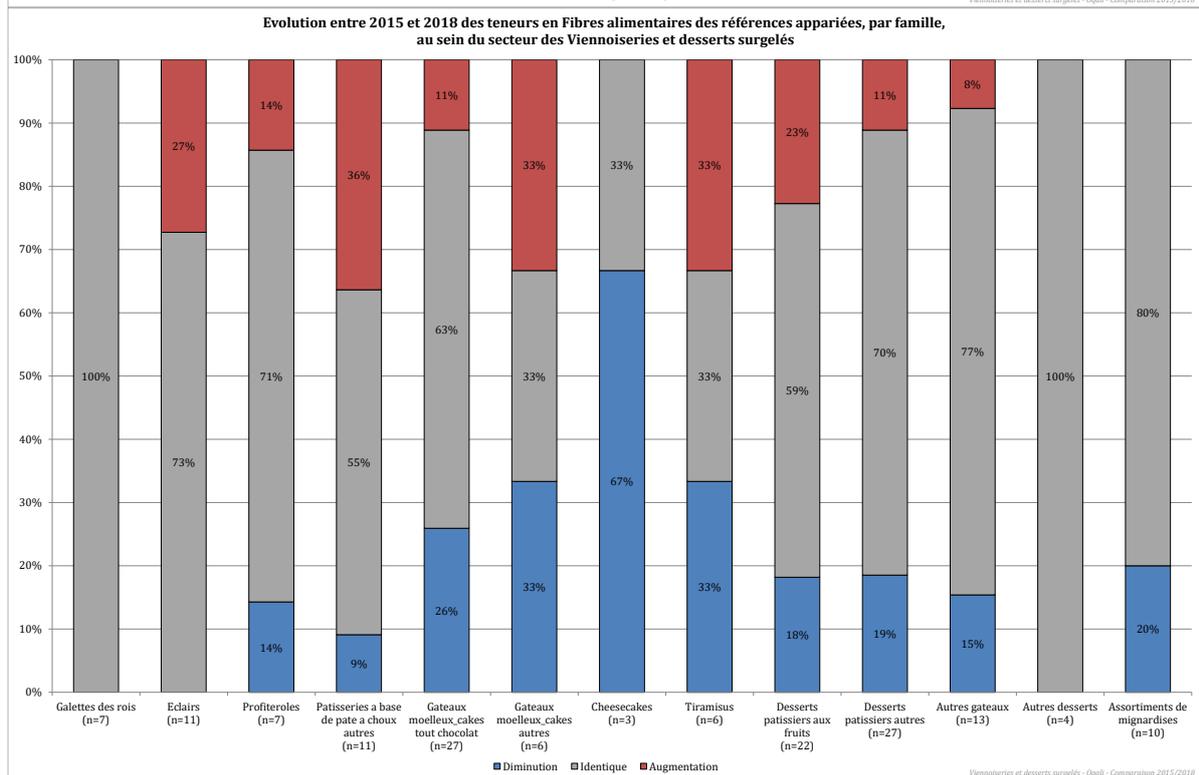
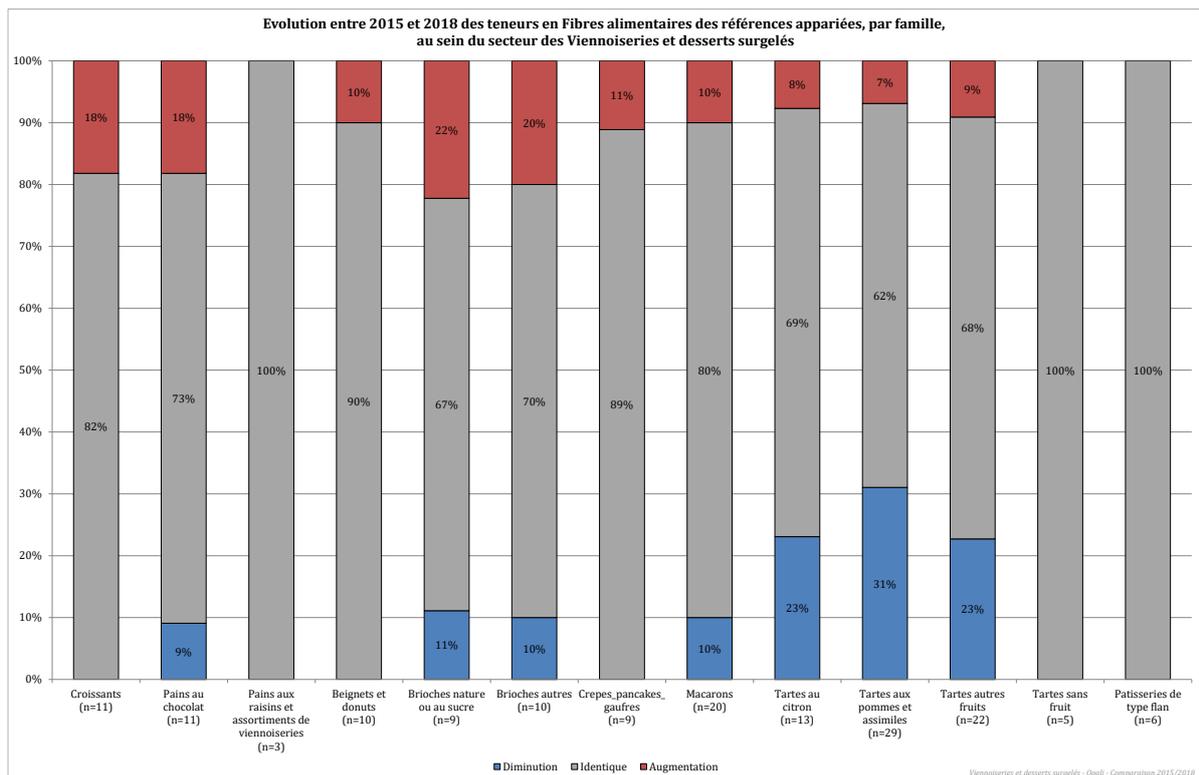


Figure 33 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres alimentaires identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en fibres alimentaires sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 35).

Tableau 35 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres alimentaires identique par famille au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Fibres alimentaires (g/100g) Produits appariés (n=312)	Diminutions de la teneur (n=50)					Teneurs identiques (n=221)	Augmentations de la teneur (n=41)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Croissants (n=11)	0					9	2	+0,2	+0,3	+0,3	0,1
Pains au chocolat (n=11)	1	-0,2	-0,2	-0,2		8	2	+0,3	+0,3	+0,3	0,0
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries (n=3)	0					3	0				
Beignets et donuts (n=10)	0					9	1	+1,0	+1,0	+1,0	
Brioche nature ou au sucre (n=9)	1	-0,3	-0,3	-0,3		6	2	+0,2	+0,5	+0,4	0,2
Brioche autres (n=10)	1	-0,7	-0,7	-0,7		7	2	+0,1	+0,5	+0,3	0,3
Crepes_pancakes_gaufres (n=9)	0					8	1	+0,9	+0,9	+0,9	
Macarons (n=20)	2	-0,2	-0,5	-0,4	0,2	16	2	+0,8	+0,9	+0,9	0,1
Tartes au citron (n=13)	3	-0,2	-1,5	-0,7	0,7	9	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Tartes aux pommes et assimilés (n=29)	9	-0,1	-0,8	-0,5	0,3	18	2	+0,3	+0,5	+0,4	0,1
Tartes autres fruits (n=22)	5	-0,2	-1,6	-0,8	0,7	15	2	+0,5	+1,2	+0,9	0,5
Tartes sans fruit (n=5)	0					5	0				
Pâtisseries de type flan (n=6)	0					6	0				
Galette des rois (n=7)	0					7	0				
Eclairs (n=11)	0					8	3	+0,1	+0,4	+0,2	0,2
Profiteroles (n=7)	1	-0,2	-0,2	-0,2		5	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Pâtisseries à base de pâte à choux autres (n=11)	1	-0,3	-0,3	-0,3		6	4	+0,1	+0,4	+0,2	0,2
Gâteaux moelleux_cakes tout chocolat (n=27)	7	-0,1	-1,2	-0,5	0,4	17	3	+0,1	+0,2	+0,2	0,1
Gâteaux moelleux_cakes autres (n=6)	2	-0,1	-0,3	-0,2	0,1	2	2	+0,2	+0,2	+0,2	0,0
Cheesecakes (n=3)	2	-0,5	-0,5	-0,5	0,0	1	0				
Tiramisus (n=6)	2	-0,1	-0,2	-0,2	0,1	2	2	+0,1	+0,1	+0,1	0,0
Desserts pâtisseries aux fruits (n=22)	4	-0,1	-0,9	-0,4	0,4	13	5	+0,1	+0,4	+0,2	0,1
Desserts pâtisseries autres (n=27)	5	-0,1	-2,9	-0,8	1,2	19	3	+0,1	+0,6	+0,3	0,3
Autres gâteaux (n=13)	2	-1,1	-1,8	-1,4	0,5	10	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Autres desserts (n=4)	0					4	0				
Assortiments de mignardises (n=10)	2	-0,4	-1,2	-0,8	0,6	8	0				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Ainsi, il est tout d’abord visible sur la Figure 33 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour la plupart des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en fibres alimentaires identique pour certaines familles (100% des produits appariés des familles Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois ainsi qu’Autres desserts) peuvent expliquer en partie l’absence globale d’évolution significative par famille. Sur l’ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en fibres alimentaires varient de -0,1g/100g à -2,9g/100g et les augmentations de +0,1g/100g à +1,2g/100g (Tableau 35). L’ampleur de ces évolutions peut donc être relativement élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d’analyses ou d’arrondis utilisés pour constituer l’étiquetage des produits, et ont alors peu d’impact sur le profil nutritionnel.

6.7.2.3 Focus sur les évolutions significatives des teneurs en fibres alimentaires des produits appariés

Pour la famille pour laquelle une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, la figure suivante permet d’illustrer référence par référence, l’ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l’ensemble des couples de références appariées, et en un même point d’abscisse, le losange bleu représente la teneur en fibres alimentaires de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en fibres alimentaires de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en fibres alimentaires en 2015 décroissantes.

Tartes aux pommes et assimilés (Figure 34)

Pour la famille Tartes aux pommes et assimilés, la Figure 33 et le Tableau 35 montrent que la diminution significative de la teneur moyenne en fibres alimentaires observée à l'échelle des produits appariés (-0,1g/100g ; -6% par rapport à la teneur initiale), est due aux 31% de produits (n=9) présentant une diminution de leur teneur en fibres alimentaires (allant de -0,1g/100g à -0,8g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 34) indique que les 9 diminutions sont globalement réparties sur l'ensemble des produits appariés (ce qui signifie que ce ne sont pas spécifiquement les produits avec le plus de fibres ou avec le moins de fibres qui ont été reformulés). A noter, 2 augmentations sont également observées sur les produits appariés dont la teneur en fibres alimentaires est parmi les plus élevées de 2015. Concernant la diminution de -0,3g/100g de la teneur en fibres alimentaires du couple 27 entre 2015 et 2018, cette modification s'explique par un ajustement de l'étiquetage suite à une nouvelle campagne d'analyses réalisée après des reformulations portant sur la modification de certains ingrédients du produit (n'impactant théoriquement pas directement la teneur en fibres alimentaires). Les données disponibles, dont la liste des ingrédients, et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter les autres évolutions observées.

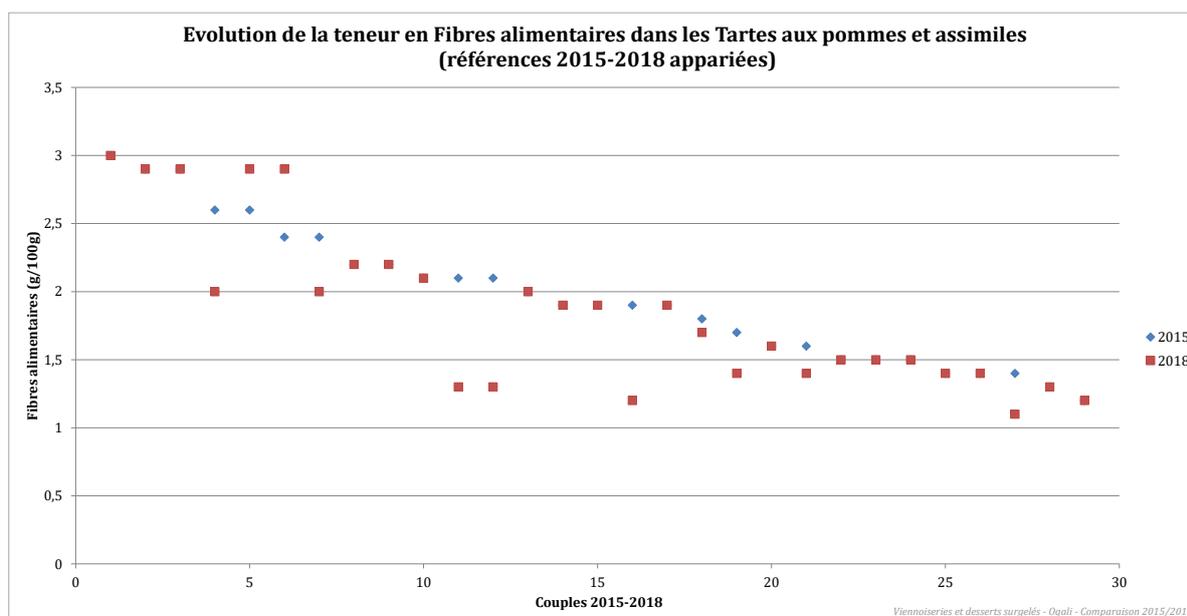


Figure 34 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en fibres alimentaires des produits appariés de la famille Tartes aux pommes et assimilés étudiée.

6.7.3 Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 36).

Pour la familles Desserts pâtisseries autres, une évolution significative par sous-groupe a été observée sans entrainer d'évolution significative à l'échelle de la famille. Le graphique de cette famille est présenté en Annexe 7.

Tableau 36 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par famille et par sous-groupe au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Fibres alimentaires (g/100g)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Croissants	1	0,6		8	2,2	0,7	3	1,9	0,3	5	1,5	0,4
Pains au chocolat				8	2,4	0,5	4	2,7	0,3	4	2,0	0,8
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	2,6	0,3	3	2,0	0,3				5	2,2	0,6
Beignets et donuts				7	2,0	0,6	3	2,7	0,6	3	1,6	0,5
Brioche nature ou au sucre	2	1,7	0,3	5	1,7	0,3	4	1,7	0,3	2	1,7	0,8
Brioche autres				5	0,9	0,4	5	1,7	0,8	2	1,7	0,9
Crepes_pancakes_gaufres	3	1,9	0,3	7	1,7	0,4	2	1,2	0,4	9	1,5	0,9
Macarons	10	4,2	1,8	14	3,8	0,4	7	4,0	1,2	9	4,0	0,8
Tartes au citron	4	2,1	1,3	7	1,4	0,7	6	1,4	0,7	2	0,7	0,6
Tartes aux pommes et assimilés	7	2,1	0,9	13	2,0	0,6	16	1,7	0,6	7	2,5	1,2
Tartes autres fruits	9	2,8	0,9	14	3,0	0,8	8	2,8	1,0	10	2,2	0,7
Tartes sans fruit	7	2,8	1,0	5	3,0	0,7				3	2,4	1,2
Pâtisseries de type flan	1	1,3		6	0,9	1,0				5	0,8	0,4
Galettes des rois	2	1,6	0,6	4	1,8	0,7	3	1,6	0,4	7	1,9	0,3
Eclairs	11	2,3	1,1	9	1,7	1,1	4	1,6	0,7	5	1,6	0,8
Profiteroles	2	2,7	0,4	5	2,4	0,6	2	2,4	0,7			
Pâtisseries a base de pate a choux autres	6	1,4	1,0	3	1,3	0,5	8	1,4	0,9	8	0,8	0,6
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	7	3,0	0,8	13	3,1	0,6	14	2,8	0,6	8	2,7	1,2
Gateaux moelleux_cakes autres	7	4,8	3,4	2	1,4	0,6	4	1,6	0,5	10	2,8	1,8
Cheesecakes	2	1,5	0,6				3	0,5	0,9	3	0,5	0,1
Tiramisus	2	1,6	0,1	2	2,2	1,8	4	1,0	0,4			
Desserts pâtisseries aux fruits	15	1,9	1,2	10	2,1	0,9	12	2,1	0,9	20	1,7	1,4
Desserts pâtisseries autres	29	2,4	1,1	17	3,8	1,6	10	3,0	0,7	27	2,1	1,1
Autres gateaux				6	1,5	1,1	7	1,1	0,6	6	2,1	1,9
Autres desserts	2	3,1	1,0	3	0,8	0,5	1	0,0001		3	3,0	0,5
Assortiments de mignardises	9	3,3	1,3	7	3,3	0,6	3	2,5	1,2	12	3,4	1,0

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

6.7.4 Evolution des teneurs en fibres alimentaires par famille et segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Aucune famille ne présentant d'évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 10.

6.7.5 Synthèse des évolutions des teneurs en fibres alimentaires

Le Tableau 37 reprend, pour chacune des 26 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en fibres alimentaires (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »³⁶ et entre l'ensemble des produits « Retirés »³⁷ et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 26 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en fibres alimentaires (Tableau 26).

Des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs pour les produits appariés sont observées pour la famille Tartes aux pommes et assimilés (diminution significative de -0,1g/100g soit -6% par rapport à la teneur initiale). Par ailleurs, un renouvellement de l'offre est également observé pour la famille Desserts pâtisseries autres, avec notamment des produits « Ajoutés » présentant une teneur moyenne en fibres alimentaires plus faible que celle des produits récoltés en 2015 (-0,9g/100g soit -29%).

Tableau 37 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en fibres alimentaires, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Fibres alimentaires (g/100g) - Différences entre 2015 et 2018								Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ³⁶ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ³⁷ vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre				
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	-0,03	-2%	+0,05	+2%							
Pains au chocolat	-0,1	-4%	+0,04	+1%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	-0,2	-9%	+0,0	+0%							
Beignets et donuts	-0,04	-2%	+0,1	+5%							
Brioches nature ou au sucre	+0,03	+2%	+0,04	+3%							
Brioches autres	+0,04	+3%	-0,01	-1%							
Crepes, pancakes, gaufres	-0,03	-2%	+0,1	+7%							
Macarons	-0,04	-1%	+0,1	+1%							
Tartes au citron	-0,4	-22%	-0,1	-9%							
Tartes aux pommes et assimilés	-0,02	-1%	-0,1*	-6%							
Tartes autres fruits	-0,3	-9%	-0,1	-3%							
Tartes sans fruit	-0,1	-3%	+0,0	+0%							
Patisseries de type flan	-0,1	-12%	+0,0	+0%							
Galettes des rois	+0,1	+6%	+0,0	+0%							
Eclairs	-0,2	-13%	+0,1	+4%							
Profiteroles	-0,1	-2%	+0,0	+0%							
Patisseries a base de pate a choux autres	-0,2	-16%	+0,04	+3%							
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,2	-5%	-0,1	-4%							
Gateaux moelleux_cakes autres	-1,0	-30%	+0,0	+0%							
Cheesecakes	-0,6	-52%	-0,3	-40%							
Tiramisus	-0,05	-3%	-0,02	-1%							
Desserts patisseries aux fruits	-0,1	-5%	-0,02	-1%							
Desserts patisseries autres	-0,2	-5%	-0,1	-3%	-0,9*	-29%					
Autres gateaux	+0,1	+4%	-0,2	-14%							
Autres desserts	+0,2	+15%	+0,0	+0%							
Assortiments de mignardises	-0,005	-0,1%	-0,2	-5%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées³⁶ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées³⁷ (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées³⁶ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées³⁷ (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MD=marques de distributeurs ; MDG=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
³⁶Produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)
³⁷Produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

³⁶ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

³⁷ Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

6.8 Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées

Entre 2015 et 2018, l'étude des évolutions de compositions nutritionnelles moyennes par famille sans pondération par les parts de marché ne met en évidence aucune évolution significative, pour les 26 familles étudiées.

