



**HAL**  
open science

## Produits laitiers et desserts frais

Hélène Mathiot, Elena Sauvage, Charlène Battisti, Julie Gauvreau-Béziat,  
Céline Ménard, Jean-Luc Volatier, Aurore Coudray, Olivier Digaud, Barbara  
Duplessis

► **To cite this version:**

Hélène Mathiot, Elena Sauvage, Charlène Battisti, Julie Gauvreau-Béziat, Céline Ménard, et al..  
Produits laitiers et desserts frais. [0] Anses - Oqali. 2020, 342 p. anses-04189067

**HAL Id: anses-04189067**

**<https://anses.hal.science/anses-04189067v1>**

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

# PRODUITS LAITIERS ET DESSERTS FRAIS

Evolution du secteur  
entre 2009, 2011 et 2017

**RAPPORT DETAILLE**

Oqali

**INRAE**  
la science pour la vie, l'humain, la terre

**anses**  
agence nationale de sécurité sanitaire  
alimentation, environnement, travail  
Connaître. évaluer. protéger

**EDITION 2020**

## **Liste des intervenants**

### **Coordination de l'étude**

Hélène MATHIOT – Anses

Eléna SAUVAGE – Anses

Charlène BATTISTI – Anses

### **Coordination scientifique**

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Céline MENARD – Anses

Jean-Luc VOLATIER – Anses

### **Contribution scientifique**

Aurore COUDRAY – Anses

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage Oqali le 16/02/2021.

## SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	29
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	29
1.1 Sources des données .....	30
1.2 Nomenclature.....	30
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	34
2.1 Couverture du marché.....	34
2.2 Représentativité des segments de marché .....	35
3. EVOLUTION DE L’OFFRE .....	36
3.1 Evolution de l’offre par famille.....	36
3.1.1 En nombre de références .....	36
3.1.2 En pondérant par les parts de marché.....	37
3.2 Evolution de l’offre par segment de marché.....	38
3.2.1 En nombre de références .....	38
3.2.2 En pondérant par les parts de marché.....	39
3.3 Evolution de l’offre par segment de marché et par famille en nombre de références.....	39
3.4 Etude du renouvellement de l’offre .....	41
3.5 Les modifications d’étiquetage .....	43
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D’ETIQUETAGE .....	45
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES.....	56
5.1 Méthodologie.....	56
5.2 Fréquence d’étiquetage par nutriment suivi.....	59
5.3 Evolution des teneurs en matières grasses.....	61
5.3.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés .....	61
5.3.2 Catégorie des Fromages frais.....	73
5.3.3 Catégorie des Desserts frais .....	81
5.3.4 Catégorie des Desserts frais végétaux.....	107
5.3.5 Synthèse de l’évolution des teneurs en matières grasses.....	109
5.4 Evolution des teneurs en acides gras saturés .....	112



5.4.1	Catégorie des Yaourts et laits fermentés .....	112
5.4.2	Catégorie des Fromages frais.....	121
5.4.3	Catégorie des Desserts frais .....	132
5.4.4	Catégorie des Desserts frais végétaux.....	154
5.4.5	Synthèse de l'évolution des teneurs en acides gras saturés .....	156
5.5	Evolution des teneurs en sucres.....	159
5.5.1	Catégorie des Yaourts et laits fermentés .....	159
5.5.2	Catégorie des Fromages frais.....	174
5.5.3	Catégorie des Desserts frais .....	184
5.5.4	Catégorie des Desserts frais végétaux.....	204
5.5.5	Synthèse de l'évolution des teneurs en sucres .....	208
5.6	Evolution des teneurs en protéines .....	211
5.6.1	Catégorie des Yaourts et laits fermentés .....	211
5.6.2	Catégorie des Fromages frais.....	222
5.6.3	Catégorie des Desserts frais .....	233
5.6.4	Catégorie des Desserts frais végétaux.....	255
5.6.5	Synthèse de l'évolution des teneurs en protéines.....	258
5.7	Evolution des teneurs en sel .....	261
5.7.1	Catégorie des Desserts frais .....	261
5.7.2	Catégorie des Desserts frais végétaux.....	277
5.7.3	Synthèse de l'évolution des teneurs en sel.....	279
5.8	Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées .....	281
5.8.1	Catégorie des Yaourts et laits fermentés .....	281
5.8.2	Catégorie des Fromages frais.....	282
5.8.3	Catégorie des Desserts frais .....	283
5.8.4	Catégorie des Desserts frais végétaux.....	285
5.8.5	Eléments d'interprétation proposés par les professionnels.....	286
6.	Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle .....	287

6.1	Méthodologie.....	287
6.2	Résultats .....	289

## Liste des figures

Figure 1 : Pourcentages d'évolution des volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel des produits de type produits laitiers et desserts frais entre 2011 et 2017 et entre 2009 et 2017.....	34
Figure 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché en nombre de références pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2009, 2011 et 2017.....	38
Figure 3 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Produits laitiers et desserts frais : comparaison des offres 2017-2011, 2017-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.....	42
Figure 4 : Types de modification rencontrés sur l'ensemble des produits ayant été modifiés pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2011 et 2017. ....	44
Figure 5 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2009, 2011 et 2017. ....	45
Figure 6 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés.....	48
Figure 7: Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Fromages frais. ....	48
Figure 8 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais.....	49
Figure 9 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	49
Figure 10 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés.....	54
Figure 11 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Fromages frais.....	54
Figure 12 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais.....	55
Figure 13 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	55
Figure 14 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.....	63
Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés non sucrés gourmands étudiée. ....	63
Figure 16 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.....	64

Figure 17 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	66
Figure 18 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	67
Figure 19 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	67
Figure 20 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.....	69
Figure 21 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée. ....	69
Figure 22 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée. ....	71
Figure 23 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés édulcorés étudiée.....	71
Figure 24 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.....	72
Figure 25 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée. ....	77
Figure 26 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	77
Figure 27 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	78
Figure 28 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée. ....	82
Figure 29 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	82
Figure 30 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	83
Figure 31 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Liégeois et assimilés étudiée.....	85
Figure 32 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée. ....	86
Figure 33 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.....	86

Figure 34 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée.....	89
Figure 35 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	90
Figure 36 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.....	90
Figure 37 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée.....	92
Figure 38 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée. ....	93
Figure 39 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.....	93
Figure 40 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.....	95
Figure 41 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée. ....	95
Figure 42 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais aux œufs étudiée. ....	96
Figure 43 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée. ....	99
Figure 44 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.....	99
Figure 45 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.....	102
Figure 46 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée. ....	102
Figure 47 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	104
Figure 48 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	104
Figure 49 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.....	105
Figure 50 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	115

Figure 51 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	116
Figure 52 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	116
Figure 53 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée. ....	118
Figure 54 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.....	118
Figure 55 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.....	120
Figure 56 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée. ....	120
Figure 57 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée. ....	122
Figure 58 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.....	122
Figure 59 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.....	123
Figure 60 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	126
Figure 61 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	127
Figure 62 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée. ....	127
Figure 63 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	129
Figure 64 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	129
Figure 65 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés gourmands étudiée. ....	130
Figure 66 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	133
Figure 67 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	134

Figure 68 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée. ....	134
Figure 69 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée. ....	136
Figure 70 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée. ....	136
Figure 71 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	139
Figure 72 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	140
Figure 73 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	140
Figure 74 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée. ....	142
Figure 75 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée. ....	142
Figure 76 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée. ....	143
Figure 77 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée. ....	146
Figure 78 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée. ....	146
Figure 79 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	149
Figure 80 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	149
Figure 81 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	150
Figure 82 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée. ....	160
Figure 83 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée. ....	160
Figure 84 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée. ....	161

Figure 85 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.....	164
Figure 86 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée. ....	164
Figure 87 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée. ....	165
Figure 88 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	167
Figure 89 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	167
Figure 90 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	168
Figure 91 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.....	170
Figure 92 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée. ....	170
Figure 93 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée. ....	171
Figure 94 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée. ....	173
Figure 95 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits édulcorés étudiée.....	173
Figure 96 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée. ....	175
Figure 97 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.....	175
Figure 98 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.....	176
Figure 99 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée. ....	180
Figure 100 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée. ....	180
Figure 101 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	182



Figure 102 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée. ....	182
Figure 103 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée. ....	186
Figure 104 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée. ....	186
Figure 105 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	189
Figure 106 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	189
Figure 107 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée. ....	190
Figure 108 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée. ....	192
Figure 109 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée. ....	192
Figure 110 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée. ....	193
Figure 111 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	197
Figure 112 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	197
Figure 113 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	198
Figure 114 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	201
Figure 115 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	201
Figure 116 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	202
Figure 117 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée. ....	206
Figure 118 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée. ....	206

Figure 119 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais au soja sucrés étudiée.....	207
Figure 120 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.....	212
Figure 121 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.....	212
Figure 122 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.....	213
Figure 123 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	216
Figure 124 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.....	216
Figure 125 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée. ....	217
Figure 126 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.....	219
Figure 127 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée. ....	219
Figure 128 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée. ....	221
Figure 129 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.....	221
Figure 130 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.....	223
Figure 131 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée. ....	224
Figure 132 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée. ....	224
Figure 133 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée. ....	227
Figure 134 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	227
Figure 135 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.....	228

Figure 136 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	230
Figure 137 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	230
Figure 138 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés gourmands étudiée.....	231
Figure 139 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	234
Figure 140 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	234
Figure 141 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.....	235
Figure 142 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.....	237
Figure 143 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Liégeois et assimilés étudiée.....	237
Figure 144 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Liégeois et assimilés étudiée.....	238
Figure 145 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.....	242
Figure 146 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais de type mousse étudiée.....	242
Figure 147 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.....	245
Figure 148 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.....	245
Figure 149 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.....	246
Figure 150 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.....	248
Figure 151 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.....	248
Figure 152 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.....	249

Figure 153 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.....	251
Figure 154 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée. ....	251
Figure 155 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.....	253
Figure 156 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	253
Figure 157 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée. ....	254
Figure 158 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée. ....	257
Figure 159 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais au soja sucrés étudiée.....	257
Figure 160 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée. ....	263
Figure 161 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée. ....	263
Figure 162 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.....	269
Figure 163 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.....	269
Figure 164 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée. ....	272
Figure 165 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.....	272
Figure 166 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.....	274
Figure 167 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.....	274
Figure 168 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre tn-1 et tn.....	287
Figure 169 : Illustration de la méthode 1 de transformation des données.....	288
Figure 170 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.....	289

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Comparaison de la répartition des produits laitiers et desserts frais par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2009, 2011 et 2017. ....	35
Tableau 2 : Evolution de l'offre alimentaire par famille de produits en nombre de références pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).....	36
Tableau 3 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).....	37
Tableau 4 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).....	39
Tableau 5 : Evolution de la répartition du nombre de références par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) : proportion par famille des références recueillies en 2017 pour chaque segment et évolutions en points. ....	40
Tableau 6 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017). ....	43
Tableau 7 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché. ....	46
Tableau 8 : Evolutions de tailles de portions indiquées des produits appariés, par famille de produits, au sein des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).....	50
Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017. ....	51
Tableau 10 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.....	51
Tableau 11 : Fréquence des différents types d'allégations de santé pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.....	52

Tableau 12 : Fréquence des produits présentant un format individuel par catégorie.....	53
Tableau 13 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.....	61
Tableau 14 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.....	62
Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.....	65
Tableau 16 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands. ....	68
Tableau 17 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.....	70
Tableau 18 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques. ....	73
Tableau 19 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands.....	74
Tableau 20 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.....	75
Tableau 21 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.....	79
Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais édulcorés. ....	80
Tableau 23 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés. ....	81
Tableau 24 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.....	84

Tableau 25 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés. ....	87
Tableau 26 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales. ....	88
Tableau 27 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse. ....	91
Tableau 28 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs. ....	94
Tableau 29 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés. ....	97
Tableau 30 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais. ....	100
Tableau 31 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits. ....	101
Tableau 32 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit. ....	103
Tableau 33 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais. ....	106
Tableau 34 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés. ....	107
Tableau 35 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés. ....	108
Tableau 36 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés. ....	110

Tableau 37 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais. ....	110
Tableau 38 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.....	111
Tableau 39 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	111
Tableau 40 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.....	112
Tableau 41 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.....	113
Tableau 42 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.....	114
Tableau 43 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands. ....	117
Tableau 44 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.....	119
Tableau 45 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.....	121
Tableau 46 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands.....	124
Tableau 47 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques. ....	125
Tableau 48 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.....	128



Tableau 49 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.....	131
Tableau 50 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Crèmes dessert et laits gélifiés.....	132
Tableau 51 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Liégeois et assimilés.....	135
Tableau 52 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Laits emprésurés.....	137
Tableau 53 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais à base de céréales. ....	138
Tableau 54 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais de type mousse.....	141
Tableau 55 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais aux œufs.....	144
Tableau 56 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.....	145
Tableau 57 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Gâteaux, moelleux, cakes frais.....	148
Tableau 58 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts pâtisseries frais aux fruits.....	151
Tableau 59 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts pâtisseries frais sans fruit.....	152
Tableau 60 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Autres desserts frais.....	153
Tableau 61 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais au soja nature non sucrés.....	154

Tableau 62 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais au soja sucrés. ....	155
Tableau 63 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés. ...	157
Tableau 64 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.....	157
Tableau 65 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais. ....	158
Tableau 66 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.....	158
Tableau 67 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.....	159
Tableau 68 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands. ....	163
Tableau 69 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.....	166
Tableau 70 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands. ....	169
Tableau 71 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.....	172
Tableau 72 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.....	174
Tableau 73 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands. ....	177
Tableau 74 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques.....	178

Tableau 75 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.....	181
Tableau 76 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.....	183
Tableau 77 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés.....	184
Tableau 78 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés.....	185
Tableau 79 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laits emprésurés.....	187
Tableau 80 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.....	188
Tableau 81 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse.....	191
Tableau 82 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs.....	194
Tableau 83 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.....	195
Tableau 84 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.....	196
Tableau 85 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.....	199
Tableau 86 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.....	200
Tableau 87 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais.....	203

Tableau 88 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.....	204
Tableau 89 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés. ....	205
Tableau 90 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.....	209
Tableau 91 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais. ....	209
Tableau 92 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.....	210
Tableau 93 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	210
Tableau 94 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.....	211
Tableau 95 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands. ....	214
Tableau 96 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.....	215
Tableau 97 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands. ....	218
Tableau 98 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.....	220
Tableau 99 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.....	222
Tableau 100 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands. ....	225

Tableau 101 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques.....	226
Tableau 102 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.....	229
Tableau 103 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.....	232
Tableau 104 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés.....	233
Tableau 105 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés.....	236
Tableau 106 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laits emprésurés.....	239
Tableau 107 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.....	240
Tableau 108 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse.....	241
Tableau 109 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs.....	243
Tableau 110 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.....	244
Tableau 111 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.....	247
Tableau 112 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.....	250
Tableau 113 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.....	252

Tableau 114 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais.....	254
Tableau 115 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.....	255
Tableau 116 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés. ....	256
Tableau 117 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés. ...	259
Tableau 118 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.....	259
Tableau 119 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais. ....	260
Tableau 120 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.....	260
Tableau 121 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés. ....	261
Tableau 122 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés. ....	264
Tableau 123 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laites emprésurés. ....	265
Tableau 124 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.....	266
Tableau 125 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse. ....	267
Tableau 126 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs. ....	268

Tableau 127 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés. ....	270
Tableau 128 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.....	271
Tableau 129 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits. ....	273
Tableau 130 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.....	275
Tableau 131 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais. ....	276
Tableau 132 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.....	277
Tableau 133 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés.....	278
Tableau 134 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.....	280
Tableau 135 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	280
Tableau 136 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés. ....	282
Tableau 137 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais. ....	283
Tableau 138 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.....	285
Tableau 139 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux. ....	286

Tableau 140 : Evolution des moyennes pondérées entre 2011 et 2017 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1.....	289
---	-----



## Liste des annexes

ANNEXE 1 : Lexique.....	291
ANNEXE 2 : Effectifs de produits par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.....	297
ANNEXE 3 : Etude du renouvellement de l'offre par segment de marché : comparaison des offres 2011-2017, 2009-2017 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.....	298
ANNEXE 4 : Evolutions des teneurs en sel des Catégories des Yaourts et laits fermentés et des Fromages frais .....	299
ANNEXE 5 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2009, 2011 et 2017 : statistiques descriptives pour 100g .....	305
ANNEXE 6 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par année, sous-groupe et par segment de marché.....	311
ANNEXE 7 : Evolution des moyennes pondérées entre 2011 et 2017 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2 .....	339
ANNEXE 8 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Produits laitiers et desserts frais d'après la méthode Griffith .....	340
ANNEXE 9 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith .....	341

## INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais, l'évolution :

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

Les données servant de référence pour l'état des lieux (2009) et le premier suivi (2011) sont extraites de la base de données Oqali au moment de la réalisation du présent rapport. A l'occasion de corrections effectuées, certaines informations étudiées ont pu être modifiées ou corrigées au cours du temps. Ainsi, les données 2009 et 2011 actualisées et utilisées pour cette étude peuvent être quelque peu différentes de celles des précédents rapports du secteur<sup>1</sup>.

Les principaux résultats de cette étude d'évolution sont présentés dans le résumé *Synthèse de l'étude d'évolution du secteur des Produits laitiers et desserts frais – Oqali – Comparaison 2009/2011/2017 – Edition 2020*.

Par convention, dans ce rapport le terme « point » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ». L'expression « long terme » est utilisée pour désigner la période comprise entre les 2 suivis les plus éloignés c'est-à-dire entre 2009-2017 (T0-T2).

### 1. PRESENTATION DU SECTEUR

Le secteur des Produits laitiers et desserts frais recouvre l'ensemble des produits laitiers de type yaourts et laits fermentés, fromages frais, desserts frais végétaux et autres desserts frais (hors compotes). L'étude porte sur 3131 produits laitiers et desserts frais recueillis en 2017 ; 2398 en 2011<sup>2</sup> et 1653 en 2009.

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

A noter que :

- les produits vendus dans les magasins spécialisés biologiques ont été récoltés pour les produits présents sur le marché en 2017 (ils ne l'avaient été que partiellement en 2009 et 2011). Les produits à marque propre des distributeurs spécialisés biologiques sont regroupés dans le segment des distributeurs spécialisés biologiques. Les autres produits recueillis sont regroupés au sein des marques nationales (Annexe 1). L'intégration de ces produits fait suite à la mise en place d'un partenariat avec le Syndicat national des entreprises biologiques (Synabio). Dans la suite du rapport, les résultats 2017 des

---

<sup>1</sup> Etude du secteur des Produits laitiers frais et assimilés-Oqali-Données 2009-Edition 2011 et Etude du secteur des Produits laitiers frais et assimilés-Oqali-Comparaison 2009/2011-Edition 2012 disponibles sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

<sup>2</sup> 82,6% de produits recueillis en 2011 (n=1980), 17,3% en 2012 (n=414) et 0,2% en 2013 (n=4).

distributeurs spécialisés biologiques sont présentés, cependant aucun commentaire d'évolution ne pourra être fait pour ce segment, les produits appartenant à celui-ci n'ayant été récoltés que partiellement en 2009 et 2011 ;

- globalement la collecte a été améliorée pour l'ensemble des segments de marché en 2017 par rapport à 2009 et 2011, ce qui s'explique par la mise en place de nouveaux partenariats.

## 1.1 Sources des données

En 2009, 35% des données provenaient de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali (suite à la mise en place de partenariats), 11% d'envois d'emballages par les partenaires industriels et distributeurs et 53% de moyens propres Oqali.

En 2011, 37% des données provenaient d'emballages transmis par les partenaires, 43% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali et 21% de moyens propres Oqali.

En 2017, 59% des données proviennent de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali, 23% de moyens propres Oqali et 18% d'envois d'emballages par les partenaires.

## 1.2 Nomenclature

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur. Elle distingue 4 catégories de produits : les Yaourts et Laites Fermentés (YLF), les Fromages Frais (FF), les Desserts Frais (DF) et les Desserts Frais Végétaux (DFV).

Ces 4 catégories sont divisées en familles qui se basent :

- Pour les catégories des YLF et des FF, d'une part sur la présence ou non d'ingrédients supplémentaires (sucre, fruits, arômes, etc.) ou d'édulcorants, et d'autre part sur la teneur en matières grasses ;
- Pour la catégorie des DF, sur le regroupement de produits en fonction de leur procédé de fabrication (ex : mousses), de la présence d'un ingrédient commun (exemple : œufs ou céréales) ou parce que leurs propriétés nutritionnelles proches permettaient de les rassembler ;
- Pour la catégorie des DFV, sur la nature du végétal utilisé et la présence ou non de sucres.

Ainsi, les produits étudiés ont été répartis en 24 familles, avec :

- Dans la catégorie des **Yaourts et Laites Fermentés (YLF)**, les familles des :
  - **Yaourts et Laites Fermentés nature non sucrés classiques** correspondant aux yaourts, laites fermentés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de yaourt, nature non sucrés et non édulcorés avec une teneur en matières grasses  $\leq 3,6\text{g}/100\text{g}$  ;
  - **Yaourts et Laites Fermentés nature non sucrés gourmands** qui rassemblent les yaourts, laites fermentés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de yaourt, nature non sucrés et non édulcorés avec une teneur en matières grasses  $> 3,6\text{g}/100\text{g}$ , principalement due à l'ajout de crème ;

- **Yaourts et Laits Fermentés sucrés classiques** regroupant l'ensemble des yaourts, laits fermentés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de yaourt, sucrés et non édulcorés et avec une teneur en matières grasses  $\leq 3,6\text{g}/100\text{g}$ . Regroupe les produits nature, aromatisés, aux fruits, sur lit de fruits, avec des inclusions de chocolat/caramel/biscuits/céréales, etc. Contient des produits laitiers à boire avec ou sans ferments ;
- **Yaourts et Laits Fermentés sucrés gourmands** qui correspondent à l'ensemble des yaourts, laits fermentés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de yaourt, sucrés et non édulcorés et avec une teneur en matières grasses  $> 3,6\text{g}/100\text{g}$ , principalement due à l'ajout de crème. Regroupe les produits nature, aromatisés, aux fruits, sur lit de fruits, avec des inclusions de chocolat/caramel/biscuits/céréales, etc. ;
- **Yaourts et Laits Fermentés édulcorés** rassemblant les yaourts, laits fermentés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de yaourt, édulcorés, quelle que soit la teneur en matières grasses, sucrés ou non. Contient des produits laitiers à boire avec ou sans ferments.
  - o Dans la catégorie des **Fromages Frais (FF)**, les familles des :
    - **Fromages Frais nature non sucrés classiques** correspondant aux produits de type fromages frais, fromages blancs lisses, faisselles et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de fromage blanc/fromage frais, nature non sucrés et non édulcorés, avec une teneur en matières grasses  $\leq 3,8\text{g}/100\text{g}$  ;
    - **Fromages Frais nature non sucrés gourmands** qui rassemblent les produits de type fromages frais, fromages blancs lisses, petits suisses, faisselles, fromages frais avec mousse, mousses de fromage blanc/frais et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de fromage blanc/fromage frais, nature non sucrés et non édulcorés avec une teneur en matières grasses  $> 3,8\text{g}/100\text{g}$ , principalement due à l'ajout de crème ;
    - **Fromages Frais sucrés classiques** regroupant les produits de type fromages frais, fromages blanc lisses et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de fromage blanc/fromage frais, sucrés et non édulcorés et avec une teneur en matières grasses  $\leq 3,8\text{g}/100\text{g}$ . Regroupe les produits nature, aromatisés, aux fruits, sur lit de fruits etc. ;
    - **Fromages Frais sucrés gourmands** rassemblant les produits de type fromages frais, fromages blanc lisses, fromages frais avec mousse, mousses de fromage blanc/frais et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de fromage blanc/fromage frais, sucrés et non édulcorés et avec une teneur en matières grasses  $> 3,8\text{g}/100\text{g}$ , principalement due à l'ajout de crème. Regroupe les produits nature, aromatisés, aux fruits, sur lit de fruits, avec des inclusions de chocolat/caramel/biscuits/céréales, etc. ;
    - **Fromages Frais édulcorés** rassemblant les produits de type fromages frais édulcorés et produits équivalents de type spécialité laitière/dessert lacté à base de ferments ou de fromage blanc/fromage frais, quelle que soit la teneur en matières grasses. Peut contenir des produits édulcorés et sucrés.

- Dans la catégorie des **Desserts Frais (DF)**, les familles des :
  - **Crèmes dessert et laits gélifiés** qui regroupent les desserts frais à base de lait gélifié ou lait épaissi sans ferment de type flan ou crème dessert, quel que soit le parfum (chocolat, vanille, café, brownie, aux fruits, sur lit de fruits, etc.) ;
  - **Liégeois et assimilés** qui regroupent les desserts frais indiquant « liégeois » ou « viennois » en face avant ainsi que les produits équivalents à base de crème dessert surmontée d'une couche de crème fouettée/mousse. Les mousses liégeoises et produits équivalents de type mousse surmontée de crème/mousse fouettée ne sont pas intégrés dans cette famille ;
  - **Laits emprésurés** qui regroupent les desserts lactés frais (autres que fromages frais) à base de lait emprésuré ;
  - **Desserts Frais à base de céréales** correspondant aux desserts frais de type riz au lait, quel que soit le parfum (vanille, caramel, chocolat, sur lit de fraise, etc.), semoules au lait, gâteaux de riz et gâteaux de semoule. Regroupent des produits avec ou sans inclusions (raisins, coco, etc.), avec ou sans nappage ;
  - **Desserts Frais de type mousse** qui rassemblent les mousses, quel que soit le parfum (chocolat, café, caramel, aux fruits, etc.), y compris les mousses liégeoises et les mousses avec sauces. Peut contenir des œufs. Ne contient pas les mousses au fromage blanc/frais et les mousses avec ganache ;
  - **Desserts Frais aux œufs** correspondant aux desserts aux œufs de type crèmes aux œufs, crèmes caramel, flans aux œufs, îles flottantes, œufs au lait, crèmes brûlées, crèmes renversées, crèmes catalanes ;
  - **Desserts Frais allégés et/ou édulcorés** qui regroupent l'ensemble des produits de la catégorie des desserts frais contenant des édulcorants et/ou présentant une allégation nutritionnelle sur l'allègement, la faible teneur ou l'absence de matières grasses et/ou de sucres selon le règlement (CE) n°1924/2006<sup>3</sup> ;
  - **Gâteaux, moelleux, cakes frais** qui regroupent les desserts frais vendus au rayon frais de type brownie, cake, fondant, moelleux cœur coulant (quel que soit le coulant), baba au rhum, clafoutis, far ;
  - **Desserts pâtisseries frais aux fruits** qui regroupent les produits de type desserts pâtisseries ou entremets frais composés de couches comprenant une pâte cuite (pâte à tarte, biscuit, génoise) associée à des crèmes et/ou mousses et qui contiennent des fruits (fruits coupés, coulis, jus, purée) (exemple : bavarois, cheesecake avec fruits, tiramisu aux fruits, tarte, crumble, charlotte aux fruits, forêt noire, fraisier, framboisier) ;
  - **Desserts pâtisseries frais sans fruit** qui regroupent les produits de type desserts pâtisseries ou entremets frais composés de couches comprenant une pâte cuite (pâte à tarte, biscuit, génoise, pâte à choux) associée à des crèmes et/ou mousses et qui ne contiennent pas de fruits (exemple : cheesecake sans fruit, tiramisu sans fruit, tarte au chocolat, profiteroles) ;

---

<sup>3</sup> Règlement (CE) n°1924/2006 du Parlement Européen et du Conseil du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:012:0003:0018:FR:PDF>

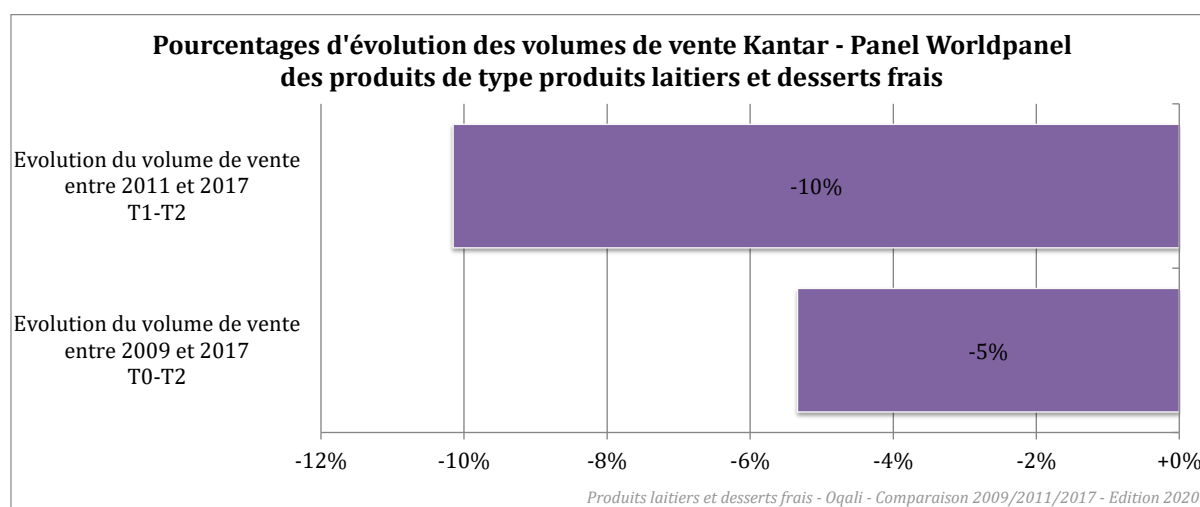
- **Autres desserts frais** qui regroupent les desserts frais autres que crèmes desserts, laits gélifiés, liégeois, laits emprésurés, mousses, desserts à base d'œufs ou de céréales, gâteaux et desserts pâtisseries. Contient par exemple les panna cotta, les mousses avec ganache, les fruits/purées de fruits surmontés de crème fouettée, les pains perdus.
  - Dans la catégorie des **Desserts Frais Végétaux (DFV)**, les familles des :
    - **Desserts frais au soja nature non sucrés** qui regroupent les desserts au soja nature non sucrés ;
    - **Desserts frais au soja sucrés** correspondant aux desserts au soja sucrés, quel que soit le parfum (nature, aux fruits, au chocolat, à la vanille, etc.) ;
    - **Autres desserts frais végétaux** regroupant l'ensemble des desserts à base de végétaux autres que soja, sucrés ou non, avec ou sans céréales.

## 2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

### 2.1 Couverture<sup>4</sup> du marché

A partir des données 2009, 2011 et 2017<sup>5</sup> de Kantar - Panel Worldpanel<sup>6</sup>, l'évolution du volume de vente du secteur ainsi que les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant les marchés « yaourts », « fromages frais », « desserts frais » et « petits suisses ».

**D'après les données Kantar – Panel Worldpanel et en considérant le marché des produits laitiers et desserts frais, une diminution du volume de vente total du secteur de -10% est observée entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2). Entre 2009 et 2017 (T0-T2), une diminution globale du volume de vente du secteur de -5% est observée (Figure 1).**



**Figure 1 : Pourcentages d'évolution des volumes de vente Kantar - Panel Worldpanel des produits de type produits laitiers et desserts frais entre 2011 et 2017 et entre 2009 et 2017.**

**Les produits laitiers et desserts frais pris en compte lors de cette étude couvrent<sup>4</sup> au minimum 67% du marché du secteur en volume en 2009, 81% en 2011 et 87% en 2017.** La couverture<sup>4</sup> du marché a augmenté entre les 3 années de suivi (+6 points entre 2011 et 2017 et +20 points entre 2009 et 2017).

A noter que cette couverture<sup>4</sup> est sous-estimée du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel<sup>6</sup>. Cependant, pour les produits récoltés en 2017, l'appariement a été réalisé grâce aux codes-barres (en plus des descripteurs présents habituellement) ce qui a permis d'améliorer sensiblement l'appariement des bases Kantar - Panel Worldpanel<sup>6</sup> et Oqali. Ainsi, 16% des produits de 2009, 11% de ceux de 2011 et seulement 2% de ceux de 2017 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 Worldpanel<sup>6</sup> ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

<sup>4</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

<sup>5</sup> 2009 : septembre 2008 à octobre 2009 ; 2011 : janvier à décembre 2011 ; 2017 : janvier à décembre 2017.

<sup>6</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

## 2.2 Représentativité des segments de marché

Le Tableau 1 compare, pour les années 2009, 2011 et 2017, la répartition des parts de marché par segment entre les produits recueillis par l'Oqali associés à un volume de vente, et les données du secteur entier (d'après Kantar - Panel Worldpanel<sup>7</sup>).

**Tableau 1 : Comparaison de la répartition des produits laitiers et desserts frais par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2009, 2011 et 2017.**

Répartition en volume de vente selon les segments de marché	2009 (T0)			2011 (T1)			2017 (T2)		
	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=1384 ; 67% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=2129 ; 81% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel <sup>1</sup>	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar - Panel Worldpanel <sup>1</sup> (n=3062 ; 87% du marché en volume)	Delta (point)
Marques nationales	50%	54%	+4	51%	50%	-1	55%	52%	-3
Marques de distributeurs	31%	30%	-1	32%	32%	-0,1	33%	35%	+2
Marques de distributeurs entree de gamme	4%	4%	-0,5	4%	4%	+0,1	2%	2%	+0,2
Hard Discount	14%	12%	-2	13%	14%	+1	11%	11%	+0,02
Distributeurs specialises bio				0,001%	0,001%	+0,0001	0,04%	0,05%	+0,003
Tous segments confondus	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-

<sup>1</sup>Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française  
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar - Panel Worldpanel l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar - Panel Worldpanel l'année considérée

En 2009, la représentativité des produits de marques de distributeurs et issus du hard discount était légèrement sous-estimée au sein de l'échantillon Oqali du fait de l'absence de partenariat avec certains distributeurs. A noter également une légère surestimation des marques de distributeurs et une sous-estimation des marques nationales en 2017 (Tableau 1).

<sup>7</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.



### 3. EVOLUTION DE L'OFFRE<sup>8</sup>

Cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution de l'offre par famille, par segment de marché et par sous-groupe en nombre de références, ainsi que l'évolution des répartitions des parts de marché (en considérant l'ensemble des références recueillies par l'Oqali en 2009, 2011 et 2017 pour lesquelles il a été possible d'attribuer un volume de vente selon les données Kantar - Panel Worldpanel<sup>9</sup>).

Un tableau détaillant les effectifs de produits récoltés en 2009, 2011 et 2017 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

#### 3.1 Evolution de l'offre par famille

##### 3.1.1 En nombre de références

Le Tableau 2 compare la répartition par famille des références étudiées entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017).

**Tableau 2 : Evolution de l'offre alimentaire par famille de produits en nombre de références pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).**

Famille de produits	Répartition des références recueillies en pourcentage					Nombre de références recueillies				
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	6%	6%	6%	+0,1	-0,2	104	145	192	+47	+88
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	1%	2%	3%	+1	+2	22	43	94	+51	+72
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	23%	22%	24%	+2	+1	377	520	752	+232	+375
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	6%	6%	8%	+2	+3	91	150	257	+107	+166
Yaourts et laits fermentés edulcorés	6%	5%	3%	-2	-4	105	114	87	-27	-18
<b>Total catégorie des Yaourts et laits fermentés</b>	<b>42%</b>	<b>41%</b>	<b>44%</b>	<b>+4</b>	<b>+2</b>	<b>699</b>	<b>972</b>	<b>1382</b>	<b>410</b>	<b>683</b>
Fromages frais nature non sucres classiques	4%	6%	5%	-1	+1	64	133	145	+12	+81
Fromages frais nature non sucres gourmands	3%	4%	3%	-0,4	+1	45	93	109	+16	+64
Fromages frais sucres classiques	4%	5%	4%	-1	-1	74	118	110	-8	+36
Fromages frais sucres gourmands	2%	2%	2%	+0,4	+0,2	37	49	75	+26	+38
Fromages frais edulcorés	0,1%	0,4%	0,4%	-0,1	+0,2	2	10	11	+1	+9
<b>Total catégorie des Fromages frais</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>-2</b>	<b>+1</b>	<b>222</b>	<b>403</b>	<b>450</b>	<b>47</b>	<b>228</b>
Crèmes dessert et laits gelifiés	11%	12%	11%	-1	-1	185	278	329	+51	+144
Liegeois et assimilés	3%	4%	3%	-0,3	+0,02	52	84	99	+15	+47
Laits empiresures	0,2%	0,4%	0,4%	+0,04	+0,2	3	9	13	+4	+10
Desserts frais à base de céréales	4%	5%	4%	-0,4	+0,1	68	109	131	+22	+63
Desserts frais de type mousse	5%	4%	5%	+0,4	-1	88	103	147	+44	+59
Desserts frais aux oeufs	8%	7%	7%	+0,1	-2	136	157	209	+52	+73
Desserts frais allégés et/ou edulcorés	3%	1%	1%	-0,5	-2	50	34	30	-4	-20
Gateaux, moelleux, cakes frais	2%	2%	2%	-0,3	-1	38	48	52	+4	+14
Desserts pâtisseries frais aux fruits	1%	2%	2%	-0,02	+1	18	45	58	+13	+40
Desserts pâtisseries frais sans fruits	2%	3%	3%	+0,3	+1	32	68	99	+31	+67
Autres desserts frais	1%	2%	1%	-0,5	+0,1	21	44	42	-2	+21
<b>Total catégorie des Desserts frais</b>	<b>42%</b>	<b>41%</b>	<b>39%</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>691</b>	<b>979</b>	<b>1209</b>	<b>230</b>	<b>518</b>
Desserts frais au soja nature non sucres	0,2%	0,3%	0,4%	+0,1	+0,2	4	8	14	+6	+10
Desserts frais au soja sucres	2%	2%	2%	+0,5	-0,3	37	36	62	+26	+25
Autres desserts frais végétaux	0%	0%	0,4%	+0,4	+0,4	0	0	14	+14	+14
<b>Total catégorie des Desserts frais végétaux</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>+1</b>	<b>+0,4</b>	<b>41</b>	<b>44</b>	<b>90</b>	<b>46</b>	<b>49</b>
<b>Toutes familles confondues</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			<b>1 653</b>	<b>2 398</b>	<b>3 131</b>	<b>+733</b>	<b>+1478</b>

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

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

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

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

**La répartition des produits selon les familles est stable aussi bien entre les 2 derniers suivis qu'entre les 2 suivis les plus éloignés. La catégorie prédominante en nombre de références (44% en 2017) est celle des Yaourts et laits fermentés, grâce notamment à la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (24% des références en 2017). La deuxième catégorie est celle des Desserts frais (39% des références en 2017), grâce notamment à la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés (11% en 2017).**

### 3.1.2 En pondérant par les parts de marché

Le Tableau 3 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017).

**Tableau 3 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par famille, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).**

Famille de produits	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali					Effectif de produits associés à un volume de vente				
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	21%	20%	16%	-4	-5	91	133	188	+55	+97
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	2%	3%	4%	+1	+2	16	40	92	+52	+76
Yaourts et laits fermentés sucrés classiques	26%	24%	29%	+5	+3	325	467	737	+270	+412
Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands	2%	2%	3%	+1	+2	74	129	240	+111	+166
Yaourts et laits fermentés edulcores	9%	8%	5%	-3	-4	85	105	85	-20	+0
Total catégorie des Yaourts et laits fermentés	60%	57%	57%	-0	-2	591	874	1342	+468	+751
Fromages frais nature non sucres classiques	7%	12%	8%	-4	+1	61	118	143	+25	+82
Fromages frais nature non sucres gourmands	3%	3%	4%	+0,3	+0,3	42	83	106	+23	+64
Fromages frais sucrés classiques	3%	3%	4%	+1	+1	67	104	110	+6	+43
Fromages frais sucrés gourmands	1%	0,5%	1%	+0,2	+0,1	23	40	72	+32	+49
Fromages frais edulcores	0,02%	0,3%	0,2%	-0,1	+0,2	2	7	11	+4	+9
Total catégorie des Fromages frais	14%	19%	16%	-3	+2	195	352	442	+90	+247
Crèmes dessert et laits gélifiés	13%	10%	11%	+1	-2	164	250	327	+77	+163
Liegeois et assimilés	3%	3%	4%	+2	+2	46	73	98	+25	+52
Laits empresures	0,1%	0,1%	0,2%	+0,1	+0,2	3	9	12	+3	+9
Desserts frais à base de céréales	2%	2%	2%	+0,3	+1	66	98	129	+31	+63
Desserts frais de type mousse	2%	2%	2%	-0,1	-0,4	71	92	145	+53	+74
Desserts frais aux oeufs	3%	3%	3%	+0,5	+0,2	100	146	206	+60	+106
Desserts frais allégés et/ou edulcores	1%	1%	1%	-0,3	-0,4	32	31	30	-1	-2
Gateaux, moelleux, cakes frais	0,3%	0,3%	0,5%	+0,2	+0,2	31	36	51	+15	+20
Desserts pâtisseries frais aux fruits	0,1%	0,2%	0,3%	+0,03	+0,2	12	36	56	+20	+44
Desserts pâtisseries frais sans fruits	0,3%	0,5%	0,5%	+0,1	+0,2	30	58	97	+39	+67
Autres desserts frais	0,05%	0,2%	0,1%	-0,04	+0,1	15	37	40	+3	+25
Total catégorie des Desserts frais	26%	23%	26%	+3	+1	570	866	1191	+325	+621
Desserts frais au soja nature non sucres	0,4%	0,3%	0,2%	-0,1	-0,2	4	7	13	+6	+9
Desserts frais au soja sucrés	0,6%	0,6%	0,5%	-0,1	-0,1	24	29	61	+32	+37
Autres desserts frais végétaux	0%	0%	0,02%	-	-	0	0	13	+13	+13
Total catégorie des Desserts frais végétaux	1%	1%	1%	-0,2	-0,3	28	36	87	+51	+59
Toutes familles confondues	100%	100%	100%	-	-	1384	2128	3062	+934	+1678

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

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieure ou égale à 2

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

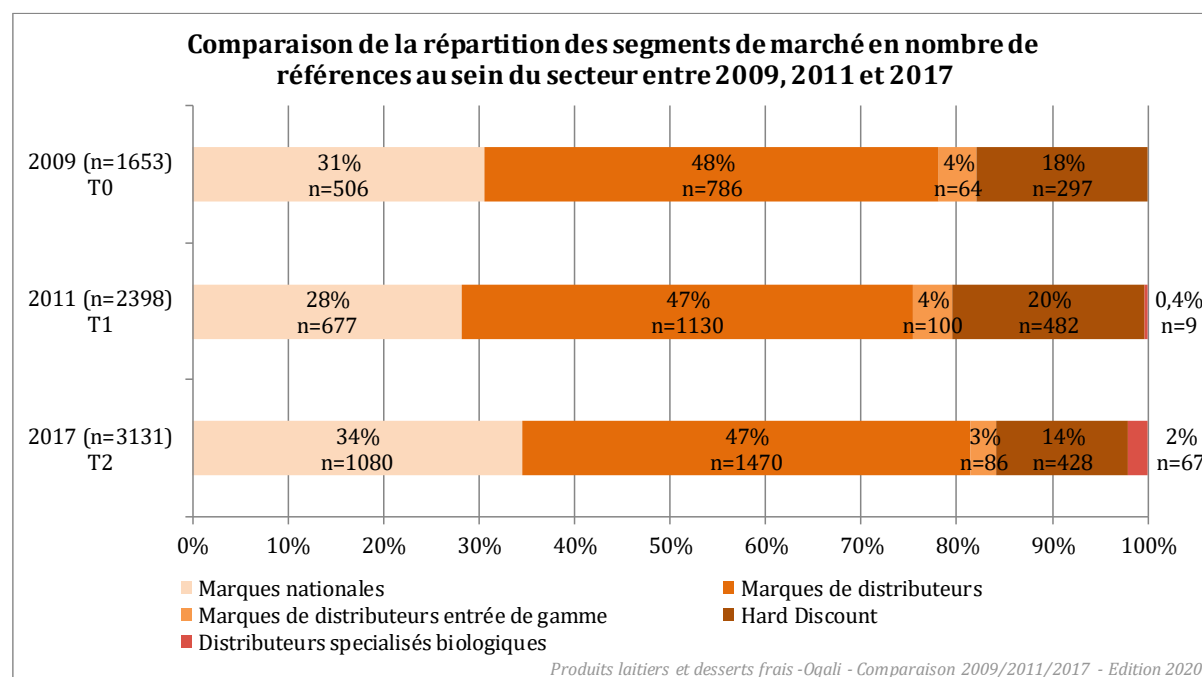
**La répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à un volume de vente par famille a peu évolué.** Une diminution est observée pour la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2) (-5 points) et également entre 2011 (T1) et 2017 (T2) (-4 points), au profit notamment des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques qui augmentent de 5 points entre 2011 et 2017 (T1-T2).

**La catégorie prédominante en volume de vente, comme en nombre de références, est celle des Yaourts et laits fermentés (57% des volumes en 2017), suivie de celle des Desserts frais, grâce notamment à la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés (11% des volumes en 2017).**

## 3.2 Evolution de l'offre par segment de marché

### 3.2.1 En nombre de références

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



**Figure 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché en nombre de références pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2009, 2011 et 2017.**

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

**Entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2), la proportion de produits de marques nationales augmente (+6 points) au détriment notamment des produits issus du hard discount (-6 points) et, de manière moins marquée, des marques de distributeurs entrée de gamme (-1 point).**

### 3.2.2 En pondérant par les parts de marché

Le Tableau 4 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017).

**Tableau 4 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par segment de marché, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).**

Segment de marché	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali					Effectif de produits associés à un volume de vente				
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Marques nationales	54%	50%	52%	+2	-2	404	597	1054	+457	+650
Marques de distributeurs	30%	32%	35%	+3	+5	682	1021	1464	+443	+782
Marques de distributeurs entrée de gamme	4%	4%	2%	-2	-2	53	94	86	-8	+33
Hard Discount	12%	14%	11%	-3	-1	245	415	414	-1	+169
Distributeurs spécialisés bio		0,001%	0,05%	+0,05		0	1	44	43	
Tous segments confondus	100%	100%	100%	-	-	1384	2128	3062	+934	+1678

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

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

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

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

**La répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à un volume de vente montre, entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2), une légère augmentation de la part des marques nationales (+2 points) et des marques de distributeurs (+3 points) au détriment des marques de distributeurs entrée de gamme (-2 points) et des produits issus du Hard discount (-3 points). Entre les 2 suivis les plus éloignées 2009-2017 (T0-T2), la part des marques de distributeurs a augmenté de 5 points au détriment des autres segments.**

### 3.3 Evolution de l'offre par segment de marché et par famille en nombre de références

Le Tableau 5 compare l'évolution de la répartition de l'offre de produits, en nombre de références, par famille et segment de marché entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017).

**Tableau 5 : Evolution de la répartition du nombre de références par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) : proportion par famille des références recueillies en 2017 pour chaque segment et évolutions en points.**

Segment de marché Famille de produits	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount			Distributeurs spécialisés biologiques		
	2017 (n=1080) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=1470) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=86) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=428) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=67) T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	4%	-1	-1	7%	+1	+0,1	10%	+3	+3	6%	-0,4	-0,5	13%	-9	
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	4%	+1	+2	3%	+1	+1	1%	+1	+1	2%	+0,4	+1	10%	+10	
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	28%	+7	+1	22%	-1	+1	14%	-1	-9	22%	-0,003	+2	22%	+11	
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	14%	+2	+4	4%	+1	+1	1%	+1	+1	7%	+1	+1	12%	+12	
Yaourts et laits fermentés edulcores	5%	-5	-5	2%	-1	-4	2%	-1	-2	2%	+0,002	-1	0%	+0	
Total catégorie des Yaourts et laits fermentés	55%	+5	+2	38%	+1	-1	29%	+4	-7	39%	+1	+3	58%	+25	
Fromages frais nature non sucres classiques	2%	-1	+1	5%	-0,07	+2	20%	+4	+3	5%	-2	-1	9%	-2	
Fromages frais nature non sucres gourmands	2%	-1	+1	4%	-0,3	+0,2	2%	+0,3	+1	4%	+0,2	+2	4%	-7	
Fromages frais sucres classiques	1%	-1	-1	5%	-1	-1	7%	+1	+2	4%	-1	-2	1%	-10	
Fromages frais sucres gourmands	3%	+1	+0,4	2%	-0,1	+0,5	0%	-2	+0	3%	+1	-1	0%	+0	
Fromages frais edulcores	1%	-0,5	+0,4	0,2%	+0,03	+0,1	0%	+0	+0	0,5%	+0,3	+0,5	0%	+0	
Total catégorie des Fromages frais	9%	-3	+2	17%	-1	+2	29%	+3	+6	16%	-1	-1	15%	-18	
Crèmes dessert et laits gélifiés	8%	-4	-2	11%	+2	+1	29%	+0,1	+1	12%	-0,1	+0,5	4%	-7	
Liegeois et assimilés	3%	+1	+0,4	3%	-1	-0,3	1%	-5	-2	4%	+1	+1	0%	+0	
Laits empresures	1%	+0,3	+1	0%	-0,1	-0,3	0%	+0	+0	0%	-0,4	+0	0%	+0	
Desserts frais a base de cereales	4%	+2	+2	4%	-1	-0,3	2%	-3	+1	5%	-0,05	-3	1%	-10	
Desserts frais de type mousse	4%	-0,2	-0,4	6%	+1	-0,2	5%	-0,3	-2	5%	+1	-1	1%	+1	
Desserts frais aux oeufs	5%	+1	-2	8%	+0,3	-2	3%	+1	+2	8%	-1	-0,03	4%	+4	
Desserts frais allégés et/ou edulcores	2%	-1	-3	0,3%	-1	-2	0%	+0	+0	0,2%	-1	-2	0%	+0	
Gateaux, moelleux, cakes frais	2%	-0,3	-0,2	2%	-0,02	-1	0%	+0	+0	2%	-1	-1	0%	+0	
Desserts pâtisseries frais aux fruits	2%	-0,3	+0,2	2%	-0,5	+1	0%	+0	+0	3%	+2	+3	0%	+0	
Desserts pâtisseries frais sans fruit	2%	+1	+1	4%	+0,1	+2	1%	+0,2	+1	4%	+1	+1	0%	+0	
Autres desserts frais	2%	-0,05	+0,4	1%	-0,2	-0,2	0%	-1	+0	1%	-2	+0,3	0%	+0	
Total catégorie des Desserts frais	34%	-2	-2	42%	-0,3	-3	42%	-7	+1	43%	-0,1	-1	12%	-10	
Desserts frais au soja nature non sucres	0,3%	+0,1	+0,1	1%	+0,1	+0,3	0%	+0	+0	0,2%	-0,2	-0,1	3%	+3	
Desserts frais au soja sucres	1%	-1	-3	2%	+1	+1	0%	+0	+0	1%	+1	-0,3	9%	-2	
Autres desserts frais végétaux	1%	+1	+1	0%	+0	+0	0%	+0	+0	0%	+0	+0	3%	+3	
Total catégorie des Desserts frais végétaux	3%	+0,4	-2	3%	+1	+2	0%	+0	+0	2%	+0,4	-0,4	15%	+4	
<b>Total secteur Produits laitiers et desserts frais</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

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

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

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

**L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre de produits est globalement stable** (Tableau 5).

Cependant, au sein des **marques nationales**, entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2), **la proportion de Yaourts et laits fermentés édulcorés diminue (-5 points pour ces 2 périodes) au profit, notamment entre 2011 et 2017 (T1-T2), des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+7 points).**

Concernant les **marques de distributeurs entrée de gamme, une diminution des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques entre 2009 et 2017 (T0-T2) est observée (-9 points).**

Au sein des produits issus des **distributeurs spécialisés biologiques**, les évolutions sont plus difficiles à analyser, ces produits n'ayant été que partiellement prélevés en 2009 et 2011. Il peut cependant être souligné que les produits de la catégorie des Desserts frais végétaux sont présents de façon plus fréquente au sein de ce segment de marché contrairement aux desserts frais dont la fréquence de présence est moindre par rapport aux autres segments.

La répartition des produits au sein des marques de distributeurs et des produits issus du hard discount est stable pour l'ensemble des familles.

La famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques reste largement majoritaire en 2017 au sein de l'ensemble des segments de marché (entre 14 et 28% des références selon les segments).

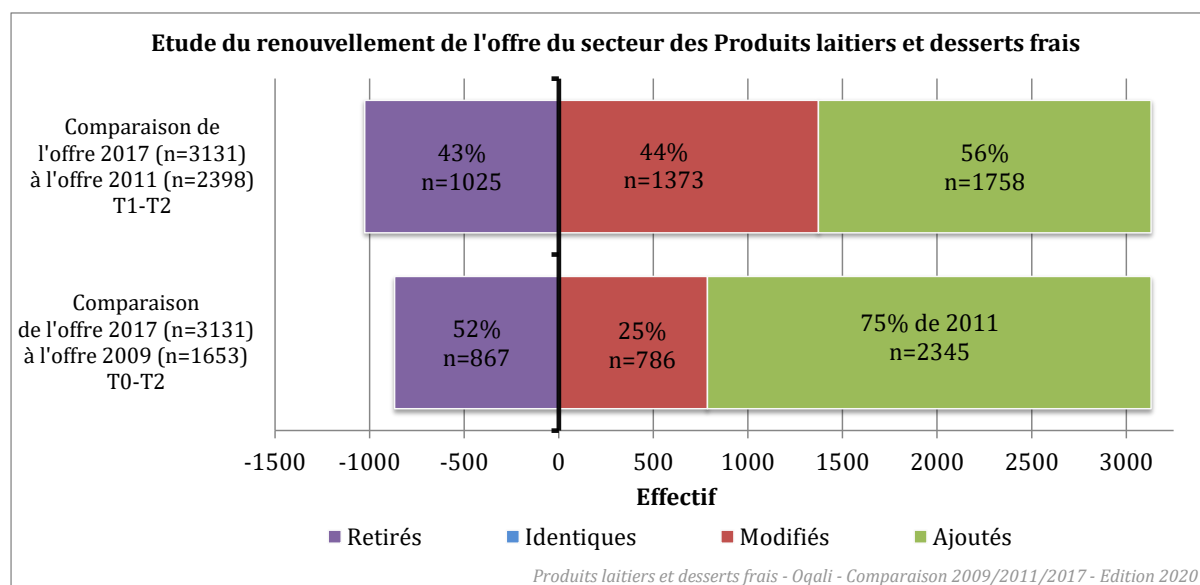
### 3.4 Etude du renouvellement de l'offre

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

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

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

La Figure 3 présente le renouvellement de l'offre du secteur des Produits laitiers et desserts frais en comparant les 2 dernières années de suivi (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 années de suivi les plus éloignées (T0-T2 : 2009 à 2017) à partir du classement des produits en identiques, modifiés, ajoutés et retirés<sup>10</sup>.



**Figure 3 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Produits laitiers et desserts frais : comparaison des offres 2017-2011, 2017-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés.**

**Entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2), sur l'ensemble du secteur et en nombre de références, les produits ajoutés (captés par l'Oqali en 2017 mais pas en 2011) sont majoritaires et représentent 56% de l'offre 2017 (n=1758). Les produits modifiés (présents en 2011 et en 2017 dans une version évoluée) en représentent 44% (n=1373). L'absence de produits identiques s'explique par l'application du règlement 1169/2011<sup>11</sup> dit « INCO » (cf. lexique en Annexe 1) à partir de décembre 2014, ayant engendré de nombreux remaniements d'emballages (information nutritionnelle, étiquetage des allergènes, etc.). 43% des produits pris en compte en 2011 n'ont pas été retrouvés pour l'étude d'évolution (n=1025).**

**Ces pourcentages traduisent un renouvellement important des produits, avec cependant une part importante de recettes qui perdurent (44% de produits modifiés entre 2011 et 2017 T1-T2). Ces tendances sont également retrouvées entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2).**

<sup>10</sup> Les évolutions de l'offre entre 2009 (T0) et 2011 (T1) ne sont pas représentées sur cette figure. Ces évolutions sont détaillées dans le premier suivi d'évolution du secteur (Etude du secteur des Produits laitiers frais et assimilés-Comparaison 2009/2011-Edition 2013, disponible sur le site de l'Oqali [https://www.oqali.fr/content/download/3331/32518/file/Oqali\\_Rapport\\_evolution\\_PLF\\_et\\_assimiles\\_2\\_013.pdf](https://www.oqali.fr/content/download/3331/32518/file/Oqali_Rapport_evolution_PLF_et_assimiles_2_013.pdf)).

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

Le Tableau 6 compare la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017).

**Tableau 6 : Evolution de la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel, par sous-groupe, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).**

Sous-groupe		Retirés <sup>1</sup>	Identiques <sup>2</sup>	Modifiés <sup>3</sup>	Ajoutés <sup>4</sup>
Répartition des volumes de vente <sup>5</sup> des produits récoltés par l'Oqali	Entre 2011 et 2017 (T1-T2)	23%		72%	28%
	Entre 2009 et 2017 (T0-T2)	29%		51%	49%
Effectif de produits associés à un volume de vente	Entre 2011 et 2017 (T1-T2)	860		1360	1702
	Entre 2009 et 2017 (T0-T2)	660		782	2280

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

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

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

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

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

Case en vert : part de marché la plus élevée

A l'échelle du secteur total et en termes de volumes de vente associés aux produits récoltés par l'Oqali, **les références modifiées sont celles possédant les volumes de vente les plus élevés entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017** (T1-T2, 72% des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2017 ayant été associés à un volume de vente Kantar – Panel Worldpanel). Elles sont suivies par les produits ajoutés qui représentent 28% des volumes de vente. Les produits retirés correspondent quant à eux à 23% du volume de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2011 ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel.

### 3.5 Les modifications d'étiquetage

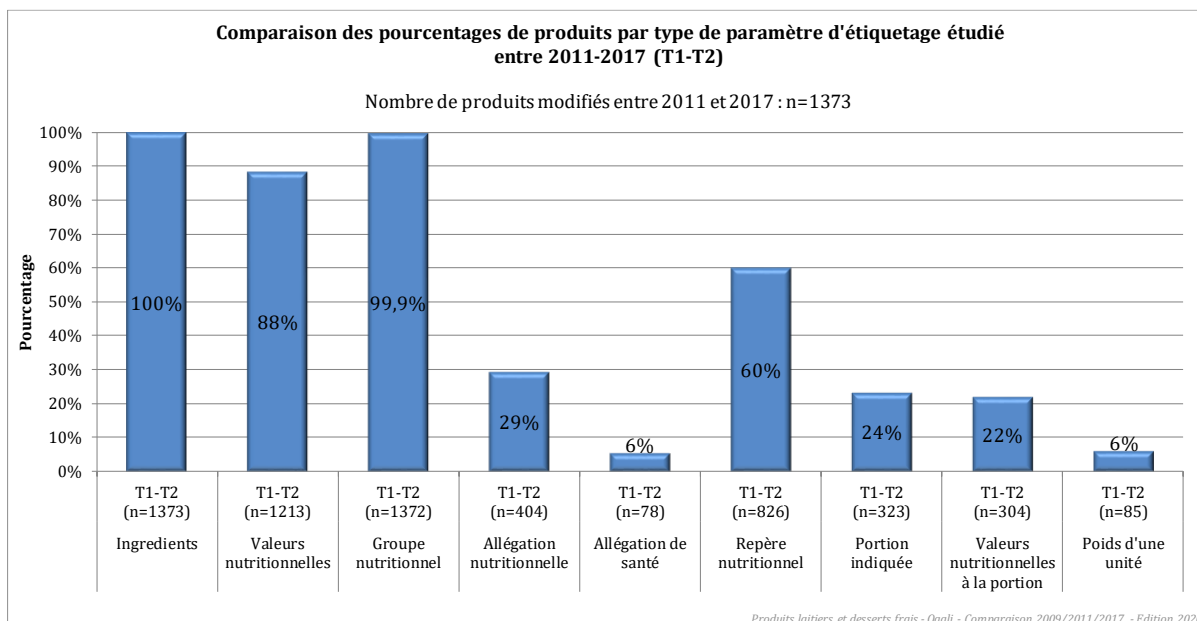
Les types de modifications concernent : les allégations nutritionnelles, les allégations de santé, les repères nutritionnels, l'étiquetage de portions indiquées ou de valeurs nutritionnelles par portion<sup>12</sup>, les valeurs nutritionnelles<sup>13</sup>, ainsi que les groupes nutritionnels et la liste des ingrédients.

La Figure 4 représente les effectifs de produits par type de modification observé parmi les 1373 produits modifiés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017). 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 entre 2011 et 2017 (n=1373).

<sup>12</sup> Suivis dans la partie 4 et dont les définitions sont disponibles en Annexe 1.

<sup>13</sup> Dont les évolutions sont présentées dans la partie 5.





**Figure 4 : Types de modification rencontrés sur l'ensemble des produits ayant été modifiés pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2011 et 2017.**

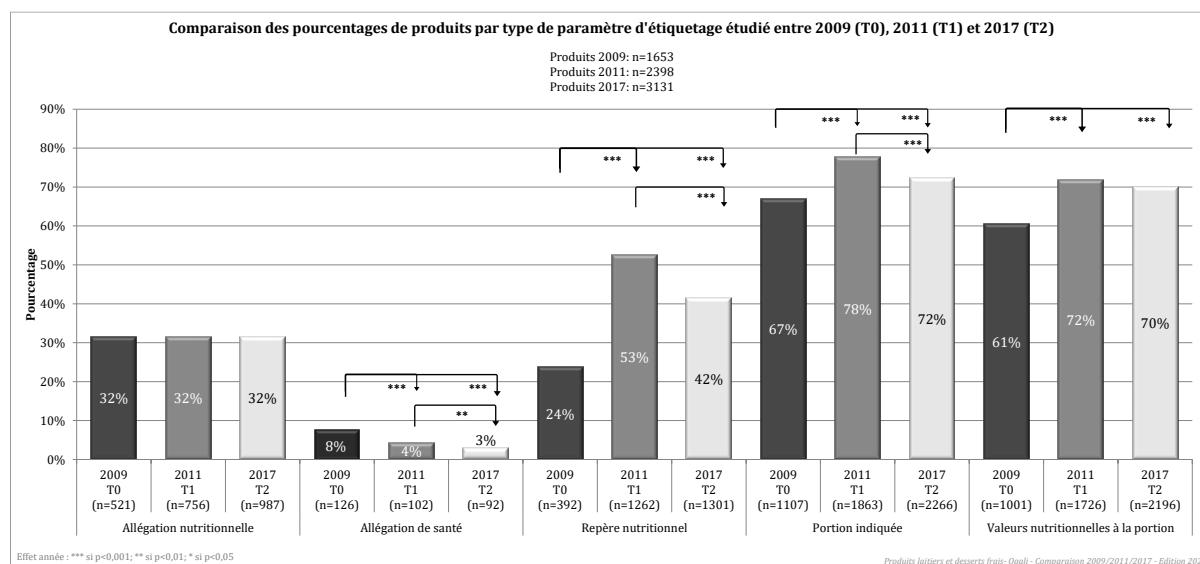
**Entre 2011 et 2017 (T1-T2), les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur les ingrédients (n=1373 ; 100% des produits modifiés entre 2011 et 2017) et sur le groupe nutritionnel (n=1372 ; 99,9%).** Les évolutions de groupes d'étiquetage nutritionnel, mais aussi d'étiquetage des ingrédients (allergènes) et des valeurs nutritionnelles (mises à jour), sont à mettre en relation avec la mise en application en décembre 2014 du règlement « INCO » et avec les refontes d'emballage effectuées à cette occasion. A l'inverse, les modifications les moins fréquentes entre 2011 et 2017 (T1-T2) portent sur les allégations de santé et le poids d'une unité (6%).

## 4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE<sup>14</sup>

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, les fréquences de présence de 5 paramètres nutritionnels ont été suivies : allégations nutritionnelles et de santé, repères nutritionnels, portions indiquées, valeurs nutritionnelles à la portion (Figure 5) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en Annexe 1, les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont également décrits dans le rapport méthodologique 2009<sup>15</sup>). 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 2009, 2011 et 2017 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

**A l'échelle du secteur des Produits laitiers et desserts frais, des évolutions significatives de la présence de certains paramètres d'étiquetage sont constatées entre les différentes années de suivi (Figure 5, Tableau 7).**



**Figure 5 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre 2009, 2011 et 2017.**

<sup>14</sup> Des tests statistiques (chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives de la proportion de produits présentant ou non tel paramètre entre les années. Par convention, le terme « significatif » a été employé afin de signifier que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05). Ce test tient compte à la fois de la proportion et des effectifs : plus les effectifs sont élevés, plus les écarts de proportion mis en évidence sont faibles. Lorsque cette différence est significative, elle est signifiée par une flèche entre les 2 années sur les figures et par des étoiles dans les tableaux.

<sup>15</sup> Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site de l'Oqali [https://www.oqali.fr/content/download/3112/31770/version/1/file/Oqali\\_2010\\_rapport\\_méthodologique.pdf](https://www.oqali.fr/content/download/3112/31770/version/1/file/Oqali_2010_rapport_méthodologique.pdf)

**Tableau 7 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.**

	Allégation nutritionnelle					Allégation de santé					Repère nutritionnel					Portion indiquée					Valeurs nutritionnelles à la portion				
	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (6 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																									
Secteur (T0 : n=1653 ; T1 : n=2398 ; T2 : n=3131)	32%	32%	32%	-0,003	+0,005	8%	4%	3%	-1**	-5***	24%	53%	42%	-11***	+18***	67%	78%	72%	-5***	+5***	61%	72%	70%	-2	+10***
<b>Famille de produits</b>																									
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (T0 : n=104 ; T1 : n=145 ; T2 : n=192)	68%	61%	71%	+10	+3	21%	14%	5%	-9**	-16***	38%	68%	48%	-19***	+11	76%	85%	69%	-16***	-7	66%	77%	65%	-12*	-1
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (T0 : n=22 ; T1 : n=43 ; T2 : n=94)	18%	19%	19%	+1	+1	5%	2%	0%	-2	-5	36%	42%	35%	-7	-1	59%	65%	65%	-0,2	+6	60%	60%	65%	+4	+19
Yaourts et laits fermentés sucres classiques (T0 : n=377 ; T1 : n=520 ; T2 : n=752)	40%	42%	40%	-2	+0,4	16%	6%	5%	-1	-12***	31%	66%	44%	-22***	+13***	71%	86%	73%	-13***	+2	63%	81%	69%	-12***	+6*
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (T0 : n=91 ; T1 : n=150 ; T2 : n=257)	13%	12%	9%	-3	-4	3%	1%	0%	-1	-3	14%	35%	28%	-6	+14**	29%	45%	56%	+11*	+28***	22%	37%	56%	+19***	+34***
Yaourts et laits fermentés edulcorés (T0 : n=105 ; T1 : n=114 ; T2 : n=87)	99%	100%	100%	+0	+1	17%	11%	10%	-1	-7	39%	84%	62%	-22***	+23**	85%	95%	90%	-5	+5	78%	94%	90%	-4	+12*
Fromages frais nature non sucres classiques (T0 : n=64 ; T1 : n=133 ; T2 : n=145)	59%	66%	81%	+15**	+22***	3%	7%	7%	+0,1	+4	39%	53%	43%	-10	+4	58%	75%	74%	-1	+16*	55%	73%	73%	+0,2	+18**
Fromages frais nature non sucres gourmands (T0 : n=45 ; T1 : n=93 ; T2 : n=109)	18%	18%	30%	+12*	+12	4%	1%	0%	-1	-4	40%	48%	43%	-5	+3	73%	72%	72%	0,4	-1	73%	71%	72%	+1	-2
Fromages frais sucres classiques (T0 : n=74 ; T1 : n=118 ; T2 : n=110)	62%	87%	90%	+3	+28***	8%	13%	14%	+1	+6	23%	55%	36%	-19**	+13	62%	85%	82%	-3	+20**	55%	80%	82%	+2	+26***
Fromages frais sucres gourmands (T0 : n=37 ; T1 : n=49 ; T2 : n=75)	5%	18%	20%	+2	+15*	0%	0%	0%	+0	+0	22%	35%	32%	-3	+10	59%	69%	68%	-1	+9	59%	67%	67%	-1	+7
Fromages frais edulcorés (T0 : n=2 ; T1 : n=10 ; T2 : n=11)	100%	100%	100%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	50%	100%	82%	-18	+32	100%	100%	100%	+0	+0	100%	90%	100%	+10	+0
Crèmes dessert et laits gelifiés (T0 : n=185 ; T1 : n=278 ; T2 : n=329)	2%	2%	4%	+2	+2	0%	0%	0%	+0	+0	12%	38%	30%	-8*	+18***	50%	62%	56%	-5	+6	41%	47%	53%	+5	+12**
Liegeois et assimilés (T0 : n=52 ; T1 : n=84 ; T2 : n=99)	0%	0%	2%	+0	+2	0%	0%	0%	+0	+0	21%	58%	54%	-5	+32***	81%	86%	90%	+4	+9	81%	85%	90%	+5	+9
Laits empresures (T0 : n=3 ; T1 : n=9 ; T2 : n=13)	33%	0%	0%	+0	-33	33%	0%	0%	+0	-33	0%	0%	0%	+0	+0	67%	11%	0%	-11	-67	67%	11%	0%	-11	-67
Desserts frais à base de céréales (T0 : n=68 ; T1 : n=109 ; T2 : n=131)	0%	0%	7%	+7	+7	0%	0%	0%	+0	+0	9%	41%	40%	-1	+32***	68%	82%	63%	-18**	-4	66%	78%	59%	-19**	-7
Desserts frais de type mousse (T0 : n=88 ; T1 : n=103 ; T2 : n=147)	0%	0%	1%	+1	+1	0%	0%	0%	+0	+0	15%	39%	47%	+8	+32***	58%	73%	71%	-1	+13*	48%	66%	69%	+3	+21**
Desserts frais aux oeufs (T0 : n=136 ; T1 : n=157 ; T2 : n=209)	1%	0%	8%	+8***	+7**	0%	0%	0%	+0	+0	14%	47%	47%	0,2	+33***	88%	94%	90%	-4	+2	87%	92%	89%	-2	+3
Desserts frais allégés et/ou edulcorés (T0 : n=50 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)	92%	100%	80%	-20	-12	12%	24%	0%	-24	-12	24%	88%	90%	+2	+66***	70%	97%	93%	-4	+23*	60%	85%	87%	+1	+27*
Gateaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=38 ; T1 : n=48 ; T2 : n=52)	3%	0%	0%	+0	-3	0%	0%	0%	+0	+0	3%	31%	42%	+11	+40***	55%	69%	75%	+6	+20*	53%	63%	75%	+13	+22*
Desserts pâtisseries frais aux fruits (T0 : n=18 ; T1 : n=45 ; T2 : n=58)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	33%	40%	38%	-2	+5	72%	67%	90%	+23**	+17	44%	56%	84%	+29**	+40
Desserts pâtisseries frais sans fruit (T0 : n=32 ; T1 : n=68 ; T2 : n=99)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	0%	47%	33%	-14	+21*	63%	69%	80%	+11	+17*	56%	66%	80%	+14**	+24**
Autres desserts frais (T0 : n=21 ; T1 : n=44 ; T2 : n=42)	0%	0%	7%	+7	+7	0%	0%	0%	+0	+0	24%	39%	38%	-1	+14	81%	84%	83%	-1	+2	71%	77%	81%	+4	+10
Desserts frais au soja nature non sucres (T0 : n=4 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)	75%	100%	93%	-7	+18	25%	0%	7%	+7	-18	25%	88%	50%	-38	+25	75%	100%	79%	-21	+4	75%	100%	79%	-21	+4
Desserts frais au soja sucres (T0 : n=37 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)	76%	94%	92%	-3	+16*	5%	3%	18%	+15	+12	14%	42%	56%	+15	+43***	84%	94%	90%	-4	+7	84%	92%	90%	-1	+7
Autres desserts frais végétaux (T0 : n=0 ; T1 : n=0 ; T2 : n=14)			36%					0%					0%					71%					71%		
<b>Segment de marché</b>																									
Marques nationales (T0 : n=506 ; T1 : n=677 ; T2 : n=1080)	38%	41%	35%	-6*	-3	13%	7%	6%	-0,3	-6***	15%	38%	33%	-4	+18***	59%	66%	60%	-6*	+1	57%	60%	57%	-3	-1
Marques de distributeurs (T0 : n=786 ; T1 : n=1130 ; T2 : n=1470)	33%	32%	30%	-2	-3	8%	5%	1%	-4***	-7***	35%	67%	49%	-18***	+14***	86%	90%	82%	-8***	-4*	76%	84%	81%	-4*	+4*
Marques de distributeurs entrée de gamme (T0 : n=64 ; T1 : n=100 ; T2 : n=86)	20%	22%	27%	+5	+6	0%	0%	0%	+0	+0	6%	25%	26%	+1	+19**	34%	52%	57%	+5	+23**	30%	46%	55%	+9	+25**
Hard discount (T0 : n=297 ; T1 : n=482 ; T2 : n=428)	19%	20%	26%	+6*	+7*	0%	0%	1%	+1	+1	12%	45%	45%	-0,3	+33***	38%	71%	80%	+8**	+42***	32%	66%	79%	+12***	+47***
Distributeurs spécialisés biologiques (T0 : n=0 ; T1 : n=9 ; T2 : n=67)		44%	42%	-3				0%	0%	+0			33%	1%	-32			67%	25%	-41		67%	25%	-41	

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre les 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé  
Case en orange : augmentation significative de la présence du paramètre entre les 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé  
Chiffres grisés : effectifs d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

**Entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017 (T1-T2), des diminutions significatives sont observées concernant la présence de portions indiquées (2011 : 78% ; 2017 : 72%) de repères nutritionnels (2011 : 53% ; 2017 : 42%) et d'allégations de santé (2011 : 4% ; 2017 : 3%).** Ces diminutions significatives observées entre 2011 et 2017 (T1-T2) sont notamment portées au niveau des familles par les Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques (-16 points pour les portions indiquées, -19 points pour les repères nutritionnels et -9 points pour les allégations de santé) et les Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (excepté pour les allégations de santé) (respectivement -13 points et -22 points) et au niveau des segments par les marques de distributeurs notamment (diminution significative pour ces paramètres respectivement de -8, -18 et -4 points). Une augmentation significative de la présence de valeurs nutritionnelles à la portion, des portions indiquées et des allégations nutritionnelles pour les produits issus du hard discount est cependant observée entre 2011 et 2017 (respectivement +12, +8 et +6 points).

**Pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés, la taille la plus fréquente de portions indiquée est de 125g pour les 3 années de suivi (Figure 6).** En 2017, la **proportion de produits présentant une taille de portion indiquée de 125g diminue significativement** (2009 : 74% ; 2011 : 67% ; 2017 : 63%) alors que la **proportion de produits présentant une taille de portion indiquée de 100g augmente significativement** (2011 : 9% ; 2017 : 13%). **Pour la catégorie des Fromages frais (Figure 7), la taille la plus fréquente de portion indiquée est de 100g pour les 3 années de suivi** (2009 : 67% ; 2011 : 68% ; 2017 : 70%). Une augmentation significative des portions de 120g est observée entre les deux derniers suivis (2011 : 5% ; 2017 : 10%). **Pour la catégorie des Desserts frais (Figure 8), la taille la plus fréquente de portion indiquée est de 100g pour les 3 années de suivi** (2009 : 49% ; 2011 : 43% ; 2017 : 48%). Une augmentation significative des portions de 80g (2009 : 4% ; 2011 : 4% ; 2017 : 9%) et une diminution significative des portions de 125g (2009 : 13% ; 2011 : 15% ; 2017 : 7%) sont observées. **Pour les produits de la catégorie des Desserts frais végétaux (Figure 9) la taille la plus fréquente de portion indiquée est de 100g pour les 3 années de suivi** (2009 : 85% ; 2011 : 93% ; 2017 : 94%).

**Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés<sup>16</sup> mentionnant une taille de portion indiquée les 2 années de suivi (2011-2017 : n=973 ; 2009-2017 : n=158), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique (Tableau 8).** Ces résultats sont à nuancer du fait des faibles effectifs de produits concernés. Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

**Les fréquences de présence des allégations nutritionnelles restent globalement stables entre 2009, 2011 et 2017 à l'échelle du secteur alors que, pour rappel, celles des allégations de santé diminuent significativement :**

- **Allégations nutritionnelles (Tableau 9) (32% pour les 3 années) :** ces allégations concernent majoritairement la présence de vitamines et minéraux aussi bien en 2011 et 2017 (52% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2011 ; 56% en 2017). De plus, une diminution de la fréquence de présence des allégations portant sur les matières

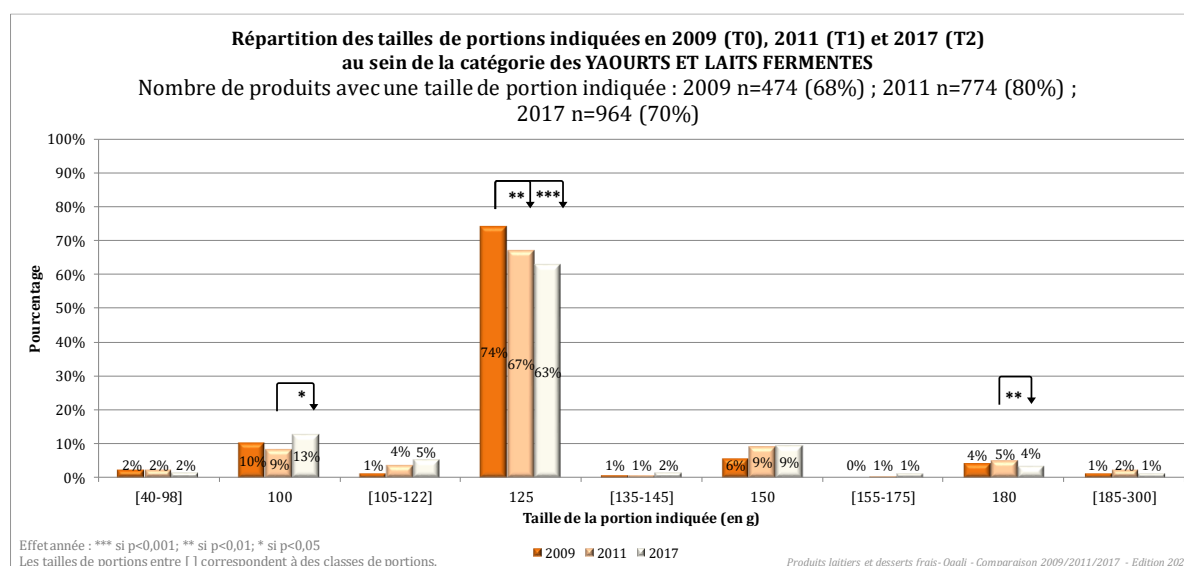
---

<sup>16</sup> Produits présents à la fois l'année A et l'année B sous une forme identique ou modifiée.