Des évolutions significatives de teneurs pour les produits appariés³⁸ (reformulations) sont observées pour 2 familles :

- **à la hausse pour les sucres** pour la **famille Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat** (+0,6g/100g soit +2% par rapport à la teneur initiale) ;

- **à la baisse pour les fibres alimentaires** pour la **famille Tartes aux pommes et assimilés** (-0,1g/100g soit -6%).

Un renouvellement de l'offre est également observé pour la famille Desserts pâtisseries autres pour les fibres alimentaires : les produits « Ajoutés »³⁹ présentent une teneur moyenne inférieure à celle des produits récoltés en 2015 (-0,9g/100g ; -29%).

Par segment de marché, des augmentations significatives sont également observées pour la famille Eclairs : pour les produits issus du hard discount pour les matières grasses et les acides gras saturés (respectivement +4,2g/100g soit +34% et +4,3g/100g soit +66%) ainsi que pour les marques nationales pour le sel (+0,21g/100g soit +82%). Ces résultats sont à relativiser du fait des faibles effectifs pour cette famille et pour ces deux segments de marché en 2015 (n=5) comme en 2018 (n=2).

L'ensemble des évolutions de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié, est présenté dans le Tableau 38.

³⁸ Produits présents à la fois en 2015 et en 2018 sous une forme identique ou modifiée.

³⁹ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

Tableau 38 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Différences entre 2015 et 2018 - Données non pondérées par les parts de marché																																		
	Matières grasses (g/100g)												Acides gras saturés (g/100g)						Sucres (g/100g)																
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) -> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) -> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) -> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché						
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)		
Croissants	-0,2	-1%	+0,4	+2%							+0,4	+3%	+0,4	+3%							-0,1	-2%	-0,1	-3%											
Pains au chocolat	+1,0	+5%	+0,5	+3%							+0,5	+4%	+0,5	+4%							+0,6	+5%	+0,1	+1%											
Pains aux raisins et assortiments de viennois	-0,8	-5%	+0,0	+0%							-0,6	-6%	+0,0	+0%							+0,6	+4%	+0,0	+0%											
Beignets et donuts	+3,2	+19%	+0,1	+0,3%							+1,5	+23%	-0,1	-1%							+0,7	+4%	+0,2	+1%											
Brioche nature ou au sucre	-0,5	-3%	-0,2	-1%							-0,5	-6%	-0,1	-2%							+0,4	+4%	+0,1	+1%											
Brioche autres	+0,3	+2%	+0,2	+2%							+0,3	+4%	+0,3	+4%							-0,5	-2%	-0,8	-4%											
Crepes_pancakes_gaufres	-1,7	-12%	-0,2	-2%							-1,2	-24%	-0,1	-2%							-1,4	-10%	-0,01	-0,1%											
Macarons	+0,2	+1%	-0,1	-0,4%							-0,4	-6%	-0,2	-3%							+2,1	+4%	+0,8	+2%											
Tartes au citron	+0,9	+7%	+0,4	+3%							+0,3	+3%	+0,1	+1%							+1,0	+3%	+1,3	+4%											
Tartes aux pommes et assimilés	+0,5	+6%	+0,2	+2%							+0,2	+3%	-0,04	-1%							+0,04	+0,2%	+0,6	+3%											
Tartes autres fruits	-0,5	-5%	+0,3	+3%							-0,1	-1%	+0,2	+3%							-0,1	-1%	-0,2	-1%											
Tartes sans fruit	-2,2	-9%	+0,0	+0%							-1,4	-9%	+0,0	+0%							+1,0	+4%	+0,0	+0%											
Pâtisseries de type flan	+1,6	+19%	+0,0	+0%							+0,2	+4%	+0,0	+0%							-0,2	-1%	+0,0	+0%											
Galettes des rois	+2,1	+9%	+0,2	+1%							+0,7	+5%	+0,1	+1%							+0,7	+8%	-0,1	-1%											
Eclairs	+1,3	+9%	+1,3	+11%					HD	+4,2*	+34%	+1,2	+15%	+0,9	+12%					HD	+4,3*	+66%	-0,3	-2%	-0,3	-2%									
Profiteroles	-0,01	-0,1%	+0,1	+1%							+0,04	+1%	-0,05	-1%							+0,2	+1%	+0,3	+1%											
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+1,1	+5%	+0,04	+0,2%							+0,7	+5%	-0,03	-0,2%							+0,5	+3%	+1,2	+7%											
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,5	-2%	-0,3	-1%							-0,4	-3%	-0,3	-2%							+1,2	+4%	+0,6*	+2%											
Gateaux moelleux_cakes autres	-2,2	-10%	+0,1	+1%							+0,1	+1%	-0,03	-0,3%							-0,5	-2%	-0,6	-2%											
Cheesecakes	+0,2	+1%	-0,3	-1%							-0,2	-1%	-0,2	-2%							-2,8	-11%	+0,2	+1%											
Tiramisus	-0,4	-3%	-0,1	-1%							-0,7	-7%	+0,03	+0,3%							-0,3	-1%	-0,1	-0,5%											
Desserts patisseries aux fruits	+0,8	+5%	+0,01	+0,1%							+0,1	+2%	-0,4	-4%							+1,6	+8%	+0,4	+2%											
Desserts patisseries autres	-0,1	-0,3%	-0,2	-1%							-0,5	-4%	-0,8	-6%							+0,9	+3%	-0,1	-0,2%											
Autres gateaux	+0,7	+6%	+0,2	+1%							-0,3	-4%	-0,1	-1%							+1,0	+4%	+0,2	+1%											
Autres desserts	+0,1	+0,3%	+0,0	+0%							-0,3	-3%	+0,0	+0%							-2,2	-12%	+0,0	+0%											
Assortiments de mignardises	+0,6	+3%	+0,2	+1%							+0,5	+4%	-0,02	-0,2%							+1,3	+5%	+0,5	+2%											

Cas en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées² (* si p<0,05, ** si p<0,01, *** si p<0,001)
 Cas en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées² (* si p<0,05, ** si p<0,01, *** si p<0,001)
 Chiffres grisés : effet d'un motes une des 2 années égal à 1 ou 2
 DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
 *produits capés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non capés par l'Oqali en 2015)
 *produits capés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non capés par l'Oqali en 2015)

Différences entre 2015 et 2018 - Données non pondérées par les parts de marché																					
Familie de produits	Sel (g/100g)										Fibres alimentaires (g/100g)										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées ¹ --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées ² vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyenne (g/100g)
Croissants	-0,04	-4%	+0,01	+1%							-0,03	-2%	+0,05	+2%							
Pains au chocolat	+0,01	+1%	-0,01	-1%							-0,1	-4%	+0,04	+1%							
Pains aux raisins et assortiments de viennoiserie	-0,03	-4%	+0,00	+0%							-0,2	-9%	+0,0	+0%							
Beignets et donuts	+0,004	+0,5%	-0,002	-0,3%							-0,04	-2%	+0,1	+5%							
Brioche nature ou au sucre	+0,01	+1%	-0,004	-0,5%							+0,03	+2%	+0,04	+3%							
Brioche autres	-0,001	-0,2%	+0,03	+4%							+0,04	+3%	-0,01	-1%							
Crepes_pancakes_gaufres	+0,06	+10%	+0,01	+1%							-0,03	-2%	+0,1	+7%							
Macarons	-0,001	-1%	+0,002	+1%							-0,04	-1%	+0,1	+1%							
Tartes au citron	-0,004	-1%	-0,005	-2%							-0,4	-22%	-0,1	-9%							
Tartes aux pommes et assimilés	+0,05	+24%	+0,003	+1%							-0,02	-1%	-0,1*	-6%							
Tartes autres fruits	-0,01	-4%	-0,01	-2%							-0,3	-9%	-0,1	-3%							
Tartes sans fruit	-0,02	-7%	+0,00	+0%							-0,1	-3%	+0,0	+0%							
Pâtisseries de type flan	+0,10	+47%	+0,00	+0%							-0,1	-12%	+0,0	+0%							
Galette des rois	-0,02	-3%	+0,00	+0%							+0,1	+6%	+0,0	+0%							
Eclairs	+0,02	+5%	-0,01	-2%					MN	+0,21*	+82%	-0,2	-13%	+0,1	+4%						
Profiteroles	+0,02	+7%	-0,002	-1%							-0,1	-2%	+0,0	+0%							
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+0,02	+6%	+0,01	+2%							-0,2	-16%	+0,04	+3%							
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,07	-27%	-0,06	-21%							-0,2	-5%	-0,1	-4%							
Gateaux moelleux_cakes autres	+0,01	+4%	-0,01	-3%							-1,0	-30%	+0,0	+0%							
Cheesecakes	+0,04	+9%	+0,00	+0%							-0,6	-52%	-0,3	-40%							
Tiramisu	+0,002	+2%	-0,001	-1%							-0,05	-3%	-0,02	-1%							
Desserts patisseries aux fruits	+0,003	+3%	-0,01	-6%							-0,1	-5%	-0,02	-1%							
Desserts patisseries autres	+0,01	+7%	+0,04	+26%							-0,2	-5%	-0,1	-3%	-0,9*	-29%					
Autres gateaux	+0,03	+6%	-0,02	-5%							+0,1	+4%	-0,2	-14%							
Autres desserts	-0,003	-2%	+0,00	+0%							+0,2	+15%	+0,0	+0%							
Assortiments de mignardises	+0,02	+9%	+0,001	+0,4%							-0,005	-0,1%	-0,2	-5%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées¹ significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées² (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount
¹ produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)
² produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

7. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES PONDEREES PAR LES PARTS DE MARCHE

7.1 Méthodologie

Ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriments d'intérêt (matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires) pondérées par les parts de marché⁴⁰ pour les produits du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, pour 100g, par famille de produits et par année.

Tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché. Ainsi les effectifs présentés pour les données pondérées sont plus faibles que ceux de l'étude des données non pondérées par les parts de marché.

Les mêmes règles utilisées lors de l'étude des données non pondérées concernant les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel ont été appliquées pour l'étude des données pondérées par les parts de marché.

L'objectif de cette étude est d'intégrer le choix des consommateurs (demande) à l'étude de l'évolution de la composition nutritionnelle (offre) afin de donner plus de poids aux produits les plus consommés. Les résultats sont ainsi détaillés au niveau des familles de produits en pondérant les teneurs en nutriments par les parts de marché, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble en prenant en compte les volumes de vente.

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs moyennes pondérées par les parts de marché entre les 2 années d'étude. Les tests de permutation ont été utilisés (p=5%). Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

Enfin, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait que tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché.

⁴⁰ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

7.2 Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché

L'ensemble des évolutions de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires pondérées par les parts de marché⁴¹ sont regroupées dans le Tableau 39. Les statistiques descriptives (effectif, moyenne et écart-type) des familles présentes dans le tableau décrit précédemment sont disponibles en Annexe 11.

La pondération des valeurs nutritionnelles par les parts de marché met en évidence un nombre limité d'évolutions significatives (à l'échelle des familles). Cependant, les évolutions significatives en pondérant par les parts de marché sont plus nombreuses que les évolutions sur les données non pondérées (pour rappel, aucune évolution significative à l'échelle de la famille n'est observée sur les données non pondérées) (Tableau 39).

⁴¹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

Tableau 39 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires pondérées par les parts de marché, entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés étudié.

Famille de produits	Différences entre 2015 et 2018 - Données pondérées par les parts de marché ¹									
	Matières grasses (g/100g)		Acides gras saturés (g/100g)		Sucres (g/100g)		Sel (g/100g)		Fibres (g/100g)	
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)	
	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyenne (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Croissants	+0,2	+1%	-0,1	-1%	+0,1	+2%	-0,01	-1%	-0,1	-4%
Pains au chocolat	+1,0	+5%	+0,5	+4%	+0,2	+2%	+0,01	+1%	-0,2	-7%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	-0,2	-1%	-1,1	-10%	+1,2	+8%	-0,05	-7%	-0,2	-9%
Beignets et donuts	+4,1	+27%	+2,2	+60%	+1,4	+9%	+0,01	+1%	-0,3	-11%
Brioche nature ou au sucre	-0,1	-1%	-0,1	-2%	+0,4	+4%	+0,03	+3%	+0,3**	+18%
Brioche autres	+0,4	+3%	+0,7	+10%	-1,4	-7%	+0,06	+10%	+0,1	+9%
Crepes_pancakes_gaufres	-0,3	-3%	+0,3	+7%	+1,0	+11%	+0,01	+1%	+0,1	+7%
Macarons	-1,2	-6%	-1,2*	-20%	+2,2	+5%	-0,01	-3%	+0,1	+3%
Tartes au citron	+0,4	+3%	+0,02	+0,2%	+2,2	+7%	-0,03	-10%	-0,6**	-34%
Tartes aux pommes et assimilés	-0,3	-4%	-0,4	-7%	+1,0	+5%	-0,02	-10%	-0,2*	-13%
Tartes autres fruits	+0,6	+8%	+0,3	+5%	-0,4	-2%	-0,02	-10%	-0,1	-4%
Tartes sans fruit	-6,3***	-26%	-6,3***	-43%	-6,1***	-23%	+0,16**	+58%	+0,7	+35%
Pâtisseries de type flan	+1,4*	+17%	+0,5	+8%	+1,6	+9%	+0,03	+11%	-0,2	-21%
Galettes des rois	+3,9*	+18%	+1,3	+10%	+0,2	+2%	-0,02	-3%	-0,03	-2%
Eclairs	+1,4	+11%	+1,1	+14%	-0,4	-2%	+0,03	+7%	+0,3	+19%
Profiteroles	+0,5	+4%	+0,02	+0,2%	-1,0	-5%	-0,06*	-16%	+0,2	+7%
Pâtisseries a base de pate a choux autres	+0,1	+0,5%	-0,1	-1%	+1,0	+7%	-0,02	-8%	-0,5	-36%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	-0,5	-2%	-0,6	-3%	+1,9*	+6%	-0,16*	-40%	-0,2	-6%
Gateaux moelleux_cakes autres	-0,6	-3%	+0,8	+7%	-0,9	-3%	-0,01	-2%	-0,2	-10%
Cheesecakes	-0,4	-2%	-0,2	-1%	-2,0	-8%	+0,004	+1%	-0,2	-41%
Tiramisus	-0,6	-4%	-0,4	-4%	+0,3	+2%	-0,01	-8%	-0,1	-8%
Desserts patisseries aux fruits	+1,9*	+14%	-0,7	-9%	+1,6	+7%	+0,01	+7%	-0,2	-9%
Desserts patisseries autres	-0,2	-1%	+0,1	+1%	-0,4	-1%	+0,26***	+180%	-0,3	-9%
Autres gateaux	+1,9	+18%	+1,0	+14%	-2,8	-9%	+0,03	+8%	-0,1	-8%
Autres desserts	-0,2	-1%	-0,3	-2%	-1,0	-6%	+0,004	+4%	-0,03	-3%
Assortiments de mignardises	-0,02	-0,1%	-0,01	-0,1%	+0,8	+3%	+0,01	+5%	-0,3	-10%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

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

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

Ainsi sur les 26 familles étudiées, l'étude des valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché montre pour :

- **Les matières grasses : 4 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
 - **3 à la hausse** pour les familles **Pâtisseries de type flan** (+1,4g/100g soit +17% par rapport à la teneur initiale), **Galettes des rois** (+3,9g/100g ; +18%) ainsi que **Desserts pâtisseries aux fruits** (+1,9g/100g ; +14%) ;
 - **1 à la baisse** pour la famille **Tartes sans fruit** (-6,3g/100g soit -26%).
- **Les acides gras saturés : 2 diminutions significatives** pour les familles **Macarons** (-1,2g/100g ; -20%) et **Tartes sans fruit** (-6,3g/100g ; -43%) ;
- **Les sucres : 2 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
 - **1 à la hausse** pour la famille **Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat** (+1,9g/100g ; +6%) ;
 - **1 à la baisse** pour la famille **Tartes sans fruit** (-6,1g/100g ; -23%) ;
- **Le sel : 4 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
 - **2 à la hausse** pour les familles **Tartes sans fruit** (+0,16g/100g ; +58%) et **Desserts pâtisseries autres** (+0,26g/100g ; +180%) ;
 - **2 à la baisse** pour les familles **Profiteroles** (-0,06g/100g ; -16%) et **Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat** (-0,16g/100g ; -40%) ;
- **Les fibres alimentaires : 3 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
 - **1 à la hausse** pour la famille **Brioche nature ou au sucre** (+0,3g/100g ; +18%) ;
 - **2 à la baisse** pour les familles **Tartes au citron** (-0,6g/100g ; -34%) et **Tartes aux pommes et assimilés** (-0,2g/100g ; -13%).

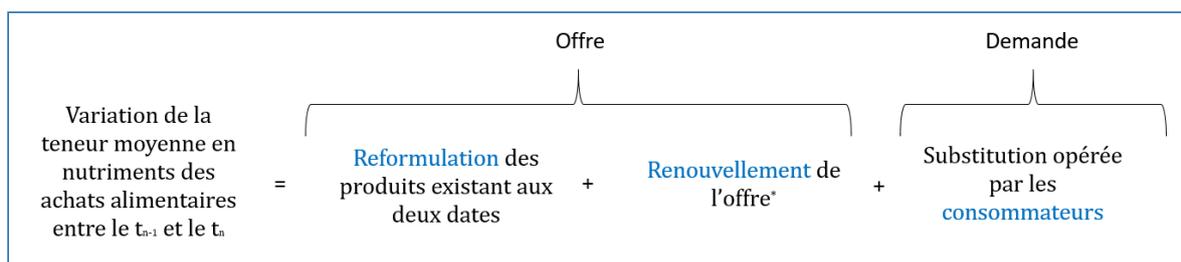
L'augmentation observée sur la teneur moyenne en matières grasses pour la famille Pâtisseries de type flan semble s'expliquer en partie par des produits de type petit flan portugais et clafoutis de cerises mis sur le marché en 2018. L'analyse des données concernant les autres évolutions ne permet pas d'identifier d'éléments d'interprétation.

8. CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONELLE

8.1. Méthodologie

Cette partie évalue la contribution relative des changements du côté de l'offre (évolution de la qualité nutritionnelle des aliments) et de la demande (changements des comportements de consommation, estimés à partir des données d'achats Kantar – Panel Worldpanel⁴²) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés. Le détail de la méthode et de l'algorithme appliqués est décrit dans le rapport de l'étude transversale *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation - Edition 2019*⁴³.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires), à décomposer l'évolution de la teneur moyenne pondérée par les parts de marché entre deux périodes de temps t_{n-1} et t_n en trois effets : la reformulation des produits par les industriels, l'apparition/le retrait de références sur le marché (renouvellement de l'offre) et les substitutions opérées par les consommateurs (Figure 35). Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre.



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

Figure 35 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre t_{n-1} et t_n .

Pour quantifier chacun de ces effets, les produits sont affectés à 3 sous-groupes :

- **les produits retirés ou non captés en 2018 (groupe X)** : ces produits ont été collectés en 2015 mais n'ont pu être reliés à aucun produit collecté en 2018. Il s'agit de produits qui ont été retirés du marché, ou bien de produits toujours existants mais qui n'ont pas pu être captés par l'Oqali en 2018. Pour simplifier la lecture, « produits retirés » désignera ce groupe de produits dans la suite ;
- **les produits appariés (groupe C)** : ces produits sont présents dans la base de données de l'Oqali à la fois en 2015 et 2018. Ils peuvent présenter ou non des évolutions d'emballage ou de composition nutritionnelle entre 2015 et 2018 ;

⁴² Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

⁴³ Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation – Oqali – Edition 2019 –

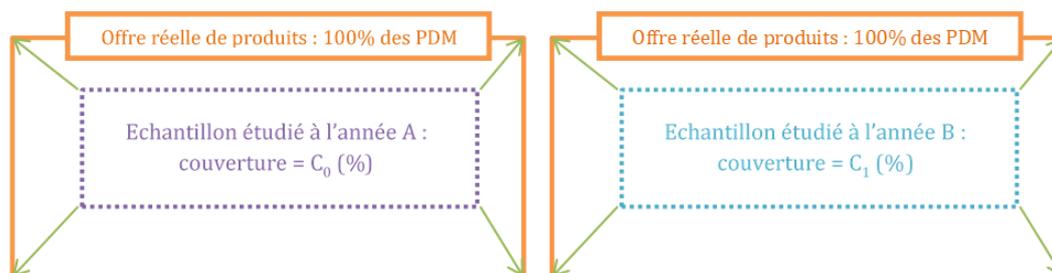
https://www.oqali.fr/content/download/3691/34766/version/1/file/Oqali_2019_Contributions_de_l_offre_et_de_la_demande_a_l_evolution_de_la_qualite_de_l_alimentation.pdf

- **les produits nouveaux ou non captés en 2015 (groupe N)** : ces produits ont été collectés en 2018 mais n'ont pas pu être reliés à un produit collecté en 2015. Il s'agit d'innovations, d'extensions de gamme, ou bien de produits déjà existants mais qui n'avaient pas été captés par l'Oqali en 2015. Pour simplifier la lecture, « produits nouveaux » désignera ce groupe de produits.