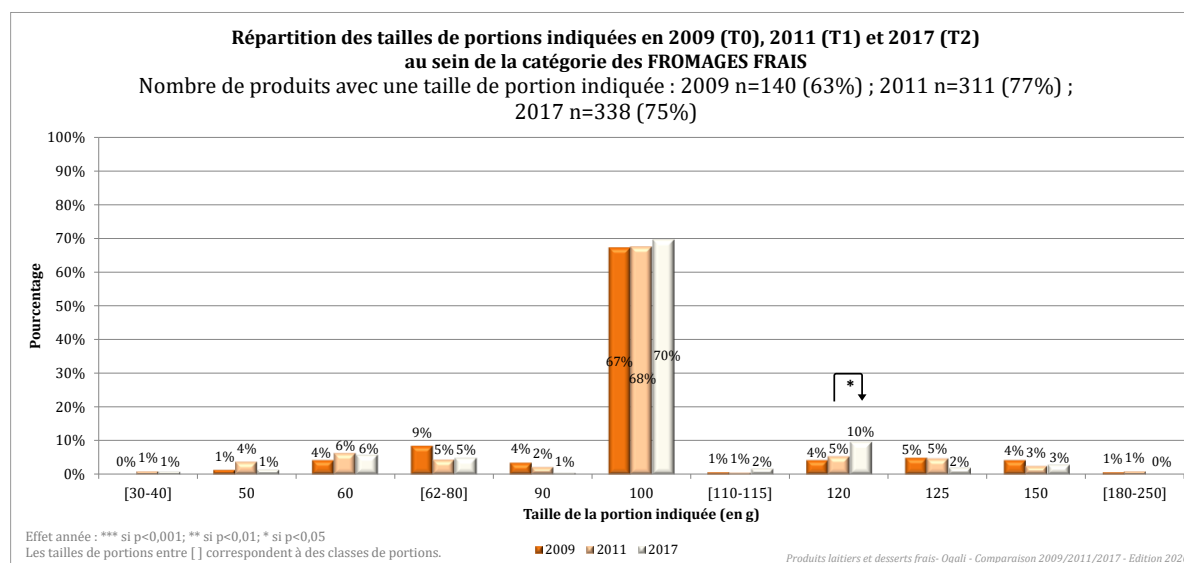
grasses est à noter entre 2009 (53% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle), 2011 (47%) et 2017 (36%) ;

- **Allégations de santé** (Tableau 11) (**2009 : 8% ; 2011 : 4% ; 2017 : 3%**) : concernent majoritairement le calcium et les os en 2009 et 2011 (respectivement 48% et 60% des produits présentant au moins une allégation de santé). En 2017, ces allégations ont été remplacées par celles associant le calcium, la vitamine D et la croissance osseuse (43 % des produits présentant au moins une allégation de santé).

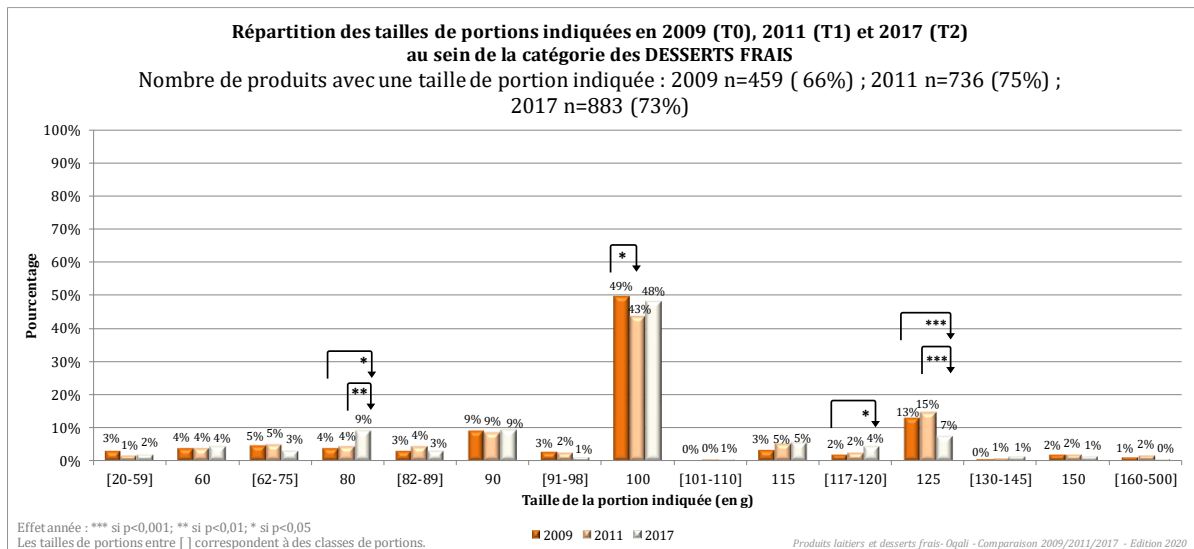
L'ensemble des graphiques et tableaux portant sur les portions et les allégations sont disponibles ci-dessous.



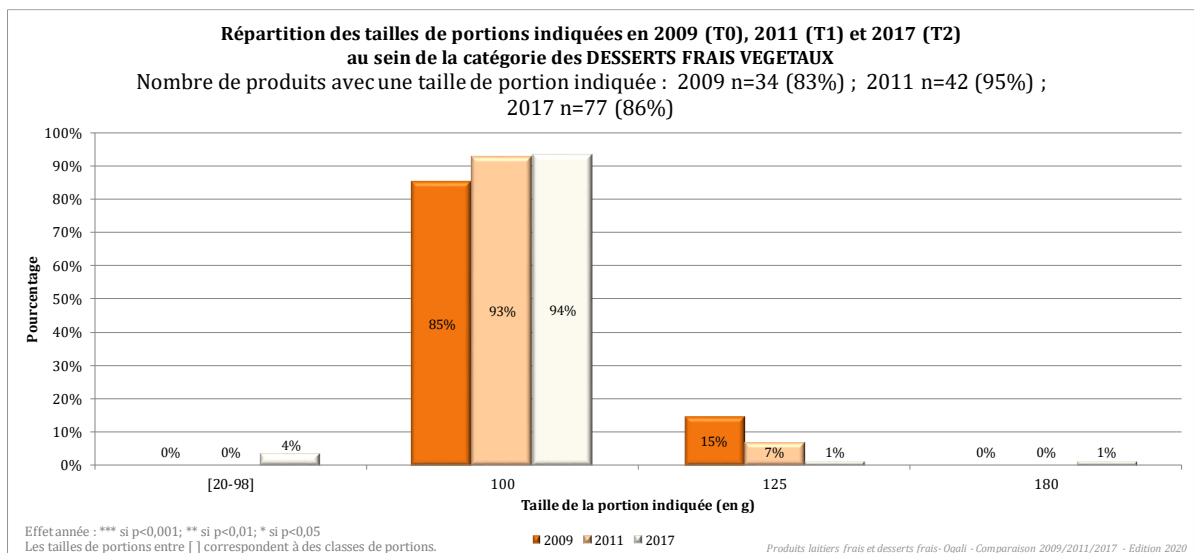
**Figure 6 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**



**Figure 7: Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Fromages frais.**



**Figure 8 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais.**



**Figure 9 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais végétaux.**

**Tableau 8 : Evolutions de tailles de portions indiquées des produits appariés, par famille de produits, au sein des Produits laitiers et desserts frais entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017).**

	Famille de produits	Diminutions de la taille de la portion indiquée, en g (n=49)						Taille de la portion indiquée identique (n=894)		Augmentations de la taille de la portion indiquée, en g (n=30)					
		%	N	Min	Max	Moy	ET	%	N	%	N	Min	Max	Moy	ET
Entre 2011 et 2017 (T1-T2)	Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (n=81)	1%	1	-25,0	-25,0	-25,0		99%	80	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (n=19)	0%	0					100%	19	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés sucres classiques (n=209)	5%	10	-10,0	-80,0	-43,5	26,7	93%	195	2%	4	+20,0	+20,0	+20,0	0,0
	Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (n=23)	4%	1	-5,0	-5,0	-5,0		96%	22	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés edulcorés (n=47)	0%	0					100%	47	0%	0				
	Fromages frais nature non sucres classiques (n=61)	2%	1	-50,0	-50,0	-50,0		95%	58	3%	2	+10,0	+60,0	+35,0	35,4
	Fromages frais nature non sucres gourmands (n=47)	2%	1	-63,0	-63,0	-63,0		96%	45	2%	1	+60,0	+60,0	+60,0	
	Fromages frais sucres classiques (n=49)	8%	4	-5,0	-50,0	-33,8	19,7	80%	39	12%	6	+40,0	+60,0	+50,0	6,3
	Fromages frais sucres gourmands (n=13)	8%	1	-30,0	-30,0	-30,0		92%	12	0%	0				
	Fromages frais edulcorés (n=5)	0%	0					100%	5	0%	0				
	Crèmes dessert et laits gelifiés (n=79)	0%	0					99%	78	1%	1	+40,0	+40,0	+40,0	
	Liegeois et assimilés (n=51)	10%	5	-15,0	-25,0	-19,0	5,5	90%	46	0%	0				
	Laits empiresures (n=0)		0						0	0					
	Desserts frais à base de céréales (n=39)	3%	1	-375,0	-375,0	-375,0		85%	33	13%	5	+15,0	+25,0	+19,0	4,2
	Desserts frais de type mousse (n=44)	25%	11	-1,0	-9,0	-3,8	1,9	68%	30	7%	3	+1,0	+1,0	+1,0	0,0
	Desserts frais aux œufs (n=99)	0%	0					95%	94	5%	5	+4,0	+5,0	+4,8	0,4
	Desserts frais allégés et/ou edulcorés (n=16)	38%	6	-1,0	-25,0	-14,3	11,8	56%	9	6%	1	+10,0	+10,0	+10,0	
	Gateaux, moelleux, cakes frais (n=20)	0%	0					95%	19	5%	1	+20,0	+20,0	+20,0	
	Desserts pâtisseries frais aux fruits (n=9)	0%	0					100%	9	0%	0				
	Desserts pâtisseries frais sans fruits (n=33)	9%	3	-3,0	-35,0	-16,0	16,8	91%	30	0%	0				
Autres desserts frais (n=11)	36%	4	-2,0	-5,0	-2,8	1,5	55%	6	9%	1	+8,0	+8,0	+8,0		
Desserts frais au soja nature non sucres (n=6)	0%	0					100%	6	0%	0					
Desserts frais au soja sucres (n=12)	0%	0					100%	12	0%	0					
Autres desserts frais végétaux (n=0)		0						0	0						
Entre 2009 et 2017 (T0-T2)	Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (n=16)	0%	0					100%	16	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (n=2)	0%	0					100%	2	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés sucres classiques (n=29)	0%	0					100%	29	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (n=2)	0%	0					100%	2	0%	0				
	Yaourts et laits fermentés edulcorés (n=9)	0%	0					100%	9	0%	0				
	Fromages frais nature non sucres classiques (n=14)	0%	0					93%	13	7%	1	+60,0	+60,0	+60,0	
	Fromages frais nature non sucres gourmands (n=11)	0%	0					91%	10	9%	1	+60,0	+60,0	+60,0	
	Fromages frais sucres classiques (n=5)	20%	1	-50,0	-50,0	-50,0		60%	3	20%	1	+50,0	+50,0	+50,0	
	Fromages frais sucres gourmands (n=1)	0%	0					100%	1	0%	0				
	Fromages frais edulcorés (n=0)		0						0	0					
	Crèmes dessert et laits gelifiés (n=14)	0%	0					100%	14	0%	0				
	Liegeois et assimilés (n=10)	0%	0					100%	10	0%	0				
	Laits empiresures (n=0)		0						0	0					
	Desserts frais à base de céréales (n=9)	11%	1	-375,0	-375,0	-375,0		67%	6	22%	2	+15,0	+20,0	+17,5	3,5
	Desserts frais de type mousse (n=4)	0%	0					25%	1	75%	3	+1,0	+1,0	+1,0	0,0
	Desserts frais aux œufs (n=19)	0%	0					79%	15	21%	4	+4,0	+5,0	+4,8	0,5
	Desserts frais allégés et/ou edulcorés (n=2)	100%	2	-5,0	-25,0	-15,0	14,1	0%	0	0%	0				
	Gateaux, moelleux, cakes frais (n=6)	17%	1	-30,0	-30,0	-30,0		83%	5	0%	0				
	Desserts pâtisseries frais aux fruits (n=0)		0						0	0					
	Desserts pâtisseries frais sans fruits (n=3)	0%	0					100%	3	0%	0				
Autres desserts frais (n=1)	0%	0					100%	1	0%	0					
Desserts frais au soja nature non sucres (n=1)	0%	0					100%	1	0%	0					
Desserts frais au soja sucres (n=0)		0						0	0						
Autres desserts frais végétaux (n=0)		0						0	0						

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

**Tableau 9 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.**

Nutriments concernés	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 (n=521)	2011 (n=756)	2017 (n=987)
<b>Matières grasses</b>	275	353	359	53%	47%	36%
<b>Vitamines et minéraux</b>	245	395	550	47%	52%	56%
<b>Ferments lactiques</b>	80	171	126	15%	23%	13%
<b>Sucres ajoutés</b>	70	87	30	13%	12%	3%
<b>Protéines</b>	52	91	160	10%	12%	16%
<b>Sucres</b>	20	25	15	4%	3%	2%
<b>Fibres</b>	16	28	5	3%	4%	1%
<b>Acides gras saturés</b>	9	13	20	2%	2%	2%
<b>Stérols végétaux</b>	8	10	7	2%	1%	1%
<b>Valeur énergétique</b>	7	0	0	1%	0%	0%
<b>Acides gras oméga 3</b>	1	0	2	0,2%	0%	0,2%
<b>Sel/Sodium</b>	0	0	87	0%	0%	9%

**Tableau 10 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.**

Type d'allégation nutritionnelle	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 (n=521)	2011 (n=756)	2017 (n=987)
NATURELLEMENT SOURCE ou SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINÉRAUX	214	333	489	41%	44%	50%
SANS MATIÈRES GRASSES	180	223	240	35%	29%	24%
FAIBLE TENEUR EN MATIÈRES GRASSES	82	128	112	16%	17%	11%
CONTIENT DES FERMENTS/DU BIFIDUS	80	171	127	15%	23%	13%
ENRICHÉ EN VITAMINES ET/OU MINÉRAUX	78	133	235	15%	18%	24%
SANS SUCRES AJOUTÉS	70	88	30	13%	12%	3%
NATURELLEMENT SOURCE ou SOURCE DE PROTÉINES	32	31	63	6%	4%	6%
CONTIENT UN NUTRIMENT OU AUTRE SUBSTANCE	20	43	15	4%	6%	2%
REDUCTION DE LA TENEUR EN SUCRES	20	25	14	4%	3%	1%
REDUCTION DE LA TENEUR EN MATIÈRES GRASSES	18	8	0	3%	1%	0%
A TENEUR GARANTIE EN VITAMINES ET/OU MINÉRAUX	15	4	0	3%	1%	0%
SOURCE DE FIBRES	13	28	5	2%	4%	1%
NATURELLEMENT RICHE ou RICHE EN PROTÉINES	10	27	91	2%	4%	9%
FAIBLE TENEUR EN GRAISSES SATURÉES	9	13	18	2%	2%	2%
REDUCTION DE LA TENEUR EN MATIÈRES GRASSE	6	10	5	1%	1%	1%
REDUCTION DE LA TENEUR EN UN AUTRE NUTRIMENT	5	1	3	1%	0,1%	0,3%
FAIBLE VALEUR ÉNERGÉTIQUE	5	0	0	1%	0%	0%
RICHE EN VITAMINES ET/OU MINÉRAUX	4	9	33	1%	1%	3%
RICHE EN FIBRES	3	0	0	1%	0%	0%
VALEUR ÉNERGÉTIQUE RÉDUITE	2	0	1	0,4%	0%	0,1%
FAIBLE TENEUR EN SUCRES	1	0	0	0,2%	0%	0%
NATURELLEMENT RICHE ou RICHE EN VITAMINES ET/OU MINÉRAUX	1	1	0	0,2%	0,1%	0%
RICHE EN ACIDES GRAS OMEGA 3	1	0	0	0,2%	0%	0%
SANS SODIUM OU SANS SEL AJOUTÉ	0	0	87	0%	0%	9%
SANS SUCRES	0	0	2	0%	0%	0,2%
SOURCE D'ACIDES GRAS OMEGA 3	0	0	2	0%	0%	0,2%



**Tableau 11 : Fréquence des différents types d'allégations de santé pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017.**

Type d'allégation de santé	Nombre de produits			Pourcentage par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation de santé		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 (n=126)	2011 (n=102)	2017 (n=92)
CALCIUM ET OS	60	61	14	48%	60%	15%
AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET SYSTEME DIGESTIF	44	19	0	35%	19%	0%
VITAMINE D ET OS	18	29	0	14%	28%	0%
VITAMINES OU MINERAUX ET SYSTEME IMMUNITAIRE	13	1	22	10%	3%	24%
VITAMINE D ET ABSORPTION DE MINERAUX	12	11	2	10%	11%	2%
STEROLS/STANOLS ET MALADIE CARDIOVASCULAIRE	8	8	6	6%	8%	7%
CALCIUM ET DENTS	7	6	10	6%	6%	11%
AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET OS	5	3	0	4%	3%	0%
AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET MALADIE CARDIOVASCULAIRE	3	4	4	2%	4%	4%
PROTEINES ET MUSCLE	3	1	0	2%	1%	0%
VITAMINE E ET STRESS OXYDATIF	3	0	0	2%	0%	0%
VITAMINE D ET DENTS	2	2	0	2%	2%	0%
FIBRES ET SYSTEME DIGESTIF	2	0	0	2%	0%	0%
CALCIUM + VITAMINE D ET CROISSANCE OSSEUSE	1	10	40	1%	10%	43%
AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET SATIETE/POIDS	1	1	0	1%	1%	0%
AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET CROISSANCE DES DENTS	1	0	0	1%	0%	0%
PROTEINES ET OS	0	9	8	0%	9%	9%
STEROLS/STANOLS ET CHOLESTEROLEMIE	0	2	0	0%	2%	0%
VITAMINES OU MINERAUX ET FATIGUE	0	1	0	0%	1%	0%
VITAMINES OU MINERAUX ET METABOLISME	0	1	0	0%	1%	0%
VITAMINES OU MINERAUX ET VISION	0	1	0	0%	1%	0%
ACIDES GRAS INSATURES ET CHOLESTEROLEMIE	0	0	4	0%	0%	4%

### **Focus sur les tailles de portions individuelles**

En complément de l'étude des tailles de portions indiquées, qui peuvent être présentes sur des produits à partager ou sur des produits à consommer en une prise, il est intéressant, pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais, de réaliser l'étude des tailles de portions individuelles.

Pour cela, ont été considérées les tailles des contenants (pots) dès lors qu'il est certain qu'il s'agit d'un pot à consommer en une fois, de par la taille ou les informations présentes sur l'emballage. Le Tableau 12 reprend, par catégorie, les effectifs de produits sous format individuel.

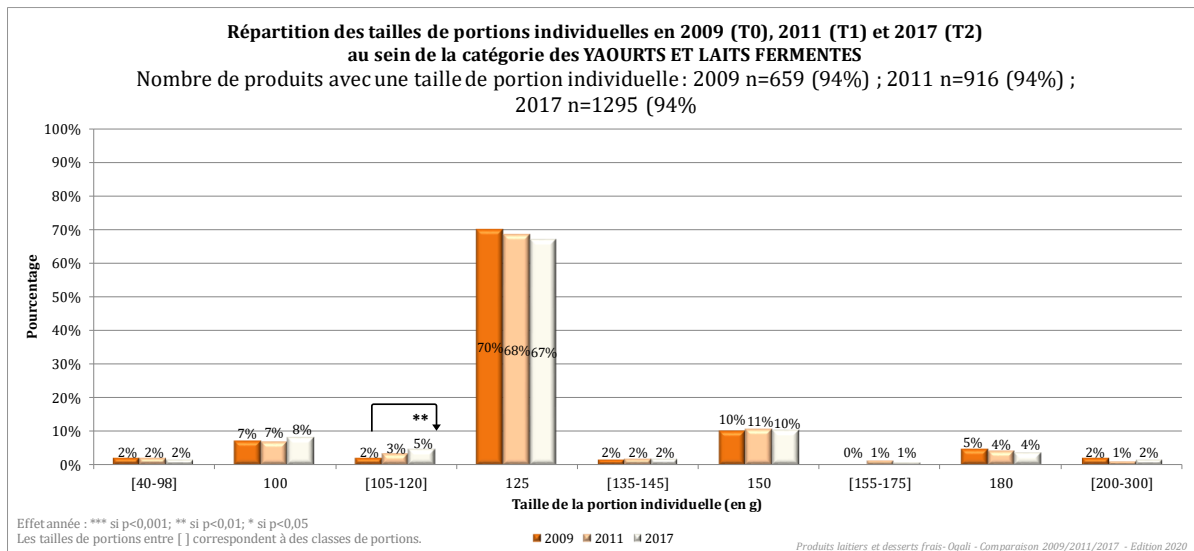
**Tableau 12 : Fréquence des produits présentant un format individuel par catégorie.**

<b>Portion Individuelle</b>	<b>2009 T0</b>	<b>2010 T1</b>	<b>2017 T2</b>
SECTEUR (T0 : n=1653 ; T1 : n=2398 ; T2 : n=3131)	93%	91%	92%
Par catégorie			
YAOURTS ET LAITS FERMENTES (T0 : n=699; T1 : n=972 ; T2 : n=1382)	94%	94%	94%
FROMAGES FRAIS (T0 : n=222; T1 : n=403 ; T2 : n=450)	75%	71%	70%
DESSERTS FRAIS (T0 : n=691 ; T1 : n=979 ; T2 : n=1209)	98%	96%	97%
DESSERTS FRAIS VEGETAUX (T0 : n=41 ; T1 : n=44 ; T2 : n=90)	100%	95%	97%

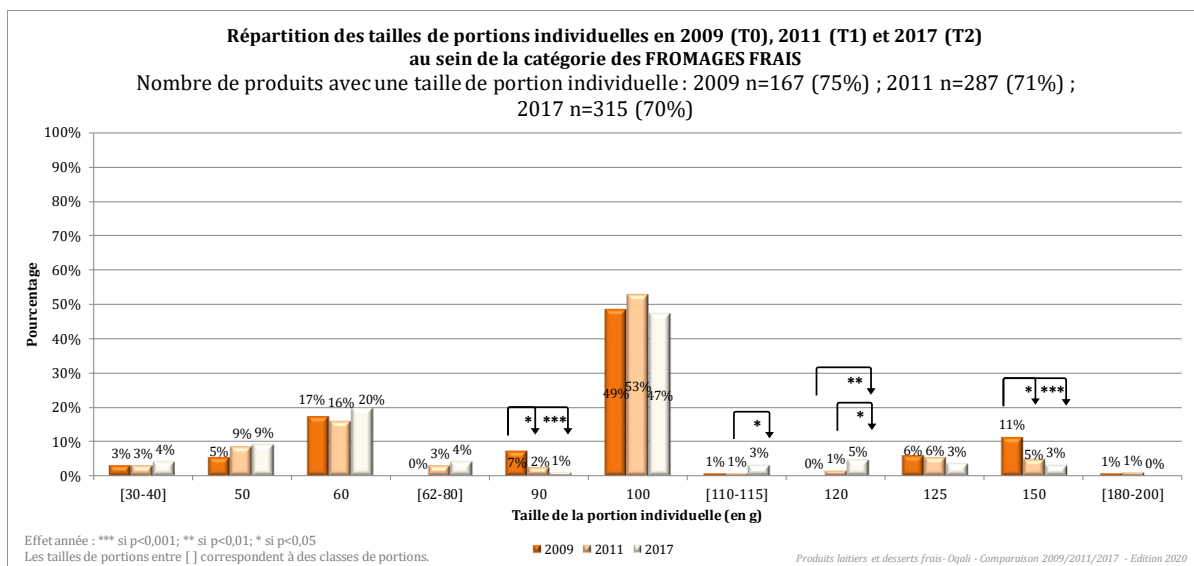
**Pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés, la taille la plus fréquente de portion individuelle est de 125g pour les 3 années de suivi (2009 : 70% ; 2011 : 68% ; 2017 : 67%,**

**Figure 10). Pour la catégorie des Fromages frais (Figure 11), la taille la plus fréquente de portion individuelle est de 100g pour les 3 années de suivi (2009 : 49% ; 2011 : 53% ; 2017 : 47%).** Entre les 2 derniers suivis (2011-2017 ; T1-T2), une augmentation significative des fréquences de produits avec des tailles de portions individuelles de 110g à 115g ([110-115g] 2011 : 1% ; 2017 : 3%) et de 120g (2011 : 1% ; 2017 : 5%) est observée. **Pour la catégorie des Desserts frais (Figure 12), la taille la plus fréquente de portion individuelle est de 100g pour les 3 années de suivi (2009 : 38% ; 2011 : 37% ; 2017 : 35%).** Entre les 2 derniers suivis (2011-2017 ; T1-T2), une augmentation significative des portions de 80g (2011 : 4% ; 2017 : 8%) et de celles comprises entre 130 et 145g (2011 : 1% ; 2017 : 2%) est également mise en évidence. **Pour les produits de la catégorie des Desserts frais végétaux (Figure 13) la taille la plus fréquente de portion individuelle est de 100g pour les 3 années de suivi (2009 : 71% ; 2011 : 93% ; 2017 : 83%).**

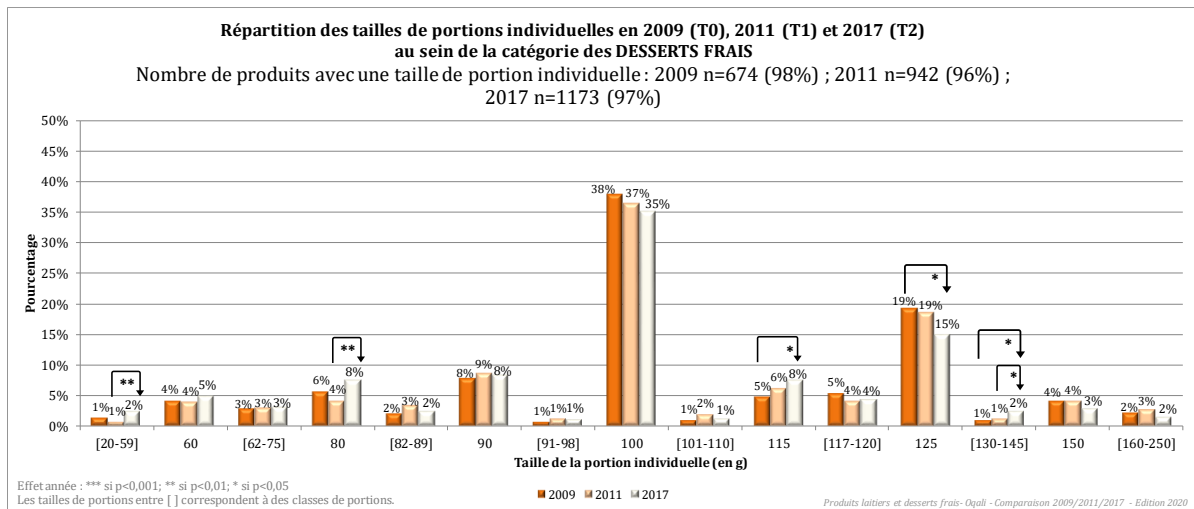
**Pour les 3 catégories des Fromages Frais, Desserts frais et Desserts frais végétaux, la taille de portion individuelle majoritaire pour les 3 années de suivi est de 100g, alors qu'elle est de 125g pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**



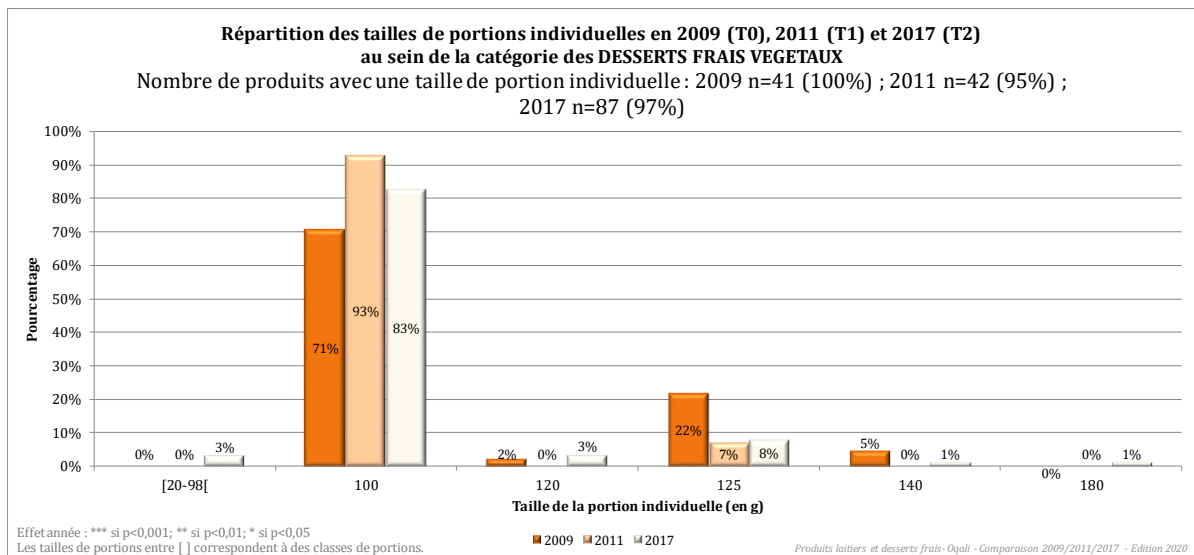
**Figure 10 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**



**Figure 11 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Fromages frais.**



**Figure 12 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais.**



**Figure 13 : Répartition des tailles de portions individuelles en 2009, 2011 et 2017 pour la catégorie des Desserts frais végétaux.**

## 5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES

### 5.1 Méthodologie

L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles a été réalisée pour cinq nutriments d'intérêt : **les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres<sup>17</sup>, les protéines et le sel.**

Les statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché pour les années 2009, 2011 et 2017 sont présentées en Annexe 5 et ce pour la valeur énergétique ainsi que les 7 nutriments suivants : matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, sel et fibres. Pour les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel, la teneur en sodium a été convertie en sel avec un facteur de conversion de 2,5 (2009 : n=631 ; 2011 : n=918 ; 2017 : n=5).

**Ainsi, ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriment d'intérêt pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais, pour 100g, par famille de produits et par année, avec et sans pondération par les parts de marché<sup>18</sup>.**

**Par ailleurs, le secteur des Produits laitiers et desserts frais est particulier de par son étiquetage en millilitres ou en grammes.** En effet 2% des produits étudiés en 2009 (n=24 sur 1446 produits étiquetant des valeurs nutritionnelles), 0,8% des produits étudiés en 2011 (n=18 sur 2231 étiquetant des valeurs nutritionnelles) et 0,2% des produits étudiés en 2017 (n=5 sur 3118 produits étiquetant des valeurs nutritionnelles) indiquent des valeurs nutritionnelles en millilitres, ce qui ne permet pas de les comparer aux autres produits étiquetant en grammes. Les traitements ont donc nécessité une homogénéisation des valeurs en grammes.

Dans le cas où l'emballage ne présentait pas la correspondance poids/volume :

- pour les 10 familles des catégories des **Yaourts et Lait Fermentés<sup>19</sup>** et des **Fromages Frais<sup>20</sup>**, en accord avec les professionnels du secteur et suite à l'étude des correspondances poids/volume à partir des données d'équivalences disponibles, l'estimation que 100ml équivaut à 100g a été faite pour les produits étiquetés en millilitres ;

---

<sup>17</sup> Pour rappel les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

<sup>18</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

<sup>19</sup> YLF nature non sucrés classiques ; YLF nature non sucrés gourmands ; YLF sucrés classiques ; YLF sucrés gourmands ; YLF édulcorés.

<sup>20</sup> FF nature non sucrés classiques ; FF nature non sucrés gourmands ; FF sucrés classiques ; FF sucrés gourmands ; FF édulcorés.

- pour les 14 familles des catégories des **Desserts Frais**<sup>21</sup> et des **Desserts Frais Végétaux**<sup>22</sup>, en accord avec les professionnels du secteur, la correspondance poids/volume de la famille la plus proche ou du produit le plus proche a été considérée.

Concernant les données pondérées par les parts de marché, tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché. Ainsi les effectifs présentés pour les données pondérées sont plus faibles que ceux de l'étude des données non pondérées par les parts de marché. L'objectif étant de caractériser au mieux les évolutions des teneurs moyennes observées entre les 2 derniers suivis et les 2 suivis les plus éloignés, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)**, en considérant l'ensemble de l'offre recueillie, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble ;
- **au niveau des familles de produits en pondérant les teneurs en nutriments par les parts de marché**<sup>23</sup> **entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)**, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble en prenant en compte les volumes de vente. **L'objectif étant d'intégrer le choix des consommateurs (demande) à l'étude de l'évolution de la composition nutritionnelle (offre) afin de donner plus de poids aux produits les plus consommés ;**
- **au niveau des familles de produits, en se plaçant au niveau des produits appariés entre 2011 et 2017 (T1-T2) ainsi qu'entre 2009 et 2017 (T0-T2)** pour préciser si les évolutions des teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de produits préexistants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon l'année A, et qui le sont toujours l'année B, sous une forme strictement identique ou évoluée (correspond aux groupes de produits identiques et modifiés). Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi, pour un nutriment donné, les effectifs de produits appariés suivis sont donc égaux pour l'année A et l'année B, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre ;
- **au niveau des familles de produits, en se plaçant au niveau des produits retirés et des produits ajoutés entre 2011 et 2017 (T1-T2) ainsi qu'entre 2009 et 2017 (T0-T2)** afin d'identifier si un renouvellement de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) explique les évolutions observées :
  - Retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année A mais pas l'année B (produits retirés du marché entre l'année A et l'année B ou non captés par l'Oqali l'année B) ;

---

<sup>21</sup> Crèmes dessert et laits gélifiés ; Liégeois et assimilés ; Laits emprésurés ; DF à base de céréales ; DF de type mousse ; DF aux œufs ; DF allégés et/ou édulcorés ; Gâteaux, moelleux, cakes frais ; Desserts pâtisseries frais aux fruits ; Desserts pâtisseries frais sans fruit ; Autres desserts frais.

<sup>22</sup> Desserts frais au soja nature non sucrés ; Desserts frais au soja sucrés ; Autres desserts frais végétaux.

<sup>23</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

- Ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année B mais pas l'année A (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali l'année B) ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)** pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché.

Un focus est également réalisé **au niveau des produits appariés entre les 2 derniers suivis 2011 et 2017**, afin d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Sur les graphiques, pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur de la référence en 2011 et le carré rouge la teneur de la référence en 2017 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneur 2011 décroissante.

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 validées. Dans le cas des études sectorielles de l'Oqali, l'utilisation de ces nouveaux tests permet de s'adapter aux tailles d'échantillons aléatoires et notamment aux échantillons de petites tailles, retrouvés pour certaines familles étudiées, ou encore de limiter l'impact des observations aberrantes parfois présentes dans les données. Par ailleurs, le principe des tests de permutation est de travailler conditionnellement aux données observées, sans avoir à formuler des hypothèses sur la distribution théorique de la variable observée. Cette évolution dans les tests statistiques effectués peut occasionner, à la marge, des différences de résultats entre ce rapport et le/les précédents publié(s) pour ce secteur.

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

Dans le cas où aucune évolution significative n'est observée par année entre les sous-groupe ou entre les segments de marché, les graphiques sont présentés en Annexe 5.

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 la concertation 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 de l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (67% du marché en volume), 2011 (81%) et 2017 (87%).

## 5.2 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 3 années de suivi afin d'identifier d'éventuels biais d'étiquetage (Tableau 11). Les cases grisées matérialisent les évolutions supérieures ou égales à 20 points de la proportion de produits étiquetant leurs valeurs nutritionnelles entre 2009 et 2017 à l'échelle du secteur, des familles et des segments.

**L'analyse des fréquences d'étiquetage par nutriment montre qu'il existe une forte évolution de la présence de valeurs nutritionnelles étiquetées entre 2009 et 2017 : à l'échelle du secteur, augmentation de 50 points pour les sucres, le sel et les acides gras saturés et de +10 points pour les matières grasses et les protéines.** Ces évolutions sont retrouvées au niveau de l'ensemble des segments de marché.

Pour l'étiquetage des sucres, des acides gras saturés et du sel, des augmentations importantes sont retrouvées dans l'ensemble des familles et des secteurs. Les évolutions les plus importantes pour les matières grasses et protéines sont retrouvées pour les familles des **Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands** (+35 points), **des Crèmes dessert et laits gélifiés** (+22 points), **des Laits emprésurés** (+33 points), **des Desserts pâtisseries frais aux fruits** (+22 points), **des Desserts pâtisseries frais sans fruit** (+25 points) et pour le segment des marques de distributeurs entrée de gamme (+25 points).

Cela s'explique par la mise en application du règlement 1169/2011<sup>24</sup> dit « INCO » qui a rendu obligatoire l'étiquetage nutritionnel des éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel. A noter que selon le positionnement des valeurs nutritionnelles des produits présents sur le marché en 2009 et 2011 sans étiquetage nutritionnel, une partie des évolutions constatées dans la suite de ce rapport pourrait être expliquées par ces modifications d'étiquetage (biais d'étiquetage).

Pour certaines familles et/ou certains segments, la fréquence d'étiquetage en nutriment n'est pas égale à 100% en 2017, malgré le règlement « INCO ». Cela est majoritairement dû à la présence dans ces familles/segments, de produits artisanaux ne présentant pas d'étiquetage nutritionnel. Ce type de produit fait partie de la liste des denrées alimentaires auxquelles l'obligation de déclaration nutritionnelle ne s'applique pas, détaillées dans l'Annexe V de ce même règlement (« Les denrées alimentaires, y compris de fabrication artisanale, fournies directement par le fabricant en faibles quantités au consommateur final ou à des établissements de détail locaux fournissant directement le consommateur final »).

---

<sup>24</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.