L'échantillon pris en compte dans cette partie est appelé dans la suite du rapport « échantillon étudié »⁴⁴.

Pour appliquer la méthode du rapport *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation*, il est nécessaire que la somme des parts de marché soit égale à 100%, ce qui n'est pas le cas dans nos échantillons. Ainsi, deux méthodes sont proposées pour quantifier l'évolution des teneurs moyennes pondérées : elles se distinguent par l'hypothèse posée concernant la part de marché des produits présents sur le marché (retracé par Kantar–Panel Worldpanel⁴⁵) mais non captés par l'Oqali :

- **la méthode 1** consiste à transformer la part de marché de chaque référence de manière à ce que la somme des parts de marché soit égale à 100%. Les produits non couverts par l'Oqali sont supposés avoir la même évolution que l'échantillon étudié sur la période (Figure 36) ;



PDM : Parts de marché

Figure 36 : Illustration de la méthode 1 de transformation des données.

- **la méthode 2** consiste à « ajouter », à l'échantillon étudié, une référence ayant comme part de marché celle du marché non couvert par l'Oqali. Cette référence est affectée au groupe C et sa composition nutritionnelle est supposée ne pas avoir évolué sur la période (Figure 37). Dans un souci de simplification du rapport les résultats de la méthode 2 seront présentés en Annexe 12.

⁴⁴ Il est composé des produits du groupe N et X ayant une part de marché ainsi que des produits du groupe C possédant au moins une part de marché par couple de produits appariés. Au sein d'un couple de produits appariés si l'un des deux produits n'est pas associé à une part de marché, celle-ci est considérée comme nulle.

⁴⁵ Kantar – Panel Worldpanel: données d'achats des ménages représentatives de la population française.



PDM : Parts de marché

Figure 37 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.

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

8.2. Résultats

D'après la méthode 1 utilisée, les produits retirés représentent 12% des volumes de ventes du secteur en 2015 et les produits nouveaux 22% en 2018. Le poids des produits appariés diminue entre les deux années d'étude, passant de 88% des volumes de ventes du secteur en 2015 à 78% en 2018 (Annexe 13).

Le Tableau 40 présente, pour chaque nutriment d'intérêt, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2015 et 2018, sur le secteur, selon la méthode 1. Les évolutions des teneurs moyennes pondérées en nutriments y sont décomposées selon les contributions respectives des reformulations, du renouvellement des produits sur le marché et des substitutions opérées par les consommateurs.

Tableau 40 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1.

Viennoiseries et desserts surgelés	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2015	2018		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Matières grasses	17,8	18,1	+2%	+1%	+1%	+1%
Acides gras saturés	10,3	10,1	-1%	+1%	-1%	-1%
Sucres	18,1	18,3	+1%	+1%	+1%	+0,1%
Sel	0,54	0,55	+2%	+4%	-2%	-0,2%
Fibres alimentaires	2,3	2,2	-3%	-2%	-2%	+1%

Cases en bleu foncé : Augmentation de la teneur en nutriment
Cases en bleu clair : Diminution de la teneur en nutriment

Sur l'ensemble du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, entre 2015 et 2018, une augmentation des teneurs moyennes pondérées est constatée pour les matières grasses (+2%), les sucres (+1%) et le sel (+2%). A l'inverse, une diminution des teneurs moyennes pondérées est observée pour les acides gras saturés (-1%) et les fibres alimentaires (-3%). A noter que ces évolutions restent de faible ampleur.

Pour les **matières grasses et les sucres**, l'augmentation des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (+1% pour les 2 nutriments), d'un renouvellement de l'offre (+1% pour les 2 nutriments) et de substitutions réalisées par les consommateurs (respectivement +1% et +0,1%) allant dans le sens d'une augmentation des teneurs.

Pour le **sel**, l'augmentation des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations à la hausse (+4%). Au contraire, le renouvellement de l'offre, et dans une moindre mesure, les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens d'une diminution des teneurs (respectivement -2% et -0,2%).

Pour les **acides gras saturés**, la diminution des teneurs moyennes pondérées est le résultat d'un renouvellement de l'offre et de substitutions réalisées par les consommateurs allant dans le sens d'une diminution des teneurs (-1% pour les 2 contributeurs). Au contraire, les reformulations vont dans le sens d'une augmentation des teneurs (+1%).

Pour les **fibres alimentaires**, la diminution des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations ainsi que d'un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs (-2% pour les 2 contributeurs). Au contraire, les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens d'une augmentation des teneurs (+1%).

Le détail des effectifs et teneurs moyennes par sous-groupe, à l'échelle des familles, est présenté dans l'Annexe 14.

A l'échelle du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés, les teneurs moyennes pondérées en matières grasses, sucres et sel augmentent, alors que celles en acides gras saturés et en fibres alimentaires diminuent. Les évolutions restent cependant de faible ampleur.

Les reformulations vont dans le sens d'une augmentation des teneurs pour 4 des 5 nutriments étudiés (à l'exception des fibres alimentaires). Le renouvellement de l'offre ainsi que les substitutions réalisées par les consommateurs vont tantôt dans le sens d'une augmentation des teneurs (matières grasses et sucres; ainsi que fibres alimentaires pour les substitutions uniquement) tantôt dans le sens d'une diminution des teneurs (acides gras saturés et sel; ainsi que fibres alimentaires pour le renouvellement de l'offre uniquement).

Annexe 1 : Lexique

Allégation

La réglementation⁴⁶ 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 2 types d'allégation de santé :

- les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006⁴⁶) 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°432/2012⁴⁷ 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.

⁴⁶ 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.

⁴⁷ 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.

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 règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010⁴⁸ actuellement en vigueur, ainsi que celles pouvant avoir le même sens pour le consommateur.

Étiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle

A partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011⁴⁹ 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, sel, 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 Conseil⁵⁰, 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, le sel, 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 ;

⁴⁸ 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.

⁴⁹ 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.

⁵⁰ 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.

Etiquetage nutritionnel simplifié

Système d'information nutritionnelle synthétique présenté en face avant du produit. Il s'agit en particulier du Nutri-score mais cela peut comprendre d'autres étiquetages nutritionnels simplifiés employés (ex : Evolved nutrition label).

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 consommation⁵¹ 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/100ml 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

⁵¹ 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.

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 besoins journaliers sont de 2000 kcal). Les apports de référence⁵² (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.

⁵² Anciennement AJR (Apports Journaliers Recommandés), pouvant également être mentionné sous le terme AQR (Apports Quotidiens de Référence).

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.

Annexe 2 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2015 et 2018

Effectifs de produits au sein du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés en 2015 et en 2018	Distributeurs spécialisés		Marques nationales		Marques de distributeurs		Marques de distributeurs entrée de gamme		Hard discount		Tous segments de marché confondus	
	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018
Croissants	6	8	1	2	9	10	0	0	3	3	19	23
Pains au chocolat	6	8	0	1	9	9	0	0	3	3	18	21
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	4	0	0	4	5	0	0	0	1	7	10
Beignets et donuts	10	13	0	1	1	0	0	0	3	0	14	14
Brioches nature ou au sucre	11	11	0	0	0	0	0	0	0	0	11	11
Brioches autres	10	11	0	1	0	0	0	0	0	0	10	12
Crepes_pancakes_gaufres	11	11	3	13	1	2	0	0	0	0	15	26
Macarons	18	20	7	2	14	13	0	0	6	4	45	39
Tartes au citron	9	10	2	4	8	5	0	0	1	3	20	22
Tartes aux pommes et assimilés	18	22	7	6	11	8	2	1	5	4	43	41
Tartes autres fruits	16	20	5	6	11	9	0	0	4	4	36	39
Tartes sans fruit	7	5	2	4	3	2	0	0	2	1	14	12
Pâtisseries de type flan	7	9	0	3	0	0	0	0	1	1	8	13
Galettes des rois	9	14	0	0	0	0	0	0	0	0	9	14
Eclairs	10	13	8	2	12	7	1	0	5	2	36	24
Profiteroles	3	2	1	1	6	6	0	0	3	2	13	11
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	17	18	0	1	2	1	0	0	2	1	21	21
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	18	20	2	5	21	18	0	0	7	5	48	48
Gateaux moelleux_cakes autres	13	15	0	0	1	1	0	0	0	0	14	16
Cheesecakes	5	5	0	1	2	3	0	0	0	0	7	9
Tiramisus	7	6	1	0	1	1	0	0	0	0	9	7
Desserts pâtisseries aux fruits	30	38	3	6	8	4	0	0	6	7	47	55
Desserts pâtisseries autres	35	39	2	6	25	18	0	0	3	4	65	67
Autres gateaux	13	17	0	0	1	3	0	0	1	1	15	21
Autres desserts	6	6	1	1	1	0	0	0	0	0	8	7
Assortiments de mignardises	12	14	0	1	6	9	0	0	1	1	19	25
Toutes familles confondues	310	359	45	67	157	134	3	1	56	47	571	608

Annexe 3 : Comparaison des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 par famille pour le secteur des Viennoiseries et desserts surgelés

Pour le tableau ci-dessous, la valeur en gras correspond à la portion la plus fréquente de 2015.

Famille de produits	Effectif des produits présentant une portion indiquée chiffrée		Taille de la portion indiquée (g)					
			Minimum		Maximum		Portions les plus fréquentes (fréquences supérieures à 10%)	
	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018
Croissants	17	18	20	20	65	70	29% à 60g 18% à 55g 12% à 20g 12% à 49g 12% à 50g	28% à 60g 17% à 50g 11% à 25g 11% à 49g 11% à 55g
Pains au chocolat	16	16	25	25	75	75	31% à 70g 25% à 75g 13% à 28g	25% à 75g 19% à 30g 19% à 70g 13% à 66g
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	10	25	30	85	120	14% à 25g 14% à 30g 14% à 35g 14% à 50g 14% à 70g 14% à 84g 14% à 85g	20% à 30g 20% à 35g
Beignets et donuts	13	13	12,5	12,5	200	80	31% à 25g 23% à 75g 15% à 200g	31% à 25g 31% à 75g
Brioches nature ou au sucre	8	8	40	40	100	100	25% à 40g 13% à 44g 13% à 45g 13% à 62,5g 13% à 63,3g 13% à 93g 13% à 100g	25% à 40g 25% à 50g 13% à 44g 13% à 45g 13% à 63g 13% à 100g
Brioches autres	10	11	33	33	90	90	20% à 44g 20% à 75g	18% à 44g 18% à 75g
Crepes_pancakes_gaufres	13	22	15	15	120	100	31% à 40g 15% à 32,5g	23% à 80g 18% à 40g 14% à 30g
Macarons	24	22	10	10	80	80	33% à 10g 29% à 15g	27% à 10g 27% à 15g 14% à 30g
Tartes au citron	19	22	64	27	130	120	21% à 80g 21% à 83g	23% à 80g 14% à 83g
Tartes aux pommes et assimilés	41	38	60	70	170	170	34% à 100g	37% à 100g 11% à 80g
Tartes autres fruits	34	38	10	71,6	170	170	21% à 78g 12% à 83g	18% à 78g 11% à 83g
Tartes sans fruit	13	11	65	55	108	108	15% à 65g 15% à 83g	18% à 75g
Pâtisseries de type flan	8	10	75	60	170	170	25% à 150g 25% à 160g 13% à 75g 13% à 85g 13% à 130g 13% à 170g	20% à 75g 20% à 150g 20% à 160g 20% à 170g
Galettes des rois	9	14	57,1	57,1	100	100	56% à 100g 11% à 57,1g 11% à 77,8g 11% à 80g 11% à 92g	64% à 100g 14% à 80g

Famille de produits	Effectif des produits présentant une portion indiquée chiffrée		Taille de la portion indiquée (g)					
			Minimum		Maximum		Portions les plus fréquentes (fréquences supérieures à 10%)	
	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018
Eclairs	21	18	17	14,2	90	80	57% à 50g 29% à 60g	39% à 60g 33% à 50g
Profiteroles	13	11	35	42	160	160	31% à 65g 31% à 70g	36% à 65g 36% à 70g
Pâtisseries a base de pate a choux autres	17	18	10	6,5	110	110	12% à 27g 12% à 100g	11% à 27g 11% à 66,6g 11% à 80g
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	43	39	20	15	100	120	23% à 75g 21% à 95g 14% à 90g 14% à 100g 12% à 20g	21% à 75g 21% à 95g 13% à 90g 13% à 100g
Gateaux moelleux_cakes autres	7	9	32	38	230	120	29% à 70g 14% à 32g 14% à 40g 14% à 48g 14% à 58g 14% à 230g	33% à 80g 22% à 75g 11% à 38g 11% à 58g 11% à 115g 11% à 120g
Cheesecakes	5	8	75	58,6	100	100	40% à 95g 20% à 75g 20% à 79g 20% à 100g	13% à 58,6g 13% à 75g 13% à 79g 13% à 85g 13% à 90g 13% à 95g 13% à 98,3g 13% à 100g
Tiramisu	9	7	80	80	112,5	107,5	22% à 80g 22% à 97g 11% à 83,3g 11% à 92g 11% à 107,5g 11% à 110g 11% à 112,5g	29% à 80g 29% à 97g 14% à 83,3g 14% à 92g 14% à 107,5g
Desserts patisseries aux fruits	46	51	58,6	35	100	125	11% à 80g 11% à 83g	12% à 75g
Desserts patisseries autres	63	62	14	20	107	107,1	11% à 83g 11% à 85g	11% à 68g
Autres gateaux	12	17	15	15	103	103	17% à 30g	18% à 30g 12% à 80g 12% à 103g
Autres desserts	6	6	65	90	120	120	83% à 120g 17% à 65g	83% à 120g 17% à 90g
Assortiments de mignardises	8	9	14	14	69	70	13% à 14g 13% à 23g 13% à 26,7g 13% à 51,4g 13% à 52,7g 13% à 55g 13% à 63g 13% à 69g	11% à 14g 11% à 26,7g 11% à 30g 11% à 38,7g 11% à 52,5g 11% à 52,7g 11% à 55g 11% à 57,5g 11% à 70g

La valeur en gras correspond à la portion la plus fréquente de 2015

Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2018 : statistiques descriptives pour 100g

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, pour 2018, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché, pour 100g. 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.

Croissants	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 ¹	23	23	23	23	23	23	16	23
Min	328	17,7	6,7	33,4	4,2	5,7	1,1	0,81
Max	436	25,1	16,4	46,8	8,3	8,9	3,1	1,10
1er quartile	349	20,2	13,1	34,8	4,7	6,3	1,5	0,85
Mediane	361	20,9	13,5	36,0	5,2	7,0	1,8	0,92
3eme quartile	386	23,0	15,0	39,0	6,3	7,8	2,2	1,00
Moyenne	373	21,3	13,7	37,7	5,6	7,1	1,9	0,94
Ecart-type	31	1,9	1,9	3,6	1,1	1,0	0,6	0,09
Coefficient de variation en %	8	8,8	14,0	9,7	20,5	14,5	32,3	9,26
Effectif ²	23	23	23	23	23	23	16	23
Moyenne pondérée par les parts de marché	377	21,7	13,7	37,6	5,5	7,4	1,9	0,95

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pains au chocolat	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 ¹	21	21	21	21	21	21	16	21
Min	345	15,8	7,4	36,0	7,8	5,7	1,0	0,57
Max	434	26,0	16,0	51,1	17,0	8,2	3,3	0,97
1er quartile	366	20,0	12,9	38,1	10,1	6,2	2,2	0,78
Mediane	375	21,0	13,3	40,1	11,0	7,1	2,5	0,87
3eme quartile	414	23,0	13,8	42,0	12,6	7,9	2,7	0,90
Moyenne	385	21,1	12,9	40,4	11,4	7,1	2,4	0,84
Ecart-type	29	2,4	2,2	3,4	2,1	0,8	0,6	0,09
Coefficient de variation en %	7	11,6	16,8	8,4	18,2	11,8	23,7	10,50
Effectif ²	20	20	20	20	20	20	15	20
Moyenne pondérée par les parts de marché	386	21,3	13,1	40,0	10,8	7,3	2,4	0,87

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	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 ¹	10	10	10	10	10	10	8	10
Min	285	11,6	7,3	37,0	9,5	4,8	1,6	0,59
Max	473	28,0	18,0	46,0	19,0	9,1	2,9	1,20
1er quartile	293	13,0	7,9	37,9	13,8	5,2	1,8	0,69
Mediane	311	13,4	8,5	40,1	16,5	5,9	1,9	0,74
3eme quartile	325	17,0	9,8	40,9	17,6	6,8	2,5	0,75
Moyenne	333	16,1	10,0	40,1	15,5	6,2	2,1	0,78
Ecart-type	62	5,5	3,6	2,8	3,0	1,3	0,5	0,18
Coefficient de variation en %	19	34,2	35,8	7,1	19,3	21,6	22,1	22,80
Effectif ²	9	9	9	9	9	9	7	9
Moyenne pondérée par les parts de marché	325	15,8	9,3	39,1	16,1	6,0	2,0	0,72

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Beignets et donuts	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 ¹	14	14	14	14	14	14	13	14
Min	282	8,7	1,2	38,0	6,6	5,1	1,2	0,56
Max	485	32,0	15,0	54,4	30,6	7,9	3,1	1,50
1er quartile	364	15,3	2,8	42,4	12,0	6,0	1,6	0,67
Mediane	389	19,8	9,3	45,0	17,1	6,4	2,0	0,72
3eme quartile	455	26,1	11,0	47,0	20,0	6,9	2,8	0,76
Moyenne	396	20,6	8,0	45,0	16,8	6,5	2,1	0,76
Ecart-type	64	7,4	4,5	4,1	6,9	0,8	0,7	0,23
Coefficient de variation en %	16	35,8	56,3	9,1	41,2	12,6	31,3	29,80
Effectif ²	13	13	13	13	13	13	13	13
Moyenne pondérée par les parts de marché	392	19,6	6,0	46,4	17,0	6,9	2,1	0,76

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Brioche nature ou au sucre	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 ¹	11	11	11	11	11	11	11	11
Min	327	12,0	7,5	42,0	6,4	6,6	1,1	0,25
Max	387	15,5	10,5	53,0	22,0	12,0	2,2	1,23
1er quartile	341	13,7	8,1	44,9	7,9	7,6	1,4	0,94
Mediane	362	15,0	9,3	48,2	12,0	9,0	1,7	1,10
3eme quartile	377	15,0	10,0	52,1	13,1	9,6	2,1	1,20
Moyenne	360	14,4	9,0	48,2	11,4	8,7	1,7	0,99
Ecart-type	19	1,1	1,0	3,8	4,5	1,5	0,4	0,28
Coefficient de variation en %	5	7,4	11,2	7,9	39,2	17,6	21,4	27,90
Effectif ²	11	11	11	11	11	11	11	11
Moyenne pondérée par les parts de marché	349	13,9	8,4	46,2	8,6	8,8	2,0	1,14