**Tableau 12 : Fréquences d'étiquetage des matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines et sel en 2009, 2011 et 2017 pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais étudié.**

Fréquences d'étiquetage des valeurs nutritionnelles pour le secteur Produits laitiers et desserts frais	Matières grasses				Acides gras saturés				Sucres				Sel				Protéines			
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2011 T1	2017 T2	Delta T0-T2 (8 ans)
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																				
Secteur (2009 : n=1653 ; 2010 : n=2398 ; 2017 : n=3131)	90%	92%	99,6%	<b>+10</b>	49%	72%	99%	<b>+50</b>	50%	72%	99%	<b>+50</b>	49%	72%	99%	<b>+50</b>	90%	92%	99,6%	<b>+10</b>
<b>Famille de produits</b>																				
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (2009 : n=104 ; 2010 : n=145 ; 2017 : n=192)	95%	96%	99%	<b>+4</b>	59%	81%	99%	<b>+40</b>	59%	81%	99%	<b>+41</b>	59%	81%	99%	<b>+41</b>	95%	96%	99%	<b>+4</b>
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (2009 : n=22 ; 2010 : n=43 ; 2017 : n=94)	86%	95%	100%	<b>+14</b>	41%	60%	98%	<b>+57</b>	41%	60%	99%	<b>+58</b>	41%	60%	99%	<b>+58</b>	86%	95%	100%	<b>+14</b>
Yaourts et laits fermentés sucres classiques (2009 : n=377 ; 2010 : n=520 ; 2017 : n=752)	96%	97%	99%	<b>+3</b>	63%	85%	99%	<b>+35</b>	63%	85%	99%	<b>+35</b>	63%	86%	99%	<b>+35</b>	96%	97%	99%	<b>+3</b>
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (2009 : n=91 ; 2010 : n=150 ; 2017 : n=257)	65%	76%	100%	<b>+35</b>	32%	58%	100%	<b>+68</b>	32%	58%	100%	<b>+68</b>	32%	58%	100%	<b>+68</b>	65%	76%	100%	<b>+35</b>
Yaourts et laits fermentés edulcorés (2009 : n=105 ; 2010 : n=114 ; 2017 : n=87)	100%	100%	100%	<b>+0</b>	73%	93%	100%	<b>+27</b>	73%	93%	100%	<b>+27</b>	73%	93%	100%	<b>+27</b>	100%	100%	100%	<b>+0</b>
Fromages frais nature non sucres classiques (2009 : n=64 ; 2010 : n=133 ; 2017 : n=145)	91%	92%	100%	<b>+9</b>	48%	68%	100%	<b>+52</b>	48%	68%	100%	<b>+52</b>	48%	68%	100%	<b>+52</b>	91%	92%	100%	<b>+9</b>
Fromages frais nature non sucres gourmands (2009 : n=45 ; 2010 : n=93 ; 2017 : n=109)	93%	89%	100%	<b>+7</b>	58%	61%	100%	<b>+42</b>	58%	61%	100%	<b>+42</b>	58%	61%	100%	<b>+42</b>	93%	89%	100%	<b>+7</b>
Fromages frais sucres classiques (2009 : n=74 ; 2010 : n=118 ; 2017 : n=110)	97%	97%	100%	<b>+3</b>	61%	84%	100%	<b>+39</b>	61%	84%	100%	<b>+39</b>	61%	84%	100%	<b>+39</b>	97%	97%	100%	<b>+3</b>
Fromages frais sucres gourmands (2009 : n=37 ; 2010 : n=49 ; 2017 : n=75)	89%	96%	100%	<b>+11</b>	38%	71%	100%	<b>+62</b>	38%	71%	100%	<b>+62</b>	38%	71%	100%	<b>+62</b>	89%	96%	100%	<b>+11</b>
Fromages frais edulcorés (2009 : n=2 ; 2010 : n=10 ; 2017 : n=11)	100%	100%	100%	<b>+0</b>	50%	100%	100%	<b>+50</b>	50%	100%	100%	<b>+50</b>	50%	100%	100%	<b>+50</b>	100%	100%	100%	<b>+0</b>
Crèmes dessert et laits gélifiés (2009 : n=185 ; 2010 : n=278 ; 2017 : n=329)	78%	81%	99,7%	<b>+22</b>	33%	59%	99%	<b>+66</b>	33%	59%	99%	<b>+66</b>	33%	59%	99%	<b>+66</b>	78%	81%	99,7%	<b>+22</b>
Liegeois et assimilés (2009 : n=52 ; 2010 : n=84 ; 2017 : n=99)	87%	93%	100%	<b>+13</b>	37%	68%	100%	<b>+63</b>	37%	68%	100%	<b>+63</b>	37%	68%	100%	<b>+63</b>	87%	93%	100%	<b>+13</b>
Laits empires (2009 : n=3 ; 2010 : n=9 ; 2017 : n=13)	67%	67%	100%	<b>+33</b>	33%	11%	100%	<b>+67</b>	33%	11%	100%	<b>+67</b>	33%	11%	100%	<b>+67</b>	67%	67%	100%	<b>+33</b>
Desserts frais à base de céréales (2009 : n=68 ; 2010 : n=109 ; 2017 : n=131)	90%	93%	100%	<b>+10</b>	24%	61%	98%	<b>+74</b>	24%	61%	98%	<b>+74</b>	24%	61%	99%	<b>+76</b>	90%	93%	100%	<b>+10</b>
Desserts frais de type mousse (2009 : n=88 ; 2010 : n=103 ; 2017 : n=147)	88%	92%	100%	<b>+13</b>	31%	64%	100%	<b>+69</b>	31%	64%	100%	<b>+69</b>	31%	64%	100%	<b>+69</b>	88%	92%	100%	<b>+13</b>
Desserts frais aux oeufs (2009 : n=136 ; 2010 : n=157 ; 2017 : n=209)	90%	97%	100%	<b>+10</b>	36%	60%	100%	<b>+64</b>	39%	60%	100%	<b>+61</b>	36%	60%	100%	<b>+64</b>	90%	97%	100%	<b>+10</b>
Desserts frais allégés et (2009 : n=50 ; 2010 : n=34 ; 2017 : n=30)	100%	100%	100%	<b>+0</b>	56%	100%	100%	<b>+44</b>	56%	100%	100%	<b>+44</b>	56%	100%	100%	<b>+44</b>	100%	100%	100%	<b>+0</b>
Gateaux, moelleux, cakes frais (2009 : n=38 ; 2010 : n=48 ; 2017 : n=52)	95%	92%	100%	<b>+5</b>	26%	56%	100%	<b>+74</b>	29%	56%	100%	<b>+71</b>	26%	56%	100%	<b>+74</b>	95%	92%	100%	<b>+5</b>
Desserts pâtisseries frais aux fruits (2009 : n=18 ; 2010 : n=45 ; 2017 : n=58)	78%	73%	100%	<b>+22</b>	61%	71%	100%	<b>+39</b>	61%	71%	100%	<b>+39</b>	61%	71%	100%	<b>+39</b>	78%	73%	100%	<b>+22</b>
Desserts pâtisseries frais sans fruit (2009 : n=32 ; 2010 : n=68 ; 2017 : n=99)	75%	82%	100%	<b>+25</b>	31%	65%	100%	<b>+69</b>	31%	65%	100%	<b>+69</b>	31%	65%	100%	<b>+69</b>	75%	82%	100%	<b>+25</b>
Autres desserts frais (2009 : n=21 ; 2010 : n=44 ; 2017 : n=42)	95%	95%	100%	<b>+5</b>	76%	68%	100%	<b>+24</b>	76%	68%	100%	<b>+24</b>	76%	68%	100%	<b>+24</b>	95%	95%	100%	<b>+5</b>
Desserts frais au soja nature non sucres (2009 : n=4 ; 2010 : n=8 ; 2017 : n=14)	100%	100%	100%	<b>+0</b>	75%	100%	100%	<b>+25</b>	50%	100%	100%	<b>+50</b>	75%	100%	100%	<b>+25</b>	100%	100%	100%	<b>+0</b>
Desserts frais au soja sucres (2009 : n=37 ; 2010 : n=36 ; 2017 : n=62)	100%	100%	100%	<b>+0</b>	92%	100%	100%	<b>+8</b>	92%	100%	100%	<b>+8</b>	92%	100%	100%	<b>+8</b>	100%	100%	100%	<b>+0</b>
Autres desserts frais végétaux (2009 : n=0 ; 2010 : n=0 ; 2017 : n=14)																				
<b>Segment de marche</b>																				
Marques nationales (2009 : n=506 ; 2010 : n=677 ; 2017 : n=1080)	85%	83%	99%	<b>+14</b>	46%	60%	98%	<b>+52</b>	47%	60%	98%	<b>+52</b>	46%	60%	99%	<b>+53</b>	85%	83%	99%	<b>+14</b>
Marques de distributeurs (2009 : n=786 ; 2010 : n=1130 ; 2017 : n=1470)	96%	96%	99,9%	<b>+4</b>	65%	86%	99,9%	<b>+35</b>	65%	86%	99,9%	<b>+35</b>	65%	86%	99,9%	<b>+35</b>	96%	96%	99,9%	<b>+4</b>
Marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=64 ; 2010 : n=100 ; 2017 : n=86)	75%	83%	100%	<b>+25</b>	13%	51%	100%	<b>+88</b>	13%	51%	100%	<b>+88</b>	13%	51%	100%	<b>+88</b>	75%	83%	100%	<b>+25</b>
Hard discount (2009 : n=297 ; 2010 : n=482 ; 2017 : n=428)	86%	96%	100%	<b>+14</b>	23%	63%	100%	<b>+77</b>	23%	63%	100%	<b>+77</b>	23%	63%	100%	<b>+77</b>	86%	96%	100%	<b>+14</b>
Distributeurs spécialisés bio (2009 : n=0 ; 2010 : n=9 ; 2017 : n=67)		89%	100%			56%	100%			56%	100%			56%	100%			89%	100%	

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

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

## 5.3 Evolution des teneurs en matières grasses

### 5.3.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés

#### 5.3.1.1. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques

Le Tableau 13 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 13 ; Annexe 6).

**Tableau 13 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01	-1%	+0,3	+18%	99	1,7	1,5	139	2,1	1,5	191	2,0	1,4
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-3%	-0,1	-4%	86	2,3	0,6	127	2,2	0,5	187	2,2	0,4
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,03	+2%						100	1,9	1,5	100	2,0	1,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+4%						139	2,1	1,5	87	2,1	1,4
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2	-8%						35	2,2	1,4	191	2,0	1,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-4%						35	2,2	1,4	87	2,1	1,4
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+4%	64	1,7	1,5				64	1,7	1,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,5	+27%	99	1,7	1,5				122	2,2	1,4
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,3	+15%	34	1,8	1,5				191	2,0	1,4
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,4	+24%	34	1,8	1,5				122	2,2	1,4
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,1	-6%	-0,01	-0,4%	23	1,9	1,5	27	2,0	1,5	41	1,9	1,5
		MDD		+0,1	+6%	+0,6	+35%	56	1,6	1,5	77	2,0	1,5	108	2,2	1,5
		MDDeg		+0,2	+23%	+0,2	+24%	3	1,0	0,1	5	1,0	0,1	9	1,3	0,8
		HD		-0,2	-9%	+0,1	+5%	17	2,0	1,6	28	2,4	1,4	24	2,1	1,5
		DSbio		+0,02	+1%						2	1,8	2,4	9	1,8	1,3

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

### 5.3.1.2. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands

Le Tableau 14 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.

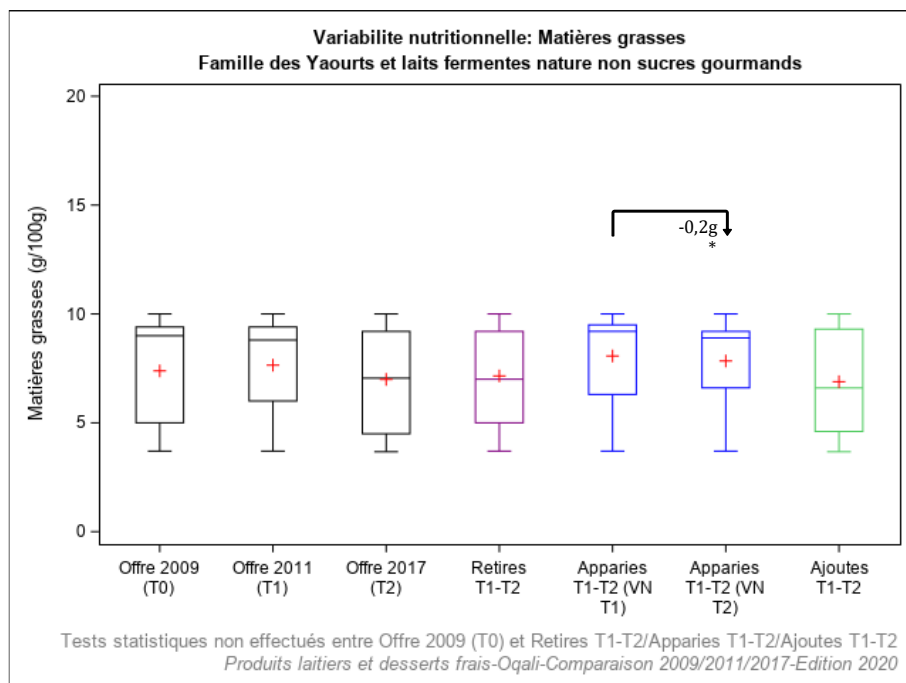
**Tableau 14 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,7	-9%	-0,4	-5%	19	7,4	2,3	41	7,6	2,2	94	7,0	2,4	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,4	-5%	-0,9	-10%	13	9,1	0,5	38	8,7	0,5	92	8,2	0,4	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2*	-3%						23	8,1	2,2	23	7,8	2,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,8	-10%						41	7,6	2,2	65	6,9	2,4	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2	-2%						17	7,2	2,1	94	7,0	2,4	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,3	-4%						17	7,2	2,1	65	6,9	2,4	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,5	-6%	7	8,7	2,2				7	8,2	2,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,5	-6%	19	7,4	2,3				84	6,9	2,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2	+4%	11	6,8	2,2				94	7,0	2,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+2%	11	6,8	2,2				84	6,9	2,4	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-1,5	-19%	-0,4	-6%	5	6,7	2,8	14	7,8	2,1	39	6,3	2,5	
		MDD		+0,1	+1%	+0,4	+6%	12	7,3	2,3	21	7,7	2,3	40	7,8	2,2	
		MDDeg													1	8,9	
		HD		-0,2	-2%	-2,3	-24%	2	9,4	0,0	6	7,3	2,3	7	7,1	2,1	
		DSbio													7	6,3	2,8

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

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché.**

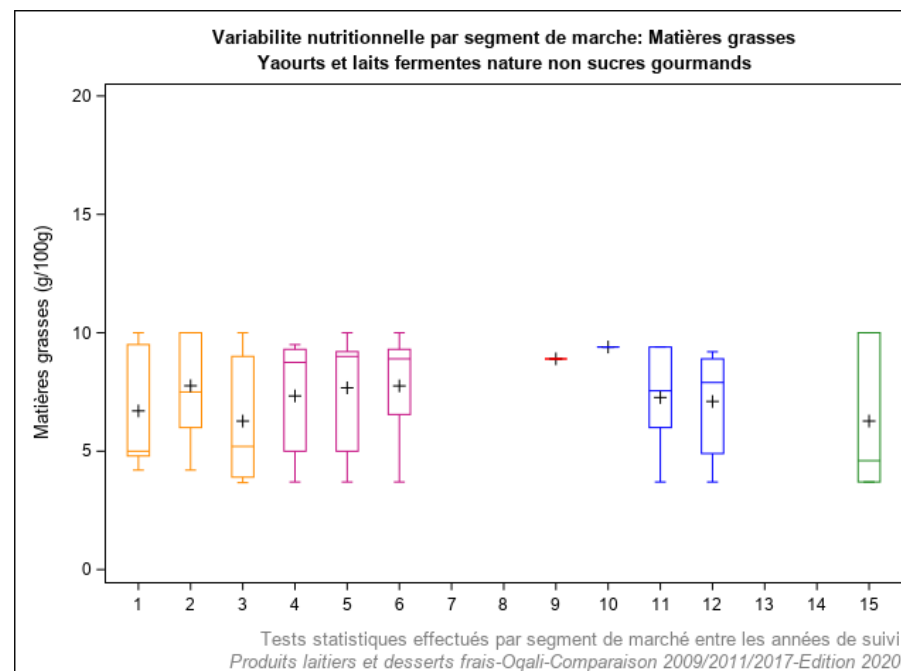
**Une diminution significative des teneurs est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,2g/100g soit -3%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 14 ; Tableau 14).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 16) montre que ces reformulations sont observées sur des produits dont la teneur en matières grasses était parmi les plus élevées en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=19)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=41)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=94)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=17)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=23)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=23)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=65)

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

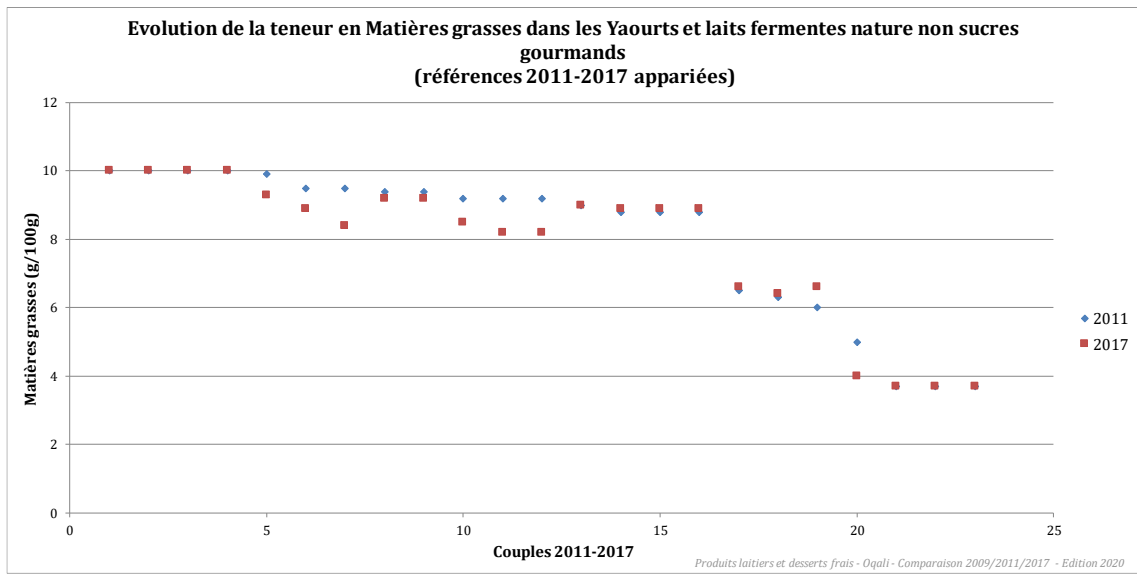
**Figure 14 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=14)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=39)	12	2017	Hard Discount (n=7)
4	2009	Marques de distributeurs (n=12)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=40)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=7)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**



**Figure 16 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**

### 5.3.1.3. Yaourts et laits fermentés sucrés classiques

Le Tableau 15 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.

**Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1**	+6%	+0,2***	+11%	362	2,2	0,9	504	2,3	0,8	741	2,4	0,8		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2***	+8%	+0,2***	+8%	310	2,4	0,2	454	2,4	0,2	726	2,6	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,1***	+3%						267	2,3	0,8	267	2,4	0,8		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,2*	+7%							504	2,3	0,8	454	2,5	0,9	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+5%								235	2,3	0,8	741	2,4	0,8
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,2	+7%								235	2,3	0,8	454	2,5	0,9
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+5%	155	2,2	0,9				155	2,3	0,9		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,3***	+12%	362	2,2	0,9				578	2,5	0,8		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,3***	+13%	205	2,2	0,9				741	2,4	0,8		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,3***	+14%	205	2,2	0,9				578	2,5	0,8		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,01	+0,4%	+0,3**	+14%	131	2,2	1,0	132	2,5	0,8	293	2,5	0,8		
		MDD		+0,1	+4%	+0,1	+6%	162	2,3	0,8	252	2,3	0,7	326	2,4	0,8		
		MDDeg		-0,2	-14%	-0,02	-1%	14	1,2	0,6	14	1,3	0,8	12	1,1	0,4		
		HD		+0,2	+7%	+0,1	+6%	55	2,2	0,8	105	2,1	0,8	95	2,3	0,8		
		DSbio		+0,1	+2%								1	2,9		15	3,0	0,4

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,1g/100g soit +6% ; Tableau 15) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g soit +11% ; Tableau 15).

**L'augmentation significative observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) s'explique en partie :**

- **par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 18 ; Tableau 15). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée (+0,2g/100g ; +7%) que l'ensemble de l'offre T1. A noter que 80% des produits « Ajoutés T1-T2 » sont des yaourts au lait entier ;
- **par des reformulations à la hausse** (Figure 18 ; Tableau 15). En effet, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (+0,1g/100g soit +3%). L'étude des teneurs référence par

référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 17) montre que des reformulations importantes à la hausse sont observées sur les produits dont la teneur en matières grasses était en 2011 parmi les plus faibles. Ces évolutions s'expliquent en partie par le remplacement du lait partiellement écrémé utilisé en 2011 par du lait entier en 2017 plus riche en matières grasses. Au contraire l'évolution la plus importante à la baisse, s'explique par le passage d'un lait partiellement écrémé vers un lait écrémé.

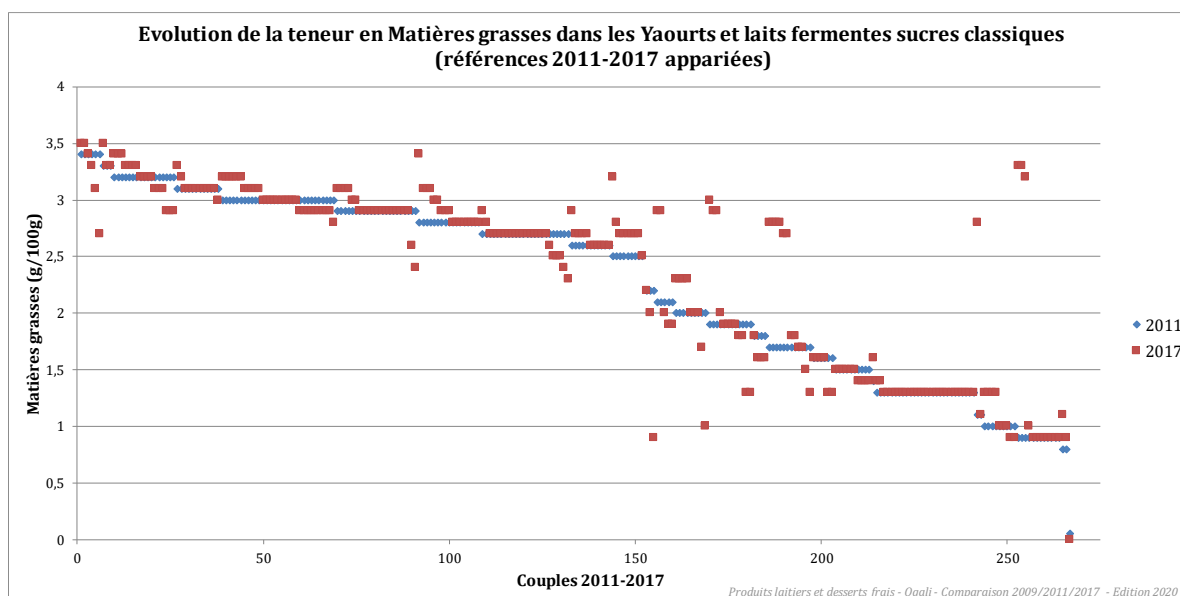
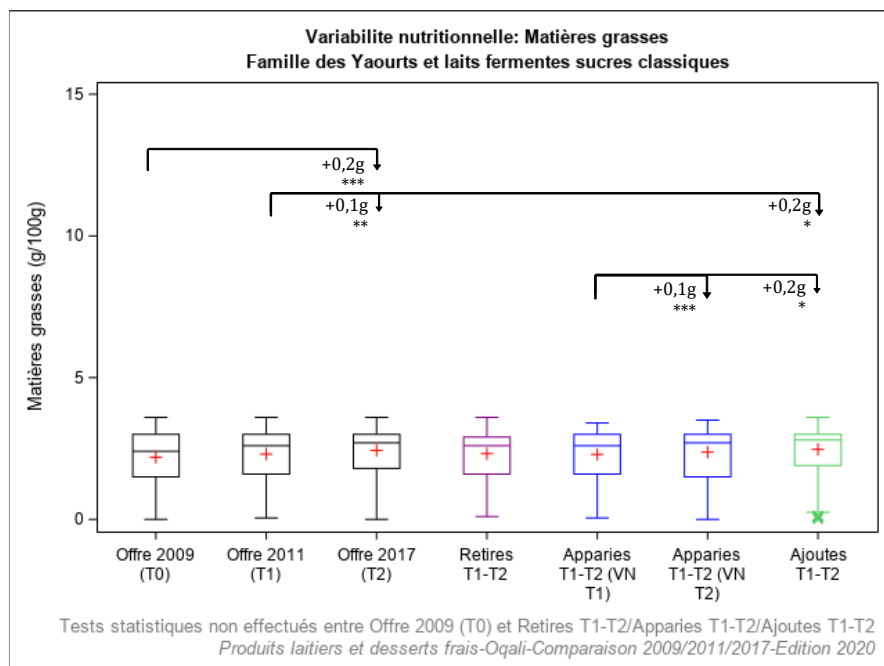


Figure 17 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.

**Au niveau des segments de marché** (Figure 19 ; Tableau 15), aucune évolution significative n'est mise en évidence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017). Une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2) est observée pour les marques nationales (+0,3g/100g ; +14%).

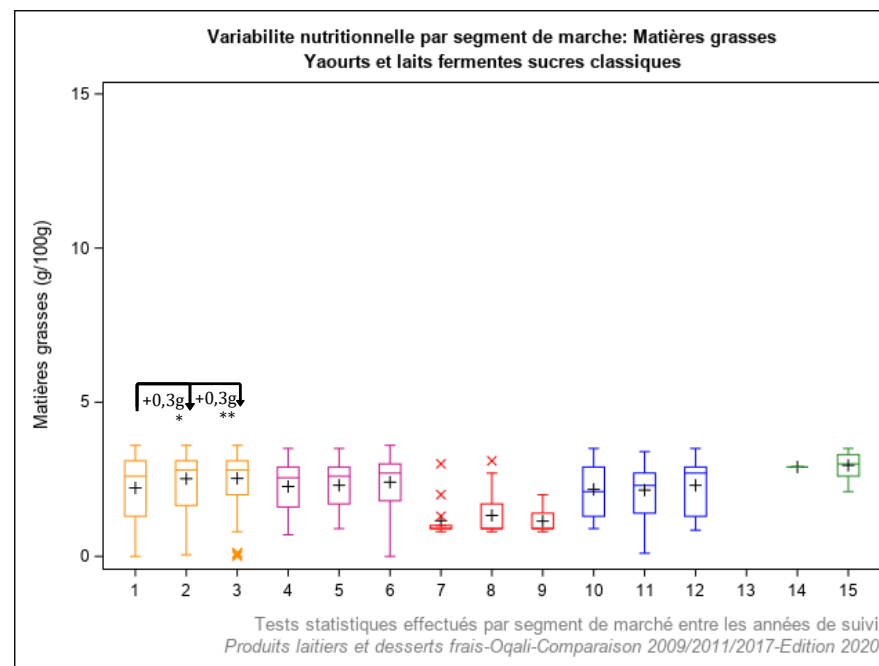
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,2g/100g soit +8% ; Tableau 15) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g soit +8% ; Tableau 15).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=362)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=504)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=741)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=235)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=267)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=267)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=454)

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

**Figure 18 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=131)	10	2009	Hard Discount (n=55)
2	2011	Marques nationales (n=132)	11	2011	Hard Discount (n=105)
3	2017	Marques nationales (n=293)	12	2017	Hard Discount (n=95)
4	2009	Marques de distributeurs (n=162)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=252)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=326)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=15)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			

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

**Figure 19 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**



### 5.3.1.4. Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands

Le Tableau 16 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.

**Tableau 16 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.**

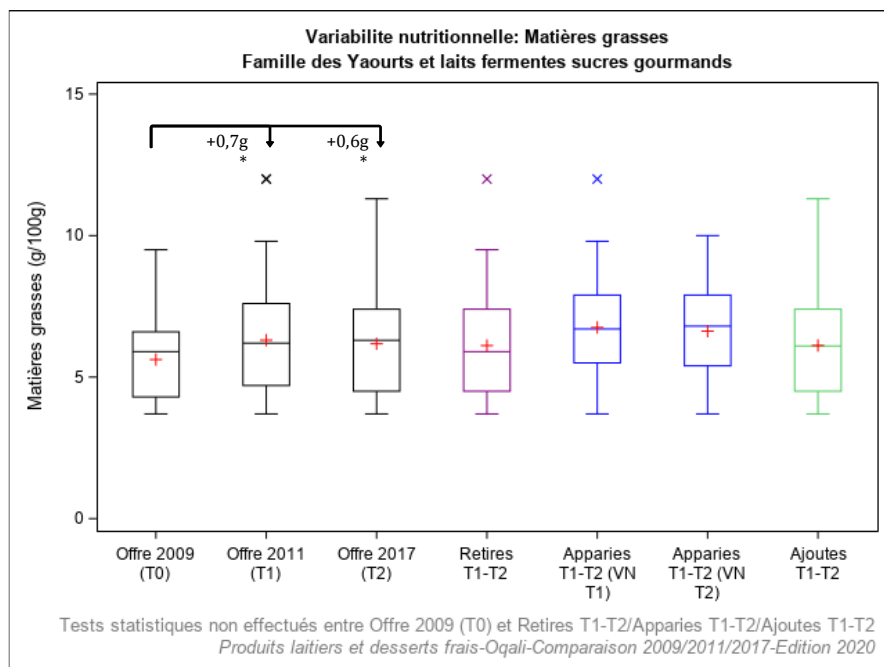
Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-2%	+0,6*	+10%	59	5,6	1,4	114	6,3	1,8	257	6,2	1,6		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,5	-7%	+1,7***	+37%	48	4,7	0,1	95	6,9	0,2	240	6,4	0,2		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-2%						39	6,8	1,8	39	6,6	1,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2	-3%							114	6,3	1,8	206	6,1	1,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+1%								71	6,1	1,7	257	6,2	1,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,003	+0,1%								71	6,1	1,7	206	6,1	1,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,5	+8%	15	5,5	1,2				15	5,9	1,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,5	+9%	59	5,6	1,4				230	6,1	1,7		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,5	+8%	43	5,7	1,5				257	6,2	1,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,4	+8%	43	5,7	1,5				230	6,1	1,7		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,8*	-12%	-0,4	-6%	21	6,4	1,5	53	6,8	1,7	153	6,0	1,7		
		MDD		+0,9**	+16%	+1,4***	+27%	23	5,1	1,3	34	5,6	1,4	63	6,5	1,4		
		MDDeg													1	6,9		
		HD		+0,4	+7%	+1,3*	+24%	15	5,4	1,2	27	6,3	2,2	32	6,7	1,9		
		DSbio													8	5,2	1,5	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, il n'y a pas d'évolution significative de la teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Tableau 16). A noter que 24% des produits du T1 n'étaient pas la teneur en matières grasses en 2011. Il s'agit principalement de produits dont la teneur en matières grasses est parmi les plus faibles en 2017. Ce biais d'étiquetage peut être responsable d'une surestimation de la teneur moyenne en matières grasses en 2011. Entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017), une **augmentation significative** de +0,6g/100g soit +10% est observée.

Ces résultats sont retrouvés **en pondérant par les parts de marché**, avec une augmentation significative de +1,7g/100g soit +37% de la teneur moyenne en matières grasses entre 2009 et 2017 (T0-T2 ; Tableau 16).

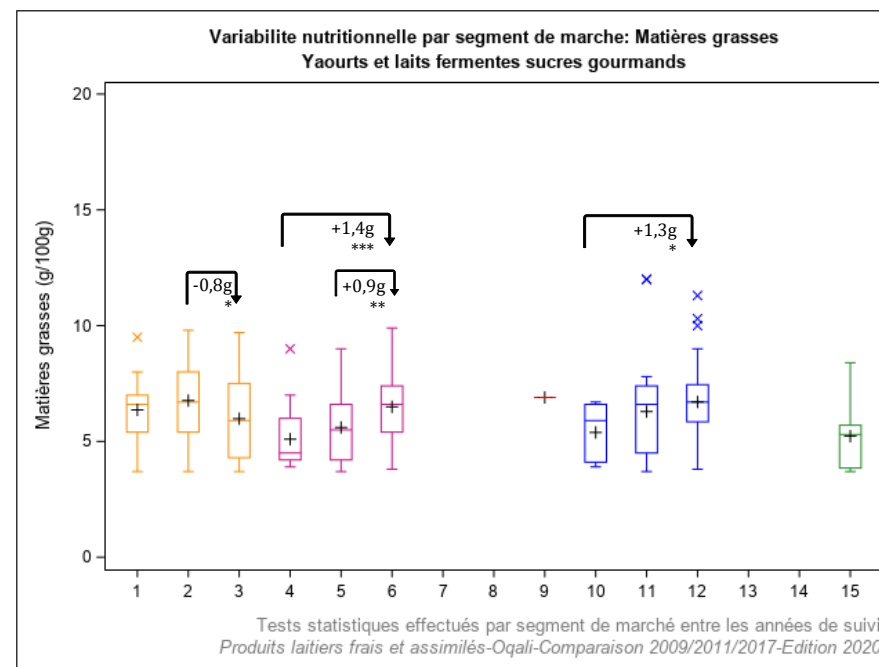
**Au niveau des segments de marché** entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Tableau 16 ; Figure 20) une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses des marques nationales (-0,8g/100g soit -12%) est contre balancée par une augmentation significative au sein des marques de distributeurs (+0,9g/100g soit +16%). Entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017), une augmentation significative de la teneur en matières grasses au sein des produits de marques de distributeurs (+1,4g/100g soit +27%) et des produits issus du Hard Discount (+1,3g/100g soit +24%) sont observées.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=59)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=114)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=257)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=71)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=39)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=39)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=206)

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

**Figure 20 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=21)	10	2009	Hard Discount (n=15)
2	2011	Marques nationales (n=53)	11	2011	Hard Discount (n=27)
3	2017	Marques nationales (n=153)	12	2017	Hard Discount (n=32)
4	2009	Marques de distributeurs (n=23)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=34)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=63)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=8)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 21 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**

### 5.3.1.5. Yaourts et laits fermentés édulcorés

Le Tableau 17 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés.

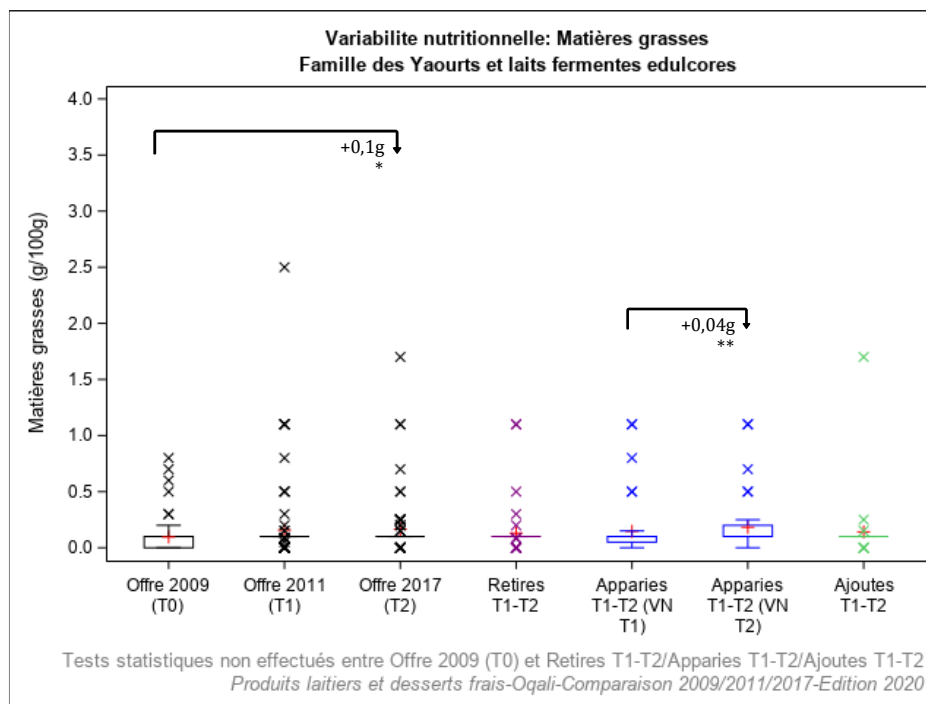
**Tableau 17 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés edulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,01	+5%	+0,1	+71%	105	0,1	0,1	114	0,2	0,3	87	0,2	0,2		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,02	-13%	+0,03	+26%	85	0,1	0,03	105	0,1	0,1	85	0,1	0,03		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,04	+25%						50	0,1	0,2	50	0,2	0,2		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,02	-10%							114	0,2	0,3	36	0,1	0,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,04	+27%								63	0,1	0,2	87	0,2	0,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01	+9%								63	0,1	0,2	36	0,1	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+61%	32	0,1	0,1				32	0,2	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+75%	105	0,1	0,1				55	0,2	0,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+72%	73	0,1	0,1				87	0,2	0,2		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,1	+77%	73	0,1	0,1				55	0,2	0,3		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,02	-9%	+0,1	+68%	51	0,1	0,1	67	0,2	0,4	51	0,2	0,3		
		MDD		+0,05	+64%	+0,1	+94%	43	0,1	0,1	35	0,1	0,1	26	0,1	0,1		
		MDDeg		-0,0	-0,0%	+0,01	+25%	3	0,04	0,04	3	0,1	0,1	2	0,1	0,1		
		HD		+0,05	+55%	-0,04	-21%	8	0,2	0,2	9	0,1	0,03	8	0,1	0,1		
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, il n'y a pas d'évolution significative de la teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Tableau 17). Entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017), une augmentation significative de +0,1g/100g soit +71% est observée. A noter que les teneurs moyennes de cette famille sont particulièrement faibles.

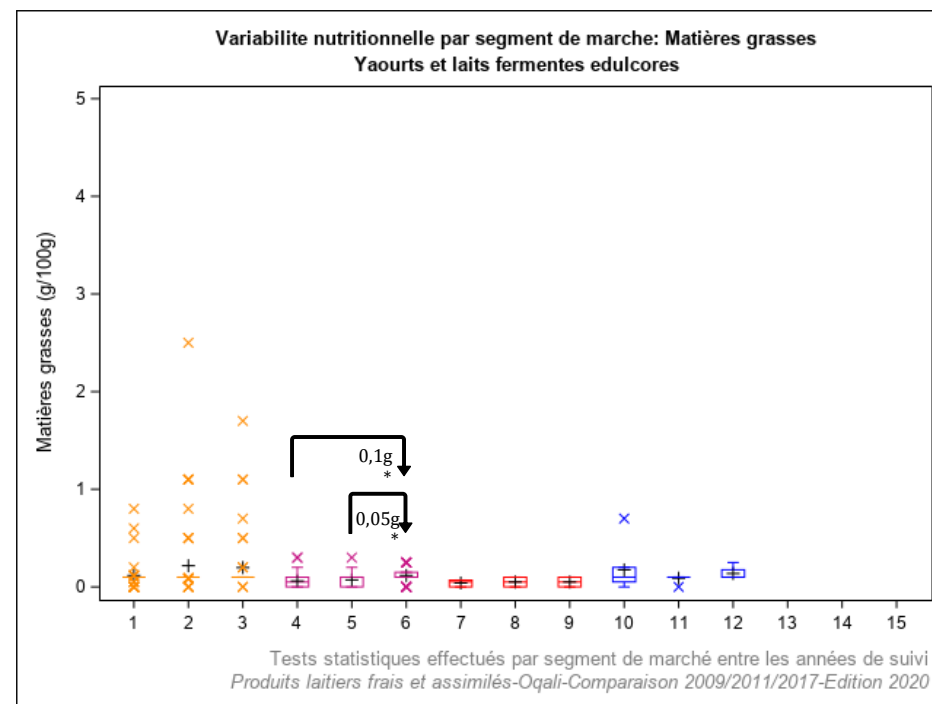
**Au niveau des produits appariés** entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), une augmentation significative de +0,04g/100g soit +25% est mise en évidence (Figure 22 ; Tableau 17), signe de **reformulations à la hausse**. L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 24) indique que cette augmentation est due majoritairement à une évolution dans la manière d'étiqueter les matières grasses. En 2011, la teneur en matières grasses était notamment indiquée avec le terme de « traces » (considérée dans l'étude comme égal à 0,0001) alors qu'en 2017 elle est plutôt indiquée par <0,5g/100g.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=105)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=114)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=87)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=63)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=50)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=50)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=36)

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

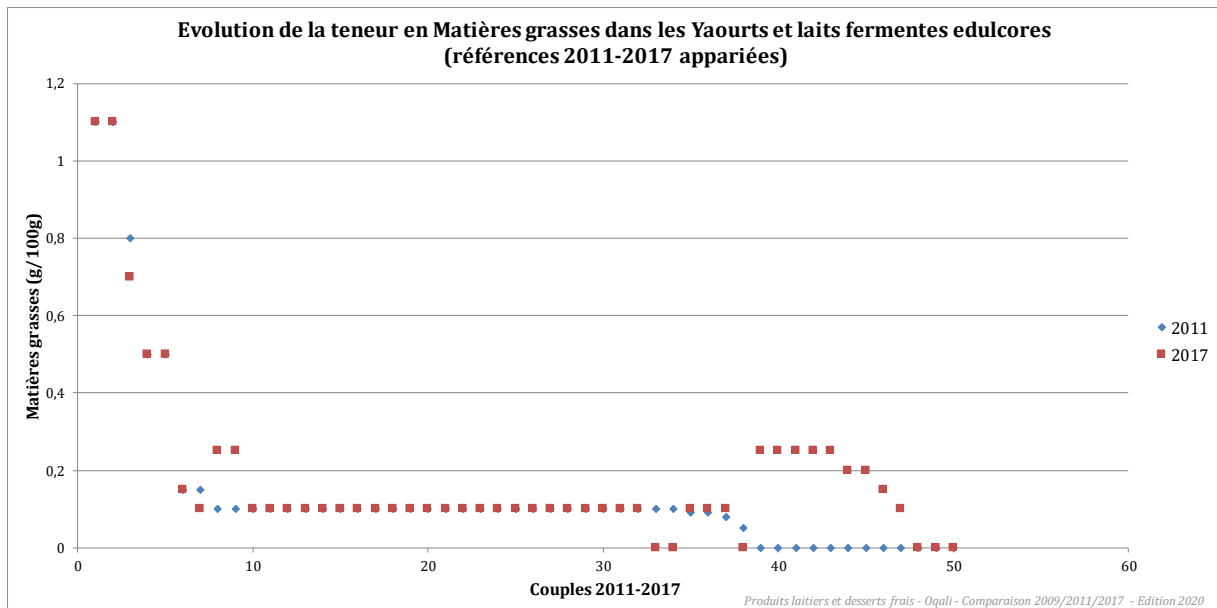
**Figure 22 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=51)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=67)	11	2011	Hard Discount (n=9)
3	2017	Marques nationales (n=51)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=43)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=35)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=26)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

**Figure 23 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés édulcorés étudiée.**



**Figure 24 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**

**Au niveau des segments de marché** (Figure 23), une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses entre 2011 et 2017 (T1-T2) est observée pour les marques de distributeurs (+0,05g/100g soit +64%). Cette augmentation significative est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 ; 2009-2017 ; +0,1g/100g soit +94%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, aucune évolution significative de la teneur en matières grasses n'est mise en évidence.**

## 5.3.2 Catégorie des Fromages frais

### 5.3.2.1. Fromages frais nature non sucrés classiques

Le Tableau 18 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques. **Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée** (Tableau 18 ; Annexe 6).