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Brioche 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 ¹	12	12	12	12	12	12	12	12
Min	228	7,6	4,4	32,2	12,9	3,3	0,5	0,34
Max	393	17,0	11,0	54,0	24,6	9,0	2,9	1,10
1er quartile	266	9,7	6,6	38,2	16,5	4,9	0,9	0,50
Mediane	299	11,6	7,9	43,0	21,4	6,6	1,2	0,62
3eme quartile	358	14,0	9,0	49,7	22,8	7,4	1,8	0,79
Moyenne	308	11,7	7,9	43,6	20,0	6,2	1,4	0,65
Ecart-type	55	3,0	1,8	7,4	4,1	1,8	0,7	0,22
Coefficient de variation en %	18	25,9	22,9	17,0	20,6	29,3	50,6	34,59
Effectif ²	11	11	11	11	11	11	11	11
Moyenne pondérée par les parts de marché	312	12,0	8,2	43,5	18,5	6,4	1,4	0,72

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Crepes_pancakes_gaufres	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 ¹	26	26	26	26	26	26	18	26
Min	157	0,2	0,2	25,8	1,3	4,4	0,6	0,21
Max	484	27,7	14,3	55,8	29,6	9,1	3,0	1,92
1er quartile	234	9,3	1,4	30,8	5,3	5,8	0,9	0,50
Mediane	291	12,5	2,8	38,1	11,1	6,4	1,6	0,62
3eme quartile	314	16,8	5,1	41,0	17,0	7,4	1,9	0,90
Moyenne	290	12,6	3,8	37,4	12,2	6,4	1,6	0,70
Ecart-type	80	6,7	3,6	7,9	8,4	1,2	0,7	0,34
Coefficient de variation en %	28	53,0	94,5	21,1	68,9	18,9	42,4	48,93
Effectif ²	20	20	20	20	20	20	14	20
Moyenne pondérée par les parts de marché	272	12,8	4,5	32,4	10,4	6,0	2,0	0,64

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Macarons	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 ¹	39	39	39	39	39	39	30	39
Min	383	13,0	1,2	41,0	38,0	7,2	2,3	0,07
Max	504	32,0	12,0	62,0	62,0	10,0	5,9	0,32
1er quartile	413	17,0	4,2	50,0	46,0	8,3	3,5	0,10
Mediane	432	19,0	4,9	53,6	50,0	8,9	3,8	0,13
3eme quartile	455	23,0	7,1	55,6	53,1	9,5	4,3	0,18
Moyenne	436	20,4	5,7	52,5	49,7	8,9	3,9	0,15
Ecart-type	29	4,7	2,5	4,5	5,0	0,8	0,7	0,06
Coefficient de variation en %	7	22,8	44,2	8,6	10,0	8,6	19,0	38,31
Effectif ²	37	37	37	37	37	37	28	37
Moyenne pondérée par les parts de marché	426	19,0	5,1	53,8	49,0	8,7	3,8	0,14

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes au citron	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 ¹	22	22	22	22	22	22	15	22
Min	305	8,5	4,9	37,1	19,3	3,3	0,3	0,09
Max	411	23,0	15,0	61,4	41,0	6,0	2,8	0,40
1er quartile	331	12,1	7,5	43,6	24,0	4,6	0,8	0,15
Mediane	346	13,8	9,3	48,0	31,4	5,1	1,1	0,26
3eme quartile	357	18,0	11,0	53,6	38,0	5,6	1,6	0,30
Moyenne	347	14,7	9,3	48,1	30,5	5,0	1,3	0,24
Ecart-type	28	4,2	2,8	6,2	6,6	0,7	0,7	0,10
Coefficient de variation en %	8	28,5	30,2	12,8	21,7	13,7	53,3	40,14
Effectif ²	21	21	21	21	21	21	15	21
Moyenne pondérée par les parts de marché	339	13,2	8,4	49,7	33,1	5,0	1,2	0,25

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes aux pommes et assimilés	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 ¹	41	41	41	41	41	41	36	41
Min	153	4,0	2,8	23,0	7,2	1,2	1,1	0,0001
Max	364	23,7	12,0	41,6	31,0	4,4	5,1	0,92
1er quartile	216	8,1	5,0	30,2	17,2	1,7	1,4	0,15
Mediane	241	9,3	6,1	35,1	21,0	2,3	1,9	0,20
3eme quartile	251	11,0	7,0	37,7	23,0	3,1	2,2	0,31
Moyenne	237	9,7	6,2	34,1	19,8	2,4	2,0	0,27
Ecart-type	33	3,5	1,9	4,7	5,2	0,8	0,8	0,21
Coefficient de variation en %	14	36,2	30,7	13,9	26,4	34,9	38,7	77,54
Effectif ²	40	40	40	40	40	40	35	40
Moyenne pondérée par les parts de marché	234	8,7	5,7	35,5	21,2	2,5	1,7	0,19

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes autres fruits	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 ¹	39	39	39	39	39	39	32	39
Min	189	5,3	3,0	27,0	12,9	1,9	1,0	0,07
Max	335	17,7	10,7	51,0	29,0	5,1	4,4	0,38
1er quartile	231	6,3	4,2	35,0	18,2	2,5	2,1	0,19
Mediane	242	6,9	4,5	38,0	21,6	2,8	2,7	0,26
3eme quartile	260	9,8	6,3	40,8	24,0	3,4	3,5	0,29
Moyenne	246	8,6	5,4	37,8	21,7	3,0	2,7	0,23
Ecart-type	34	3,4	1,9	4,8	3,6	0,8	0,9	0,07
Coefficient de variation en %	14	39,3	34,3	12,7	16,6	25,0	32,3	31,14
Effectif ²	36	36	36	36	36	36	29	36
Moyenne pondérée par les parts de marché	246	8,2	5,2	38,6	22,8	3,0	2,8	0,22

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes sans fruit	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 ¹	12	12	12	12	12	12	8	12
Min	315	13,0	5,2	38,8	17,0	4,6	1,1	0,05
Max	534	32,0	21,0	54,0	34,8	6,5	4,0	0,61
1er quartile	337	16,6	10,2	40,7	22,8	5,2	2,4	0,16
Mediane	430	24,3	14,0	44,0	25,5	5,6	2,9	0,30
3eme quartile	463	27,1	17,9	49,9	29,5	5,9	3,5	0,40
Moyenne	413	22,5	13,5	45,5	26,2	5,5	2,8	0,30
Ecart-type	71	6,3	4,8	5,6	5,1	0,5	0,9	0,17
Coefficient de variation en %	17	27,9	35,3	12,2	19,3	9,4	32,4	57,47
Effectif ²	12	12	12	12	12	12	8	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	353	17,4	8,4	41,4	20,2	5,8	2,8	0,45

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pâtisseries de type flan	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 ¹	13	13	13	13	13	13	11	13
Min	187	6,2	3,7	26,0	11,4	3,1	0,0001	0,14
Max	380	17,7	7,5	41,0	27,0	4,6	2,6	0,80
1er quartile	197	7,9	5,2	27,1	17,0	3,5	0,3	0,21
Mediane	225	8,8	5,5	30,2	20,0	3,9	0,8	0,26
3eme quartile	240	11,1	6,0	33,0	21,4	4,3	1,2	0,29
Moyenne	234	9,7	5,6	31,1	19,5	3,9	0,8	0,31
Ecart-type	53	3,0	1,0	5,2	4,0	0,5	0,7	0,20
Coefficient de variation en %	23	30,7	18,1	16,6	20,6	13,0	87,9	64,26
Effectif ²	12	12	12	12	12	12	10	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	223	9,7	6,0	29,4	19,8	3,7	0,7	0,26

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Galettes des rois	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 ¹	14	14	14	14	14	14	14	14
Min	301	16,0	10,0	28,4	6,0	3,8	1,3	0,51
Max	432	31,0	18,0	38,0	14,0	7,1	2,9	0,73
1er quartile	367	22,2	13,3	29,1	7,7	5,5	1,5	0,61
Mediane	392	26,5	14,0	33,0	9,7	6,2	1,7	0,64
3eme quartile	411	28,0	15,0	35,0	12,0	6,6	2,0	0,70
Moyenne	385	25,2	14,4	32,9	9,7	6,0	1,8	0,64
Ecart-type	35	4,0	2,0	3,2	2,6	1,0	0,5	0,07
Coefficient de variation en %	9	16,1	13,9	9,7	26,7	16,4	25,2	10,29
Effectif ²	13	13	13	13	13	13	13	13
Moyenne pondérée par les parts de marché	394	26,0	14,1	33,2	10,6	6,4	1,8	0,62

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Eclairs	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 ¹	24	24	24	24	24	24	18	24
Min	232	9,7	5,2	27,6	17,3	2,9	0,3	0,17
Max	410	30,0	17,0	39,0	31,0	6,6	3,5	0,60
1er quartile	259	11,4	6,8	30,9	18,7	4,6	0,9	0,31
Mediane	282	14,0	8,9	32,6	21,4	5,3	1,8	0,41
3eme quartile	309	15,1	9,6	35,0	23,7	6,0	2,3	0,49
Moyenne	291	15,1	9,1	32,9	21,9	5,1	1,7	0,39
Ecart-type	43	4,8	2,9	3,2	3,6	1,0	0,9	0,12
Coefficient de variation en %	15	31,7	31,7	9,7	16,4	20,2	54,6	29,83
Effectif ²	23	23	23	23	23	23	18	23
Moyenne pondérée par les parts de marché	281	14,4	8,7	31,8	20,8	5,1	2,1	0,38

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Profiteroles	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 ¹	11	11	11	11	11	11	7	11
Min	252	10,2	5,7	25,7	16,6	4,7	1,6	0,22
Max	284	17,0	10,0	35,9	29,8	6,0	3,2	0,41
1er quartile	257	12,0	6,3	27,0	18,0	4,8	1,9	0,24
Mediane	259	13,6	7,8	27,6	21,0	5,0	2,5	0,34
3eme quartile	270	15,0	8,4	29,0	23,3	5,5	2,9	0,39
Moyenne	263	13,6	7,6	28,9	21,0	5,2	2,4	0,32
Ecart-type	10	2,1	1,3	3,2	3,8	0,4	0,6	0,07
Coefficient de variation en %	4	15,3	16,6	11,3	18,3	8,6	23,5	23,54
Effectif ²	11	11	11	11	11	11	7	11
Moyenne pondérée par les parts de marché	263	13,9	7,7	27,9	19,8	5,4	2,7	0,30

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pâtisseries a base de pate a choux 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 ¹	21	21	21	21	21	21	19	21
Min	279	14,1	7,7	17,2	10,9	3,6	0,0001	0,05
Max	422	29,0	18,0	49,0	34,0	8,3	2,9	0,92
1er quartile	329	22,0	12,0	25,0	13,2	4,6	0,5	0,24
Mediane	353	25,0	13,2	26,7	17,0	5,7	1,0	0,29
3eme quartile	371	26,0	16,0	30,0	20,0	6,6	1,4	0,34
Moyenne	350	23,5	13,5	28,3	17,6	5,7	1,1	0,30
Ecart-type	32	3,8	2,7	7,4	6,0	1,4	0,8	0,18
Coefficient de variation en %	9	16,0	19,8	26,0	34,4	23,6	68,3	60,24
Effectif ²	18	18	18	18	18	18	16	18
Moyenne pondérée par les parts de marché	344	24,4	13,4	25,1	15,6	5,5	1,0	0,24

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	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 ¹	48	48	48	48	48	48	35	48
Min	372	20,0	5,1	34,0	25,5	4,5	0,9	0,06
Max	484	33,0	24,5	53,0	42,0	9,6	4,6	1,00
1er quartile	407	22,1	14,0	38,7	29,0	5,6	2,4	0,09
Mediane	422	25,5	15,1	40,4	32,3	5,9	2,9	0,12
3eme quartile	458	30,0	18,8	43,0	35,2	6,5	3,4	0,21
Moyenne	431	26,3	15,8	41,1	32,2	6,1	2,9	0,20
Ecart-type	31	4,0	4,0	4,1	3,9	0,9	0,8	0,20
Coefficient de variation en %	7	15,3	25,4	9,9	12,2	14,6	26,7	99,64
Effectif ²	43	43	43	43	43	43	31	43
Moyenne pondérée par les parts de marché	422	25,6	16,3	40,5	31,8	5,9	3,0	0,24

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Gateaux moelleux_cakes 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 ¹	16	16	16	16	16	16	16	16
Min	298	7,1	1,4	27,0	19,0	3,8	0,9	0,06
Max	475	34,0	24,0	54,0	38,0	14,0	7,5	1,10
1er quartile	334	14,6	8,4	38,3	25,5	5,0	1,4	0,15
Mediane	373	18,0	10,4	43,9	28,2	5,6	1,8	0,22
3eme quartile	455	28,5	14,5	47,5	31,0	7,2	2,7	0,41
Moyenne	388	20,7	11,1	42,9	28,3	6,3	2,3	0,31
Ecart-type	63	8,2	6,5	7,1	4,4	2,4	1,6	0,25
Coefficient de variation en %	16	39,9	58,6	16,6	15,4	38,0	69,1	82,28
Effectif ²	15	15	15	15	15	15	15	15
Moyenne pondérée par les parts de marché	395	21,2	12,6	43,6	29,4	6,3	2,1	0,25

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Cheesecakes	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 ¹	9	9	9	9	9	9	6	9
Min	318	20,0	11,0	24,0	10,0	5,0	0,0	0,30
Max	378	26,0	15,1	38,7	27,0	8,0	1,5	0,70
1er quartile	352	21,0	12,0	27,0	20,0	5,2	0,0	0,40
Mediane	365	21,5	13,0	32,8	23,5	6,4	0,5	0,50
3eme quartile	368	24,9	13,2	36,7	26,0	7,0	0,6	0,63
Moyenne	356	22,4	12,9	32,0	21,7	6,2	0,5	0,50
Ecart-type	22	2,3	1,2	5,5	5,7	1,1	0,5	0,13
Coefficient de variation en %	6	10,3	9,2	17,1	26,2	16,9	106,3	26,78
Effectif ²	7	7	7	7	7	7	6	7
Moyenne pondérée par les parts de marché	363	21,9	13,4	34,9	24,2	6,6	0,3	0,49

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tiramisus	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 ¹	7	7	7	7	7	7	6	7
Min	199	9,1	5,4	21,8	14,0	2,6	0,6	0,08
Max	278	19,0	13,0	31,0	26,0	4,3	3,5	0,17
1er quartile	234	11,0	7,4	22,0	18,5	3,3	0,7	0,08
Mediane	246	13,5	8,5	26,8	22,0	3,7	1,1	0,12
3eme quartile	250	14,0	10,4	28,0	23,0	4,3	1,5	0,16
Moyenne	242	13,3	8,9	26,1	20,9	3,6	1,4	0,12
Ecart-type	24	3,1	2,4	3,3	3,9	0,6	1,1	0,04
Coefficient de variation en %	10	23,0	27,0	12,5	18,5	16,3	76,1	30,18
Effectif ²	6	6	6	6	6	6	6	6
Moyenne pondérée par les parts de marché	240	13,5	8,8	24,8	20,3	3,8	1,8	0,13

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Desserts patisseries aux fruits	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 ¹	55	55	55	55	55	55	42	55
Min	181	5,3	1,9	18,6	15,2	1,9	0,3	0,07
Max	433	27,4	15,0	63,0	63,0	7,4	4,6	0,27
1er quartile	221	11,8	6,5	25,0	20,0	3,4	1,1	0,10
Mediane	263	15,7	8,4	29,0	23,0	4,1	1,6	0,11
3eme quartile	317	18,0	11,0	32,0	25,0	5,0	2,7	0,15
Moyenne	271	15,0	8,5	29,0	23,6	4,2	1,9	0,13
Ecart-type	58	4,9	2,9	6,7	6,8	1,1	1,2	0,05
Coefficient de variation en %	21	33,1	34,1	23,2	28,8	25,8	60,4	37,83
Effectif ²	49	49	49	49	49	49	36	49
Moyenne pondérée par les parts de marché	292	15,8	7,3	31,7	23,5	5,0	2,2	0,12

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Desserts patisseries 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 ¹	67	67	67	67	67	67	54	67
Min	295	11,6	6,8	26,0	17,6	1,9	0,5	0,04
Max	480	33,8	20,0	48,0	42,0	9,4	7,7	1,60
1er quartile	356	22,0	10,0	30,3	23,1	4,8	1,7	0,12
Mediane	401	25,0	13,0	36,0	27,0	6,3	2,8	0,15
3eme quartile	441	28,0	15,0	39,3	34,0	7,5	3,5	0,17
Moyenne	396	25,0	12,8	35,2	28,6	6,2	2,8	0,17
Ecart-type	50	4,9	3,1	5,4	6,1	1,7	1,4	0,18
Coefficient de variation en %	13	19,6	24,1	15,2	21,4	27,3	50,3	108,12
Effectif ²	62	62	62	62	62	62	49	62
Moyenne pondérée par les parts de marché	419	25,5	11,2	38,5	29,7	7,6	3,1	0,40

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Autres gateaux	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 ¹	21	21	21	21	21	21	19	21
Min	226	0,8	0,2	28,0	18,2	2,1	0,3	0,10
Max	502	29,0	20,0	68,0	47,3	7,6	5,9	1,07
1er quartile	292	9,8	5,6	44,0	22,0	3,8	0,7	0,18
Mediane	299	12,0	7,5	55,0	25,0	4,3	1,3	0,42
3eme quartile	457	21,0	8,6	60,0	37,0	5,5	1,8	0,63
Moyenne	352	13,7	7,9	51,3	29,0	4,6	1,5	0,45
Ecart-type	91	7,5	4,8	11,8	9,2	1,5	1,3	0,29
Coefficient de variation en %	26	54,6	60,2	22,9	31,8	31,7	84,0	63,27
Effectif ²	21	21	21	21	21	21	19	21
Moyenne pondérée par les parts de marché	341	12,6	8,0	51,6	27,9	4,4	1,1	0,45

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Autres desserts	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 ¹	7	7	7	7	7	7	7	7
Min	133	6,8	3,3	14,0	6,2	2,2	0,0001	0,08
Max	355	24,0	16,2	29,0	23,0	7,8	3,6	0,23
1er quartile	245	15,1	9,1	17,9	14,0	2,3	0,3	0,08
Mediane	267	19,0	12,3	21,9	18,0	3,1	1,1	0,11
3eme quartile	310	23,7	16,0	22,8	20,1	5,3	2,8	0,21
Moyenne	266	18,5	11,6	20,9	16,7	4,0	1,6	0,13
Ecart-type	71	6,1	4,4	4,7	5,5	2,0	1,4	0,06
Coefficient de variation en %	27	33,2	38,4	22,4	33,0	50,3	85,1	46,95
Effectif ²	7	7	7	7	7	7	7	7
Moyenne pondérée par les parts de marché	268	19,6	12,9	20,0	15,3	2,8	1,1	0,11

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Assortiments de mignardises	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 ¹	25	25	25	25	25	25	22	25
Min	287	16,8	7,8	22,8	19,4	2,7	1,3	0,08
Max	506	35,0	18,0	44,0	34,0	8,4	5,6	0,51
1er quartile	359	20,0	10,9	32,6	23,1	5,4	2,8	0,16
Mediane	369	22,8	13,0	36,5	27,0	5,6	3,1	0,22
3eme quartile	413	26,0	15,0	40,0	28,0	6,4	3,7	0,28
Moyenne	383	23,5	12,9	35,4	26,2	5,8	3,3	0,23
Ecart-type	48	4,6	2,6	5,5	4,1	1,2	0,9	0,10
Coefficient de variation en %	13	19,5	20,4	15,5	15,5	20,6	28,3	43,50
Effectif ²	22	22	22	22	22	22	19	22
Moyenne pondérée par les parts de marché	375	23,8	12,6	32,9	25,4	6,0	2,8	0,22

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

² Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Annexe 5 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en matières grasses pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution pour les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre, Brioches autres, Crêpes/pancakes/gaufres, Macarons, Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Profiteroles, Pâtisseries à base de pâte à choux autres, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux, Autres desserts, Assortiments de mignardises.

Croissants	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	20,4	1,8	8	20,7	1,6	+0,3	+1%				5	21,0	1,2	1	17,7		2	21,5	0,7
Marques nationales	1	18,5		2	19,7	2,3	+1,2	+6%	1	18,5								2	19,7	2,3
Marques de distributeurs	9	22,1	1,9	10	22,2	1,9	+0,04	+0,2%	1	21,0		5	23,4	1,4	3	21,5	2,2	2	20,2	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	22,8	4,5	3	21,4	1,6	-1,4	-6%	2	24,3	5,3				1	23,3		2	20,5	0,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains au chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	19,3	2,8	8	20,6	3,5	+1,3	+7%				6	19,3	2,8				2	24,5	2,1
Marques nationales				1	19,0													1	19,0	
Marques de distributeurs	9	21,1	2,0	9	21,5	1,5	+0,4	+2%	1	21,0		3	22,2	1,7	5	21,4	1,5	1	20,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	18,6	3,5	3	21,8	1,6	+3,2	+17%	2	17,8	4,4				1	23,6		2	20,9	0,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	15,2	4,8	4	13,6	2,4	-1,7	-11%	1	20,7		2	12,5	1,3				2	14,7	3,3
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	4	18,1	5,2	5	18,7	6,9	+0,6	+3%	2	17,5	4,9	2	18,7	7,5				3	18,7	8,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	13,3													1	13,3	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Beignets et donuts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	18,6	4,8	13	21,5	6,8	+2,9	+16%				7	20,1	4,4	3	15,3	4,6	3	31,0	0,9
Marques nationales				1	8,7													1	8,7	
Marques de distributeurs	1	19,0							1	19,0										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	12,6	4,9						3	12,6	4,9									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche nature ou au sucre	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	14,9	2,2	11	14,4	1,1	-0,5	-3%	2	17,2	4,0	5	13,8	1,3	4	14,8	0,5	2	15,3	0,4
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	11,5	3,2	11	11,9	3,1	+0,4	+4%				5	11,3	1,8	5	12,1	4,4	1	14,0	
Marques nationales				1	9,6													1	9,6	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes_pancakes_gaufres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	14,0	4,5	11	15,4	5,4	+1,3	+9%	2	13,8	5,8	7	13,1	3,1	2	16,5	6,4	2	22,4	7,6
Marques nationales	2	10,8	8,1	13	9,5	6,2	-1,2	-11%	1	16,5		1	9,9		1	5,0		11	9,9	6,7
Marques de distributeurs	1	24,1		2	16,7	10,5	-7,4	-31%				1	24,1					1	9,3	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Macarons	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	23,4	5,4	20	22,6	5,5	-0,8	-3%	6	22,3	5,2	8	26,8	4,3	4	19,5	4,2	8	19,9	4,7
Marques nationales	3	13,6	3,4	2	18,5	0,7	+4,9	+36%	3	13,6	3,4	1	18,0					1	19,0	
Marques de distributeurs	14	19,5	3,4	13	18,5	2,1	-1,0	-5%	3	17,9	5,8	7	18,6	2,0	4	19,3	2,5	2	16,7	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	16,0	3,1	4	16,9	1,1	+0,8	+5%	4	16,9	3,6				2	16,6	0,8	2	17,1	1,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes au citron	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	15,3	4,7	10	16,0	3,2	+0,7	+5%				6	15,9	2,2	3	15,6	5,6	1	18,0	
Marques nationales	2	12,6	2,0	4	15,7	5,1	+3,1	+24%	1	14,0					1	12,1		3	16,8	5,5
Marques de distributeurs	8	11,8	3,5	5	10,8	2,4	-1,0	-8%	4	13,5	3,8	2	9,0	0,6	2	11,6	3,0	1	13,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	18,7		3	15,8	6,3	-2,9	-16%				1	18,7					2	14,3	8,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux pommes et assimilés	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	9,5	2,9	22	9,6	3,6	+0,2	+2%				9	9,3	3,5	9	9,6	2,4	4	10,5	6,5
Marques nationales	7	8,3	2,0	6	12,1	5,8	+3,7	+45%	3	9,3	2,4				4	9,4	1,2	2	17,4	9,0
Marques de distributeurs	11	8,7	1,3	8	9,0	1,1	+0,3	+3%	5	8,1	0,9	4	8,6	1,2	2	10,3	0,5	2	8,5	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	8,6		1	8,8		+0,2	+2%	1	8,6		1	8,8							
Hard discount	5	10,8	3,2	4	8,6	1,0	-2,2	-21%	3	12,4	3,4	1	8,8		1	7,8		2	8,9	1,4

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes autres fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	16	9,4	3,9	20	9,4	3,7	-0,02	-0,2%	1	8,2		9	9,1	4,0	6	10,8	4,0	5	8,3	2,7
Marques nationales	5	10,9	3,7	6	8,3	3,1	-2,5	-23%	3	11,4	4,3	1	7,4		1	14,0		4	7,2	1,8
Marques de distributeurs	11	8,6	3,8	9	7,3	2,6	-1,4	-16%	6	10,6	4,2	5	6,3	0,2				4	8,5	3,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	6,9	0,6	4	8,4	4,0	+1,5	+21%	3	7,2	0,4				1	6,6		3	8,9	4,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes sans fruit	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	25,8	3,7	5	25,5	3,6	-0,3	-1%	3	27,4	4,2	4	24,6	3,4				1	29,0	
Marques nationales	1	28,7		4	21,3	9,3	-7,5	-26%	1	28,7								4	21,3	9,3
Marques de distributeurs	3	18,8	4,7	2	20,3	5,7	+1,4	+8%	1	16,0		2	20,3	5,7						
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	27,8	0,4	1	17,0		-10,8	-39%	2	27,8	0,4							1	17,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries de type flan	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	7,8	1,1	9	8,9	1,9	+1,1	+15%	1	6,4		6	8,0	1,0				3	10,8	2,1
Marques nationales				3	11,6	5,5												3	11,6	5,5
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	10,6		1	11,1		+0,5	+5%	1	10,6								1	11,1	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gallettes des rois	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	23,1	4,7	14	25,2	4,0	+2,1	+9%	2	20,8	5,1	4	24,7	4,5	3	23,0	6,1	7	26,5	3,0
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Profiteroles	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	14,8	1,9	2	15,2	2,5	+0,4	+2%	1	14,1		1	13,4		1	17,0				
Marques nationales	1	16,4		1	16,4		+0,0	+0%				1	16,4							
Marques de distributeurs	6	13,0	1,5	6	13,2	1,5	+0,2	+2%				5	13,1	1,6	1	14,0				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	12,6	2,1	2	11,6	2,0	-1,0	-8%	1	14,1		1	10,2		1	13,0				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries a base de pate a choux autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	17	21,6	5,6	18	23,1	3,7	+1,5	+7%	6	18,5	6,5	3	20,9	6,1	8	24,3	3,2	7	22,7	3,2
Marques nationales				1	22,2													1	22,2	
Marques de distributeurs	2	25,8	2,5	1	27,6		+1,8	+7%	1	24,0		1	27,6							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	26,4	0,7	1	29,0		+2,6	+10%	2	26,4	0,7							1	29,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	27,2	3,8	20	27,0	3,9	-0,2	-1%	2	29,0	5,2	10	26,8	4,1	6	27,4	3,5	4	26,9	5,2
Marques nationales	2	22,5	2,6	5	24,5	2,5	+2,1	+9%						2	24,3	1,1	3	24,7	3,4	
Marques de distributeurs	21	26,6	4,6	18	25,9	4,6	-0,7	-3%	5	26,2	3,0	8	26,1	4,8	8	26,0	5,0	2	24,5	3,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	28,2	3,5	5	26,7	3,9	-1,5	-5%	2	25,9	1,2	2	26,5	4,9	3	26,8	4,3			

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	22,7	8,4	15	21,1	8,3	-1,6	-7%	7	27,6	6,6	2	14,6	0,6	4	18,3	8,8	9	23,8	8,4
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	25,0		1	14,0		-11,0	-44%	1	25,0								1	14,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cheesecakes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	22,1	1,9	5	21,9	1,9	-0,2	-1%	2	23,1	3,0				3	21,2	1,0	2	23,1	2,9
Marques nationales				1	26,0													1	26,0	
Marques de distributeurs	2	22,5	3,5	3	22,0	2,6	-0,5	-2%	1	20,0		1	24,9					2	20,5	0,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tiramisus	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	12,9	3,8	6	13,7	3,2	+0,8	+6%	1	7,6		2	13,6	0,1	4	13,8	4,1			
Marques nationales	1	22,2							1	22,2										
Marques de distributeurs	1	11,0		1	11,0		+0,0	+0%				1	11,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries aux fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	30	14,0	4,4	38	14,6	4,5	+0,6	+4%	10	15,0	5,5	9	14,6	3,3	11	13,0	4,4	18	15,7	5,0
Marques nationales	3	15,1	5,6	6	15,9	5,5	+0,8	+5%	1	12,3					2	15,5	4,9	4	16,0	6,5
Marques de distributeurs	8	14,4	3,2	4	16,4	3,6	+2,0	+14%	5	14,1	3,7	1	16,0		2	15,8	6,0	1	18,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	14,4	5,8	7	15,3	7,7	+0,9	+6%	3	12,8	5,6	1	23,8		2	10,5	2,9	4	15,6	8,7

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	35	24,6	4,7	39	24,7	4,9	+0,1	+0,4%	20	23,4	5,3	7	25,8	4,5	8	26,3	2,1	24	23,8	5,6
Marques nationales	2	25,6	2,0	6	25,2	4,0	-0,4	-1%							2	23,5	0,7	4	26,1	4,8
Marques de distributeurs	25	26,1	4,2	18	26,3	4,1	+0,1	+1%	9	25,7	4,3	11	27,1	4,0	4	25,1	5,2	3	24,7	3,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	20,4	12,9	4	21,2	8,5	+0,8	+4%	1	6,5		1	32,0		1	22,4		2	15,2	5,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres gateaux	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	13,6	7,5	17	14,7	7,1	+1,0	+8%				6	13,9	8,8	7	13,7	6,9	4	17,5	5,5
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	2,5		3	9,5	10,8	+7,0	+281%				1	2,5					2	13,1	12,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	15,1		1	10,0		-5,1	-34%	1	15,1								1	10,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres desserts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	19,5	2,9	6	17,6	6,2	-1,9	-10%	2	20,7	1,2	3	19,0	4,4	1	19,0		2	14,9	11,5
Marques nationales				1	24,0													1	24,0	
Marques de distributeurs	1	12,1							1	12,1										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de mignardises	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	24,6	5,0	14	25,8	4,5	+1,2	+5%	7	24,0	5,8	3	23,3	1,0	2	27,5	2,1	9	26,3	5,3
Marques nationales				1	19,0													1	19,0	
Marques de distributeurs	6	20,2	4,1	9	21,0	3,0	+0,8	+4%	2	19,4	3,4	3	22,4	3,8	2	18,4	2,3	4	21,2	2,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	19,1		1	19,1		+0,0	+0%				1	19,1							

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Annexe 6 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en acides gras saturés pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution pour les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre, Brioches autres, Crêpes/pancakes/gaufres, Macarons, Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Profiteroles, Pâtisseries à base de pâte à choux autres, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux, Autres desserts, Assortiments de mignardises.

Croissants	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	13,2	1,7	8	13,7	1,2	+0,6	+4%				5	13,6	1,4	1	12,6		2	14,5	0,7
Marques nationales	1	0,2		2	10,1	4,8	+9,9	+4108%	1	0,2								2	10,1	4,8
Marques de distributeurs	9	14,4	1,2	10	14,3	1,3	-0,1	-1%	1	15,0		5	14,9	1,0	3	14,0	1,8	2	13,2	0,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	14,5	2,6	3	14,0	1,1	-0,5	-3%	2	15,5	2,9				1	15,3		2	13,4	0,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains au chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	11,8	1,7	8	12,1	2,2	+0,3	+3%				6	11,8	1,7				2	13,0	4,2
Marques nationales				1	7,4													1	7,4	
Marques de distributeurs	9	13,0	1,4	9	13,8	1,1	+0,8	+6%	1	11,0		3	14,0	1,1	5	13,9	1,2	1	13,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	11,9	2,3	3	14,1	1,0	+2,2	+18%	2	11,4	3,0				1	15,3		2	13,6	0,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	9,9	3,7	4	7,9	0,4	-2,0	-20%	1	14,2		2	7,8	0,7				2	8,0	0,1
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	4	11,1	4,0	5	11,9	4,4	+0,8	+7%	2	10,4	5,1	2	11,9	4,5				3	11,9	5,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	8,8													1	8,8	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Beignets et donuts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	7,5	3,9	13	8,6	4,2	+1,1	+14%				7	9,7	1,9	3	2,1	0,7	3	12,4	2,8
Marques nationales				1	1,2													1	1,2	
Marques de distributeurs	1	11,0							1	11,0										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	1,9	0,9						3	1,9	0,9									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche nature ou au sucre	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	9,6	2,0	11	9,0	1,0	-0,5	-6%	2	11,9	3,7	5	8,6	1,1	4	9,3	0,7	2	9,6	1,3
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	7,6	2,3	11	7,9	1,9	+0,3	+4%				5	8,0	1,3	5	7,8	2,7	1	8,2	
Marques nationales				1	7,5													1	7,5	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, pancakes, gaufres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	4,7	3,7	11	5,0	3,6	+0,3	+6%	2	2,1	1,1	7	4,0	2,0	2	9,6	6,3	2	4,1	3,8
Marques nationales	2	1,4	0,1	13	2,0	1,2	+0,7	+49%	1	1,3		1	1,4		1	1,4		11	2,1	1,3
Marques de distributeurs	1	14,3		2	8,3	8,5	-6,0	-42%				1	14,3					1	2,3	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Macarons	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	7,4	3,5	20	6,6	3,2	-0,8	-11%	6	7,7	4,5	8	8,8	2,2	4	4,6	2,7	8	5,4	3,2
Marques nationales	3	3,5	1,9	2	5,3	0,5	+1,7	+49%	3	3,5	1,9	1	5,6					1	4,9	
Marques de distributeurs	14	5,5	1,8	13	4,8	1,0	-0,7	-13%	3	5,3	3,5	7	4,9	1,1	4	4,9	1,0	2	4,2	1,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	4,7	1,7	4	4,4	0,4	-0,3	-6%	4	5,2	1,8				2	4,4	0,6	2	4,5	0,4

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes au citron	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	9,9	3,2	10	10,2	2,7	+0,3	+3%				6	10,4	1,6	3	9,5	5,1	1	11,0	
Marques nationales	2	8,8	1,6	4	9,5	1,9	+0,8	+9%	1	9,9					1	7,5		3	10,2	1,7
Marques de distributeurs	8	7,8	2,4	5	6,8	1,8	-1,0	-13%	4	9,0	2,3	2	5,8	0,1	2	7,3	3,0	1	7,8	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	12,0		3	10,3	4,1	-1,7	-14%				1	12,0					2	9,5	5,4

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux pommes et assimilés	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	6,2	1,9	22	6,4	2,4	+0,2	+3%				9	6,1	2,2	9	6,4	1,7	4	7,2	4,4
Marques nationales	7	5,1	1,0	6	6,3	1,1	+1,2	+24%	3	4,8	0,9				4	5,8	0,4	2	7,4	1,6
Marques de distributeurs	11	5,8	1,2	8	5,9	0,7	+0,1	+1%	5	5,3	1,3	4	5,8	0,8	2	6,0	1,4	2	6,0	0,1
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	5,7		1	4,4		-1,3	-23%	1	5,7		1	4,4							
Hard discount	5	6,9	2,4	4	5,5	1,1	-1,4	-20%	3	8,0	2,4	1	4,4		1	5,3		2	6,2	1,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes autres fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	16	5,9	2,1	20	6,0	2,1	+0,1	+2%	1	4,3		9	5,7	1,9	6	7,1	2,6	5	5,3	1,4
Marques nationales	5	6,6	2,1	6	5,0	1,6	-1,6	-24%	3	6,8	2,6	1	4,9		1	7,5		4	4,4	1,4
Marques de distributeurs	9	4,8	1,6	9	4,6	1,4	-0,2	-3%	4	5,7	2,2	5	4,1	0,2				4	5,3	2,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	4,2	0,2	4	5,0	1,6	+0,8	+19%	3	4,3	0,2				1	4,2		3	5,3	1,9

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes sans fruit	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	15,1	2,6	5	16,2	4,1	+1,1	+8%	3	15,1	0,8	4	15,0	3,6				1	21,0	
Marques nationales	1	18,1		4	11,6	6,0	-6,6	-36%	1	18,1								4	11,6	6,0
Marques de distributeurs	3	11,8	2,1	2	12,3	2,8	+0,4	+4%	1	11,0		2	12,3	2,8						
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	17,0	1,2	1	10,0		-7,0	-41%	2	17,0	1,2							1	10,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries de type flan	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	5,1	0,9	9	5,5	1,0	+0,4	+7%	1	4,0		6	5,3	0,9				3	5,8	1,5
Marques nationales				3	5,4	0,9												3	5,4	0,9
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	6,9		1	6,9		+0,0	+0%	1	6,9								1	6,9	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Galette des rois	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	13,8	2,4	14	14,4	2,0	+0,7	+5%	2	13,0	1,9	4	14,9	2,2	3	13,0	2,6	7	14,8	1,6
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Profiteroles	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	8,1	1,8	2	9,1	1,3	+0,9	+11%	1	6,4		1	8,1		1	10,0				
Marques nationales	1	8,2		1	8,2		+0,0	+0%				1	8,2							
Marques de distributeurs	6	7,5	0,9	6	7,4	1,1	-0,1	-1%				5	7,6	0,9	1	6,0				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	7,1	1,2	2	6,8	1,5	-0,4	-5%	1	7,8		1	5,7		1	7,8				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries a base de pate a choux autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	17	12,5	2,8	18	13,3	2,5	+0,8	+7%	6	11,2	2,6	3	11,8	4,2	8	13,6	2,1	7	13,6	2,2
Marques nationales				1	9,5													1	9,5	
Marques de distributeurs	2	16,4	0,6	1	16,8		+0,4	+2%	1	16,0		1	16,8							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	11,6	0,1	1	17,0		+5,4	+47%	2	11,6	0,1							1	17,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	15,8	4,8	20	16,0	4,7	+0,1	+1%	2	9,7	3,9	10	16,8	5,1	6	16,1	3,0	4	13,8	5,9
Marques nationales	2	14,8	1,4	5	13,6	2,9	-1,2	-8%						2	14,8	0,4	3	12,8	3,9	
Marques de distributeurs	21	16,3	3,3	18	15,9	3,6	-0,4	-2%	5	15,5	3,1	8	17,7	4,1	8	14,3	2,7	2	15,0	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	5	17,5	3,8	5	16,5	3,8	-0,9	-5%	2	16,5	0,7	2	15,0	1,3	3	17,6	4,9			

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	10,5	4,3	15	11,3	6,7	+0,8	+7%	7	11,2	3,8	2	8,8	0,4	4	10,2	6,6	9	12,4	7,7
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	17,0		1	8,2		-8,8	-52%	1	17,0								1	8,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cheesecakes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	13,1	0,6	5	13,4	1,1	+0,3	+2%	2	12,9	0,2				3	13,0	0,9	2	14,1	1,5
Marques nationales				1	11,0													1	11,0	
Marques de distributeurs	2	13,0	1,5	3	12,6	0,6	-0,3	-2%	1	14,0		1	11,9					2	13,0	0,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tiramisus	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	8,6	2,6	6	9,0	2,6	+0,4	+5%	1	6,3		2	8,9	2,1	4	9,1	3,2			
Marques nationales	1	18,1							1	18,1										
Marques de distributeurs	1	8,5		1	8,5		+0,0	+0%				1	8,5							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries aux fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	30	8,6	2,9	38	8,8	2,8	+0,1	+2%	10	9,4	3,9	9	8,7	1,9	11	7,8	2,5	18	9,4	3,3
Marques nationales	3	7,3	0,5	6	7,3	3,7	+0,03	+0,5%	1	6,8					2	3,9	2,8	4	9,1	3,0
Marques de distributeurs	8	8,5	1,8	4	8,4	1,4	-0,1	-1%	5	8,5	2,0	1	8,9		2	8,2	2,4	1	8,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	7,8	2,5	7	8,5	3,5	+0,7	+9%	3	7,0	2,8	1	11,5		2	6,0	1,5	4	9,1	4,0