**Tableau 18 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01	-1%	-0,1	-3%	58	1,9	1,6	123	1,9	1,6	145	1,9	1,6		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2	+10%	-0,1	-5%	55	2,1	0,4	111	1,8	0,5	143	2,0	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,03	+2%						83	1,7	1,6	83	1,7	1,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+7%							123	1,9	1,6	57	2,0	1,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2	-11%								36	2,1	1,6	145	1,9	1,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-4%								36	2,1	1,6	57	2,0	1,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,05	+3%	42	1,7	1,6				42	1,8	1,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-5%	58	1,9	1,6				97	1,8	1,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,6	-25%	16	2,5	1,5				145	1,9	1,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,7	-27%	16	2,5	1,5				97	1,8	1,6		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,4	+28%	-0,02	-1%	4	1,7	1,9	19	1,3	1,7	24	1,7	1,6		
		MDD		-0,1	-5%	-0,1	-3%	28	2,0	1,7	59	2,1	1,6	77	2,0	1,6		
		MDDeg		+0,1	+5%	-0,03	-2%	8	1,9	1,6	13	1,8	1,5	17	1,9	1,5		
		HD		-0,1	-3%	+0,04	+2%	18	1,8	1,7	31	1,9	1,6	21	1,9	1,6		
		DSbio		+0,7	+95%								1	0,7		6	1,4	1,5

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.3.2.2. Fromages frais nature non sucrés gourmands

Le Tableau 19 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands.

**Tableau 19 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+1%	-0,2	-3%	42	8,2	3,4	83	7,8	2,2	109	7,9	3,2
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,5	+6%	+2,0***	+29%	40	6,8	0,6	77	8,2	0,3	106	8,7	0,3
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,2	+2%						60	8,1	2,1	60	8,3	3,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						83	7,8	2,2	41	7,7	3,6
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,6	+8%						22	7,3	2,1	109	7,9	3,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,4	+5%						22	7,3	2,1	41	7,7	3,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2	+2%	32	8,7	3,5				32	8,9	3,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,6	-8%	42	8,2	3,4				77	7,5	3,0
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,4	+5%	7	7,6	1,8				109	7,9	3,2
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,05	-1%	7	7,6	1,8				77	7,5	3,0
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+1,0	+14%	+1,3	+20%	6	6,6	3,0	19	6,9	1,8	26	7,9	4,3
		MDD		-0,4	-4%	-0,6	-7%	31	8,5	3,6	48	8,2	2,1	63	7,9	3,1
		MDDeg		+1,1	+17%	-1,5	-16%	1	9,0		2	6,5	3,6	2	7,6	2,3
		HD		+0,5	+7%	+0,6	+8%	4	7,9	2,2	14	8,0	2,3	15	8,5	1,8
		DSbio													3	6,8

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 19 ; Annexe 6).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +2,0g/100g soit +29% ; Tableau 19).**

### 5.3.2.3. Fromages frais sucrés classiques

Le Tableau 20 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.

**Tableau 20 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,3*	-10%	-0,3*	-13%	72	2,7	0,8	115	2,6	0,8	110	2,3	0,8		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,02	-1%	-0,2	-8%	66	2,7	0,1	102	2,5	0,1	110	2,4	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2**	-8%							58	2,5	0,9	58	2,3	0,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2	-6%							115	2,6	0,8	49	2,4	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,4*	-13%								57	2,7	0,6	110	2,3	0,8
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,3	-10%								57	2,7	0,6	49	2,4	0,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,3	-11%	28	2,5	0,9				28	2,2	0,8		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,3	-11%	72	2,7	0,8					80	2,4	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,5*	-16%	44	2,8	0,7					110	2,3	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,4*	-15%	44	2,8	0,7					80	2,4	0,8	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,4*	+15%	-0,1	-2%	10	2,9	0,4	16	2,4	0,4	13	2,8	0,4		
		MDD		-0,4*	-15%	-0,5*	-17%	44	2,6	0,9	66	2,6	0,9	73	2,2	1,0		
		MDDeg		-0,6*	-21%	-0,8	-27%	2	3,0	0,1	6	2,8	0,2	6	2,2	0,2		
		HD		-0,001	-0,05%	+0,05	+2%	16	2,7	0,7	26	2,7	0,7	17	2,7	0,4		
		DSbio		-0,1	-3%						1	2,9			1	2,8		

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,3g/100g soit -10% ; Tableau 20) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,3g/100g soit -13% ; Tableau 20).

Cela s'explique en partie :

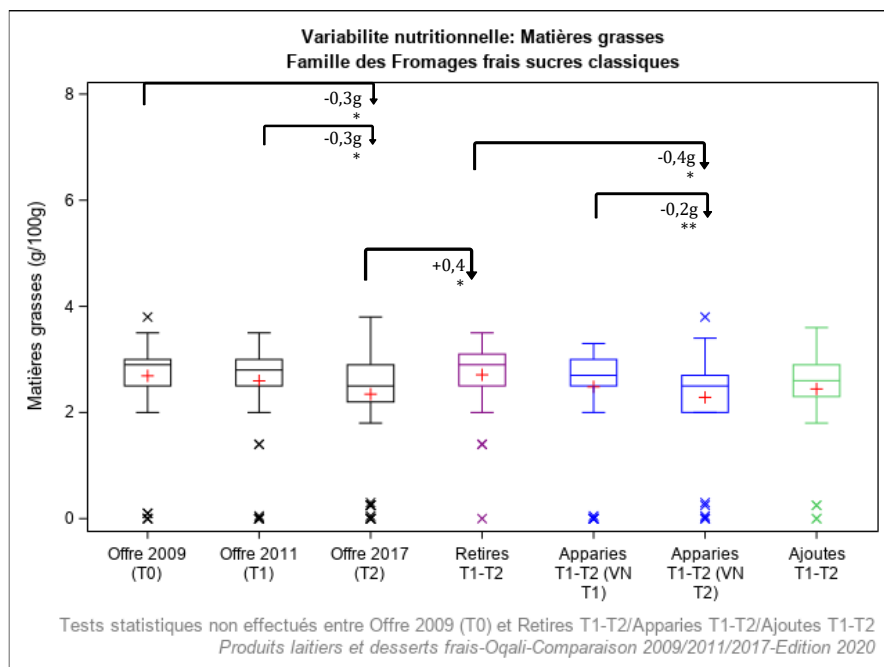
- **par des reformulations à la baisse** (Figure 25 ; Tableau 20). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,2g/100g soit -8%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 27 ; Tableau 20) montre que des reformulations importantes à la baisse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en matières grasses était en 2011 parmi les plus élevées. Pour une de ces références, cette diminution est liée au passage d'un lait demi-écrémé à un lait écrémé. Pour les autres références, l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions ;



- **par un renouvellement de l'offre** (Figure 25 ; Tableau 20). En effet, les produits sur le marché en 2017 (offre T2) présentent une teneur moyenne significativement plus faible (-0,4g/100g soit -13%) que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017).

**Au niveau des segments de marché**, cette augmentation significative entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), est notamment portée par les marques de distributeurs (-0,4g/100g ; -15%) et les marques de distributeurs entrées de gamme (-0,6g/100g ; -21% ; Figure 26 ; Tableau 20). Pour les marques de distributeurs, une diminution significative est également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -17%). A noter une augmentation significative entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) de la teneur en matières grasses au sein des marques nationales (+0,4g/100g ; +15%).

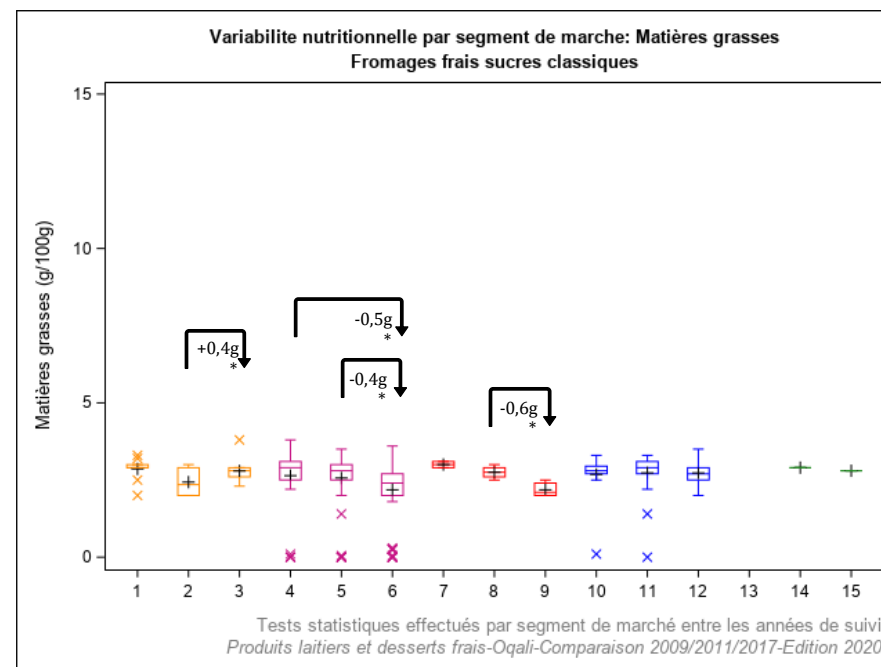
**Enfin, aucune évolution significative n'est observée au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché** (Tableau 20).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=72)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=115)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=110)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=57)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=58)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=58)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

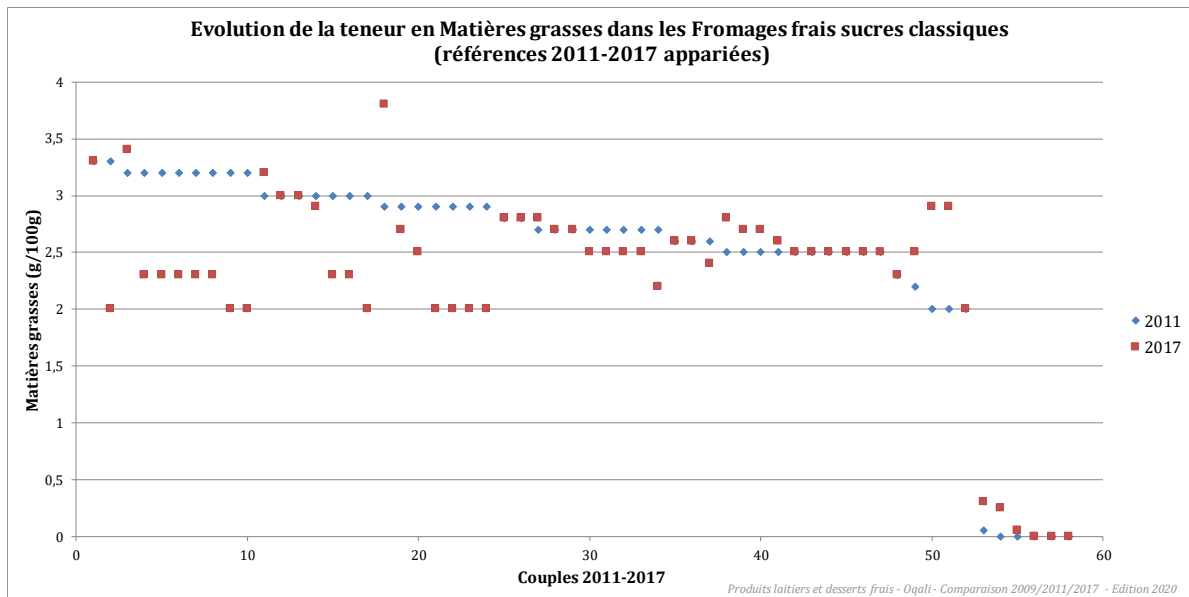
**Figure 25 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=10)	10	2009	Hard Discount (n=16)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=26)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=17)
4	2009	Marques de distributeurs (n=44)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=66)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=73)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			

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

**Figure 26 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**



**Figure 27 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

### 5.3.2.4. Fromages frais sucrés gourmands

Le Tableau 21 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.

**Tableau 21 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,7	+12%	+0,5	+8%	33	6,1	1,5	47	5,8	1,2	75	6,5	2,4	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,6*	+9%	+1,1***	+19%	20	5,7	0,1	38	6,2	0,1	72	6,8	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,6	+9%						22	6,4	0,8	22	7,0	1,6	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,5	+9%						47	5,8	1,2	53	6,3	2,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,2	+23%						23	5,3	1,2	75	6,5	2,4	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,0	+20%						23	5,3	1,2	53	6,3	2,6	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,9	+14%	9	6,7	0,6				9	7,7	2,0	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,3	+5%	33	6,1	1,5				65	6,3	2,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,7	+11%	23	5,9	1,6				75	6,5	2,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,5	+8%	23	5,9	1,6				65	6,3	2,4	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+1,1	+20%	+0,9	+15%	10	5,7	1,9	10	5,5	1,5	28	6,6	1,6	
		MDD		+0,9	+16%	+0,7	+11%	13	6,2	0,9	25	6,0	1,2	33	6,9	3,0	
		MDDeg										2	5,1	1,0			
		HD		-0,3	-5%	-0,6	-10%	10	6,2	1,6	10	5,9	0,9	14	5,6	1,7	
		DSbio															

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,6g/100g soit +9% ; Tableau 21) ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,1g/100g soit 19% ; Tableau 21).**

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 21 ; Annexe 6).**

### 5.3.2.5. Fromages frais édulcorés

Le Tableau 22 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais édulcorés.

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée** (Tableau 22 ; Annexe 6).

**Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Fromages frais édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Fromages frais edulcotes			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,3	-73%	-0,3	-68%	2	0,4	0,6	10	0,5	0,9	11	0,1	0,1	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-45%	-0,1	-41%	2	0,3	0,05	7	0,3	0,1	11	0,2	0,02	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,02	-15%						5	0,2	0,1	5	0,1	0,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,4	-75%						10	0,5	0,9	6	0,1	0,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,8	-86%						4	0,9	1,3	11	0,1	0,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,8	-87%						4	0,9	1,3	6	0,1	0,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,3	-68%	2	0,4	0,6				11	0,1	0,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,7	-84%	1	0,8					11	0,1	0,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,7	-84%	1	0,8					11	0,1	0,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,1	-31%	-0,7	-81%	1	0,8		7	0,2	0,2	6	0,2	0,1	
		MDD		-1,4	-95%	+0,1	+83267%	1	0,0001		2	1,5	1,9	3	0,1	0,1	
		MDDeg															
		HD		+0,03	+25%							1	0,1		2	0,1	0,2
		DSbio															

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

## 5.3.3 Catégorie des Desserts frais

### 5.3.3.1. Crèmes dessert et laits gélifiés

Le Tableau 23 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés.

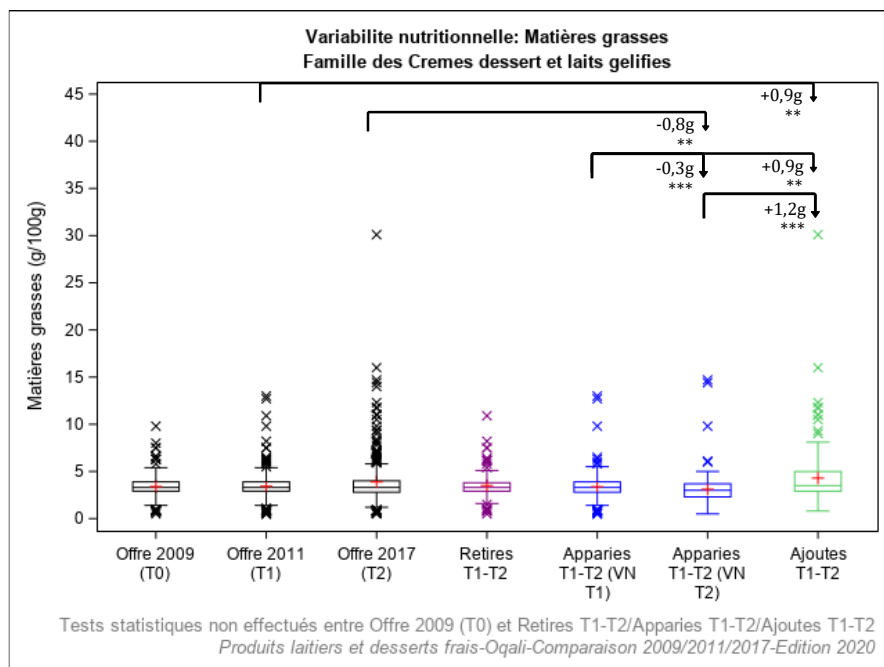
**Tableau 23 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,5	+13%	+0,5	+14%	144	3,4	1,4	224	3,4	1,7	328	3,9	2,8		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,3	+9%	+0,3	+11%	129	3,1	0,3	204	3,1	0,3	326	3,4	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,3***	-8%							139	3,4	1,7	139	3,1	1,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,9**	+25%							224	3,4	1,7	159	4,3	3,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,4	+11%								85	3,5	1,7	328	3,9	2,8
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,8	+22%								85	3,5	1,7	159	4,3	3,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,4**	-14%	77	3,2	1,5				77	2,7	1,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,8**	+23%	144	3,4	1,4				228	4,2	2,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2	+6%	67	3,7	1,4				328	3,9	2,8		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,5	+14%	67	3,7	1,4				228	4,2	2,9		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+1,9**	+48%	+2,3**	+65%	33	3,5	1,0	56	3,9	2,4	81	5,7	4,2		
		MDD		+0,2	+5%	+0,03	+1%	73	3,5	1,7	96	3,4	1,3	168	3,5	1,7		
		MDDeg		-0,3	-12%	-0,5	-20%	12	2,4	0,9	22	2,2	1,2	25	1,9	0,9		
		HD		-0,4	-12%	-0,3	-9%	26	3,5	1,3	49	3,7	1,3	51	3,2	1,5		
		DSbio		+1,0	+57%								1	1,8		3	2,8	1,0

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille aucune évolution significative n'est observée avec ou sans pondération par les parts de marché (Tableau 23).**

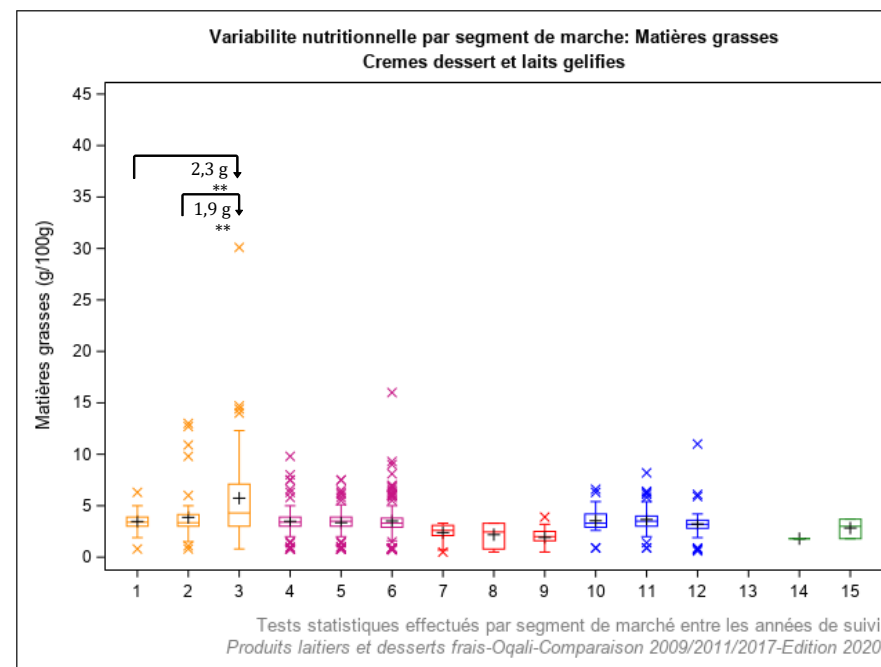
**Une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,3g/100g soit -8%) (Figure 28 ; Tableau 23).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 30 ; Tableau 23) montre que des **reformulations importantes à la baisse** sont réparties sur l'ensemble des produits. Ces diminutions s'expliquent en partie par l'utilisation de lait écrémé en 2017 à la place du lait entier utilisé en 2011. Au contraire, l'augmentation la plus importante correspond à un produit dont la proportion de crème, riche en matières grasses, passe de 5% en 2011 à 11% en 2017.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=144)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=224)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=328)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=85)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=139)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=139)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=159)

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

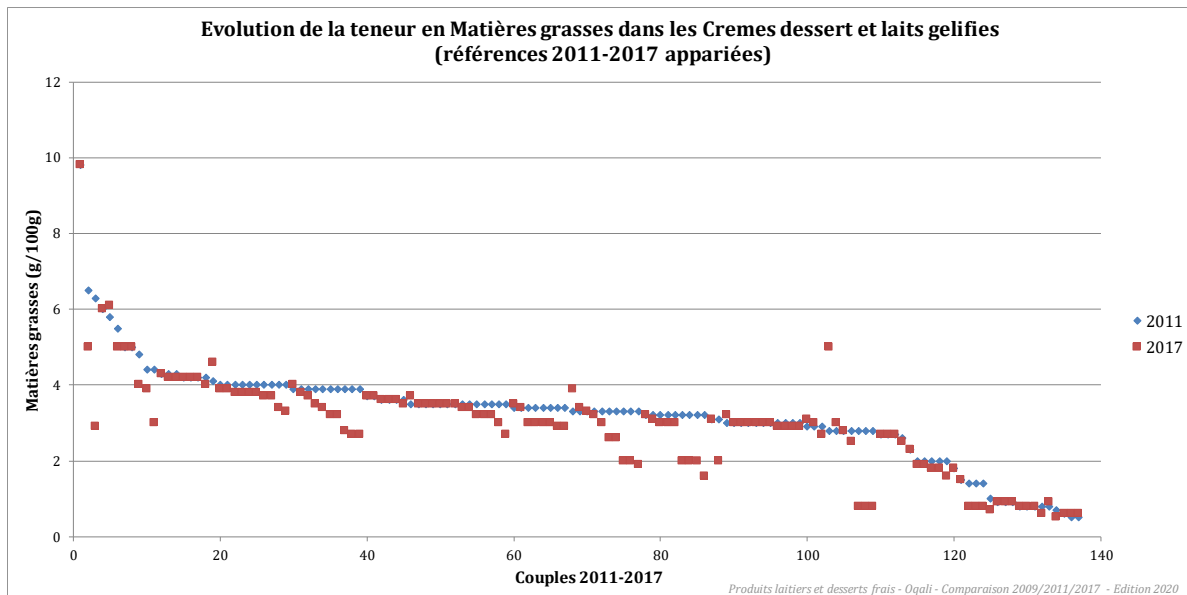
**Figure 28 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=33)	10	2009	Hard Discount (n=26)
2	2011	Marques nationales (n=56)	11	2011	Hard Discount (n=49)
3	2017	Marques nationales (n=81)	12	2017	Hard Discount (n=51)
4	2009	Marques de distributeurs (n=73)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=96)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=168)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=22)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=25)			

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

**Figure 29 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



**Figure 30 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**

Par ailleurs, les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+0,9g/100g soit +25%) (Figure 28 ; Tableau 23), ce qui signifie **que la modification de l'offre va dans le sens d'une augmentation des teneurs.**

**Au niveau des segments de marché** (Figure 29 ; Tableau 23) une augmentation significative de la teneur en matières grasses est observée pour les marques nationales entre les 2 derniers suivis (+1,9g/100g ; +48%) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +2,3/100g ; +65%).



### 5.3.3.2. Liégeois et assimilés

Le Tableau 24 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.

**Tableau 24 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Liégeois et assimilés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				45	5,8	1,5	78	5,9	1,7	99	6,9	2,2	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				40	6,4	0,5	68	6,4	0,3	98	7,1	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2								53	6,0	1,5	53	6,2	1,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2								78	5,9	1,7	45	7,8	2,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2								25	5,7	2,1	99	6,9	2,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2								25	5,7	2,1	45	7,8	2,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2											31	6,3	1,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2											64	7,3	2,3
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2											99	6,9	2,2
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2											64	7,3	2,3
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+1,3	+19%	+1,5	+22%	9	6,9	2,5	11	7,0	2,6	30	8,4	3,1
		MDD	+0,5*	+8%	+1,0***	+19%	29	5,4	1,0	47	6,0	1,2	50	6,5	1,0
		MDDeg	+2,6	+90%	-0,8	-13%	1	6,3		3	2,9	3,1	1	5,5	
		HD	+0,2	+4%	-0,3	-5%	6	6,1	0,8	17	5,6	1,4	18	5,8	1,5
		DSbio													

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

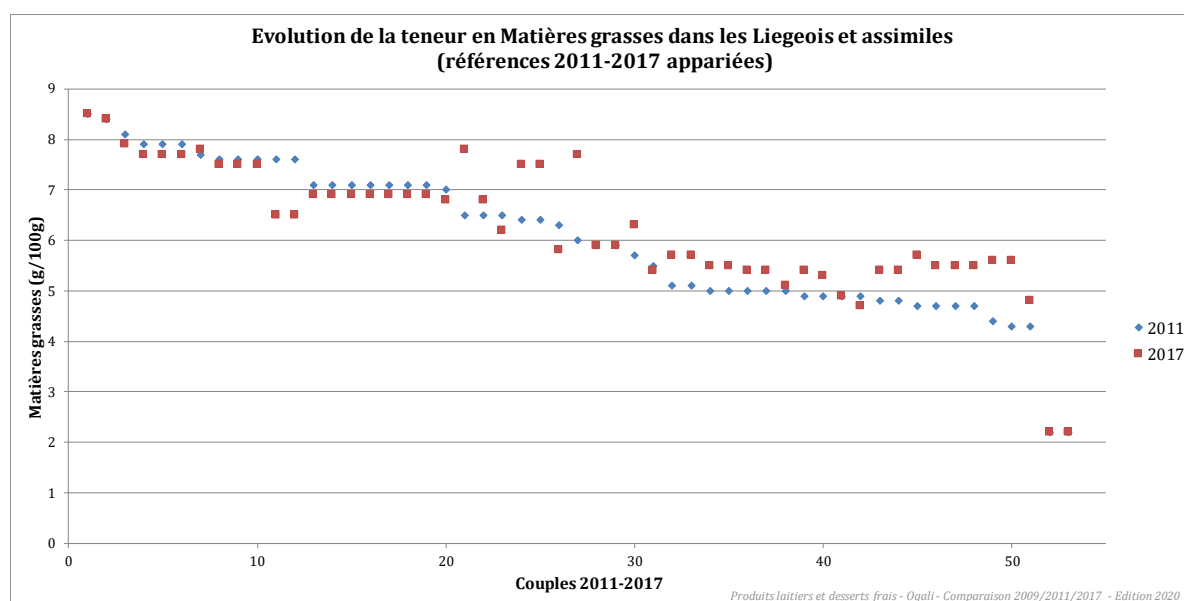
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, une augmentation significative de la teneur en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,0g/100g ; +17%) comme entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,1g/100g ; +19%) (Tableau 24). Cette augmentation significative observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) s'explique en partie :**

- **par des reformulations à la hausse** (Figure 32 ; Tableau 24). En effet, une augmentation significative de la teneur moyenne pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (+0,2g/100g soit +4%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 31 ; Tableau 24) montre que des reformulations importantes à la hausse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en matières grasses était comprise entre 4 et 7g/100g en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions ;
- **par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 32 ; Tableau 24). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+1,9g/100g soit +32%) et que celles des produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017

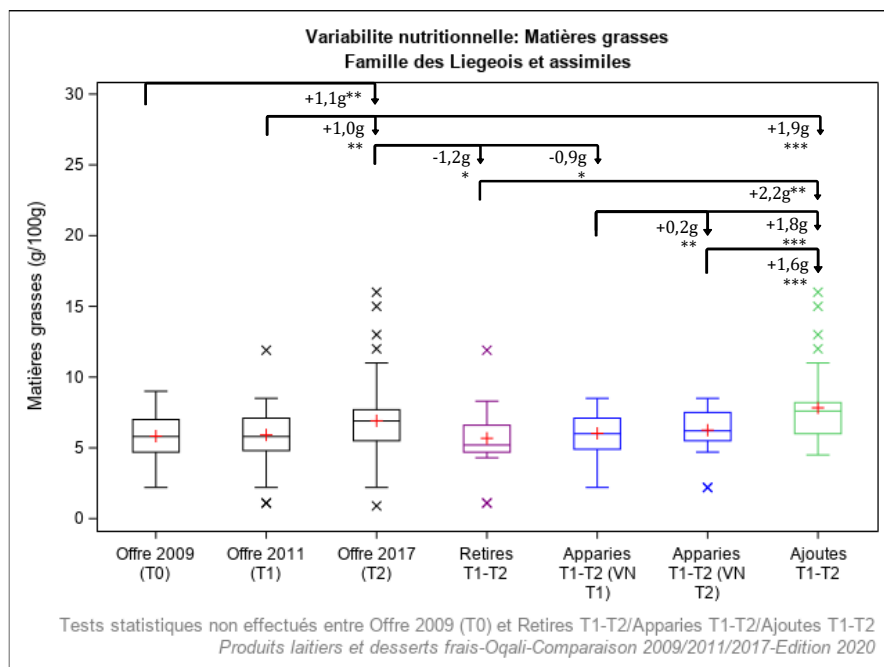
ou non captés par l'Oqali en 2017) (+2,2g/100g soit +38%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (+1,2g/100g soit +22%).

**Au niveau des segments de marché**, cette évolution est portée principalement par les marques de distributeurs (Figure 33 ; Tableau 24) pour lesquelles une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (+0,5g/100g ; +8%) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,0g/100g ; +19%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,7g/100g ; +11%) (Tableau 24).



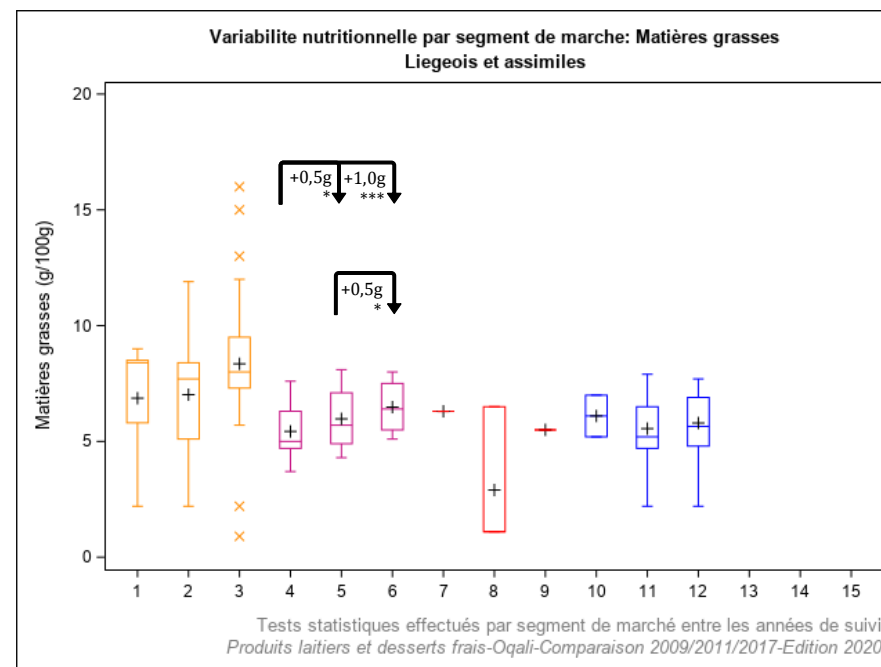
**Figure 31 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Liégeois et assimilés étudiée.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=78)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=25)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

**Figure 32 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=9)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=11)	11	2011	Hard Discount (n=17)
3	2017	Marques nationales (n=30)	12	2017	Hard Discount (n=18)
4	2009	Marques de distributeurs (n=29)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=47)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=50)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 33 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**

### 5.3.3.3. Laits emprésurés

Le Tableau 25 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés.

**Tableau 25 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Laits emprésurés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,6	+25%	-0,2	-5%	2	3,3	0,1	6	2,5	1,3	13	3,1	2,1		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,5	-21%	-1,4***	-44%	2	3,3	0,0	6	2,3	0,1	12	1,8	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+2,5	+65%						2	3,8	0,1	2	6,2	0,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,6	+23%							6	2,5	1,3	8	3,1	1,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,2	+67%								4	1,9	1,1	13	3,1	2,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,2	+64%								4	1,9	1,1	8	3,1	1,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2																
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,2	-5%	2	3,3	0,1					13	3,1	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-5%	2	3,3	0,1					13	3,1	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,2	-5%	2	3,3	0,1					13	3,1	2,1	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,3	+10%						3	2,8	1,6	13	3,1	2,1		
		MDD						2	3,3	0,1	1	3,4						
		MDDeg																
		HD										2	1,6	0,8				
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -1,4g/100g soit -44% ; Tableau 25), à nuancer par le faible effectif de produits dans cette famille au T0 (n=2).**

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 25 ; Annexe 6).**

### 5.3.3.4. Desserts frais à base de céréales

Le Tableau 26 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales.

**Tableau 26 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales.**

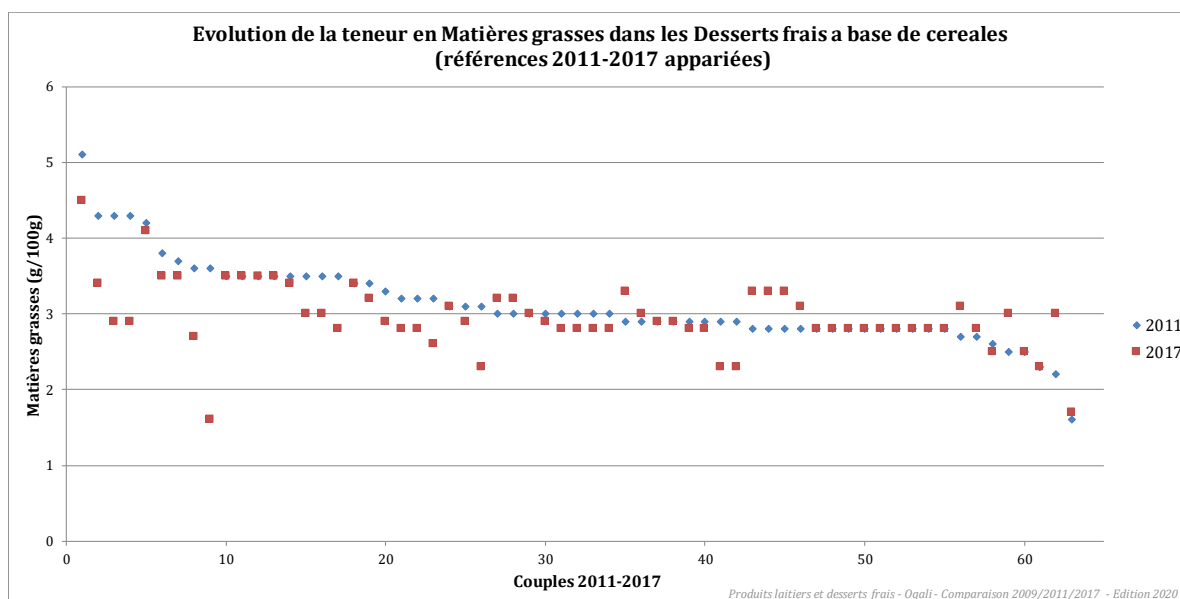
Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais à base de céréales			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,5**	+16%	+0,4	+11%	61	3,2	0,9	101	3,1	0,7	131	3,6	1,5		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,3*	+11%	+0,3	+10%	59	3,2	0,1	93	3,1	0,1	129	3,5	0,2		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2**	-5%						63	3,1	0,6	63	3,0	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,9***	+28%							101	3,1	0,7	62	3,9	1,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,6*	+21%								38	3,0	0,8	131	3,6	1,5
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,0**	+33%								38	3,0	0,8	62	3,9	1,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,3	-9%	43	3,3	0,8				43	3,0	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,6*	+20%	61	3,2	0,9				87	3,8	1,7		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,6	+21%	18	2,9	1,2				131	3,6	1,5		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,9	+30%	18	2,9	1,2				87	3,8	1,7		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+1,6	+50%	+1,7*	+55%	7	3,0	1,3	10	3,2	1,1	45	4,7	1,9		
		MDD		-0,1	-2%	-0,1	-5%	34	3,1	0,5	60	3,1	0,5	61	3,0	0,5		
		MDDeg		-0,3	-10%	-0,8	-21%	1	3,5		5	3,1	0,9	2	2,8	0,1		
		HD		-0,2	-6%	-0,5	-15%	19	3,3	1,4	25	3,0	0,8	22	2,8	0,6		
		DSbio		-0,1	-3%						1	3,1		1	3,0			

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,5g/100g ; +16%) (Tableau 26).

**Cette évolution s'explique en partie par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 35 ; Tableau 26). Les produits « Ajoutés T1-T2 » présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+0,9g/100g soit +28%) et que celles des produits « Retirés T1-T2 » (+1,0g/100g soit +33%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (+0,6g/100g soit +21%).

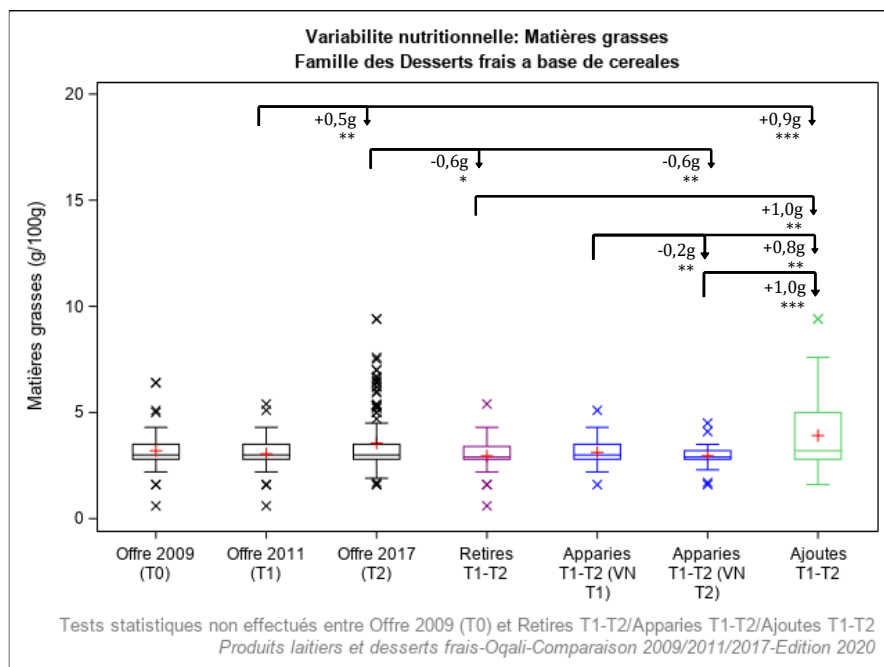
**A l'inverse, toujours entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), des reformulations à la baisse sont observées** (Figure 35 ; Tableau 26). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est mise en évidence entre 2011 et 2017 (-0,2g/100g soit -5%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 34) montre que des reformulations importantes à la baisse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en matières grasses était parmi les plus élevées en 2011. La diminution la plus importante s'explique par l'utilisation en 2017 de lait demi-écrémé à la place du lait entier utilisé en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions observées.



**Figure 34 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée.**

**Au niveau des segments de marché** (Figure 36 ; Tableau 26) entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) aucune évolution significative n'est mise en évidence. Entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée au niveau des marques nationales (+1,7g/100g ; +55%).

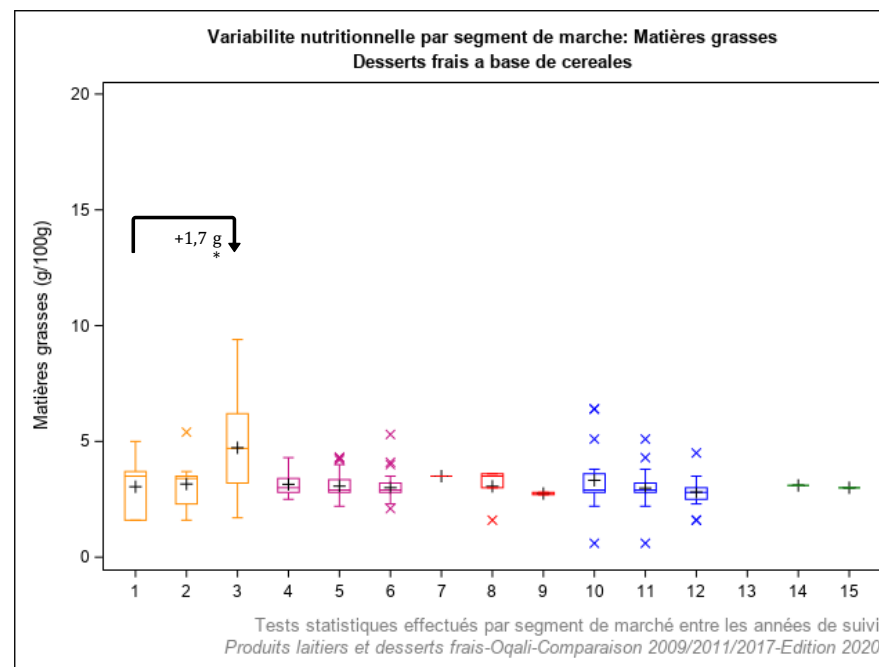
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,3g/100g ; +11%) (Tableau 26).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=101)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=131)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=38)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=62)

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

**Figure 35 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=19)
2	2011	Marques nationales (n=10)	11	2011	Hard Discount (n=25)
3	2017	Marques nationales (n=45)	12	2017	Hard Discount (n=22)
4	2009	Marques de distributeurs (n=34)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=60)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=61)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

**Figure 36 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.**

### 5.3.3.5. Desserts frais de type mousse

Le Tableau 27 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.

**Tableau 27 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais de type mousse			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+2,6**	+31%	+2,7**	+32%	77	8,4	3,4	95	8,5	3,6	147	11,2	7,3		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,6**	+17%	+1,6**	+18%	62	8,9	0,3	85	9,0	0,3	145	10,6	0,6		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,5**	-6%							63	8,3	3,5	63	7,8	3,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+4,7***	+55%							95	8,5	3,6	78	13,2	8,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+2,6	+30%								30	8,6	3,9	147	11,2	7,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+4,6*	+54%								30	8,6	3,9	78	13,2	8,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,6	-7%	40	7,8	2,3				40	7,2	2,0		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+4,2***	+49%	77	8,4	3,4				100	12,6	7,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+2,1	+23%	37	9,1	4,3				147	11,2	7,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+3,5*	+38%	37	9,1	4,3				100	12,6	7,9		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+6,7**	+62%	+7,2**	+71%	15	10,2	5,9	20	10,7	5,1	38	17,4	8,8		
		MDD		+1,5	+18%	+1,5	+18%	44	8,0	2,4	51	8,0	3,2	81	9,5	5,5		
		MDDeg		-0,2	-3%	-0,2	-4%	3	6,2	1,0	4	6,2	0,8	4	6,0	0,9		
		HD		-0,8	-10%	-1,1	-14%	15	8,3	2,4	20	8,0	2,3	23	7,1	2,3		
		DSbio													1	21,0		

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

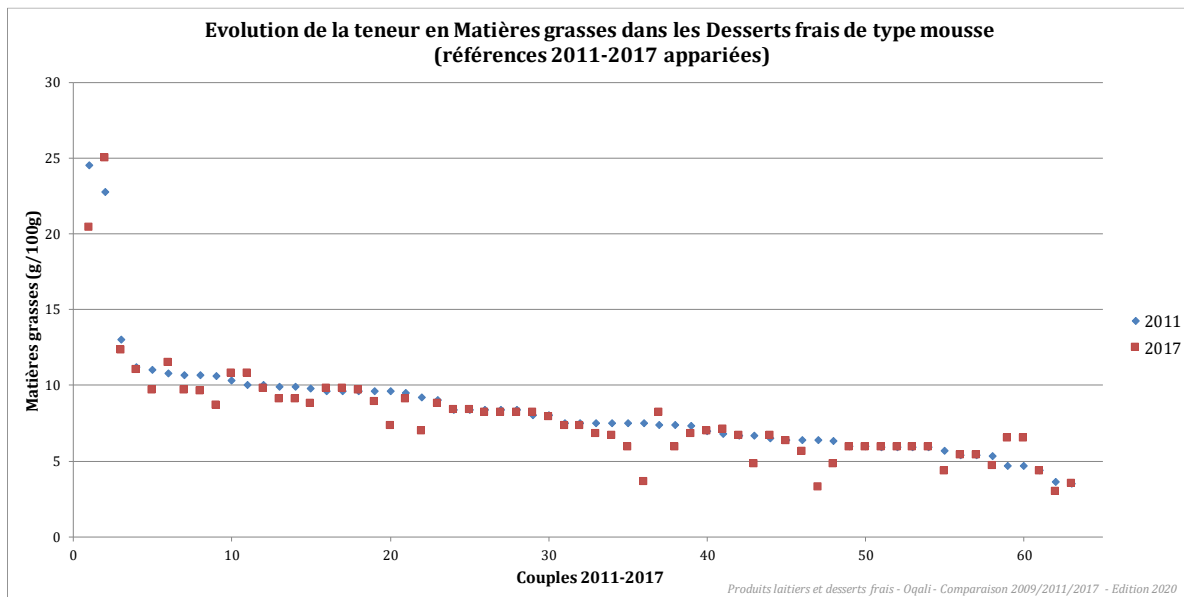
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +2,6g/100g ; +31%) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2011 à 2017 ; +2,7g/100g ; +32%) (Tableau 27).

Cela s'explique par **un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 38 ; Tableau 27). Les produits « Ajoutés T1-T2 » présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+4,7/100g soit +55%) et que celle des produits « Retirés T1-T2 » (+4,6g/100g soit +54%).

**Au niveau des segments de marché**, cette augmentation est principalement portée par les marques nationales pour lesquels une évolution significative est constatée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +6,7g/100g ; +62%) ainsi qu'entre les 2 derniers suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +7,2g/100g ; +71%) (Figure 39 ; Tableau 27).

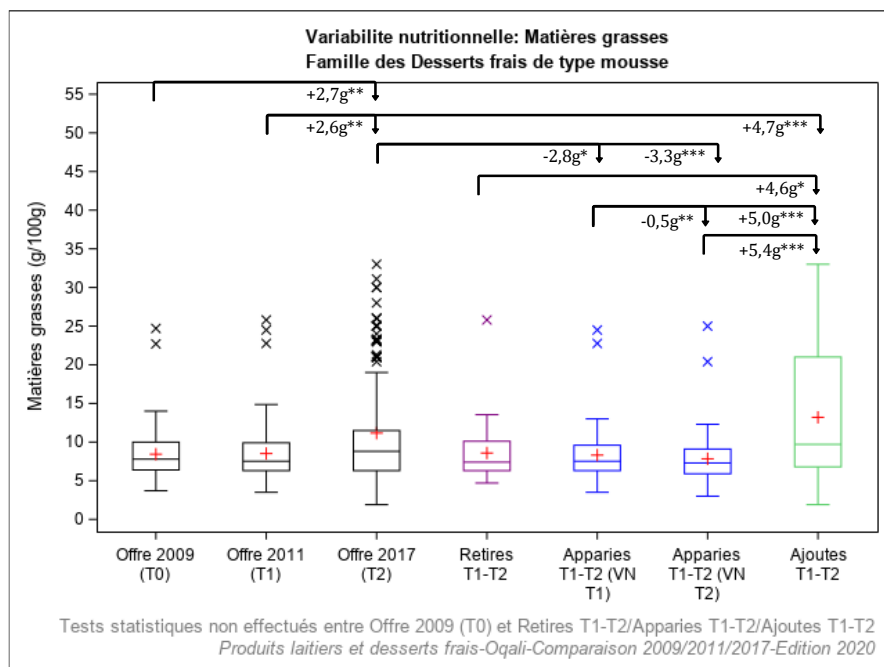


**A l'inverse, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), des reformulations à la baisse sont observées** (Figure 39 ; Tableau 27). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,5g/100g soit -6%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 37 ; Tableau 27) montre que des reformulations importantes à la baisse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en matières grasses était parmi les plus élevées en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



**Figure 37 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée.**

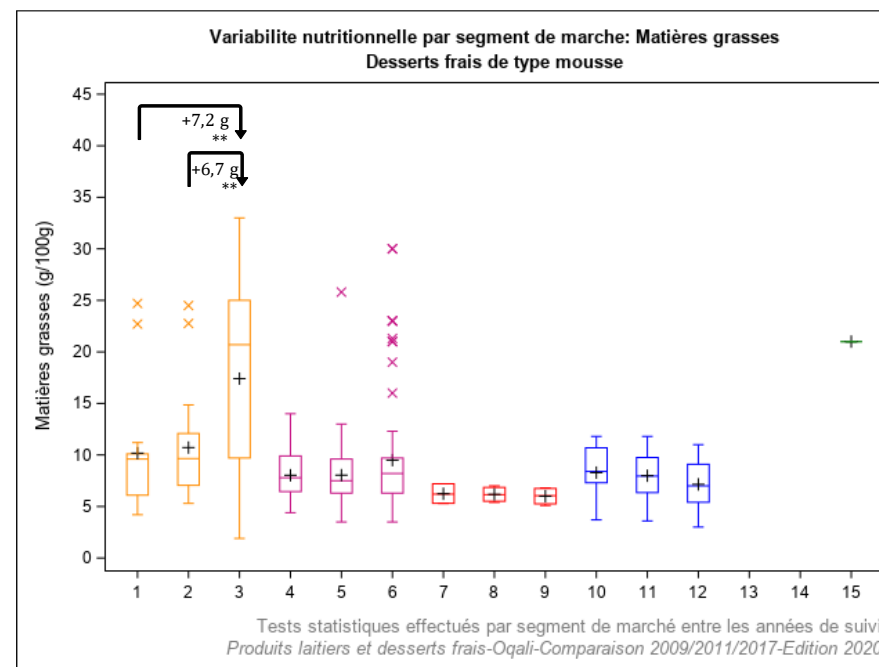
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,6g/100g ; +17%) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,6g/100g ; +18%)** (Tableau 27).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=101)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=131)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=38)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=62)

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

**Figure 38 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=15)	10	2009	Hard Discount (n=15)
2	2011	Marques nationales (n=20)	11	2011	Hard Discount (n=20)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=23)
4	2009	Marques de distributeurs (n=44)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=51)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=81)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			

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

**Figure 39 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**

### 5.3.3.6. Desserts frais aux œufs

Le Tableau 28 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs.

**Tableau 28 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs.**

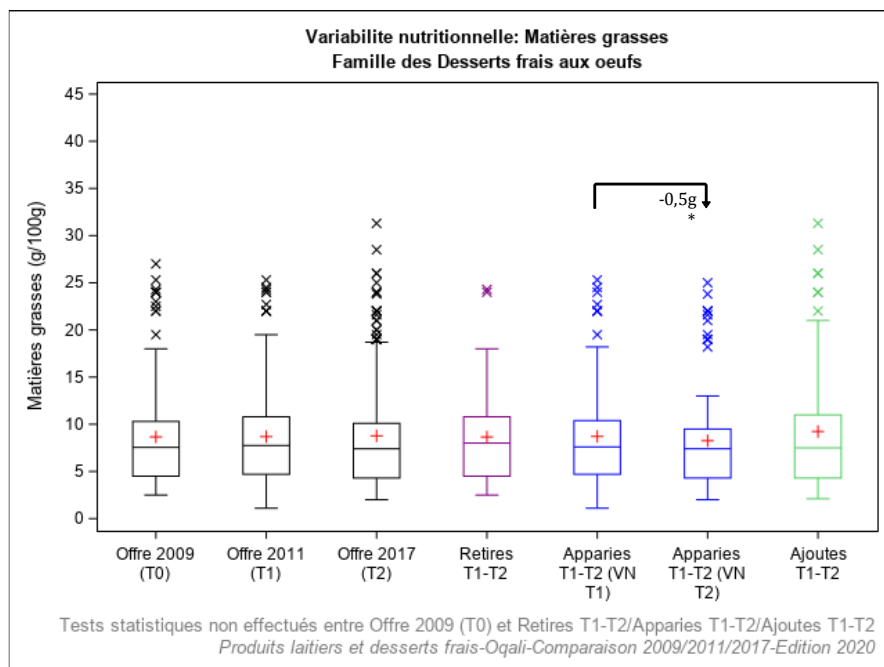
Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais aux œufs			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+1%	+0,1	+1%	122	8,7	5,8	152	8,7	5,3	209	8,8	5,9
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,5	-6%	-0,9	-10%	90	8,9	0,8	141	8,6	0,6	206	8,0	0,6
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,5*	-5%						101	8,7	5,5	101	8,3	5,4
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,5	+6%						152	8,7	5,3	105	9,2	6,4
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+1%						51	8,7	5,1	209	8,8	5,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,6	+7%						51	8,7	5,1	105	9,2	6,4
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,4	-4%	74	8,6	6,0				74	8,2	5,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,4	+5%	122	8,7	5,8				129	9,1	6,2
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,05	+1%	48	8,7	5,5				209	8,8	5,9
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,4	+4%	48	8,7	5,5				129	9,1	6,2
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,3	+3%	+1,9	+19%	29	9,7	5,8	26	11,3	6,6	54	11,6	7,2
		MDD		-0,3	-3%	-0,7	-8%	77	8,8	5,9	86	8,3	4,9	116	8,1	5,0
		MDDeg		+0,4	+11%						2	3,7	1,6	3	4,0	2,8
		HD		-0,6	-7%	+1,4	+24%	16	6,0	4,7	38	8,0	4,9	33	7,5	5,2
		DSbio													3	4,1

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre avec ou sans pondération par les parts de marché, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

Une diminution significative de la teneur en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017; -0,5g/100g; -5 %) **pour les produits appariés, signe de reformulations à la baisse** (Tableau 28; Figure 40). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017; Figure 42) montre que ces reformulations à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. Des évolutions à la hausse sont également observées, la plus importante s'explique par l'utilisation en 2017 de lait entier à la place du lait écrémé utilisé en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions.

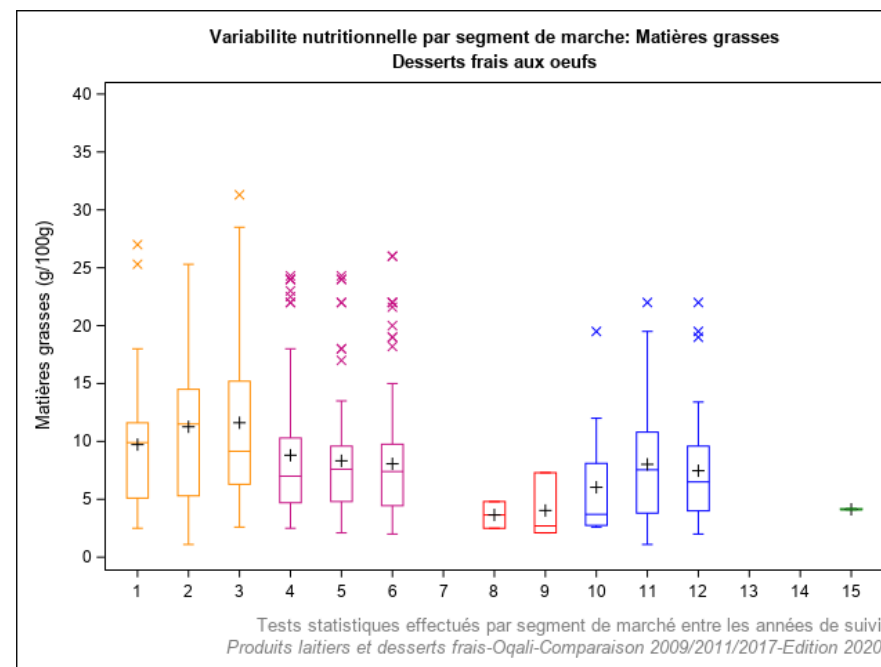
**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 28; Figure 41).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=122)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=152)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=209)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=51)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=101)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=101)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=105)

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

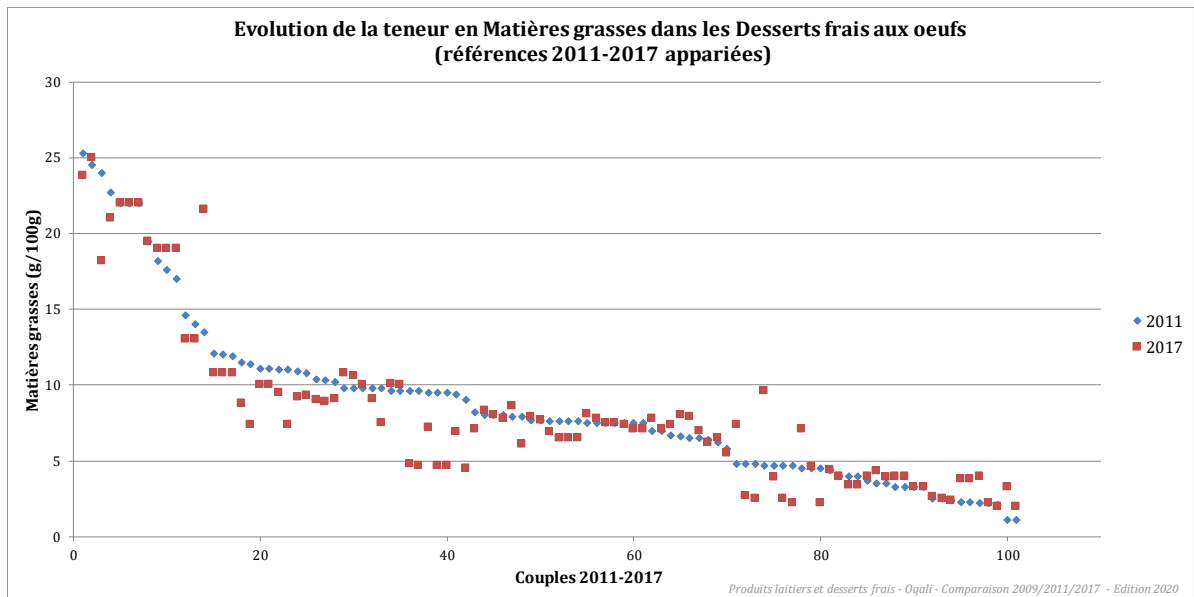
**Figure 40 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=29)	10	2009	Hard Discount (n=16)
2	2011	Marques nationales (n=26)	11	2011	Hard Discount (n=38)
3	2017	Marques nationales (n=54)	12	2017	Hard Discount (n=33)
4	2009	Marques de distributeurs (n=77)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=86)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=116)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			

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

**Figure 41 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.**



**Figure 42 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais aux œufs étudiée.**

### 5.3.3.7. Desserts frais allégés et/ou édulcorés

Le Tableau 29 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés .

**Tableau 29 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+2,5**	+221%	+1,4	+61%	50	2,3	3,2	34	1,1	1,0	30	3,6	4,8		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+2,9**	+266%	+0,9	+28%	32	3,1	0,7	31	1,1	0,1	30	4,0	0,9		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-10%						18	1,3	0,8	18	1,2	0,8		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+4,9**	+432%							34	1,1	1,0	10	6,0	5,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+2,7	+299%								16	0,9	1,3	30	3,6	4,8
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+5,1*	+560%								16	0,9	1,3	10	6,0	5,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-6%	12	1,4	0,8				12	1,3	0,9		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+2,9	+130%	50	2,3	3,2				18	5,2	5,7		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,6	+80%	36	2,0	2,9				30	3,6	4,8		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+3,2	+158%	36	2,0	2,9				18	5,2	5,7		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+2,8*	+237%	+0,5	+13%	25	3,5	4,0	19	1,2	0,5	24	4,0	5,3		
		MDD		+1,3	+107%	+1,4	+123%	19	1,2	1,7	11	1,3	1,7	5	2,6	1,5		
		MDDeg																
		HD		+0,3	+57%	+0,3	+64%	6	0,6	0,5	4	0,6	0,3	1	0,9			
		DSbio																

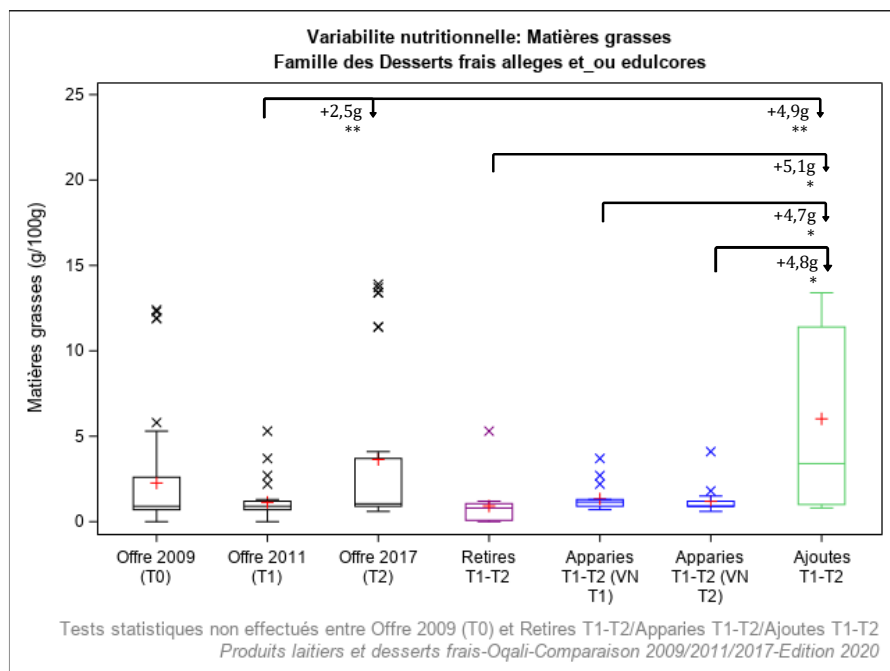
<sup>1</sup>Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs;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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +2,5g/100g ; +221%) (Tableau 29).

**Cela s'explique par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 43 ; Tableau 29). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+4,9g/100g soit +432%) et que celles des produits « Retirés T1-T2 » (+5,1g/100g soit +560%). Le fait que les produits « Ajoutés » aient des teneurs plus élevées s'explique en partie par le changement de famille de produits non édulcorés et non allégés en 2011 et qui, en 2017, comportent un édulcorant (inclus dans les produits nouveaux notamment des marques nationales) ainsi que par l'arrivée d'une nouvelle offre de produits édulcorés mais non allégés. Ainsi, les produits « Ajoutés T1-T2 » ont des teneurs en matières grasses plus élevées.

**Cette augmentation significative est retrouvée au niveau des segments de marché** (Figure 44 ; Tableau 29) entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) pour les marques nationales (+2,8g/100g ; +237%).

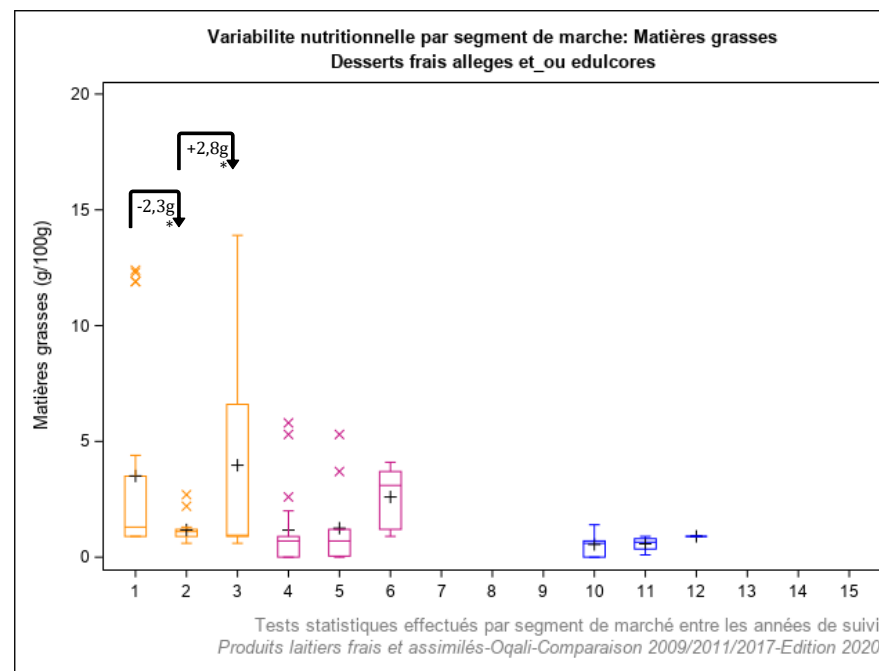
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +2,9g/100g ; +266%) (Tableau 29).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=50)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=34)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=30)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=10)

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

**Figure 43 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=25)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=19)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=11)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=5)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 44 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**



### 5.3.3.8. Gâteaux, moelleux, cakes frais

Le Tableau 30 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 30 ; Annexe 6).

**Tableau 30 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,8	+16%	+2,7	+27%	36	10,0	8,2	44	10,9	8,1	52	12,7	8,9		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,3	+14%	+1,3	+14%	31	8,8	0,5	34	8,8	0,5	51	10,1	0,7		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2	-2%							27	10,7	8,2	27	10,5	8,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+4,7	+43%							44	10,9	8,1	21	15,6	8,9	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,5	+13%								17	11,2	8,2	52	12,7	8,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+4,4	+39%								17	11,2	8,2	21	15,6	8,9
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,5	-5%	18	9,6	8,9					18	9,1	8,4	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+4,9	+50%	36	10,0	8,2					33	14,9	8,5	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+2,3	+22%	18	10,4	7,7					52	12,7	8,9	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+4,6	+44%	18	10,4	7,7					33	14,9	8,5	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-3,9	-19%	+2,6	+19%	7	13,7	12,0	9	20,2	10,0	17	16,4	10,5		
		MDD		+1,2	+13%	+0,6	+6%	19	10,0	7,5	21	9,5	6,0	27	10,7	7,3		
		MDDeg																
		HD		+4,4	+63%	+4,2	+59%	10	7,2	5,9	14	7,0	4,5	8	11,4	8,7		
		DSbio																

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

### 5.3.3.9. Desserts pâtisseries frais aux fruits

Le Tableau 31 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits.

**Tableau 31 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits.**

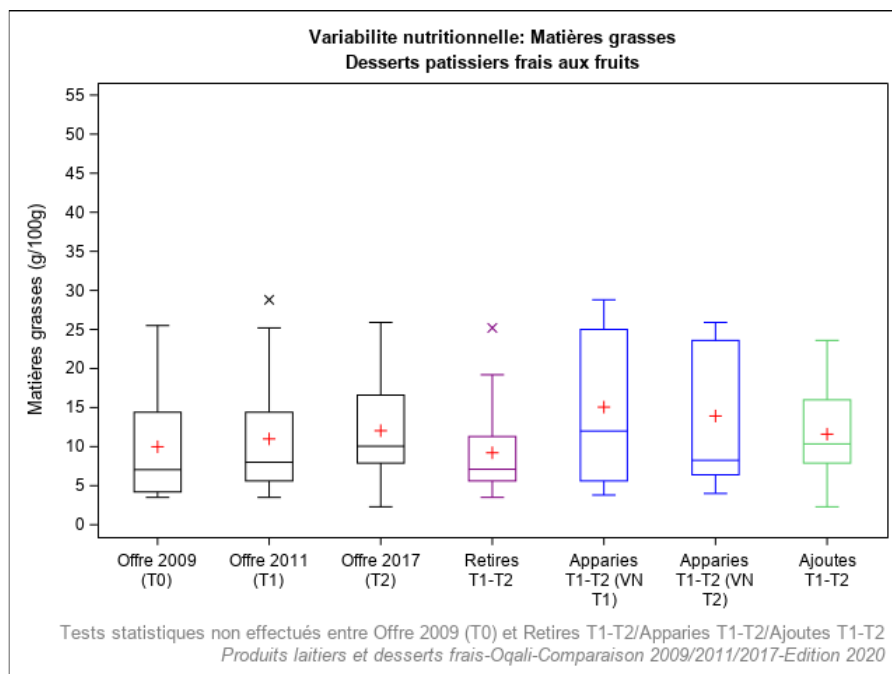
Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,1	+10%	+2,1	+21%	14	10,0	6,9	33	11,0	7,4	58	12,0	5,7		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+2,0	+22%	+4,4**	+66%	9	6,6	0,2	29	9,0	0,5	56	11,0	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-1,1	-8%							10	15,1	9,9	10	13,9	9,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,6	+6%							33	11,0	7,4	44	11,6	4,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+2,8	+31%								23	9,2	5,3	58	12,0	5,7
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+2,4	+26%								23	9,2	5,3	44	11,6	4,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,6	-4%	2	15,6	14,1					2	15,0	12,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+1,9	+20%	14	10,0	6,9					56	11,9	5,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+3,0	+33%	12	9,1	5,7					58	12,0	5,7	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+2,9	+32%	12	9,1	5,7					56	11,9	5,6	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-5,2	-25%	-0,7	-4%	5	16,2	6,0	8	20,6	8,3	19	15,5	6,6		
		MDD		+2,8*	+37%	+4,0*	+62%	9	6,6	4,8	21	7,8	3,0	28	10,6	4,2		
		MDDeg																
		HD		+1,2	+14%								4	8,7	5,4	11	9,8	5,1
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

Au niveau des segments de marché (Figure 46 ; Tableau 31), une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée au niveau des marques de distributeurs entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +2,8g/100g ; +37%) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +4,0g/100g ; +62%).

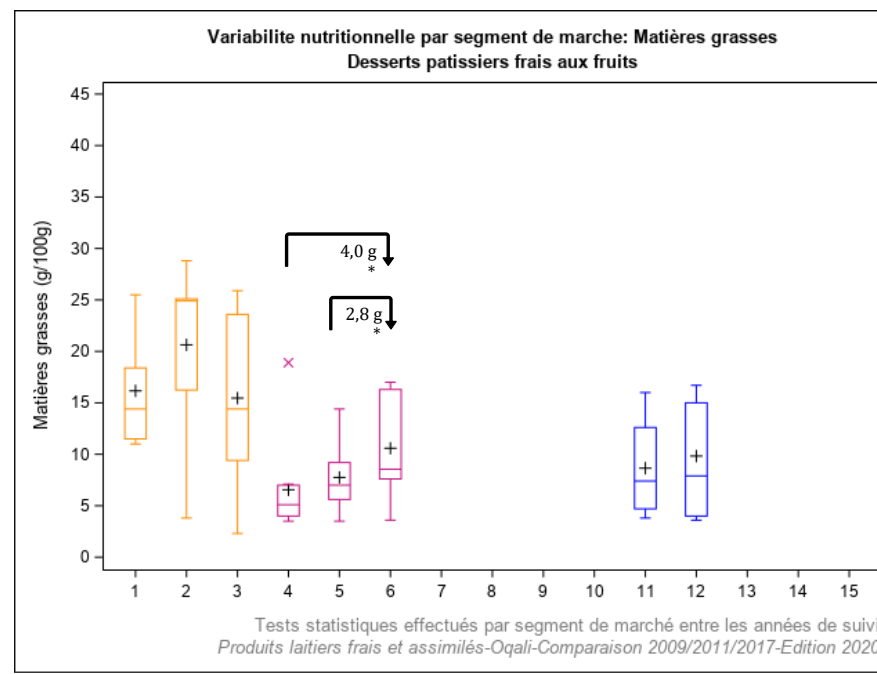
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +4,4g/100g soit +66% ; Tableau 31).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=14)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=33)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=58)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=44)

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

**Figure 45 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=8)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=19)	12	2017	Hard Discount (n=11)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=28)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 46 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**

### 5.3.3.10. Desserts pâtisseries frais sans fruit

Le Tableau 32 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.

**Tableau 32 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

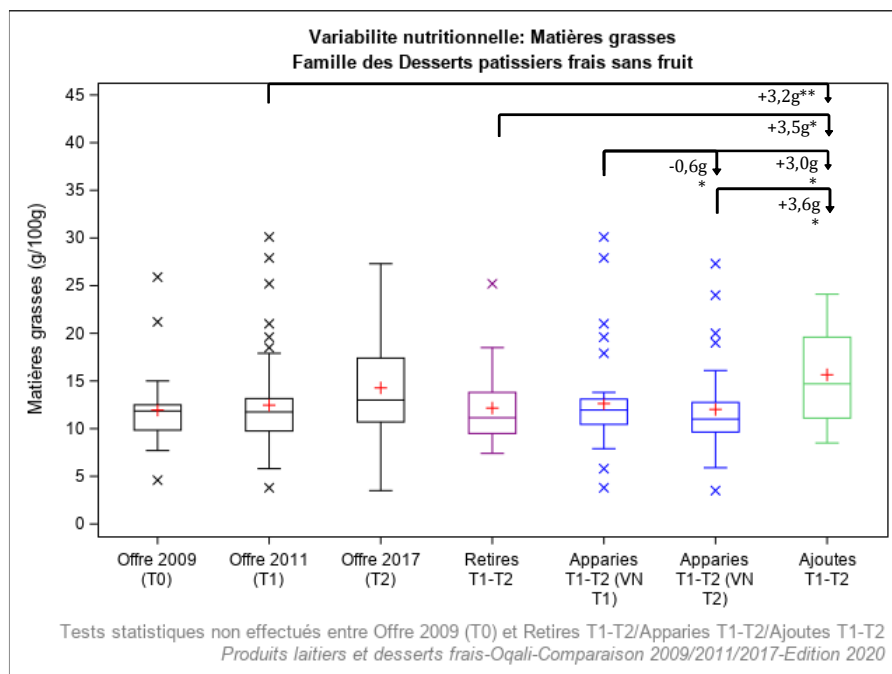
Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,8	+15%	+2,3	+19%	24	11,9	4,2	56	12,5	4,8	99	14,3	4,9		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,0	+8%	+1,8*	+16%	23	11,0	0,2	48	11,8	0,3	97	12,7	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,6*	-5%						36	12,6	5,1	36	12,0	4,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+3,2**	+26%							56	12,5	4,8	59	15,7	4,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+2,1	+17%								20	12,2	4,1	99	14,3	4,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+3,5*	+29%								20	12,2	4,1	59	15,7	4,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,4	-3%	14	11,3	1,8				14	11,0	2,3		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+3,1*	+26%	24	11,9	4,2				81	15,0	5,0		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,4	+11%	10	12,9	6,2				99	14,3	4,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+2,2	+17%	10	12,9	6,2				81	15,0	5,0		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,1	-1%	+1,0	+7%	6	14,7	7,8	7	15,8	9,3	25	15,7	5,7		
		MDD		+2,3*	+19%	+3,0*	+27%	15	11,3	1,3	37	12,0	2,7	58	14,3	4,6		
		MDDeg		+0,4	+5%							1	7,9		1	8,3		
		HD		-0,1	-1%	+2,5	+25%	3	9,9	2,8	11	12,5	6,0	15	12,4	4,1		
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Des reformulations à la baisse sont observées entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) (Figure 47 ; Tableau 32).** En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,6g/100g soit -5%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 49) montre que des reformulations importantes à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits.

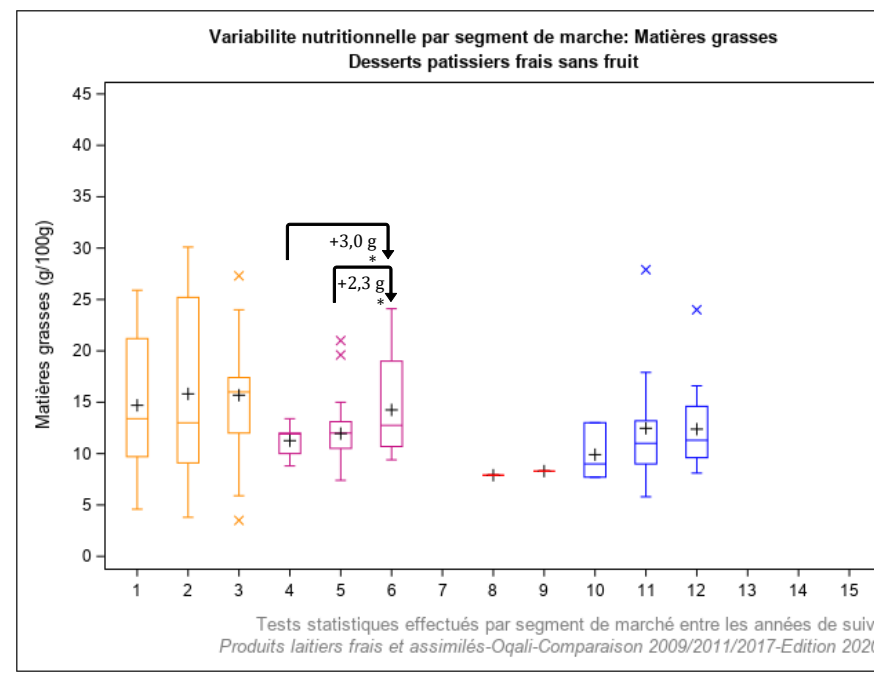
**Au niveau des segments de marché (Figure 48 ; Tableau 32) une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée au niveau des marques de distributeurs entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) (+2,3g/100g ; +19%) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +3,0g/100g ; +27%).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=24)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=56)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=20)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=36)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=36)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

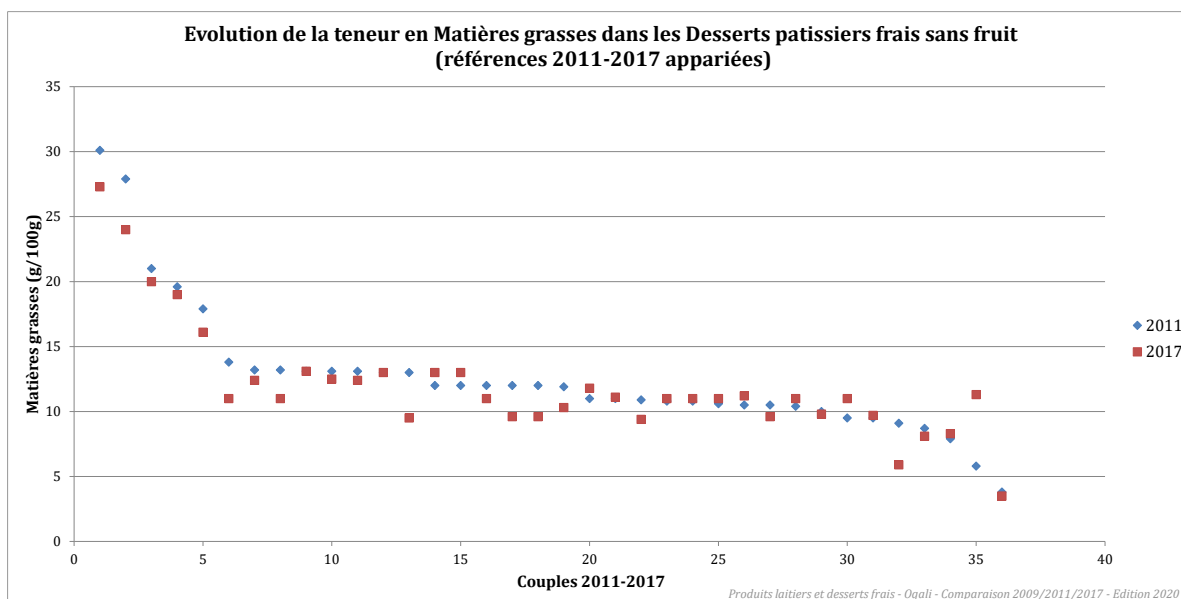
Figure 47 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=6)	10	2009	Hard Discount (n=3)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=25)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=15)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=37)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=58)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

Figure 48 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.



**Figure 49 : Evolution, référence par référence, de la teneur en matières grasses des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

**Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) un renouvellement de l'offre dans le sens d'une augmentation des teneurs est observé** (Figure 47 ; Tableau 32). Les produits « Ajoutés T1-T2 » présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement plus élevée (+3,2g/100g soit +26%) que l'ensemble de l'offre T1 mais aussi significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (+3,5g/100g soit +29%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché** une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,8g/100g ; +16%) (Tableau 32).