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	35	13,8	3,1	39	13,6	3,0	-0,2	-1%	20	13,2	3,1	7	14,4	2,4	8	14,4	3,8	24	13,1	2,9
Marques nationales	2	9,6	1,3	6	12,2	2,7	+2,6	+27%							2	9,0	0,6	4	13,8	1,3
Marques de distributeurs	24	13,4	2,9	18	11,7	2,7	-1,7	-13%	9	13,5	2,8	11	12,3	2,0	4	10,7	3,9	3	10,9	4,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	8,4	5,1	4	10,4	3,5	+1,9	+23%	1	3,4		1	13,6		1	7,3		2	10,3	4,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres gateaux	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	8,5	4,6	17	8,7	4,7	+0,2	+2%				6	7,8	4,4	7	9,0	5,0	4	9,7	5,6
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	2,0		3	3,6	4,1	+1,6	+82%				1	2,0					2	4,5	5,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	10,5		1	6,7		-3,8	-36%	1	10,5								1	6,7	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres desserts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	12,8	2,5	6	11,3	4,8	-1,5	-11%	2	14,1	0,1	3	12,5	3,6	1	11,0		2	9,7	9,0
Marques nationales				1	13,0													1	13,0	
Marques de distributeurs	1	6,4							1	6,4										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de mignardises	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	12,9	2,0	14	14,0	2,4	+1,1	+8%	7	12,4	2,2	3	13,4	2,3	2	13,5	2,1	9	14,3	2,7
Marques nationales				1	11,0													1	11,0	
Marques de distributeurs	6	11,7	2,1	9	11,7	2,5	+0,02	+0,1%	2	12,0	1,3	3	12,3	2,4	2	9,9	0,4	4	12,2	3,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	10,2		1	10,2		+0,0	+0%				1	10,2							

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

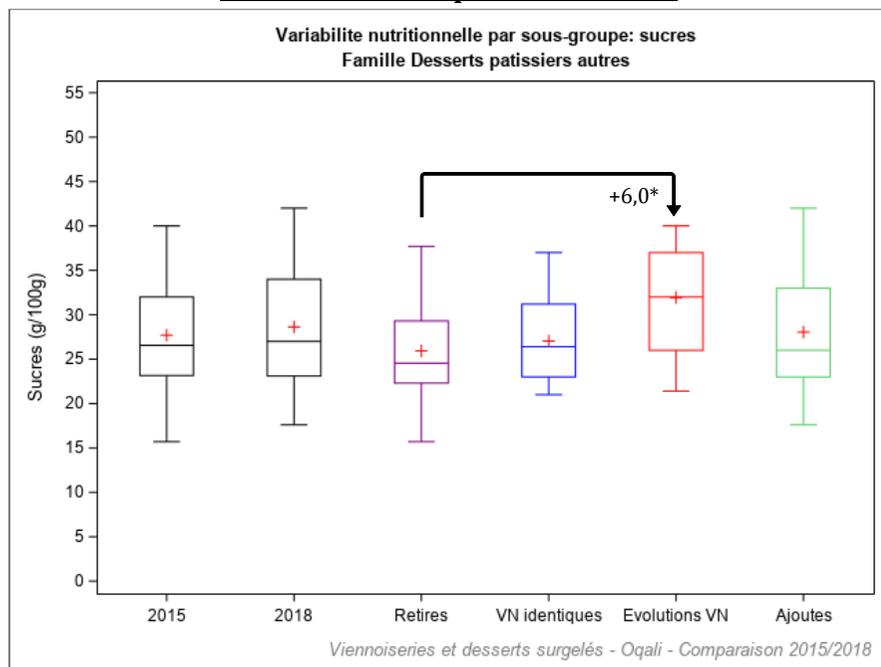
³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Annexe 7 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

Les figures présentées dans cette annexe correspondent aux familles présentant une évolution significative pour au moins un sous-groupe étudié sans qu'une évolution significative ne soit observée à l'échelle de la famille, pour le nutriment d'intérêt.

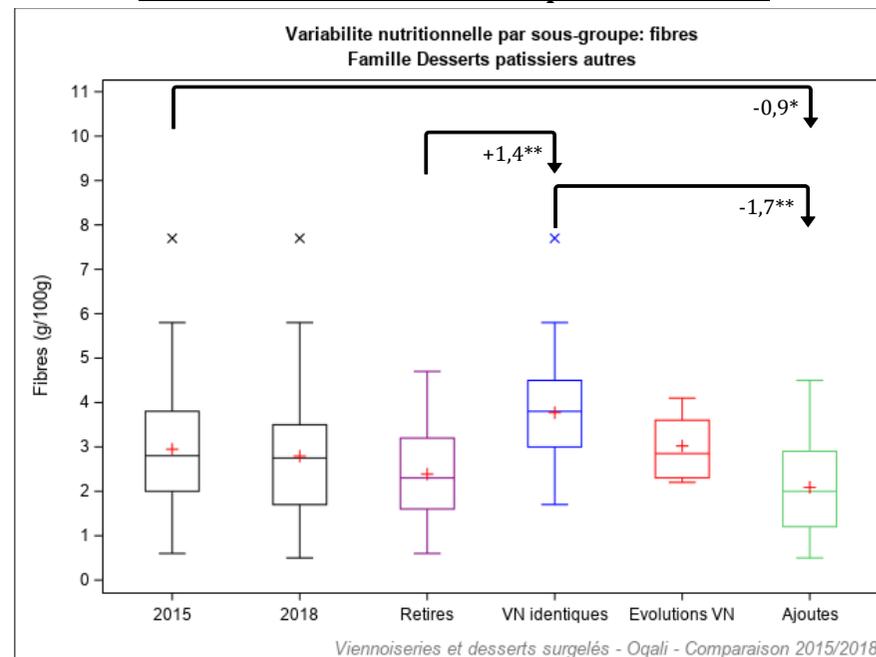
Sucres : Desserts pâtisseries autres



Legende	Definition
2015	Offre captée par l'Oqali en 2015 (n=64)
2018	Offre captée par l'Oqali en 2018 (n=67)
Retires	Produits retirés entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018 (n=30)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2015 et 2018 (n=19)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (n=15)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015 (n=33)

Effet année: * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001
Ligne grisée : effectif de 0, 1 ou 2

Fibres alimentaires : Desserts pâtisseries autres



Legende	Definition
2015	Offre captée par l'Oqali en 2015 (n=59)
2018	Offre captée par l'Oqali en 2018 (n=54)
Retires	Produits retirés entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018 (n=29)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2015 et 2018 (n=17)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (n=10)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015 (n=27)

Effet année: * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001
Ligne grisée : effectif de 0, 1 ou 2

Annexe 8 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution pour les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre, Brioches autres, Crêpes/pancakes/gaufres, Macarons, Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Eclairs, Profiteroles, Pâtisseries à base de pâte à choux autres, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux, Autres desserts, Assortiments de mignardises.

Croissants Sucres (g/100g)	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	6	6,4	1,6	8	6,0	1,6	-0,4	-6%				5	6,4	1,8	1	4,2		2	6,0	1,6
Marques nationales	1	6,4		2	6,2	1,4	-0,1	-2%	1	6,4								2	6,2	1,4
Marques de distributeurs	9	5,1	0,7	10	5,2	0,6	+0,2	+3%	1	3,9		5	5,2	0,7	3	5,2	0,4	2	5,4	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	6,0	1,3	3	5,2	0,5	-0,9	-14%	2	6,3	1,7				1	5,7		2	4,9	0,3

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains au chocolat Sucres (g/100g)	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	6	11,3	2,7	8	12,2	3,0	+0,9	+8%				6	11,3	2,7				2	15,0	2,8
Marques nationales				1	10,0													1	10,0	
Marques de distributeurs	9	10,8	1,5	9	11,1	1,1	+0,3	+3%	1	7,7		3	11,3	1,1	5	11,2	1,2	1	9,9	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	9,8	0,8	3	10,5	0,6	+0,7	+7%	2	9,5	0,8				1	11,2		2	10,2	0,1

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries Sucres (g/100g)	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	3	13,4	5,3	4	15,9	1,7	+2,5	+18%	1	7,5		2	16,4	1,8				2	15,4	2,3
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	4	16,1	4,7	5	14,7	3,9	-1,4	-9%	2	18,0	2,8	2	14,3	6,7				3	15,0	2,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	18,4													1	18,4	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Beignets et donuts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	17,2	7,9	13	17,2	7,1	-0,02	-0,1%				7	17,9	9,3	3	16,3	3,8	3	16,4	4,5
Marques nationales				1	12,0													1	12,0	
Marques de distributeurs	1	12,0							1	12,0										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	14,1	1,6						3	14,1	1,6									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche nature ou au sucre	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	11,0	4,8	11	11,4	4,5	+0,4	+4%	2	10,7	4,0	5	11,8	6,1	4	10,4	3,7	2	12,5	0,7
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	20,5	6,8	11	19,8	4,3	-0,7	-3%				5	18,9	5,5	5	20,5	3,7	1	21,0	
Marques nationales				1	21,8													1	21,8	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, pancakes, gaufres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	14,5	8,7	11	15,1	10,3	+0,6	+4%	2	12,3	8,1	7	15,6	8,8	2	13,1	14,1	2	15,5	20,0
Marques nationales	2	3,5	3,8	13	8,5	4,7	+5,0	+142%	1	0,8		1	18,0		1	6,2		11	7,8	4,0
Marques de distributeurs	1	23,5		2	20,3	4,6	-3,3	-14%				1	23,5					1	17,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Macarons	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	46,9	6,1	20	48,0	5,7	+1,0	+2%	6	47,1	8,1	8	43,9	2,8	4	50,0	6,6	8	51,0	5,5
Marques nationales	3	41,5	1,7	2	51,0	2,8	+9,5	+23%	3	41,5	1,7	1	49,0					1	53,0	
Marques de distributeurs	14	50,7	5,0	13	51,9	2,9	+1,3	+3%	3	48,5	8,3	7	51,7	3,4	4	52,9	2,0	2	50,6	3,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	45,5	9,1	4	50,5	5,2	+4,9	+11%	4	48,5	3,6				2	50,1	5,7	2	50,9	6,9

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes au citron	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	27,0	4,1	10	28,3	5,4	+1,3	+5%				6	24,8	2,9	3	34,2	3,9	1	32,0	
Marques nationales	2	28,4	8,5	4	31,1	6,6	+2,7	+9%	1	22,4					1	39,6		3	28,2	4,2
Marques de distributeurs	8	33,2	7,9	5	36,5	3,9	+3,2	+10%	4	30,6	9,0	2	38,3	0,4	2	36,4	6,5	1	33,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	24,0		3	27,3	10,0	+3,3	+14%				1	24,0					2	28,9	13,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux pommes et assimilés	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	19,2	6,1	22	19,2	5,8	+0,01	+0,04%				9	18,6	6,2	9	21,4	5,6	4	15,8	4,3
Marques nationales	7	18,6	4,9	6	17,7	7,3	-0,9	-5%	3	15,8	3,3				4	22,0	3,7	2	9,1	2,7
Marques de distributeurs	11	22,4	2,3	8	22,2	0,9	-0,2	-1%	5	22,2	1,8	4	22,1	1,0	2	22,9	0,0	2	21,8	1,1
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	18,0		1	20,6		+2,6	+14%	1	18,0		1	20,6							
Hard discount	5	18,0	5,6	4	21,2	3,0	+3,2	+18%	3	16,4	7,3	1	20,6		1	21,2		2	21,4	5,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes autres fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	16	21,3	4,1	20	20,8	3,3	-0,5	-2%	1	22,0		9	20,9	3,3	6	21,2	4,6	5	20,2	1,9
Marques nationales	5	20,1	3,6	6	21,3	3,7	+1,2	+6%	3	20,3	4,9	1	21,4		1	21,0		4	21,4	4,7
Marques de distributeurs	9	23,0	3,3	9	23,6	4,1	+0,6	+3%	4	22,9	3,6	5	23,1	3,5				4	24,3	5,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	23,2	2,0	4	22,1	2,9	-1,1	-5%	3	22,4	1,6				1	21,6		3	22,2	3,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes sans fruit	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	27,0	4,0	5	27,6	4,6	+0,6	+2%	3	26,3	2,4	4	27,5	5,3				1	28,0	
Marques nationales	1	27,8		4	26,0	7,4	-1,8	-6%	1	27,8								4	26,0	7,4
Marques de distributeurs	3	22,2	2,6	2	23,3	2,5	+1,1	+5%	1	20,0		2	23,3	2,5						
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	22,6	3,5	1	26,0		+3,4	+15%	2	22,6	3,5							1	26,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries de type flan	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	18,9	4,5	9	19,9	3,6	+1,0	+5%	1	13,4		6	19,8	4,1				3	20,0	3,0
Marques nationales				3	16,8	4,9												3	16,8	4,9
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	24,9		1	24,0		-0,9	-4%	1	24,9								1	24,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gallettes des rois	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	9,0	2,6	14	9,7	2,6	+0,7	+8%	2	8,0	3,2	4	8,5	2,9	3	10,3	2,1	7	10,2	2,7
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Eclairs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	20,5	3,4	13	20,9	3,1	+0,4	+2%	1	14,7		6	20,0	3,1	3	22,0	1,7	4	21,4	4,2
Marques nationales	5	20,7	2,7	2	26,0	7,1	+5,3	+26%	5	20,7	2,7	1	31,0					1	21,0	
Marques de distributeurs	11	22,2	2,2	7	22,3	3,2	+0,2	+1%	5	23,0	2,7	3	22,3	0,9	3	20,4	3,0	1	28,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	18,0							1	18,0										
Hard discount	5	28,4	3,9	2	23,0	4,2	-5,4	-19%	5	28,4	3,9							2	23,0	4,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Profiteroles	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	18,9	2,5	2	18,0	0,0	-0,9	-5%	1	21,7		1	18,0		1	18,0				
Marques nationales	1	16,6		1	16,6		+0,0	+0%				1	16,6							
Marques de distributeurs	6	20,8	2,8	6	21,2	2,6	+0,4	+2%				5	21,2	2,9	1	21,0				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	24,1	4,9	2	25,4	6,2	+1,3	+5%	1	21,3		1	29,8		1	21,0				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries a base de pate a choux autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	17	17,4	7,4	18	17,6	6,4	+0,3	+2%	6	20,5	6,8	3	23,4	10,4	8	14,5	2,6	7	18,8	6,3
Marques nationales				1	18,0													1	18,0	
Marques de distributeurs	2	17,0	5,7	1	21,0		+4,0	+24%	1	13,0		1	21,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	14,8	0,6	1	12,0		-2,8	-19%	2	14,8	0,6							1	12,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	29,8	3,7	20	30,4	3,5	+0,7	+2%	2	28,0	6,9	10	29,6	3,5	6	30,8	3,7	4	31,9	3,7
Marques nationales	2	30,6	1,1	5	33,8	3,4	+3,3	+11%							2	32,2	4,5	3	34,9	3,0
Marques de distributeurs	21	32,3	4,1	18	33,5	4,1	+1,2	+4%	5	31,2	4,6	8	32,7	4,9	8	34,7	3,4	2	32,0	4,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	5	29,6	3,8	5	32,5	3,6	+2,9	+10%	2	26,7	1,6	2	30,0	1,4	3	34,1	3,8			

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	28,8	6,0	15	28,1	4,4	-0,7	-3%	7	27,4	6,9	2	25,5	0,2	4	32,1	4,1	9	26,9	4,0
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	29,0		1	32,0		+3,0	+10%	1	29,0								1	32,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cheesecakes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	25,7	2,4	5	24,0	4,7	-1,6	-6%	2	24,9	4,5				3	26,5	0,5	2	20,4	6,6
Marques nationales				1	10,0													1	10,0	
Marques de distributeurs	2	21,8	2,5	3	21,8	1,8	+0,1	+0,4%	1	20,0		1	23,5					2	21,0	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tiramisus	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	20,7	3,3	6	20,0	3,4	-0,7	-3%	1	24,1		2	21,3	2,1	4	19,4	4,1			
Marques nationales	1	19,2							1	19,2										
Marques de distributeurs	1	26,0		1	26,0		+0,0	+0%				1	26,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries aux fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	30	22,5	4,5	38	24,4	7,8	+1,9	+9%	10	20,0	5,4	9	23,3	4,3	11	23,8	3,2	18	25,3	10,8
Marques nationales	3	23,6	4,5	6	24,0	3,0	+0,4	+2%	1	19,4					2	26,0	2,8	4	23,0	3,0
Marques de distributeurs	8	21,8	2,7	4	20,9	2,9	-0,9	-4%	5	22,6	2,1	1	20,0		2	19,2	1,1	1	25,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	18,9	3,9	7	20,6	3,3	+1,7	+9%	3	21,4	2,7	1	19,3		2	22,0	2,9	4	20,2	4,2

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	35	28,4	5,8	39	28,8	6,3	+0,4	+2%	20	26,5	5,3	7	29,4	5,5	8	33,0	5,7	24	27,3	6,2
Marques nationales	2	29,5	3,9	6	27,6	3,5	-1,9	-6%							2	29,5	3,5	4	26,6	3,6
Marques de distributeurs	24	26,6	5,8	18	28,6	6,5	+2,0	+8%	9	25,1	6,0	11	25,9	4,7	4	29,9	8,6	3	36,7	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	27,5	7,5	4	28,6	7,6	+1,0	+4%	1	23,3		1	23,1		1	36,7		2	27,2	8,6

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres gateaux	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	26,9	10,3	17	27,1	8,1	+0,1	+1%				6	29,7	11,3	7	24,9	6,0	4	27,0	6,0
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	47,3		3	42,1	5,2	-5,2	-11%				1	47,3					2	39,5	3,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	22,8		1	23,0		+0,2	+1%	1	22,8								1	23,0	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres desserts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	18,9	3,7	6	16,2	5,8	-2,7	-14%	2	22,8	1,1	3	16,6	3,1	1	18,0		2	14,6	11,9
Marques nationales				1	20,0													1	20,0	
Marques de distributeurs	1	19,4							1	19,4										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de mignardises	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	24,6	3,4	14	25,3	3,9	+0,7	+3%	7	25,7	3,7	3	23,1	1,4	2	24,0	5,7	9	26,3	4,2
Marques nationales				1	32,0													1	32,0	
Marques de distributeurs	6	24,8	2,5	9	26,7	4,2	+2,0	+8%	2	22,7	1,9	3	25,4	2,6	2	29,0	1,5	4	26,6	6,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	28,0		1	28,0		+0,0	+0%				1	28,0							

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Annexe 9 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sel pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution pour les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre, Brioches autres, Crêpes/pancakes/gaufres, Macarons, Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Profiteroles, Pâtisseries à base de pâte à choux autres, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux, Autres desserts, Assortiments de mignardises.

Croissants	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	0,95	0,04	8	0,94	0,04	-0,01	-1%				5	0,94	0,04	1	0,92		2	0,95	0,08
Marques nationales	1	0,96		2	0,83	0,02	-0,14	-14%	1	0,96								2	0,83	0,02
Marques de distributeurs	9	0,95	0,17	10	0,96	0,10	+0,01	+1%	1	1,00		5	0,99	0,13	3	0,95	0,09	2	0,92	0,06
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	1,11	0,31	3	0,93	0,12	-0,18	-17%	2	1,16	0,42				1	1,06		2	0,86	0,01

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains au chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	0,84	0,05	8	0,82	0,11	-0,02	-3%				6	0,84	0,05				2	0,75	0,25
Marques nationales				1	0,88													1	0,88	
Marques de distributeurs	9	0,84	0,13	9	0,86	0,07	+0,02	+3%	1	0,56		3	0,91	0,07	5	0,82	0,06	1	0,88	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,78	0,14	3	0,83	0,10	+0,06	+7%	2	0,71	0,09				1	0,95		2	0,78	0,01

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	0,74	0,12	4	0,66	0,05	-0,08	-11%	1	0,88		2	0,67	0,03				2	0,65	0,08
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	4	0,86	0,09	5	0,88	0,20	+0,02	+2%	2	0,87	0,04	2	0,85	0,16				3	0,90	0,26
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	0,74													1	0,74	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Beignets et donuts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	0,78	0,26	13	0,76	0,23	-0,02	-2%				7	0,80	0,32	3	0,73	0,03	3	0,72	0,13
Marques nationales				1	0,69													1	0,69	
Marques de distributeurs	1	1,10							1	1,10										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,56	0,28						3	0,56	0,28									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche nature ou au sucre	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	0,98	0,28	11	0,99	0,28	+0,01	+1%	2	0,97	0,18	5	0,93	0,40	4	1,05	0,19	2	1,05	0,07
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	0,65	0,23	11	0,68	0,21	+0,03	+4%				5	0,58	0,13	5	0,77	0,27	1	0,69	
Marques nationales				1	0,34													1	0,34	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes_pancakes_gaufres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	0,62	0,29	11	0,68	0,28	+0,06	+10%	2	0,48	0,37	7	0,61	0,31	2	0,83	0,09	2	0,77	0,29
Marques nationales	2	0,75	0,35	13	0,72	0,42	-0,03	-4%	1	0,50		1	0,90		1	1,00		11	0,68	0,45
Marques de distributeurs	1	0,63		2	0,71	0,11	+0,08	+13%				1	0,63					1	0,79	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Macarons	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	0,14	0,06	20	0,14	0,07	+0,002	+1%	6	0,13	0,06	8	0,12	0,05	4	0,18	0,08	8	0,14	0,08
Marques nationales	3	0,15	0,03	2	0,17	0,10	+0,02	+11%	3	0,15	0,03	1	0,24					1	0,10	
Marques de distributeurs	14	0,15	0,04	13	0,16	0,04	+0,01	+7%	3	0,12	0,02	7	0,16	0,04	4	0,15	0,02	2	0,16	0,06
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	0,18	0,06	4	0,14	0,05	-0,04	-22%	4	0,19	0,06				2	0,15	0,07	2	0,13	0,04

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes au citron	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	0,23	0,12	10	0,24	0,10	+0,01	+3%				6	0,23	0,12	3	0,25	0,09	1	0,30	
Marques nationales	2	0,37	0,02	4	0,25	0,13	-0,12	-33%	1	0,35					1	0,29		3	0,23	0,16
Marques de distributeurs	8	0,23	0,08	5	0,22	0,09	-0,01	-5%	4	0,22	0,08	2	0,30	0,005	2	0,19	0,10	1	0,11	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,22		3	0,27	0,05	+0,05	+24%				1	0,22					2	0,30	0,00

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux pommes et assimilés	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	0,26	0,18	22	0,28	0,20	+0,02	+7%				9	0,23	0,14	9	0,30	0,25	4	0,33	0,21
Marques nationales	7	0,16	0,11	6	0,40	0,36	+0,25	+159%	3	0,11	0,09				4	0,18	0,12	2	0,86	0,09
Marques de distributeurs	11	0,16	0,06	8	0,19	0,05	+0,03	+22%	5	0,13	0,06	4	0,19	0,05	2	0,17	0,07	2	0,22	0,08
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	0,27		1	0,31		+0,04	+15%	1	0,27		1	0,31							
Hard discount	5	0,27	0,14	4	0,17	0,12	-0,11	-40%	3	0,29	0,18	1	0,31		1	0,15		2	0,10	0,11

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes autres fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	16	0,23	0,08	20	0,23	0,08	+0,003	+1%	1	0,21		9	0,23	0,07	6	0,21	0,11	5	0,26	0,08
Marques nationales	5	0,20	0,12	6	0,23	0,04	+0,03	+13%	3	0,16	0,15	1	0,23		1	0,28		4	0,22	0,04
Marques de distributeurs	9	0,29	0,11	9	0,24	0,08	-0,05	-16%	4	0,34	0,12	5	0,25	0,10				4	0,24	0,07
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	0,26	0,05	4	0,24	0,06	-0,02	-9%	3	0,26	0,06				1	0,29		3	0,22	0,07

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes sans fruit	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	0,32	0,18	5	0,34	0,20	+0,01	+4%	3	0,30	0,12	4	0,35	0,23				1	0,31	
Marques nationales	1	0,34		4	0,24	0,22	-0,10	-29%	1	0,34								4	0,24	0,22
Marques de distributeurs	3	0,32	0,03	2	0,31	0,03	-0,01	-4%	1	0,35		2	0,31	0,03						
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	0,30	0,04	1	0,32		+0,02	+7%	2	0,30	0,04							1	0,32	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries de type flan	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	0,21	0,08	9	0,26	0,15	+0,05	+25%	1	0,07		6	0,24	0,05				3	0,32	0,29
Marques nationales				3	0,46	0,29												3	0,46	0,29
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,18		1	0,21		+0,03	+17%	1	0,18								1	0,21	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gallettes des rois	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	0,66	0,05	14	0,64	0,07	-0,02	-3%	2	0,61	0,03	4	0,68	0,04	3	0,66	0,06	7	0,60	0,07
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Profiteroles	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	0,26	0,08	2	0,29	0,07	+0,03	+13%	1	0,18		1	0,34		1	0,24				
Marques nationales	1	0,36		1	0,36		+0,00	+0%				1	0,36							
Marques de distributeurs	6	0,30	0,09	6	0,30	0,09	-0,002	-1%				5	0,28	0,08	1	0,40				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,31	0,12	2	0,38	0,01	+0,07	+21%	1	0,18		1	0,37		1	0,39				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries a base de pate a choux autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	17	0,26	0,07	18	0,30	0,19	+0,04	+16%	6	0,21	0,09	3	0,33	0,02	8	0,29	0,06	7	0,31	0,30
Marques nationales				1	0,12													1	0,12	
Marques de distributeurs	2	0,36	0,12	1	0,44		+0,09	+24%	1	0,27		1	0,44							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	0,36	0,18	1	0,22		-0,14	-38%	2	0,36	0,18							1	0,22	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	0,42	0,40	20	0,23	0,22	-0,19	-45%	2	0,75	0,02	10	0,29	0,29	6	0,19	0,11	4	0,15	0,08
Marques nationales	2	0,12	0,00	5	0,15	0,06	+0,03	+25%							2	0,11	0,01	3	0,18	0,08
Marques de distributeurs	21	0,20	0,21	18	0,20	0,22	-0,005	-2%	5	0,18	0,09	8	0,24	0,32	8	0,17	0,10	2	0,14	0,01
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	5	0,10	0,08	5	0,12	0,05	+0,02	+22%	2	0,09	0,02	2	0,10	0,01	3	0,14	0,06			

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	0,29	0,30	15	0,31	0,26	+0,03	+10%	7	0,37	0,39	2	0,20	0,04	4	0,18	0,14	9	0,40	0,30
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	0,40		1	0,19		-0,21	-53%	1	0,40								1	0,19	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cheesecakes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	0,43	0,11	5	0,50	0,09	+0,06	+15%	2	0,38	0,17				3	0,47	0,06	2	0,54	0,13
Marques nationales				1	0,30													1	0,30	
Marques de distributeurs	2	0,53	0,21	3	0,57	0,17	+0,05	+9%	1	0,67		1	0,38					2	0,67	0,04
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tiramisus	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	0,12	0,03	6	0,13	0,03	+0,001	+1%	1	0,11		2	0,14	0,05	4	0,12	0,03			
Marques nationales	1	0,10							1	0,10										
Marques de distributeurs	1	0,08		1	0,08		+0,00	+0%				1	0,08							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries aux fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	30	0,14	0,06	38	0,14	0,05	+0,002	+1%	10	0,13	0,07	9	0,13	0,05	11	0,12	0,02	18	0,15	0,06
Marques nationales	3	0,13	0,03	6	0,12	0,03	-0,01	-9%	1	0,13					2	0,13	0,04	4	0,11	0,04
Marques de distributeurs	8	0,10	0,02	4	0,14	0,07	+0,04	+43%	5	0,09	0,02	1	0,12		2	0,10	0,01	1	0,24	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	0,12	0,05	7	0,09	0,01	-0,02	-20%	3	0,16	0,04	1	0,09		2	0,10	0,02	4	0,10	0,01

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	35	0,17	0,09	39	0,15	0,06	-0,02	-10%	20	0,18	0,09	7	0,15	0,07	8	0,14	0,06	24	0,16	0,06
Marques nationales	2	0,14	0,01	6	0,38	0,60	+0,24	+169%							2	0,87	1,04	4	0,13	0,03
Marques de distributeurs	24	0,14	0,03	18	0,15	0,03	+0,003	+2%	9	0,13	0,04	11	0,16	0,03	4	0,14	0,01	3	0,12	0,04
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,15	0,11	4	0,13	0,03	-0,02	-13%	1	0,26		1	0,13		1	0,12		2	0,13	0,06

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres gateaux	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	0,45	0,26	17	0,47	0,29	+0,02	+3%				6	0,57	0,29	7	0,31	0,21	4	0,60	0,34
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	0,15		3	0,31	0,32	+0,16	+107%				1	0,15					2	0,39	0,41
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,38		1	0,63		+0,25	+66%	1	0,38								1	0,63	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres desserts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	0,14	0,07	6	0,14	0,06	+0,005	+4%	2	0,13	0,10	3	0,14	0,08	1	0,13		2	0,15	0,09
Marques nationales				1	0,08													1	0,08	
Marques de distributeurs	1	0,13							1	0,13										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de mignardises	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	0,20	0,07	14	0,23	0,11	+0,03	+13%	7	0,17	0,07	3	0,26	0,07	2	0,21	0,01	9	0,22	0,13
Marques nationales				1	0,16													1	0,16	
Marques de distributeurs	6	0,21	0,08	9	0,23	0,09	+0,02	+12%	2	0,17	0,05	3	0,23	0,10	2	0,25	0,04	4	0,22	0,11
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,39		1	0,39		+0,00	+0%				1	0,39							

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Annexe 10 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres alimentaires par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres alimentaires pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution pour les familles Croissants, Pains au chocolat, Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries, Beignets et donuts, Brioches nature ou au sucre, Brioches autres, Crêpes/pancakes/gaufres, Macarons, Tartes au citron, Tartes aux pommes et assimilés, Tartes autres fruits, Tartes sans fruit, Pâtisseries de type flan, Galettes des rois, Eclairs, Profiteroles, Pâtisseries à base de pâte à choux autres, Gâteaux moelleux/cakes tout chocolat, Gâteaux moelleux/cakes autres, Cheesecakes, Tiramisus, Desserts pâtisseries aux fruits, Desserts pâtisseries autres, Autres gâteaux, Autres desserts, Assortiments de mignardises.

Croissants	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	1,9	0,4	8	1,9	0,4	+0,004	+0,2%				5	1,9	0,5	1	2,1		2	1,8	0,6
Marques nationales	1	0,6		2	1,2	0,1	+0,6	+88%	1	0,6								2	1,2	0,1
Marques de distributeurs	5	2,2	0,8	6	2,1	0,8	-0,1	-5%				3	2,7	0,8	2	1,8	0,2	1	1,3	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains au chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	2,3	0,4	8	2,4	0,4	+0,02	+1%				6	2,3	0,4				2	2,4	0,7
Marques nationales				1	1,0													1	1,0	
Marques de distributeurs	5	2,7	0,6	7	2,6	0,4	-0,1	-2%				2	2,7	0,8	4	2,7	0,3	1	2,3	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	2,0	0,3	4	1,8	0,1	-0,2	-11%	1	2,4		2	1,8	0,0				2	1,8	0,2
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	3	2,6	0,3	4	2,4	0,5	-0,2	-8%	2	2,8	0,2	1	2,3					3	2,4	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Beignets et donuts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	2,1	0,6	13	2,1	0,7	-0,04	-2%				7	2,0	0,6	3	2,7	0,6	3	1,6	0,5
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche nature ou au sucre	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	1,6	0,3	11	1,7	0,4	+0,03	+2%	2	1,7	0,3	5	1,7	0,3	4	1,7	0,3	2	1,7	0,8
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Brioche autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	1,4	0,8	11	1,4	0,7	+0,1	+6%				5	0,9	0,4	5	1,7	0,8	1	2,3	
Marques nationales				1	1,0													1	1,0	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, pancakes, gaufres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	11	1,5	0,5	11	1,5	0,5	-0,02	-1%	2	1,8	0,4	7	1,7	0,4	2	1,2	0,4	2	1,3	0,9
Marques nationales	1	2,0		6	1,6	1,0	-0,4	-22%	1	2,0								6	1,6	1,0
Marques de distributeurs				1	1,7													1	1,7	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Macarons	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	3,6	1,2	20	3,8	0,7	+0,1	+4%	6	3,5	1,9	8	3,8	0,4	4	3,4	1,0	8	3,9	0,7
Marques nationales				1	3,6							1	3,6							
Marques de distributeurs	9	3,8	0,6	8	4,1	0,7	+0,2	+6%	2	4,4	1,0	5	3,7	0,4	2	4,5	0,2	1	5,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	6,2	0,3	1	5,9		-0,3	-5%	2	6,2	0,4				1	5,9				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes au citron	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	1,4	0,7	10	1,4	0,8	-0,03	-2%				6	1,4	0,7	3	1,6	1,1	1	1,1	
Marques nationales	2	2,1	0,3	2	0,5	0,4	-1,6	-75%	1	1,9					1	0,8		1	0,3	
Marques de distributeurs	6	1,9	1,0	3	1,5	0,1	-0,4	-20%	3	2,2	1,5	1	1,4		2	1,6	0,1			
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux pommes et assimilés	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	2,0	0,6	22	1,9	0,6	-0,03	-2%				9	2,1	0,7	9	1,8	0,7	4	2,1	0,1
Marques nationales	5	1,9	0,3	6	2,0	1,5	+0,2	+8%	1	2,1					4	1,4	0,1	2	3,4	2,5
Marques de distributeurs	10	2,2	0,6	6	1,9	0,3	-0,2	-11%	4	2,5	1,0	4	2,0	0,1	2	1,8	0,6			
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	1,9							1	1,9										
Hard discount	2	1,6	1,2	2	2,3	0,4	+0,7	+45%	1	0,7					1	2,0		1	2,5	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes autres fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	16	2,8	0,9	20	2,6	0,8	-0,2	-7%	1	1,6		9	2,8	0,8	6	2,7	1,0	5	2,1	0,2
Marques nationales	4	3,2	1,1	4	3,0	0,8	-0,2	-7%	2	2,7	1,5	1	3,9		1	2,0		2	3,1	0,2
Marques de distributeurs	8	3,2	0,6	7	2,7	1,1	-0,5	-17%	4	3,1	0,6	4	3,4	0,6				3	1,8	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	3,0	0,6	1	4,1		+1,1	+35%	2	3,1	0,8				1	4,1				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes sans fruit	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	2,8	0,8	5	3,0	0,7	+0,3	+10%	3	2,5	0,9	4	2,9	0,8				1	3,5	
Marques nationales	1	3,9		2	1,9	1,1	-2,0	-51%	1	3,9								2	1,9	1,1
Marques de distributeurs	2	2,4	1,6	1	3,5		+1,2	+49%	1	1,2		1	3,5							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	3,4	0,1						2	3,4	0,1									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries de type flan	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	1,0	0,9	9	0,9	0,8	-0,1	-8%	1	1,3		6	0,9	1,0				3	0,8	0,4
Marques nationales				2	0,7	0,7												2	0,7	0,7
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gallettes des rois	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	1,7	0,5	14	1,8	0,5	+0,1	+6%	2	1,6	0,6	4	1,8	0,7	3	1,6	0,4	7	1,9	0,3
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Eclairs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	1,8	1,0	13	1,7	1,0	-0,1	-3%	1	2,5		6	1,8	1,2	3	1,7	0,8	4	1,6	0,9
Marques nationales	2	2,7	1,5	1	1,9		-0,8	-28%	2	2,7	1,5	1	1,9							
Marques de distributeurs	8	1,9	1,1	4	1,4	0,9	-0,6	-30%	4	2,5	1,0	2	1,3	1,4	1	1,2		1	1,7	
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	3,2							1	3,2										
Hard discount	3	1,3	1,1						3	1,3	1,1									

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Profiteroles	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	2,1	0,4	2	2,0	0,1	-0,1	-3%	1	2,4		1	2,1		1	1,9				
Marques nationales	1	1,6		1	1,6		+0,0	+0%				1	1,6							
Marques de distributeurs	4	2,8	0,4	4	2,8	0,3	-0,1	-2%				3	2,7	0,4	1	2,9				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,9							1	2,9										

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pâtisseries a base de pate a choux autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	17	1,3	0,9	18	1,1	0,8	-0,2	-16%	6	1,4	1,0	3	1,3	0,5	8	1,4	0,9	7	0,8	0,7
Marques nationales				1	1,0													1	1,0	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	2,9	0,6	20	2,8	0,7	-0,1	-4%	2	3,2	0,8	10	3,1	0,6	6	2,6	0,5	4	2,5	0,8
Marques nationales	2	3,8	0,4	4	2,6	1,2	-1,2	-32%							2	3,1	0,2	2	2,2	1,8
Marques de distributeurs	13	3,1	0,8	10	3,1	0,9	+0,1	+2%	5	2,9	0,9	3	3,0	0,8	5	3,0	0,8	2	3,6	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,7		1	2,5		-0,2	-7%							1	2,5				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Gateaux moelleux_cakes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	3,3	2,9	15	2,3	1,6	-0,9	-28%	7	4,8	3,4	2	1,4	0,6	4	1,6	0,5	9	2,9	1,9
Marques nationales																				
Marques de distributeurs				1	1,8													1	1,8	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cheesecakes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,1	0,6	5	0,5	0,6	-0,6	-54%	2	1,5	0,6				3	0,5	0,9	2	0,5	0,0
Marques nationales																				
Marques de distributeurs				1	0,6													1	0,6	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tiramisus	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	1,4	1,0	6	1,4	1,1	-0,03	-2%	1	1,5		2	2,2	1,8	4	1,0	0,4			
Marques nationales	1	1,6							1	1,6										
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries aux fruits	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	30	1,8	0,9	38	1,9	1,2	+0,2	+10%	10	1,2	0,4	9	2,0	0,9	11	2,1	0,9	18	1,8	1,4
Marques nationales				1	1,1													1	1,1	
Marques de distributeurs	6	3,1	0,8	3	1,8	1,4	-1,3	-41%	4	3,1	1,0	1	2,9		1	2,3		1	0,3	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	2,6	2,1						1	4,1										

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Desserts pâtisseries autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	35	2,9	1,5	39	2,6	1,5	-0,3	-12%	20	2,5	1,1	7	3,7	2,4	8	2,9	0,7	24	2,1	1,1
Marques nationales				1	2,9													1	2,9	
Marques de distributeurs	23	3,1	1,2	14	3,4	1,0	+0,4	+12%	9	2,2	1,2	10	3,8	0,8	2	3,5	0,7	2	1,6	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,0																		

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres gateaux	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	1,5	0,9	17	1,5	1,4	+0,1	+4%				6	1,5	1,1	7	1,1	0,6	4	2,4	2,4
Marques nationales																				
Marques de distributeurs				2	1,6	0,4												2	1,6	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres desserts	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	1,4	1,4	6	1,3	1,2	-0,1	-8%	2	3,1	1,0	3	0,8	0,5	1	0,0001		2	2,8	0,1
Marques nationales				1	3,6													1	3,6	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de mignardises	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	3,4	1,1	14	3,0	0,9	-0,4	-11%	7	3,7	1,2	3	3,1	0,5	2	2,0	1,0	9	3,2	0,9
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	6	3,0	1,0	7	3,7	0,9	+0,7	+24%	2	2,0	1,2	3	3,3	0,6	1	3,6		3	4,1	1,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	4,2		1	4,2		+0,0	+0%				1	4,2							

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Chiffres grisés : effectif égal à 1 ou 2

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

²produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Annexe 11 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres alimentaires pondérées par les parts de marché