### 5.3.3.11. Autres desserts frais

Le Tableau 33 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais.

**Tableau 33 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Autres desserts frais			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS			Ensemble de l'offre				20	19,6	11,8	42	18,0	10,5	42	17,1	9,1	
TOUS PRODUITS PONDERES			Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				15	13,7	0,5	36	18,2	0,6	40	12,6	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,6	+3%					13	18,2	9,3	13	18,8	9,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-1,7	-9%					42	18,0	10,5	29	16,3	9,0		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,8	-4%					29	17,9	11,1	42	17,1	9,1		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-1,6	-9%					29	17,9	11,1	29	16,3	9,0		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,1	-1%	1	9,1				1	9,0			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-2,3	-12%	20	19,6	11,8			41	17,3	9,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-3,0	-15%	19	20,1	11,9			42	17,1	9,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-2,8	-14%	19	20,1	11,9			41	17,3	9,1		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)			MN	-1,8	-9%	+2,4	+14%	5	16,6	14,4	9	20,8	11,0	17	19,0	8,5
			MDD	-3,8	-19%	-6,2	-28%	13	22,3	11,1	18	19,8	10,7	21	16,1	9,5
			MDDeg								1	9,1				
			HD	-0,4	-3%	+4,9	+54%	2	9,1	0,0	14	14,4	9,6	4	14,0	10,0
			DSbio													

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -5,6g/100g soit -31% ; Tableau 33).**

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 33 ; Annexe 6).**

### 5.3.4 Catégorie des Desserts frais végétaux

A noter que parmi les 3 familles de cette catégorie, la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

#### 5.3.4.1. Desserts frais au soja nature non sucrés

Le Tableau 34 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.

**Tableau 34 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+6%	+0,01	+0,3%	4	2,3	0,5	8	2,1	0,2	14	2,3	0,3	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,4***	-17%	-0,5***	-17%	4	2,6	0,1	7	2,6	0,04	13	2,2	0,03	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,03	+2%						6	2,0	0,1	6	2,1	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,3	+13%						8	2,1	0,2	8	2,4	0,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-6%							2	2,4	0,4	14	2,3	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,0	-0,0%							2	2,4	0,4	8	2,4	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2	+11%	2	1,9	0,2				2	2,1	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,04	+2%	4	2,3	0,5				12	2,3	0,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,4	-15%	2	2,7	0,1				14	2,3	0,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,4	-14%	2	2,7	0,1				12	2,3	0,3	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,0	-0,0%	-0,0	-0,0%	1	2,7		1	2,7		3	2,7	0,3	
		MDD		+0,1	+4%	+0,3	+14%	2	1,9	0,2	5	2,0	0,04	8	2,1	0,1	
		MDDeg															
		HD		+0,0	+0%	-0,5	-19%	1	2,6		2	2,1	0,0	1	2,1		
		DSbio													2	2,3	0,0

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -17% ; Tableau 34). Cette diminution est également présente entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -17%).**

**Aucune évolution significative des teneurs en matières grasses n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 34 ; Annexe 6).**



### 5.3.4.2. Desserts frais au soja sucrés

Le Tableau 35 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.

**Aucune évolution significative des teneurs n'est observée (Tableau 35 ; Annexe 6).**

**Tableau 35 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en matières grasses (g/100g) de la famille Desserts frais au soja sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+4%	-0,1	-5%	37	2,1	0,6	36	1,9	0,3	62	2,0	1,0	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1	+4%	-0,1	-4%	24	2,1	0,1	29	1,9	0,03	61	2,0	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,04	-2%						13	1,9	0,3	13	1,8	0,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+6%						36	1,9	0,3	49	2,0	1,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+4%						23	1,9	0,3	62	2,0	1,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1	+6%						23	1,9	0,3	49	2,0	1,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,02	-1%	5	2,0	0,3				5	2,0	0,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-5%	37	2,1	0,6				57	2,0	1,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,1	-5%	32	2,1	0,7				62	2,0	1,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1	-5%	32	2,1	0,7				57	2,0	1,0	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,3	+13%	+0,1	+4%	24	2,2	0,7	16	2,0	0,2	16	2,3	1,9	
		MDD		+0,05	+3%	+0,1	+4%	8	1,7	0,3	15	1,8	0,3	34	1,8	0,2	
		MDDeg															
		HD		+0,02	+1%	-0,1	-6%	5	2,0	0,3	4	1,9	0,3	6	1,9	0,2	
		DSbio		+0,2	+9%								1	2,0		6	2,2

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

### 5.3.5 Synthèse de l'évolution des teneurs en matières grasses

En comparant l'ensemble de l'offre 2011 à l'ensemble de l'offre 2017 (T1-T2) et sans pondération par les parts de marché, **6 familles sur les 23 pour lesquelles des données sont disponibles<sup>25</sup> présentent une évolution de la teneur en matières grasses :**

- **5 à la hausse :** Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+0,1g/100g ; +6%) ; Liégeois et assimilés (+1,0g/100g ; +17%) ; Desserts frais à base de céréales (+0,5g/100g ; +16%) ; Desserts frais de type mousse (+2,6g/100g ; +31%) ; Desserts frais allégés et/ou édulcorés (+2,5g/100g ; +221%) ;
- **1 à la baisse :** les FF sucrés classiques (-0,3g/100g ; -10%).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2011 (T1) et 2017 (T2), illustrant les **reformulations** réalisées, 10 familles sur 23 présentent une évolution significative de la teneur en matières grasses :

- **3 à la hausse :** Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+0,1g/100g ; +3%) ; Yaourts et laits fermentés édulcorés (+0,04g/100g ; +25%) ; Liégeois et assimilés (+0,2g/100g ; +4%) ;
- **7 à la baisse :** Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands (-0,2g/100g ; -3%) ; Fromages frais sucrés classiques (-0,2g/100g ; -8%) ; Crèmes dessert et laits gélifiés (-0,3g/100g ; -8%) ; Desserts frais à base de céréales (-0,2g/100g ; -5%) ; Desserts frais de type mousse (-0,5g/100g ; -6%) ; Desserts frais aux œufs (-0,5g/100g ; -5%) ; Desserts pâtisseries frais sans fruit (-0,6g/100g ; -5%).

Considérant le renouvellement **de l'offre (ajout/retrait de produits)**, des évolutions significatives sont observées pour **8 familles sur 23, principalement à la hausse.**

Les tableaux 36, 37, 38, et 39 reprennent, par catégorie les évolutions des teneurs moyennes en matières grasses (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

---

<sup>25</sup> A noter que la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

**Tableau 36 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**

Evolutions des teneurs moyennes en Matières grasses (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (T0 : n=99 ; T1 : n=139 ; T2 : n=191)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-1%	+0,3	+18%	99	1,7	1,5	139	2,1	1,5	191	2,0	1,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-3%	-0,1	-4%	86	2,3	0,6	127	2,2	0,5	187	2,2	0,4
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (T0 : n=19 ; T1 : n=41 ; T2 : n=94)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,7	-9%	-0,4	-5%	19	7,4	2,3	41	7,6	2,2	94	7,0	2,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4	-5%	-0,9	-10%	13	9,1	0,5	38	8,7	0,5	92	8,2	0,4
<b>Yaourts et laits fermentés sucres classiques (T0 : n=362 ; T1 : n=504 ; T2 : n=741)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1**	+6%	+0,2**	+11%	362	2,2	0,9	504	2,3	0,8	741	2,4	0,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,2***	+8%	+0,2***	+8%	310	2,4	0,2	454	2,4	0,2	726	2,6	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (T0 : n=59 ; T1 : n=114 ; T2 : n=257)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-2%	+0,6*	+10%	59	5,6	1,4	114	6,3	1,8	257	6,2	1,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,5	-7%	+1,7***	+37%	48	4,7	0,1	95	6,9	0,2	240	6,4	0,2
<b>Yaourts et laits fermentés edulcores (T0 : n=105 ; T1 : n=114 ; T2 : n=87)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,01	+5%	+0,1*	+71%	105	0,1	0,1	114	0,2	0,3	87	0,2	0,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,02	-13%	+0,03	+26%	85	0,1	0,03	105	0,1	0,1	85	0,1	0,03

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 37 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Matières grasses (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fromages frais nature non sucres classiques (T0 : n=58 ; T1 : n=123 ; T2 : n=145)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-1%	-0,1	-3%	58	1,9	1,6	123	1,9	1,6	145	1,9	1,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,2	+10%	-0,1	-5%	55	2,1	0,4	111	1,8	0,5	143	2,0	0,3
<b>Fromages frais nature non sucres gourmands (T0 : n=42 ; T1 : n=83 ; T2 : n=109)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	-0,2	-3%	42	8,2	3,4	83	7,8	2,2	109	7,9	3,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5	+6%	+2,0***	+29%	40	6,8	0,6	77	8,2	0,3	106	8,7	0,3
<b>Fromages frais sucres classiques (T0 : n=72 ; T1 : n=115 ; T2 : n=110)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,3*	-10%	-0,3*	-13%	72	2,7	0,8	115	2,6	0,8	110	2,3	0,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,02	-1%	-0,2	-8%	66	2,7	0,1	102	2,5	0,1	110	2,4	0,1
<b>Fromages frais sucres gourmands (T0 : n=33 ; T1 : n=47 ; T2 : n=75)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,7	+12%	+0,5	+8%	33	6,1	1,5	47	5,8	1,2	75	6,5	2,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,6*	+9%	+1,1***	+19%	20	5,7	0,1	38	6,2	0,1	72	6,8	0,1
<b>Fromages frais edulcores (T0 : n=2 ; T1 : n=10 ; T2 : n=11)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,3	-73%	-0,3	-68%	2	0,4	0,6	10	0,5	0,9	11	0,1	0,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-45%	-0,1	-41%	2	0,3	0,05	7	0,3	0,1	11	0,2	0,02

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 38 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Matières grasses (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Crèmes dessert et laits gelifiés (T0 : n=144 ; T1 : n=224 ; T2 : n=328)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,5	+13%	+0,5	+14%	144	3,4	1,4	224	3,4	1,7	328	3,9	2,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,3	+9%	+0,3	+11%	129	3,1	0,3	204	3,1	0,3	326	3,4	0,3
<b>Liegeois et assimilés (T0 : n=45 ; T1 : n=78 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,0	+17%	+1,1	+19%	45	5,8	1,5	78	5,9	1,7	99	6,9	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,7	+11%	+0,7	+11%	40	6,4	0,5	68	6,4	0,3	98	7,1	0,3
<b>Laits empires (T0 : n=2 ; T1 : n=6 ; T2 : n=13)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,6	+25%	-0,2	-5%	2	3,3	0,1	6	2,5	1,3	13	3,1	2,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,5	-21%	-1,4	-44%	2	3,3	0,02	6	2,3	0,1	12	1,8	0,1
<b>Desserts frais à base de céréales (T0 : n=61 ; T1 : n=101 ; T2 : n=131)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,5	+16%	+0,4	+11%	61	3,2	0,9	101	3,1	0,7	131	3,6	1,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,3	+11%	+0,3	+10%	59	3,2	0,1	93	3,1	0,1	129	3,5	0,2
<b>Desserts frais de type mousse (T0 : n=77 ; T1 : n=95 ; T2 : n=147)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+2,6	+31%	+2,7	+32%	77	8,4	3,4	95	8,5	3,6	147	11,2	7,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,6	+17%	+1,6	+18%	62	8,9	0,3	85	9,0	0,3	145	10,6	0,6
<b>Desserts frais aux oeufs (T0 : n=122 ; T1 : n=152 ; T2 : n=209)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	+0,1	+1%	122	8,7	5,8	152	8,7	5,3	209	8,8	5,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,5	-6%	-0,9	-10%	90	8,9	0,8	141	8,6	0,6	206	8,0	0,6
<b>Desserts frais allégés et ou edulcorés (T0 : n=50 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+2,5	+221%	+1,4	+61%	50	2,3	3,2	34	1,1	1,0	30	3,6	4,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+2,9	+266%	+0,9	+28%	32	3,1	0,7	31	1,1	0,1	30	4,0	0,9
<b>Gateaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=36 ; T1 : n=44 ; T2 : n=52)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,8	+16%	+2,7	+27%	36	10,0	8,2	44	10,9	8,1	52	12,7	8,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,3	+14%	+1,3	+14%	31	8,8	0,5	34	8,8	0,5	51	10,1	0,7
<b>Desserts pâtisseries frais aux fruits (T0 : n=14 ; T1 : n=33 ; T2 : n=58)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,1	+10%	+2,1	+21%	14	10,0	6,9	33	11,0	7,4	58	12,0	5,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+2,0	+22%	+4,4	+66%	9	6,6	0,2	29	9,0	0,5	56	11,0	0,3
<b>Desserts pâtisseries frais sans fruit (T0 : n=24 ; T1 : n=56 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,8	+15%	+2,3	+19%	24	11,9	4,2	56	12,5	4,8	99	14,3	4,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,0	+8%	+1,8	+16%	23	11,0	0,2	48	11,8	0,3	97	12,7	0,3
<b>Autres desserts frais (T0 : n=20 ; T1 : n=42 ; T2 : n=42)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,9	-5%	-2,5	-13%	20	19,6	11,8	42	18,0	10,5	42	17,1	9,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-5,6	-31%	-1,1	-8%	15	13,7	0,5	36	18,2	0,6	40	12,6	0,3

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 39 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en matières grasses entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes en Matières grasses (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Desserts frais au soja nature non sucrés (T0 : n=4 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+6%	+0,1	+0,3%	4	2,3	0,5	8	2,1	0,2	14	2,3	0,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4	-17%	-0,5	-17%	4	2,6	0,1	7	2,6	0,04	13	2,2	0,03
<b>Desserts frais au soja sucrés (T0 : n=37 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+4%	-0,1	-5%	37	2,1	0,6	36	1,9	0,3	62	2,0	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,1	+4%	-0,1	-4%	24	2,1	0,1	29	1,9	0,03	61	2,0	0,1
<b>Autres desserts frais végétaux (T0 : n= ; T1 : n= ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre											14	9,8	3,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>											13	8,2	0,1

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

## 5.4 Evolution des teneurs en acides gras saturés

### 5.4.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés

#### 5.4.1.1. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques

Le Tableau 40 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 40 ; Annexe 6).

**Tableau 40 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,04	+3%	+0,2	+19%	61	1,1	1,0	117	1,3	1,0	190	1,3	0,9		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>a</sup>		-0,1	-4%	-0,02	-2%	52	1,4	0,4	110	1,5	0,3	186	1,4	0,2		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,03	+2%							88	1,2	1,0	88	1,2	1,0	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+8%							117	1,3	1,0	86	1,4	0,9	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-8%								27	1,4	0,9	190	1,3	0,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-4%								27	1,4	0,9	86	1,4	0,9
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,04	+4%	38	1,0	1,0				38	1,1	1,0		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,3	+28%	61	1,1	1,0				121	1,4	0,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+8%	23	1,2	1,0				190	1,3	0,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+17%	23	1,2	1,0				121	1,4	0,9		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,1	+10%	+0,2	+14%	18	1,1	1,0	22	1,1	1,1	40	1,3	1,0		
		MDD		+0,1	+7%	+0,4	+35%	34	1,0	1,0	71	1,3	1,0	108	1,4	1,0		
		MDDeg		+0,3	+38%	+0,4	+80%	1	0,5		4	0,7	0,1	9	0,9	0,6		
		HD		-0,1	-10%	-0,2	-10%	8	1,5	0,9	20	1,5	0,8	24	1,4	0,9		
		DSbio													9	1,1	1,0	

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.4.1.2. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands

Le Tableau 41 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 41 ; Annexe 6).

**Tableau 41 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,6	-11%	-0,3	-5%	9	5,1	1,5	26	5,4	1,5	92	4,8	1,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-5%	-0,4	-7%	5	6,0	0,4	26	5,9	0,3	90	5,6	0,3
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							18	5,5	1,5	18	5,5	1,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							26	5,4	1,5	63	4,7	1,9
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							8	5,0	1,3	92	4,8	1,8
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							8	5,0	1,3	63	4,7	1,9
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2										4	5,3	2,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2										92	4,7	1,9
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2							5	4,8	1,3	92	4,8	1,8
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2							5	4,8	1,3	82	4,7	1,9
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-1,4	-2,5%	-0,6	-12%	2	4,9	2,1	6	5,7	0,8	37	4,3	1,9
	MDD	-0,0001	-0,003%	+0,4	+8%	6	4,9	1,6	17	5,3	1,6	40	5,3	1,6
	MDDeg											1	5,8	
	HD	-0,1	-2%	-1,3	-21%	1	6,1		3	4,9	2,1	7	4,8	1,4
	DSbio											7	4,1	2,7

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.4.1.3. Yaourts et laits fermentés sucrés classiques

Le Tableau 42 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.

**Tableau 42 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1***	+8%	+0,2***	+14%	239	1,4	0,6	444	1,5	0,5	741	1,6	0,6		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1***	+7%	+0,1**	+7%	211	1,6	0,1	402	1,6	0,1	726	1,7	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,1***	+4%						239	1,5	0,5	239	1,5	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1**	+9%							444	1,5	0,5	454	1,6	0,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1*	+8%								203	1,5	0,5	741	1,6	0,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1*	+9%								203	1,5	0,5	454	1,6	0,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+5%	110	1,5	0,6				110	1,5	0,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,2***	+15%	239	1,4	0,6				578	1,6	0,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2***	+18%	128	1,4	0,5					741	1,6	0,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,3***	+19%	128	1,4	0,5					578	1,6	0,6	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,04	+3%	+0,3***	+20%	94	1,4	0,7	113	1,6	0,6	293	1,7	0,6		
		MDD		+0,1*	+9%	+0,1*	+10%	122	1,4	0,5	235	1,5	0,5	326	1,6	0,6		
		MDDeg		-0,4	-35%	+0,3	+53%	2	0,5	0,0	4	1,2	0,8	12	0,8	0,3		
		HD		+0,2	+11%	+0,1	+10%	21	1,4	0,5	91	1,4	0,5	95	1,5	0,5		
		DSbio		-0,1	-6%						1	1,8			15	1,7	0,7	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,1g/100g soit +8% ; Tableau 42) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g soit +14% ; Tableau 42). Cela s'explique, pour les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) :**

- **par des reformulations à la hausse** (Figure 51 ; Tableau 42). En effet, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (+0,1g/100g soit +4%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 50) montre que des reformulations importantes à la hausse sont observées sur les produits dont la teneur en acides gras saturés était en 2011 parmi les plus faibles. Ces évolutions s'expliquent en partie par le remplacement du lait partiellement écrémé utilisé en 2011 par du lait entier en 2017 plus riche en acides gras saturés. Au contraire, l'évolution la plus importante à la baisse, s'explique par le passage d'un lait partiellement écrémé vers un lait écrémé ;

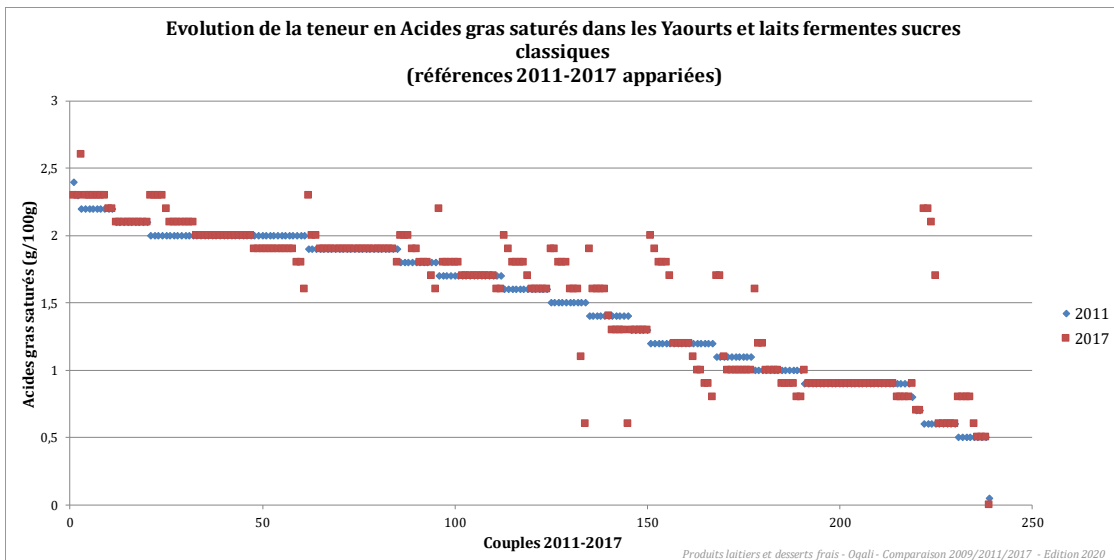


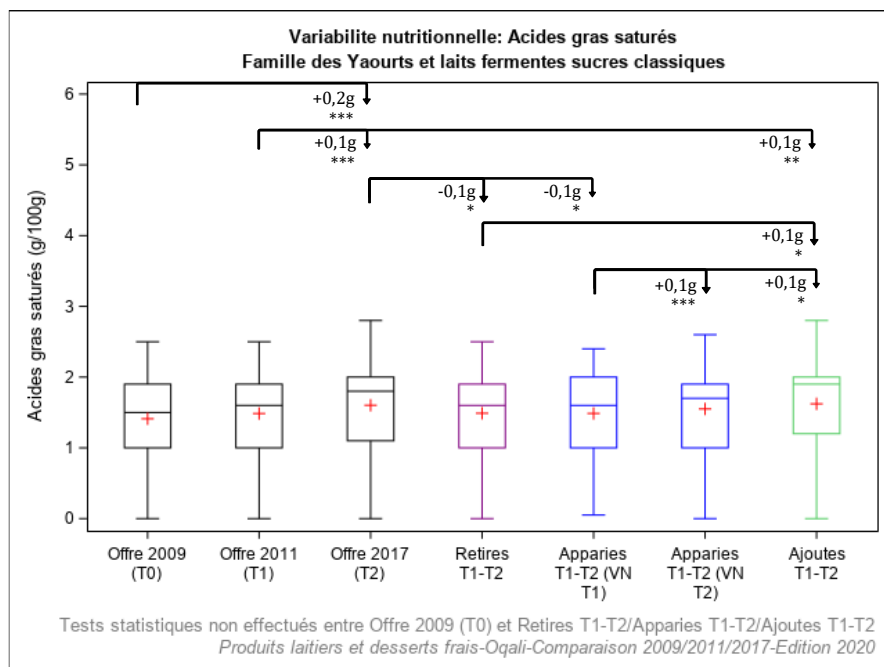
Figure 50 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.

- **par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 51 ; Tableau 42). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée (+0,1/100g soit +9%) que l'ensemble de l'offre T1 et également significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (+0,1g/100g soit +9%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (+0,1/100g soit +8%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 52 ; Tableau 42), l'évolution est principalement portée par les marques de distributeurs, pour lesquelles une augmentation significative est observée entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) (+0,1g/100g ; +9%) comme entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) (+0,1g/100g ; +10%). Une augmentation significative est également observée sur cette période pour les marques nationales (+0,3g/100g ; +20%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,1g/100g soit +7% ; Tableau 42) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,1g/100g soit +7% ; Tableau 42).

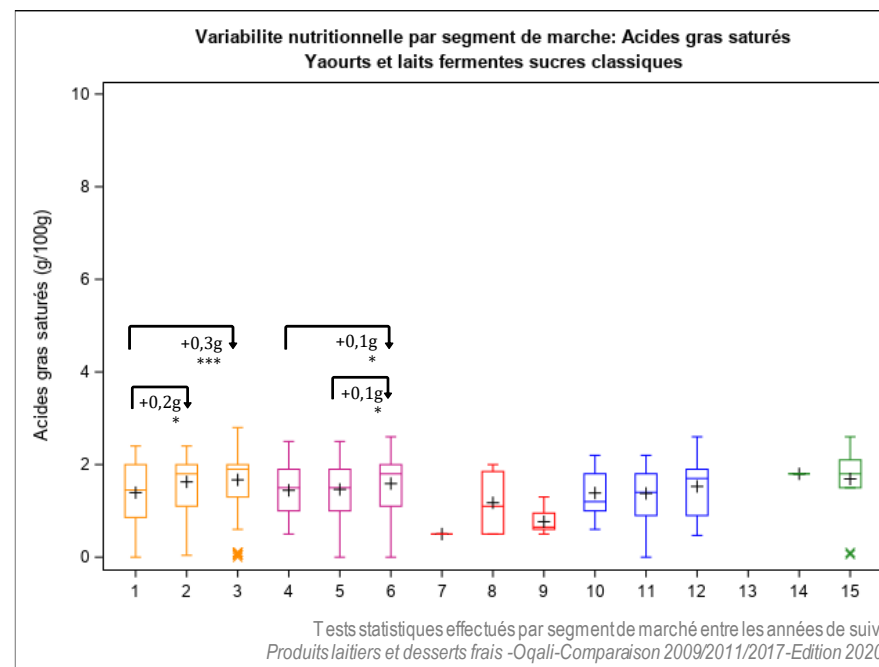




Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=239)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=444)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=741)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=203)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=454)

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

**Figure 51 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=94)	10	2009	Hard Discount (n=21)
2	2011	Marques nationales (n=113)	11	2011	Hard Discount (n=91)
3	2017	Marques nationales (n=293)	12	2017	Hard Discount (n=95)
4	2009	Marques de distributeurs (n=122)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=235)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=326)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=15)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			

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

**Figure 52 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**

### 5.4.1.4. Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands

Le Tableau 43 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.

**Tableau 43 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.**

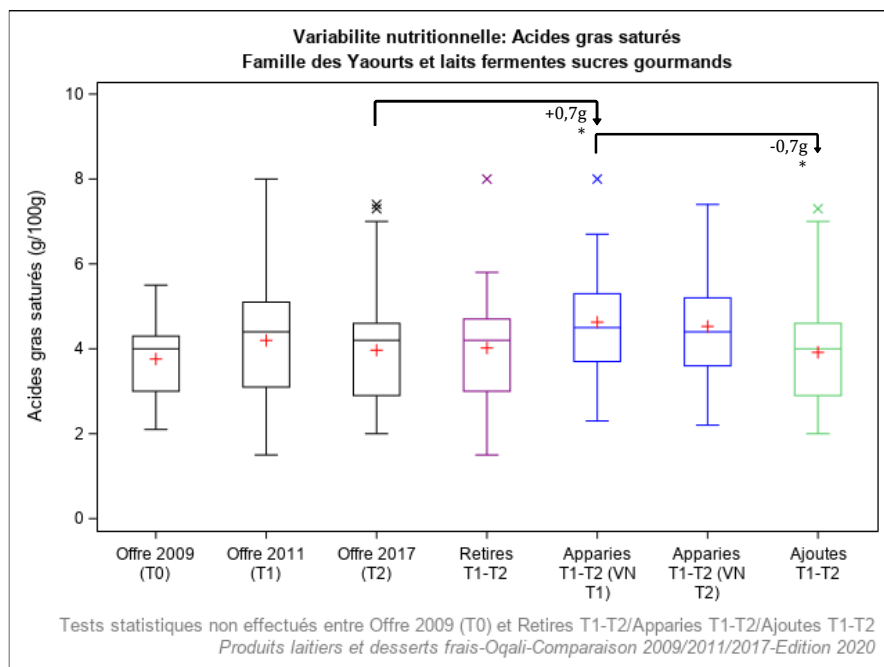
Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-5%	+0,2	+6%	29	3,8	0,8	87	4,2	1,3	257	4,0	1,1			
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4*	-9%	+1,3***	+47%	25	2,9	0,1	69	4,7	0,2	240	4,2	0,1			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										30	4,6	1,3	30	4,5	1,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										87	4,2	1,3	206	3,9	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										53	4,0	1,2	257	4,0	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										53	4,0	1,2	206	3,9	1,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													7	3,9	0,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													230	3,9	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													257	4,0	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													230	3,9	1,1
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-0,6**	-14%	-0,3	-8%	5	4,2	1,2	41	4,5	1,2	153	3,8	1,1			
	MDD	+0,6*	+16%	+0,7*	+19%	18	3,5	0,8	27	3,6	1,0	63	4,2	0,9			
	MDDeg											1	4,5				
	HD	-0,1	-2%	+0,2	+4%	6	4,2	0,1	19	4,5	1,5	32	4,4	1,3			
	DSbio											8	3,3	0,9			

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau des segments de marché** (Figure 54 ; Tableau 43), la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) est en partie portée par les marques nationales (-0,6g/100g ; -14%). Au contraire, une augmentation significative est retrouvée pour les marques de distributeurs entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,6g/100g soit +16%) comme entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,7g/100g soit +19%).

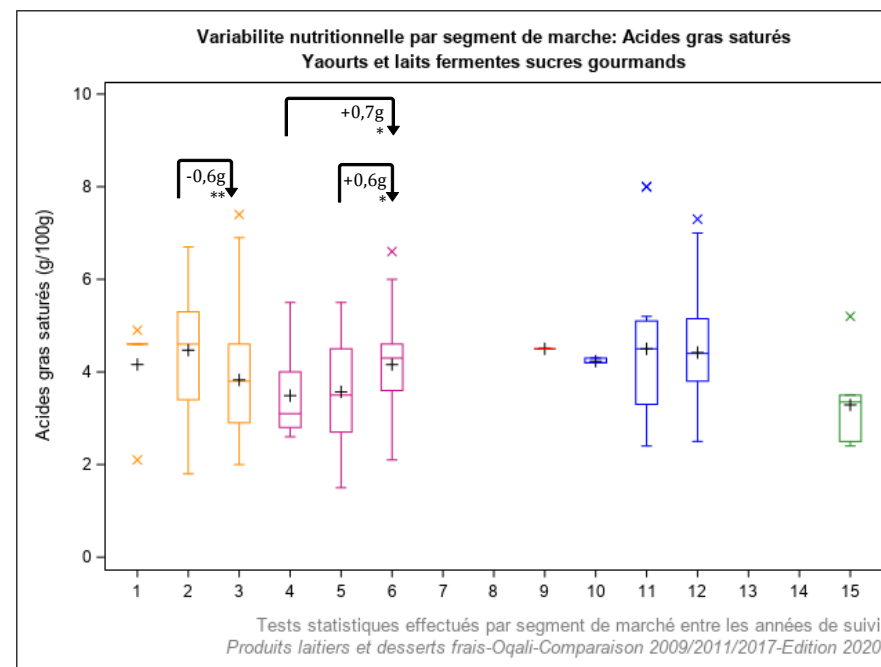
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -9% ; Tableau 43). Au contraire entre les 2 suivis les plus éloignés une augmentation significative est mise en évidence (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,3g/100g soit +47% ; Tableau 43). A noter que pour cette famille, 42 % des produits de 2011 n'étaient pas leur teneur en acides gras saturés, il s'agit principalement de produits avec une part de marché importante et dont la teneur en acides gras saturés est parmi les plus faibles en 2017. L'interprétation de cette diminution significative doit ainsi tenir compte de ce biais d'étiquetage. La teneur en acides gras saturés en 2011 a ainsi été probablement surestimée.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=29)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=87)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=257)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=53)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=30)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=30)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=206)

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

**Figure 53 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=41)	11	2011	Hard Discount (n=19)
3	2017	Marques nationales (n=153)	12	2017	Hard Discount (n=32)
4	2009	Marques de distributeurs (n=18)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=27)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=63)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=8)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 54 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**

### 5.4.1.5. Yaourts et laits fermentés édulcorés

Le Tableau 44 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés.

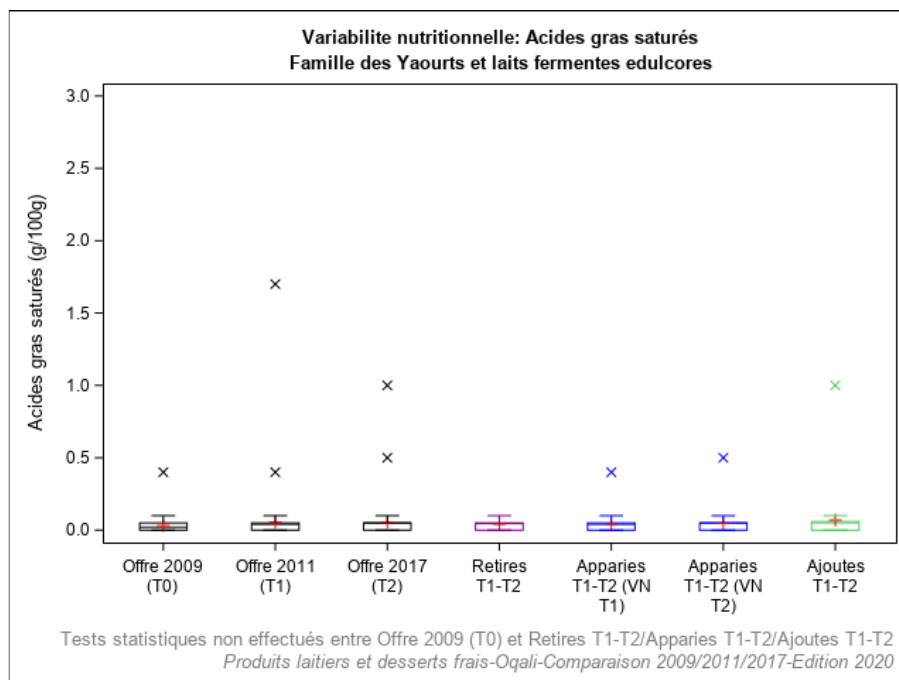
**Tableau 44 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés edulcores			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,001	-0,2%	+0,03	+82%	77	0,03	0,1	106	0,1	0,2	87	0,1	0,1	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-22%	+0,01	+26%	64	0,04	0,02	98	0,1	0,04	85	0,05	0,01	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,01	+15%						47	0,04	0,1	47	0,05	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,01	+24%						106	0,1	0,2	36	0,1	0,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,02	+37%						58	0,04	0,03	87	0,1	0,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,03	+70%						58	0,04	0,03	36	0,1	0,2	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,01	+49%	24	0,03	0,1				24	0,05	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,03	+103%	77	0,03	0,1				55	0,1	0,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,03	+82%	53	0,03	0,04				87	0,1	0,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,03	+103%	53	0,03	0,04				55	0,1	0,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,001	-1%	+0,04	+131%	44	0,03	0,1	67	0,1	0,2	51	0,1	0,1	
		MDD		-0,004	-15%	-0,01	-22%	33	0,03	0,04	30	0,03	0,04	26	0,02	0,04	
		MDDeg		+0,03	+100%							2	0,03	0,04	2	0,1	0,1
		HD		+0,04**	+180%							7	0,02	0,03	8	0,1	0,02
		DSbio															

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché.**

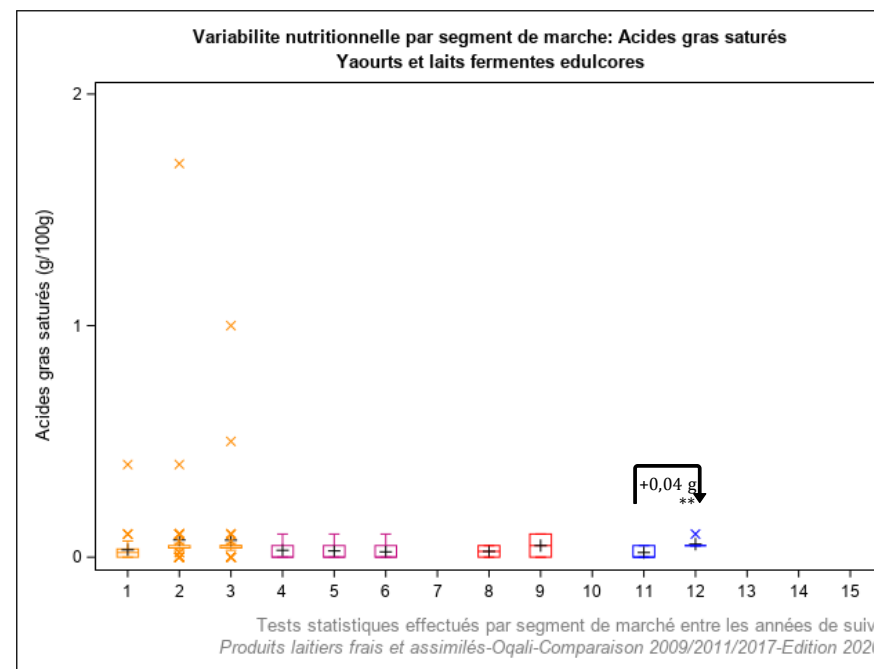
**Au niveau des segments de marché (Figure 56 ; Tableau 44), une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée pour les produits issus du hard discount entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,04g/100g soit +180%).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=77)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=106)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=87)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=58)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=36)

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

**Figure 55 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=44)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=67)	11	2011	Hard Discount (n=7)
3	2017	Marques nationales (n=51)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=33)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=30)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=26)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

**Figure 56 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**

## 5.4.2 Catégorie des Fromages frais

### 5.4.2.1. Fromages frais nature non sucrés classiques

Le Tableau 45 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques.

**Tableau 45 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.**

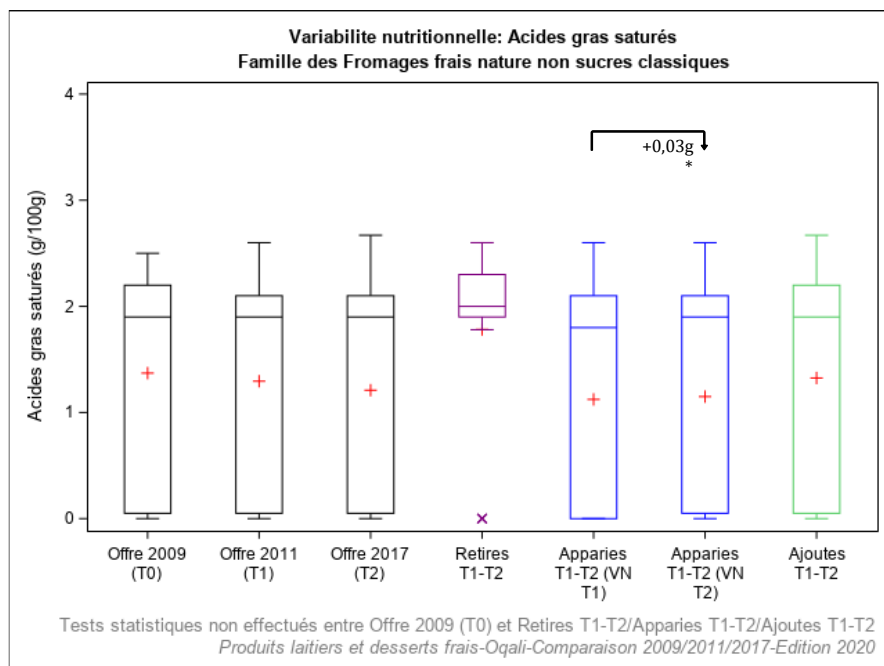
Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-7%	-0,2	-12%	31	1,4	1,0	91	1,3	1,0	145	1,2	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1	+6%	-0,1	-9%	28	1,5	0,3	84	1,2	0,3	143	1,3	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,03*	+2%						70	1,1	1,1	70	1,1	1,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,03	+2%						91	1,3	1,0	57	1,3	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,6	-32%						18	1,8	0,8	145	1,2	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,5	-26%						18	1,8	0,8	57	1,3	1,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,002	-0,2%	24	1,3	1,1				24	1,3	1,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,2	-14%	31	1,4	1,0				97	1,2	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,3	-18%	7	1,5	1,0				145	1,2	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,3	-20%	7	1,5	1,0				97	1,2	1,1
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,02	-2%	-0,3	-22%	3	1,5	1,2	12	1,2	1,2	24	1,2	1,1
		MDD		-0,1	-9%	-0,1	-4%	24	1,3	1,1	54	1,4	1,0	77	1,3	1,1
		MDDeg		-0,1	-10%	-0,6	-35%	1	1,8		9	1,3	1,0	17	1,2	1,0
		HD		+0,1	+5%	-0,3	-18%	3	1,5	1,3	15	1,1	1,1	21	1,2	1,0
		DSbio		+0,8	+1533%						1	0,1		6	0,8	1,1

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché.**

**Au niveau des produits appariés** (Tableau 45 ; Figure 57), une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,03g/100g ; +2 %) signe de **reformulations à la hausse**. L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 59) montre que des reformulations à la hausse sont réparties sur l'ensemble des produits. Sur ce graphique 2 groupes peuvent être observés, le groupe avec les teneurs proches de zéro correspond à des produits contenant du lait écrémé, et un 2<sup>nd</sup> groupe de produits, dont les listes d'ingrédients sont plus variées, avec de la crème ou du lait demi-écrémé. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions.