Données pondérées par les parts de marché ¹	Matières grasses (g/100g)						Acides gras saturés (g/100g)						Sel (g/100g)						Sucres (g/100g)						Fibres (g/100g)					
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)						Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)						Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)						Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)						Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)					
	2015			2018			2015			2018			2015			2018			2015			2018			2015			2018		
Famille de produits	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	ET	N	Moy	ET
Croissants	19	21,5	1,5	23	21,7	1,3	19	13,8	1,1	23	13,7	1,4	19	0,96	0,11	23	0,95	0,06	19	5,4	0,7	23	5,5	0,7	12	2,0	0,5	16	1,9	0,4
Pains au chocolat	18	20,3	1,8	20	21,3	1,9	18	12,7	1,2	20	13,1	1,9	18	0,86	0,06	20	0,87	0,05	18	10,7	1,1	20	10,8	1,1	11	2,5	0,3	15	2,4	0,5
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	7	16,0	1,6	9	15,8	1,7	7	10,4	1,1	9	9,3	1,1	7	0,77	0,04	9	0,72	0,06	7	14,9	1,6	9	16,1	0,8	6	2,2	0,1	7	2,0	0,2
Beignets et donuts	14	15,5	1,3	13	19,6	1,8	14	3,7	0,9	13	6,0	1,2	14	0,75	0,04	13	0,76	0,05	14	15,5	1,5	13	17,0	1,7	10	2,4	0,2	13	2,1	0,1
Brioche nature ou au sucre	10	14,0	1,3	11	13,9	0,6	10	8,5	1,2	11	8,4	0,5	10	1,11	0,09	11	1,14	0,12	10	8,2	1,8	11	8,6	1,9	10	1,7	0,2	11	2,0	0,2
Brioche autres	10	11,7	0,9	11	12,0	0,9	10	7,5	0,6	11	8,2	0,4	10	0,66	0,06	11	0,72	0,07	10	19,9	2,2	11	18,5	1,1	10	1,2	0,2	11	1,4	0,1
Crepes_pancakes_gaufres	14	13,2	1,5	20	12,8	1,3	14	4,2	1,0	20	4,5	1,0	14	0,64	0,09	20	0,64	0,09	14	9,4	3,2	20	10,4	2,7	12	1,8	0,2	14	2,0	0,2
Macarons	38	20,2	0,8	37	19,0	0,9	38	6,3	0,5	37	5,1	0,4	38	0,15	0,01	37	0,14	0,01	38	46,8	1,2	37	49,0	0,9	28	3,7	0,2	28	3,8	0,1
Tartes au citron	18	12,7	1,2	21	13,2	1,1	18	8,4	0,8	21	8,4	0,8	18	0,28	0,04	21	0,25	0,03	18	30,9	2,0	21	33,1	2,2	16	1,9	0,2	15	1,2	0,2
Tartes aux pommes et assimilés	38	9,0	0,6	40	8,7	0,9	38	6,1	0,4	40	5,7	0,5	38	0,21	0,04	40	0,19	0,05	38	20,2	1,5	40	21,2	1,3	34	1,9	0,1	35	1,7	0,2
Tartes autres fruits	33	7,6	1,0	36	8,2	1,0	31	5,0	0,6	36	5,2	0,6	31	0,24	0,02	36	0,22	0,03	31	23,2	1,3	36	22,8	1,1	28	2,9	0,3	29	2,8	0,3
Tartes sans fruit	10	23,7	1,0	12	17,4	1,6	10	14,8	0,6	12	8,4	1,4	10	0,28	0,04	12	0,45	0,04	10	26,3	1,1	12	20,2	1,3	9	2,1	0,3	8	2,8	0,1
Pâtisseries de type flan	8	8,3	0,2	12	9,7	0,6	8	5,6	0,2	12	6,0	0,3	8	0,24	0,01	12	0,26	0,04	8	18,2	1,0	12	19,8	1,1	7	0,9	0,2	10	0,7	0,2
Galettes des rois	9	22,1	3,1	13	26,0	1,4	9	12,8	1,4	13	14,1	0,6	9	0,64	0,02	13	0,62	0,02	9	10,4	1,3	13	10,6	0,9	9	1,8	0,3	13	1,8	0,3
Eclairs	31	13,0	0,7	23	14,4	0,9	30	7,6	0,5	23	8,7	0,7	30	0,36	0,02	23	0,38	0,02	30	21,1	0,9	23	20,8	0,9	23	1,8	0,3	18	2,1	0,3
Profiteroles	13	13,4	0,5	11	13,9	0,4	13	7,7	0,3	11	7,7	0,3	13	0,36	0,03	11	0,30	0,02	13	20,8	0,9	11	19,8	0,7	9	2,5	0,2	7	2,7	0,1
Pâtisseries a base de pate a choux autres	19	24,3	1,0	18	24,4	0,6	19	13,5	0,5	18	13,4	0,4	19	0,26	0,02	18	0,24	0,04	19	14,6	1,2	18	15,6	1,1	15	1,5	0,3	16	1,0	0,2
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	44	26,1	1,3	43	25,6	1,1	43	16,9	1,1	43	16,3	1,0	43	0,39	0,15	43	0,24	0,07	43	29,9	1,0	43	31,8	1,1	33	3,2	0,2	31	3,0	0,2
Gateaux moelleux_cakes autres	14	21,8	1,8	15	21,2	1,5	14	11,8	1,1	15	12,6	1,2	14	0,26	0,05	15	0,25	0,03	14	30,3	1,0	15	29,4	0,8	13	2,3	0,5	15	2,1	0,2
Cheesecakes	7	22,4	0,4	7	21,9	0,5	7	13,6	0,2	7	13,4	0,3	7	0,49	0,02	7	0,49	0,02	7	26,2	0,5	7	24,2	1,4	5	0,5	0,1	6	0,3	0,1
Tiramisus	9	14,0	0,8	6	13,5	0,8	9	9,2	0,6	6	8,8	0,7	9	0,14	0,01	6	0,13	0,01	9	19,9	0,9	6	20,3	0,8	8	1,9	0,4	6	1,8	0,4
Desserts patisseries aux fruits	41	13,9	1,1	49	15,8	1,7	41	8,1	0,7	49	7,3	1,2	41	0,11	0,01	49	0,12	0,01	41	21,9	1,2	49	23,5	1,6	33	2,4	0,2	36	2,2	0,3
Desserts patisseries autres	59	25,7	1,1	62	25,5	1,2	58	11,1	0,9	62	11,2	1,1	58	0,14	0,02	62	0,40	0,19	58	30,0	1,6	62	29,7	1,6	54	3,4	0,4	49	3,1	0,4
Autres gateaux	12	10,6	2,8	21	12,6	2,0	12	7,0	1,9	21	8,0	1,3	12	0,42	0,06	21	0,45	0,06	12	30,7	3,6	21	27,9	2,3	11	1,2	0,3	19	1,1	0,2
Autres desserts	7	19,8	0,8	7	19,6	0,8	7	13,2	0,6	7	12,9	0,6	7	0,11	0,01	7	0,11	0,01	7	16,3	0,8	7	15,3	0,6	6	1,1	0,2	7	1,1	0,1
Assortiments de mignardises	17	23,8	1,1	22	23,8	0,8	17	12,6	0,4	22	12,6	0,4	17	0,21	0,01	22	0,22	0,02	17	24,5	0,7	22	25,4	0,8	17	3,1	0,2	19	2,8	0,2

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

N=effectif ; Moy=moyenne ; ET=écart-type

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

Annexe 12 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2

Viennoiseries et desserts surgelés	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2015	2018		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Matières grasses	17,8	18,0	+1%	+0,5%	+0,4%	+0,5%
Acides gras saturés	10,3	10,2	-1%	+1%	-1%	-0,4%
Sucres	18,1	18,3	+1%	+0,5%	+0,5%	+0,1%
Sel	0,54	0,55	+2%	+3%	-1%	+0,1%
Fibres alimentaires	2,3	2,2	-2%	-1%	-2%	+1%

Cases en bleu foncé : Augmentation de la teneur en nutriment

Cases en bleu clair : Diminution de la teneur en nutriment

Annexe 13 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés d'après la méthode Griffith

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

Parts de marché par famille et par sous-groupe T0-T1 (méthode 1)

Familles	PDM groupe X en 2015	PDM groupe C en 2015	PDM groupe C en 2018	PDM groupe N en 2018	PDM en 2018	PDM en 2018
Croissants	1%	14%	11%	2%	15%	13%
Pains au chocolat	1%	11%	13%	2%	11%	14%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	0,4%	1%	0,4%	1%	1%	2%
Beignets et donuts	0,02%	2%	1%	0,2%	2%	1%
Brioche nature ou au sucre	0,5%	8%	8%	0,1%	8%	8%
Brioche autres	0%	1%	1%	0,03%	1%	1%
Crepes_pancakes_gaufres	0,4%	3%	3%	1%	3%	4%
Macarons	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Tartes au citron	0,2%	3%	3%	0,5%	3%	3%
Tartes aux pommes et assimilés	1%	6%	5%	1%	7%	6%
Tartes autres fruits	1%	5%	3%	3%	6%	6%
Tartes sans fruit	1%	0,3%	0,3%	1%	1%	1%
Pâtisseries de type flan	0,1%	1%	1%	1%	1%	2%
Galette des rois	1%	3%	2%	1%	4%	3%
Eclairs	1%	2%	2%	1%	3%	2%
Profiteroles	0,2%	3%	1%	0%	3%	1%
Pâtisseries a base de pate a choux autres	0,4%	1%	1%	1%	2%	1%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	0,4%	6%	5%	0,3%	6%	5%
Gateaux moelleux_cakes autres	0,3%	1%	0,3%	0,3%	1%	1%
Cheesecakes	0,1%	1%	0,5%	0,3%	1%	1%
Tiramisus	0,1%	1%	1%	0%	1%	1%
Desserts patisseries aux fruits	1%	3%	5%	3%	5%	9%
Desserts patisseries autres	1%	8%	7%	2%	9%	9%
Autres gateaux	0%	2%	1%	0,3%	2%	2%
Autres desserts	0,1%	1%	0,3%	0,03%	1%	0,3%
Assortiments de mignardises	0,2%	1%	1%	1%	1%	2%
Total	12%	88%	78%	22%	100%	100%

PDM : Part de marché

" - " : aucun produit dans l'échantillon étudié

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Parts de marché par famille et par sous-groupe T0-T1 (méthode 2)

Familles	PDM groupe X en 2015	PDM groupe C en 2015	PDM groupe C en 2018	PDM groupe N en 2018	PDM en 2015	PDM en 2018
Croissants	1%	10%	8%	2%	11%	10%
Pains au chocolat	0,4%	8%	10%	1%	8%	11%
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	0,3%	1%	0,3%	1%	1%	1%
Beignets et donuts	0,01%	1%	1%	0,2%	1%	1%
Brioche nature ou au sucre	0,3%	6%	6%	0,1%	6%	6%
Brioche autres	0%	1%	1%	0,02%	1%	1%
Crepes_pancakes_gaufres	0,3%	2%	2%	0,5%	2%	3%
Macarons	0,4%	1%	1%	1%	1%	2%
Tartes au citron	0,2%	2%	2%	0,4%	2%	3%
Tartes aux pommes et assimilés	0,4%	5%	4%	0,4%	5%	5%
Tartes autres fruits	1%	4%	2%	2%	4%	4%
Tartes sans fruit	1%	0,2%	0,3%	1%	1%	1%
Pâtisseries de type flan	0,04%	1%	1%	0,5%	1%	1%
Galettes des rois	1%	2%	2%	1%	3%	3%
Eclairs	1%	1%	1%	0,5%	2%	2%
Profiteroles	0,1%	2%	1%	0%	2%	1%
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	0,3%	1%	1%	0,4%	1%	1%
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	0,3%	4%	4%	0,2%	4%	4%
Gateaux moelleux_cakes autres	0,2%	0,5%	0,3%	0,2%	1%	0,4%
Cheesecakes	0,04%	1%	0,3%	0,2%	1%	1%
Tiramisus	0,05%	1%	1%	0%	1%	1%
Desserts pâtisseries aux fruits	1%	2%	4%	2%	3%	6%
Desserts pâtisseries autres	1%	6%	5%	2%	7%	7%
Autres gateaux	0%	2%	1%	0,2%	2%	1%
Autres desserts	0,1%	0,4%	0,2%	0,02%	0,4%	0,2%
Assortiments de mignardises	0,2%	1%	1%	0,5%	1%	1%
Total	9%*	64%*	59%*	16%*	72%*	75%*

PDM : Part de marché

"-": aucun produit dans l'échantillon étudié

* La part de marché de la référence représentant le marché non couvert par l'Oqali n'est pas indiquée dans ce tableau : le total des parts de marché n'est donc pas égal à 100%

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Annexe 14 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith

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

Teneurs moyennes non pondérées T0-T1 en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe

Familles	Eff.X	Eff.C	Eff.N	Matières grasses				Acides gras saturés				Sucres			
				Groupe X		Groupe C		Groupe N		Groupe X		Groupe C		Groupe N	
				Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018
Croissants	4	15	8	22,0	21,4	21,8	20,5	11,5	13,7	14,2	12,8	5,7	5,7	5,6	5,6
Pains au chocolat	3	15	6	18,8	20,3	20,8	21,6	11,3	12,7	13,1	12,3	8,9	11,2	11,3	11,7
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	4	6	18,6	15,6	15,6	16,4	11,7	9,8	9,8	10,1	14,5	15,3	15,3	15,7
Beignets et donuts	4	10	3	14,2	18,6	18,7	31,0	4,2	7,5	7,4	12,4	13,6	17,2	17,4	16,4
Brioche nature ou au sucre	2	9	2	17,2	14,4	14,2	15,3	11,9	9,0	8,9	9,6	10,7	11,1	11,2	12,5
Brioche autres	0	10	1	0,0	11,5	11,7	9,6	0,0	7,6	7,9	7,5	0,0	20,5	19,7	21,8
Crepes_pancakes_gaufres	3	11	11	14,7	14,2	14,0	13,4	1,8	5,8	5,7	2,7	8,5	15,0	15,0	9,6
Macarons	16	26	13	18,5	21,3	21,2	18,9	5,9	6,2	6,0	5,0	46,4	48,2	49,0	51,1
Tartes au citron	4	15	6	13,3	13,8	14,3	16,9	9,0	9,0	9,1	10,4	29,2	29,7	30,9	28,2
Tartes aux pommes et assimilés	8	31	10	9,6	9,1	9,3	11,2	5,9	6,0	6,0	6,8	18,7	20,2	20,8	16,8
Tartes autres fruits	12	23	14	10,1	8,7	9,0	8,4	5,5	5,5	5,7	5,2	22,1	21,7	21,5	22,5
Tartes sans fruit	6	6	6	25,0	23,2	23,2	21,8	14,8	14,1	14,1	12,9	25,0	26,1	26,1	26,3
Pâtisseries de type flan	2	6	6	8,5	8,0	8,0	11,9	5,5	5,3	5,3	6,0	19,2	19,8	19,8	19,4
Galettes des rois	2	7	6	20,8	23,8	23,9	27,2	13,0	14,0	14,1	14,9	8,0	9,3	9,3	10,3
Eclairs	19	16	8	14,8	12,7	14,0	17,3	8,4	7,6	8,5	10,4	22,4	21,9	21,6	22,6
Profiteroles	2	11	0	14,1	13,5	13,6	0,0	7,1	7,7	7,6	0,0	21,5	20,7	21,0	0,0
Pâtisseries a base de pate a choux autres	8	11	8	21,0	24,4	24,2	23,5	11,8	13,9	13,7	13,7	18,9	17,1	17,2	17,7
Gateaux moelleux_cakes tout chocolat	7	39	7	26,8	26,8	26,4	27,0	13,5	16,5	16,2	14,9	29,6	31,4	32,0	33,5
Gateaux moelleux_cakes autres	8	6	9	27,3	16,9	17,1	23,4	11,9	9,8	9,7	13,0	27,6	30,5	29,9	27,3
Cheesecakes	3	4	4	22,1	22,4	22,1	23,3	13,2	12,9	12,7	13,0	23,2	25,5	25,7	17,7
Tiramisus	2	7	0	14,9	13,4	13,3	0,0	12,2	8,9	8,9	0,0	21,7	21,0	20,9	0,0
Desserts pâtisseries aux fruits	15	28	23	14,2	14,2	14,2	15,3	8,6	8,2	7,9	9,1	21,7	22,7	23,0	24,1
Desserts pâtisseries autres	28	34	31	24,0	26,5	26,2	23,8	13,2	13,5	12,7	12,9	26,4	29,3	29,2	27,9
Autres gateaux	0	14	7	0,0	12,8	13,0	15,1	0,0	8,1	8,0	7,7	0,0	28,4	28,5	30,0
Autres desserts	4	4	3	18,3	19,0	19,0	17,9	11,9	12,2	12,2	10,8	20,3	17,0	17,0	16,4
Assortiments de mignardises	7	11	11	23,7	22,7	22,5	23,5	12,0	12,2	12,2	13,1	25,6	25,0	25,4	27,7
Total	172	373	209	18,6	17,7	17,8	18,8	9,8	10,0	9,9	10,1	24,2	23,9	24,1	23,5

Moy : Moyenne

Eff : Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

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

Familles	Eff.X	Eff.C	Eff.N	Sel				Fibres alimentaires			
				Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018
Croissants	4	15	8	1,07	0,95	0,96	0,89	1,6	2,0	2,1	1,6
Pains au chocolat	3	15	6	0,66	0,86	0,86	0,80	2,5	2,5	2,5	2,2
Pains aux raisins et assortiments de viennoiseries	3	4	6	0,87	0,76	0,76	0,79	2,6	2,0	2,0	2,2
Beignets et donuts	4	10	3	0,70	0,78	0,78	0,72	2,4	2,1	2,2	1,6
Brioche nature ou au sucre	2	9	2	0,97	0,99	0,98	1,05	1,7	1,6	1,7	1,7
Brioche autres	0	10	1	0,00	0,65	0,68	0,34	0,0	1,4	1,3	1,0
Crepes_pancakes_gaufres	3	11	11	0,49	0,68	0,68	0,70	1,9	1,6	1,6	1,7
Macarons	16	26	13	0,14	0,15	0,15	0,14	3,8	3,8	3,8	3,9
Tartes au citron	4	15	6	0,28	0,24	0,24	0,23	2,1	1,6	1,5	1,5
Tartes aux pommes et assimilés	8	31	10	0,19	0,24	0,24	0,36	1,9	2,0	1,9	2,3
Tartes autres fruits	12	23	14	0,25	0,24	0,23	0,24	2,8	3,0	2,9	2,5
Tartes sans fruit	6	6	6	0,31	0,33	0,33	0,27	2,4	2,9	2,9	2,3
Pâtisseries de type flan	2	6	6	0,13	0,24	0,24	0,38	1,1	0,9	0,9	0,9
Galette des rois	2	7	6	0,61	0,67	0,67	0,60	1,6	1,7	1,7	1,9
Eclairs	19	16	8	0,36	0,40	0,39	0,39	2,1	1,6	1,6	1,7
Profiteroles	2	11	0	0,18	0,32	0,32	0,00	2,7	2,4	2,4	0,0
Pâtisseries à base de pâte à choux autres	8	11	8	0,27	0,30	0,30	0,31	1,3	1,4	1,4	0,9
Gâteaux moelleux_cakes tout chocolat	7	39	7	0,33	0,26	0,21	0,15	3,2	3,1	3,0	2,7
Gâteaux moelleux_cakes autres	8	6	9	0,37	0,19	0,19	0,37	4,5	1,5	1,5	2,8
Cheesecakes	3	4	4	0,48	0,45	0,45	0,52	1,1	0,8	0,5	0,5
Tiramisus	2	7	0	0,11	0,12	0,12	0,00	1,6	1,5	1,5	0,0
Desserts pâtisseries aux fruits	15	28	23	0,13	0,13	0,12	0,13	2,1	2,1	2,1	2,1
Desserts pâtisseries autres	28	34	31	0,17	0,15	0,19	0,15	2,4	3,5	3,4	2,3
Autres gâteaux	0	14	7	0,00	0,43	0,41	0,54	0,0	1,4	1,3	2,0
Autres desserts	4	4	3	0,13	0,14	0,14	0,12	2,1	0,6	0,6	3,0
Assortiments de mignardises	7	11	11	0,18	0,25	0,25	0,23	3,6	3,2	3,1	3,3
Total	172	373	209	0,30	0,36	0,36	0,35	2,5	2,3	2,3	2,2

Moy : Moyenne

Eff : Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

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