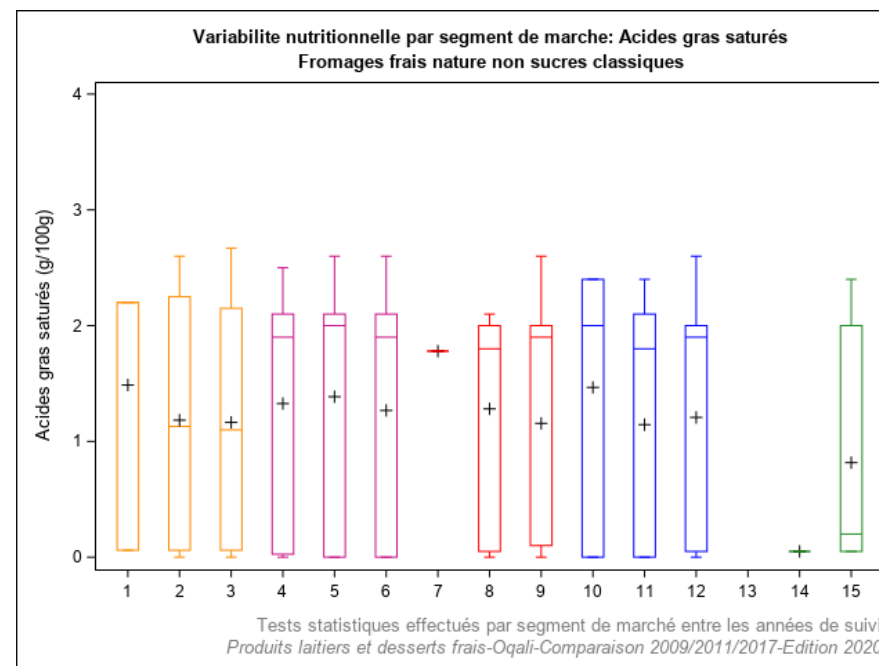
**Aucune évolution significative des teneurs moyenne en acides gras saturés est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 45 ; Figure 58).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=31)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=91)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=145)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=18)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=70)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=70)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=57)

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

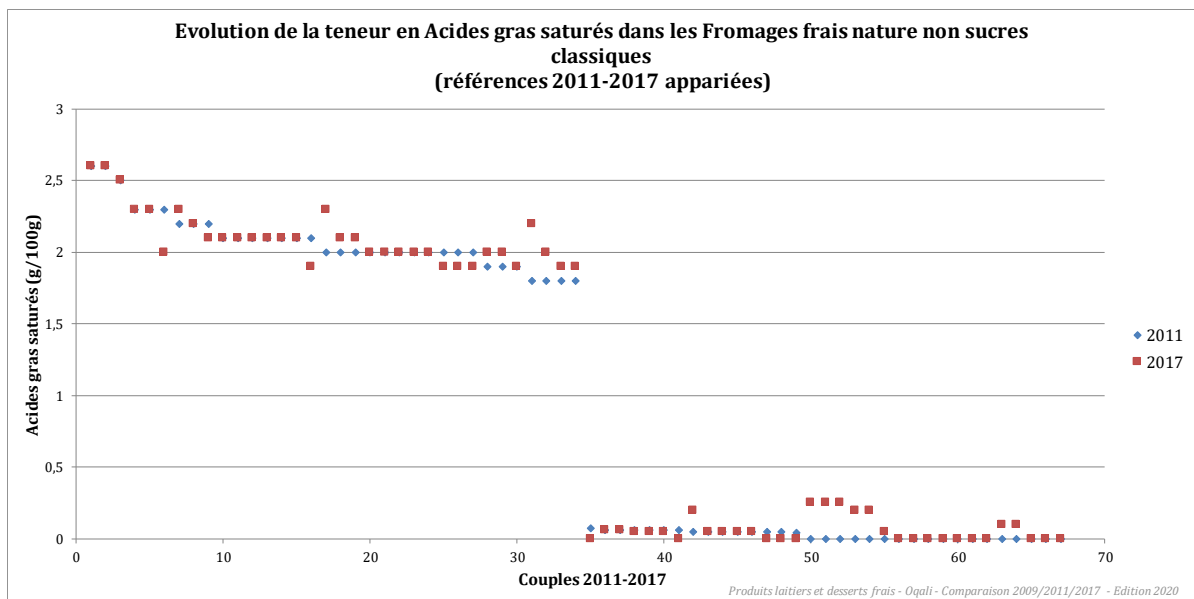
**Figure 57 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=3)
2	2011	Marques nationales (n=12)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=21)
4	2009	Marques de distributeurs (n=24)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=54)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=77)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=17)			

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

**Figure 58 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



**Figure 59 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



## 5.4.2.2. Fromages frais nature non sucrés gourmands

Le Tableau 46 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands.

**Tableau 46 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2	-4%	+0,4	+8%	26	4,9	1,1	57	5,5	1,4	109	5,3	2,3
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2	+3%	+2,5***	+75%	24	3,4	0,3	54	5,7	0,2	106	5,9	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,1	+2%						44	5,7	1,3	44	5,8	2,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,3	-5%						57	5,5	1,4	41	5,2	2,6
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,4	+7%						13	5,0	1,5	109	5,3	2,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,3	+6%						13	5,0	1,5	41	5,2	2,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+1%	19	5,2	0,8				19	5,3	1,1
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,2	+4%	26	4,9	1,1				77	5,1	2,1
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,3	+6%	4	5,0	0,7				109	5,3	2,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,1	+1%	4	5,0	0,7				77	5,1	2,1
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,2	+3%	+2,9	+112%	3	2,6	0,0	4	5,3	1,6	26	5,5	3,2
		MDD		-0,3	-6%	-0,1	-1%	21	5,3	0,8	44	5,5	1,4	63	5,2	2,1
		MDDeg		-1,4	-23%						1	6,0		2	4,7	1,2
		HD		+0,1	+2%	+1,2	+26%	2	4,5	0,0	8	5,6	1,6	15	5,7	1,3
		DSbio													3	4,7

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +2,5g/100g ; +75% ; Tableau 46).**

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 46 ; Annexe 6).**

### 5.4.2.3. Fromages frais sucrés classiques

Le Tableau 47 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.

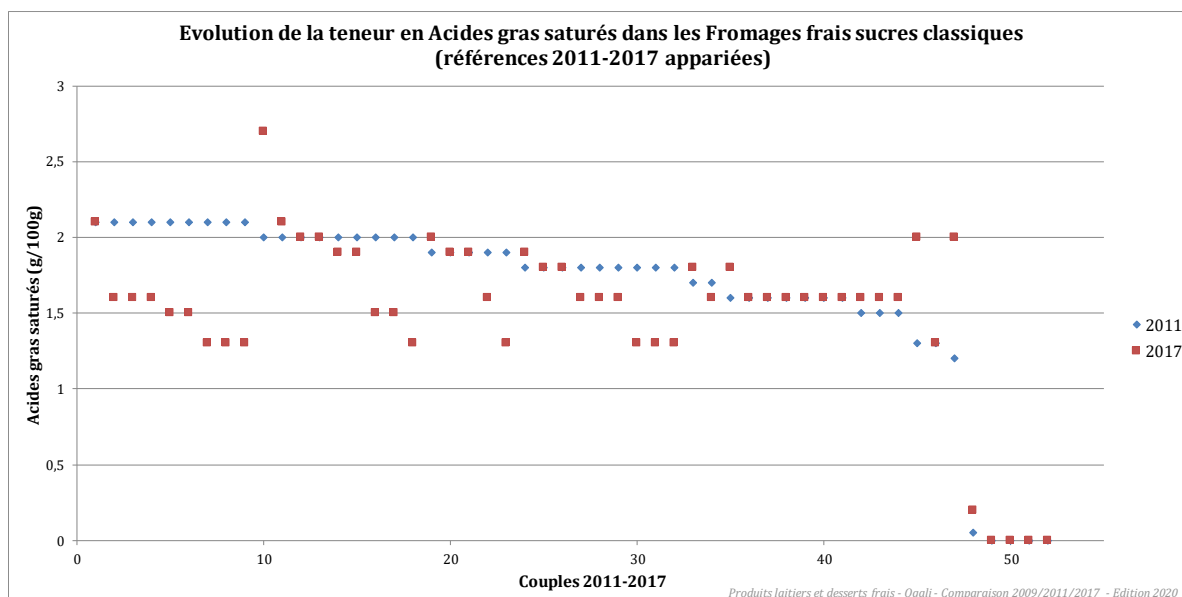
**Tableau 47 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)											
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2*	-10%	-0,3*	-14%	45	1,8	0,4	99	1,7	0,5	110	1,5	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,01	+1%	-0,1	-8%	42	1,8	0,1	86	1,6	0,1	110	1,6	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1*	-8%						52	1,6	0,6	52	1,5	0,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-6%						99	1,7	0,5	49	1,6	0,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,3	-14%						47	1,8	0,4	110	1,5	0,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,2	-10%						47	1,8	0,4	49	1,6	0,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2	-10%	21	1,7	0,5				21	1,5	0,4
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,2	-12%	45	1,8	0,4				80	1,6	0,6
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,3	-18%	24	1,9	0,4				110	1,5	0,6
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,3	-16%	24	1,9	0,4				80	1,6	0,6
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,3	+19%	+0,1	+6%	7	1,8	0,3	14	1,6	0,3	13	1,9	0,3
		MDD		-0,3*	-15%	-0,4*	-21%	33	1,8	0,5	62	1,7	0,6	73	1,4	0,6
		MDDeg		-0,3	-17%						3	1,7	0,3	6	1,4	0,1
		HD		-0,1	-4%	+0,03	+2%	5	1,8	0,1	19	1,9	0,3	17	1,8	0,3
		DSbio		-0,2	-11%						1	1,8		1	1,6	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,2g/100g soit -10% ; Tableau 47) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,3g/100g soit -14% ; Tableau 47).

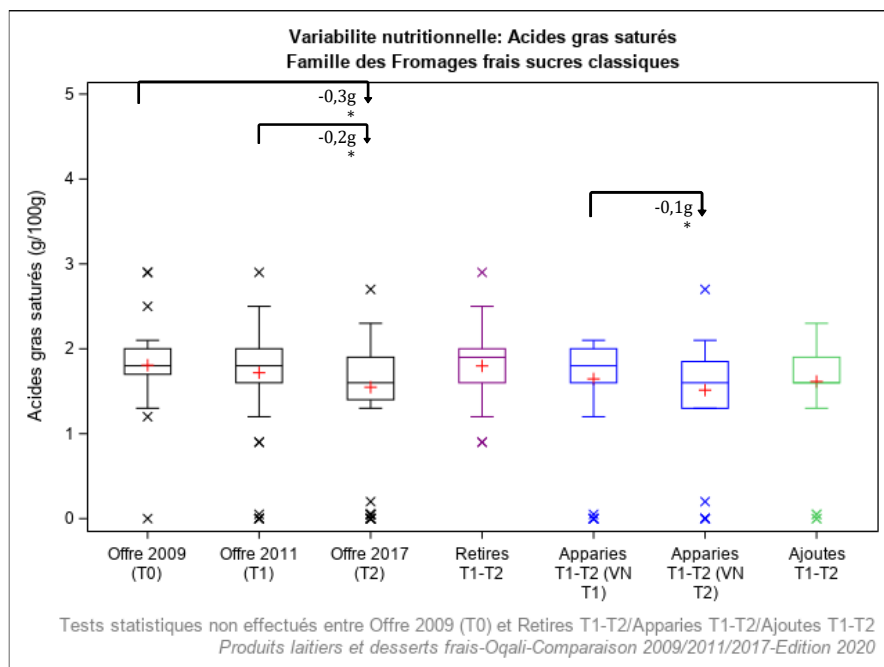
**L'évolution entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), s'explique en partie par des reformulations à la baisse** (Figure 61 ; Tableau 47). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,1g/100g soit -8%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 60) montre que des reformulations importantes à la baisse sont observées sur les produits dont la teneur en acides gras saturés était en 2011 parmi les plus élevées. Pour une de ces références, cette diminution est liée au passage d'un lait demi-écrémé à un lait écrémé. Pour les autres références, l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



**Figure 60 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

**La diminution significative est principalement portée par les marques de distributeurs** (Figure 62 ; Tableau 47) pour lesquels une évolution significative est retrouvée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,3g/100g ; -15%) ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,4g/100g ; -21%).

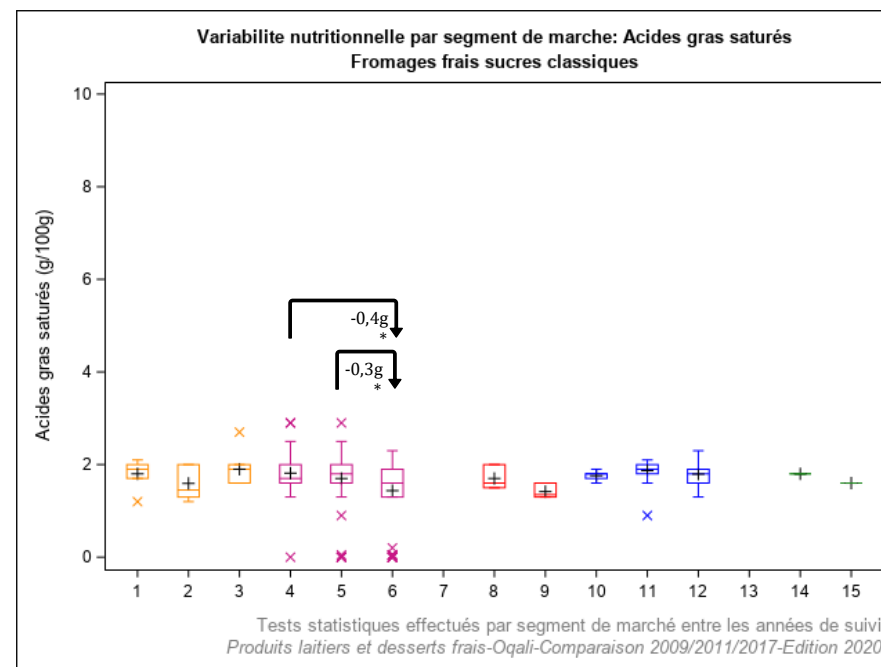
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=99)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=110)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

**Figure 61 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=5)
2	2011	Marques nationales (n=14)	11	2011	Hard Discount (n=19)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=17)
4	2009	Marques de distributeurs (n=33)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=62)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=73)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			

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

**Figure 62 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

### 5.4.2.4. Fromages frais sucrés gourmands

Le Tableau 48 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.

**Tableau 48 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,6	+15%	+0,9	+24%	14	3,5	0,7	35	3,8	0,8	75	4,4	1,6		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,5*	+12%	+1,1***	+30%	10	3,5	0,1	29	4,1	0,1	72	4,6	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,6*	+14%						16	4,2	0,6	16	4,8	1,2		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,4	+11%							35	3,8	0,8	53	4,2	1,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,9	+26%								18	3,5	0,9	75	4,4	1,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,8	+22%								18	3,5	0,9	53	4,2	1,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+1,2	+29%	6	4,1	0,4				6	5,3	1,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,7	+20%	14	3,5	0,7				65	4,2	1,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,3	+44%	8	3,0	0,5				75	4,4	1,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+1,2	+39%	8	3,0	0,5				65	4,2	1,6		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,8	+23%	+1,5*	+51%	5	3,0	0,8	5	3,6	1,3	28	4,5	1,0		
		MDD		+0,7	+17%	+0,7	+20%	9	3,8	0,4	22	3,9	0,8	33	4,5	2,0		
		MDDeg										2	3,3	0,6				
		HD		-0,1	-3%							6	3,8	0,5	14	3,7	1,1	
		DSbio																

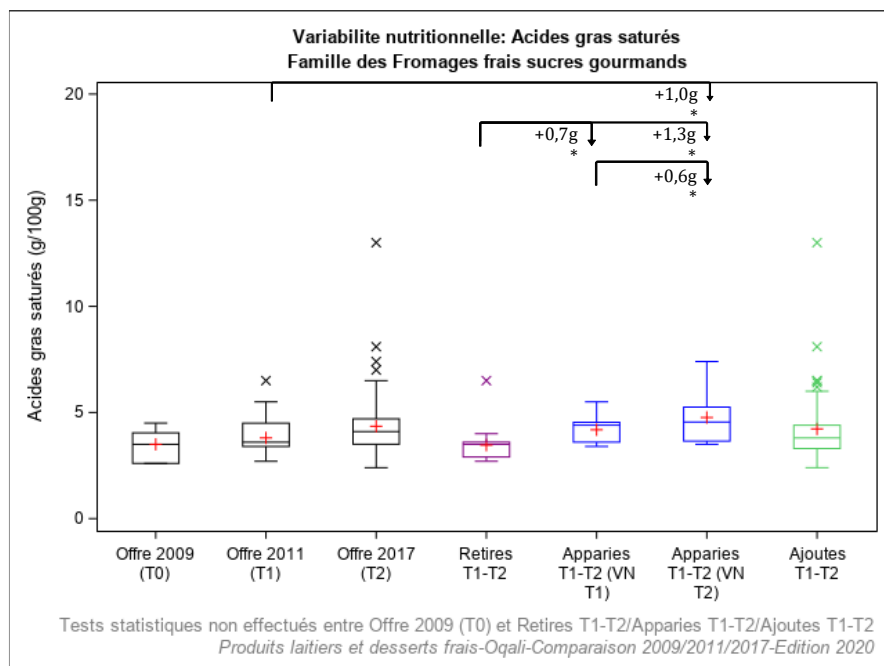
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est observée.**

**Une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis pour les produits appariés (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,6g/100g soit +14%) (Figure 63 ; Tableau 48).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 65) montre que des reformulations importantes à la hausse ont été effectuées pour certains produits. Pour deux de ces augmentations importantes, cela pourrait s'expliquer par l'utilisation de « crème légère » en 2011 remplacée par de la « crème » en 2017. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions.

**Au niveau des segments de marché (Figure 64 ; Tableau 48) une augmentation significative est observée entre les 2 suivis les plus éloignés suivis (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,5g/100g ; +51%) au sein des marques nationales.**

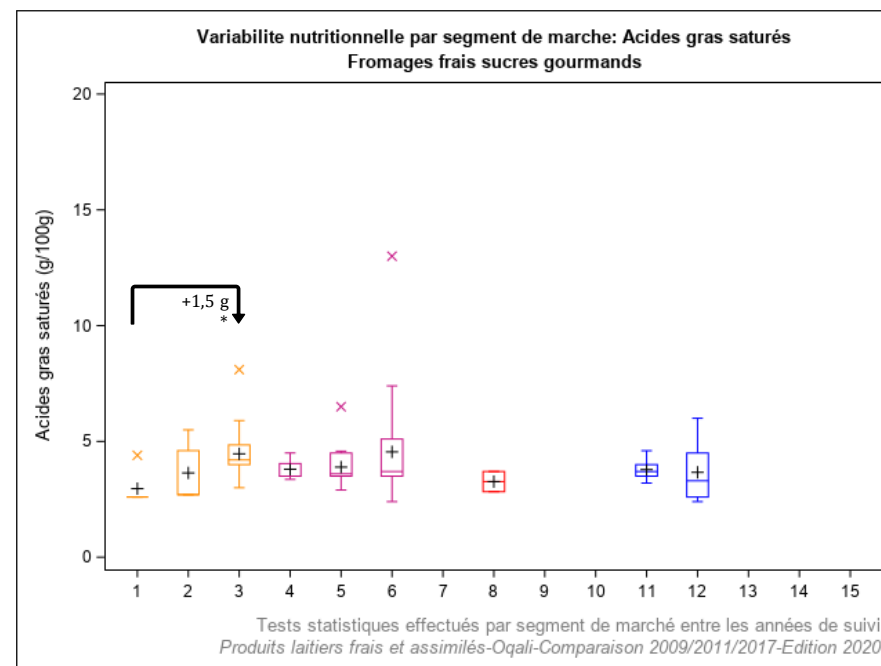
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,5g/100g soit +12% ; Tableau 48) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,1g/100g soit +30% ; Tableau 48).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=14)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=35)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=75)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=53)

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

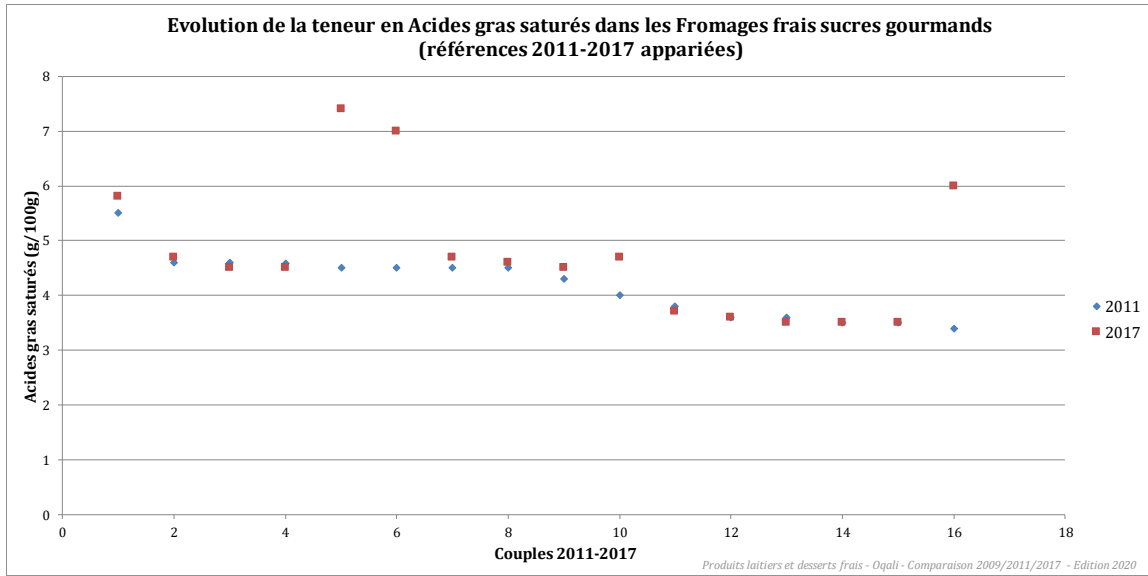
**Figure 63 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=28)	12	2017	Hard Discount (n=14)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=22)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=33)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 64 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**



**Figure 65 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**

## 5.4.2.5. Fromages frais édulcorés

Le Tableau 49 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais édulcorés. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 49 ; Annexe 6).

**Tableau 49 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Fromages frais edulcores			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2	-76%	+0,1	+61736%	1	0,0001		10	0,3	0,5	11	0,1	0,1	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-37%	+0,1	+110914%	1	0,0001		7	0,2	0,1	11	0,1	0,02	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,002	+2%						5	0,1	0,1	5	0,1	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2	-86%						10	0,3	0,5	6	0,04	0,03	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,5	-88%							4	0,5	0,8	11	0,1	0,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,5	-93%							4	0,5	0,8	6	0,04	0,03
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+61736%	1	0,0001					11	0,1	0,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													11	0,1	0,1
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													11	0,1	0,1
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN		-0,01	-10%							7	0,1	0,1	6	0,1	0,1	
	MDD		-0,9	-98%	+0,02	+16600%	1	0,0001			2	0,9	1,2	3	0,02	0,03	
	MDDeg																
	HD		-0,04	-64%								1	0,1		2	0,03	0,04
	DSbio																

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



## 5.4.3 Catégorie des Desserts frais

### 5.4.3.1. Crèmes dessert et laits gélifiés

Le Tableau 50 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés.

**Tableau 50 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Crèmes dessert et laits gélifiés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
			g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,4*	+18%	+0,3	+12%	61	2,2	1,1	163	2,1	0,9	326	2,5	1,7			
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,3**	+15%	+0,3	+14%	58	2,0	0,2	149	2,0	0,2	324	2,3	0,2			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2***	-9%							111	2,1	0,8	111	1,9	0,8		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,6***	+30%							163	2,1	0,9	158	2,8	1,9		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,4	+17%								52	2,1	1,0	326	2,5	1,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,6	+29%								52	2,1	1,0	158	2,8	1,9	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2*	-11%	37	2,1	0,9					37	1,9	0,8		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,5	+20%	61	2,2	1,1						226	2,7	1,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+3%	24	2,4	1,4							326	2,5	1,7
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+10%	24	2,4	1,4							226	2,7	1,8
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+1,4**	+62%	+1,6	+76%	4	2,1	0,9	37	2,3	0,6	79	3,7	2,6			
		MDD		+0,1	+4%	-0,04	-2%	46	2,3	1,2	80	2,2	1,0	168	2,3	1,1			
		MDDeg		-0,1	-7%	-0,1	-5%	3	1,3	1,2	14	1,4	0,7	25	1,3	0,6			
		HD		-0,1	-3%	-0,1	-4%	8	2,2	1,0	32	2,2	0,8	51	2,1	1,0			
		DSbio														3	2,0	0,7	

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

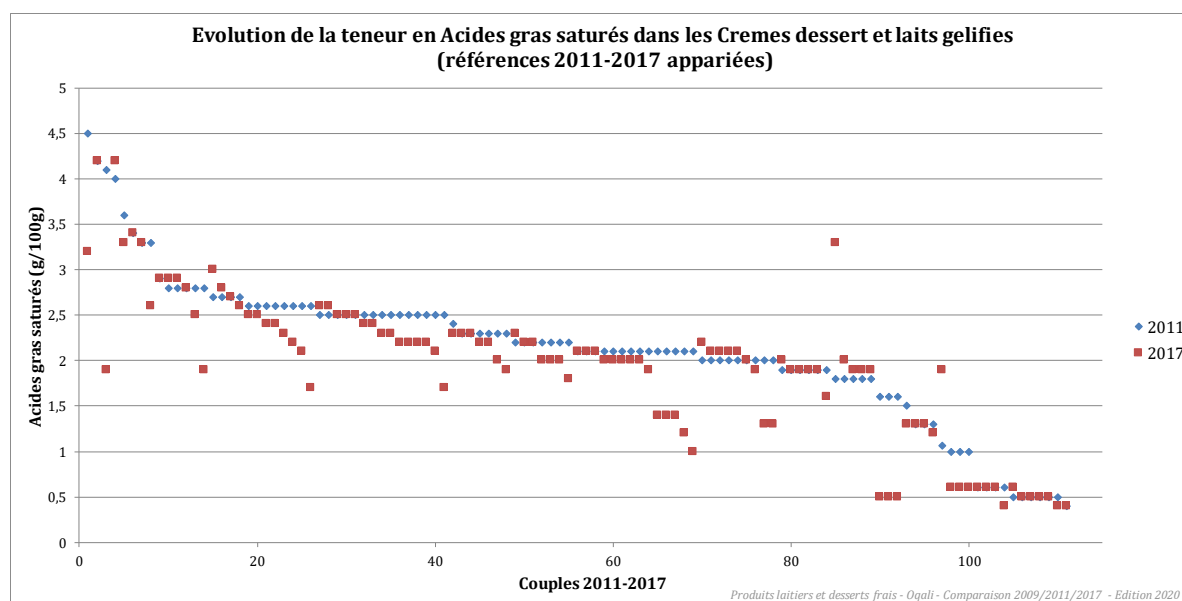
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,4g/100g ; +18% ; Tableau 50). A noter qu'en 2011, 41% des produits n'étaient pas leurs teneurs en acides gras saturés. Il s'agit principalement des produits dont la teneur en acides gras saturés est parmi les plus élevées en 2017. Ce biais d'étiquetage peut être responsable d'une sous-estimation de la teneur moyenne en acides gras saturés en 2011 pouvant expliquer en partie l'augmentation significative observée entre 2011 et 2017.

**Cela s'explique également en partie par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 67 ; Tableau 50). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+0,6g/100g soit +30%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 68 ; Tableau 50) l'augmentation significative est retrouvée au sein des marques nationales entre les 2 derniers suivis (+1,4g/100g ; +62%). Cette évolution s'explique en partie par l'arrivée sur le marché au sein des marques nationales de

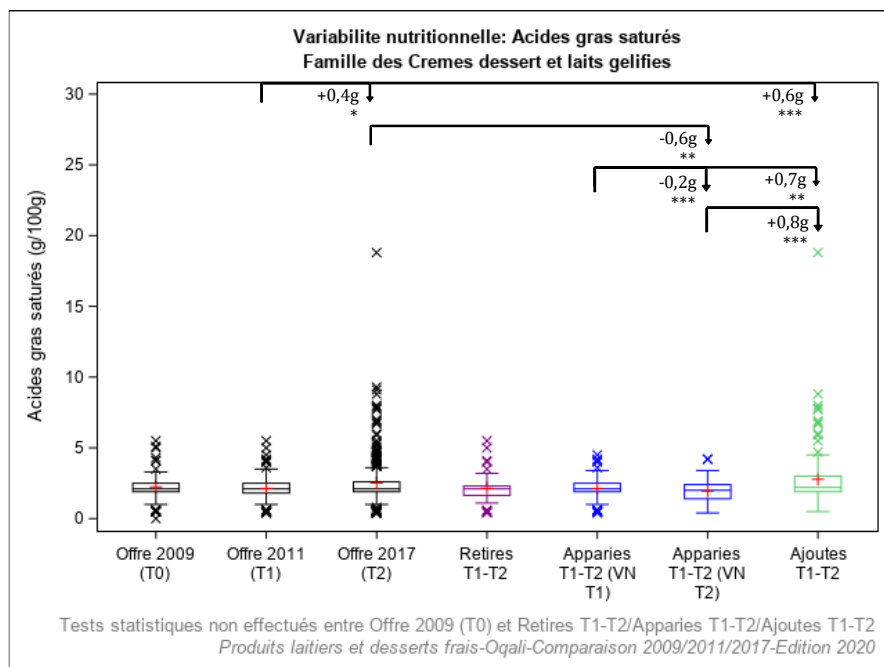
produit particulièrement riches en acides gras saturés utilisant du lait entier et de la crème (autour de 15% en proportion des ingrédients).

**A l'inverse, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés** est observée entre 2011 et 2017 (-0,2g/100g soit -9%) (Figure 67 ; Tableau 50). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 66) montre que des reformulations importantes à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. Ces diminutions s'expliquent en partie par l'utilisation de lait écrémé en 2017 à la place du lait entier utilisé en 2011. Au contraire, l'augmentation la plus importante correspond à un produit dont la proportion de crème passe de 5% en 2011 à 11% en 2017.



**Figure 66 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**

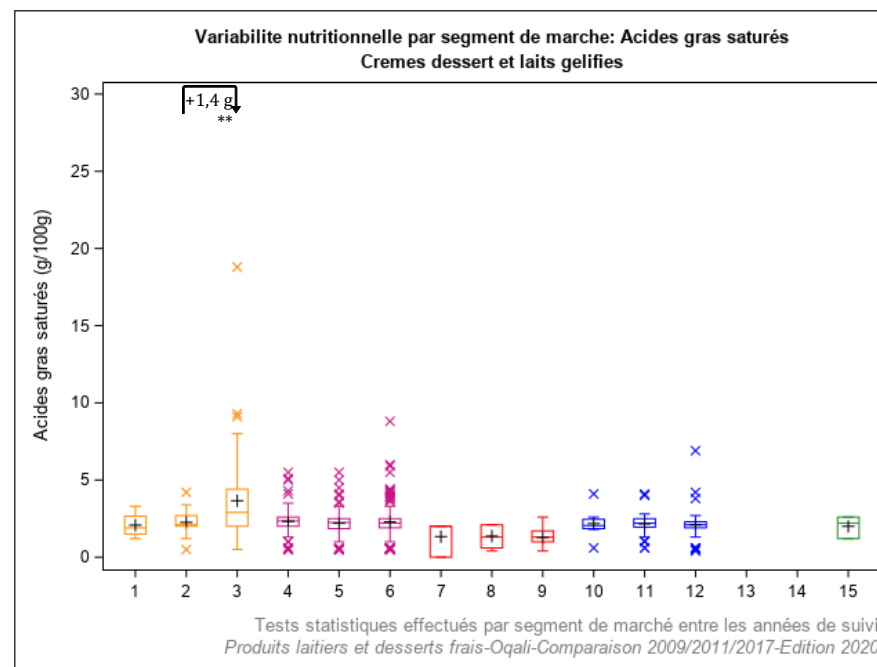
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché,** une évolution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,3g/100g soit +15% ; Tableau 50).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=163)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=326)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=52)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=111)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=111)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=158)

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

Figure 67 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=4)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=37)	11	2011	Hard Discount (n=32)
3	2017	Marques nationales (n=79)	12	2017	Hard Discount (n=51)
4	2009	Marques de distributeurs (n=46)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=80)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=168)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=25)			

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

Figure 68 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.

### 5.4.3.2. Liégeois et assimilés

Le Tableau 51 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.

**Tableau 51 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Liégeois et assimilés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Liégeois et assimilés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				19	3,6	0,8	57	4,1	1,0	99	4,6	1,4			
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				15	3,1	0,2	50	3,7	0,2	98	4,7	0,2			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										45	4,0	0,8	45	4,1	0,7
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										57	4,1	1,0	45	5,2	1,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										12	4,4	1,5	99	4,6	1,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										12	4,4	1,5	45	5,2	1,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													16	3,8	0,8
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													64	4,8	1,5
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													99	4,6	1,4
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													64	4,8	1,5
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	+0,4	+7%	+4,2	+297%	1	1,4		3	5,2	3,4	30	5,6	1,9		
		MDD	+0,2	+5%	+0,5*	+14%	17	3,7	0,7	42	4,0	0,7	50	4,3	0,6		
		MDDeg	-0,4	-10%						1	4,0		1	3,6			
		HD	-0,04	-1%	-0,2	-5%	1	4,0		11	3,8	0,8	18	3,8	0,9		
		DSbio															

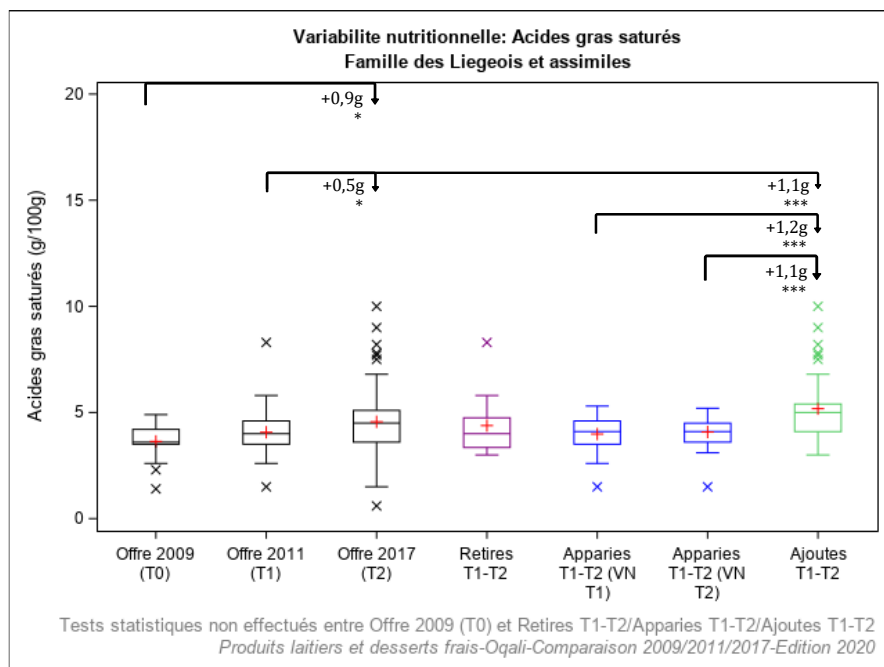
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,5g/100g ; +12% ; Tableau 51), ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,9g/100g ; +25% ; Tableau 51).

**Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), cela s'explique par un renouvellement de l'offre allant dans le sens de l'augmentation des teneurs** (Figure 69 ; Tableau 51). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+1,1/100g soit +27%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 70 ; Tableau 51), l'augmentation entre les 2 suivis les plus éloignés, est portée principalement par les marques de distributeurs (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,5g/100g ; +14%).

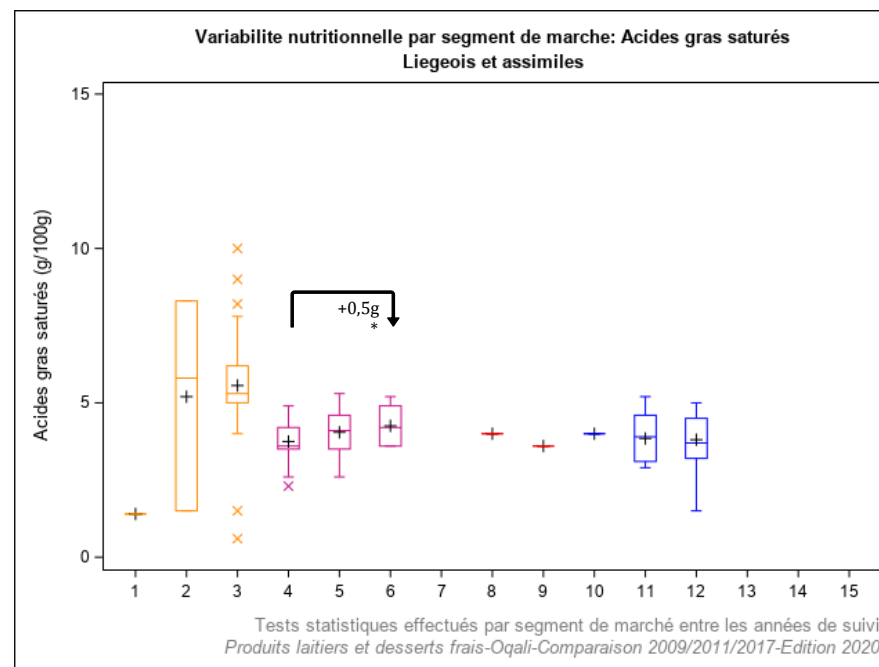
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,0g/100g soit +29% ; Tableau 51) ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,6g/100g ; +53% ; Tableau 51).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=19)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=57)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=12)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

**Figure 69 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=30)	12	2017	Hard Discount (n=18)
4	2009	Marques de distributeurs (n=17)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=42)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=50)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 70 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**

### 5.4.3.3. Laits emprésurés

Le Tableau 52 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés.

**Tableau 52 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Laits emprésurés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Laits emprésurés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,3	+166%	+0,1	+7%	1	2,0		1	0,8		13	2,1	1,4	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,4	+53%	-0,8**	-39%	1	2,0		1	0,8		12	1,2	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+1,4	+175%						1	0,8		8	2,2	1,4	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,3	+166%							1	0,8		13	2,1	1,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,4	+175%							1	0,8		8	2,2	1,4
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+7%	1	2,0					13	2,1	1,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+7%	1	2,0					13	2,1	1,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,1	+7%	1	2,0					13	2,1	1,4	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+1,3	+166%						1	0,8		13	2,1	1,4	
		MDD						1	2,0								
		MDDeg															
		HD															
		DSbio															

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**  
A noter qu'en 2011, 89% des produits n'étaient pas les teneurs en acides gras saturés. Ce biais d'étiquetage complexifie l'étude des évolutions pour cette famille.

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une évolution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,8g/100g soit -39% ; Tableau 52), à nuancer par le faible effectif de produits dans cette famille au T0 (n=1).**

**Aucune évolution significative des teneurs moyenne en acides gras saturés est observée au niveau des segments de marché (Tableau 52 ; Annexe 6).**

### 5.4.3.4. Desserts frais à base de céréales

Le Tableau 53 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales.

**Tableau 53 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais à base de céréales.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais à base de cereales			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,3	+13%	+0,3	+13%	16	2,0	0,3	67	2,0	0,4	128	2,3	0,9		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2*	+10%	+0,2*	+12%	16	2,0	0,03	62	2,0	0,05	126	2,2	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1*	-4%						43	2,0	0,3	43	1,9	0,2		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,5*	+24%							67	2,0	0,4	59	2,5	1,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,2	+11%								24	2,1	0,4	128	2,3	0,9
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,5	+22%								24	2,1	0,4	59	2,5	1,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2	-8%	13	2,0	0,3				13	1,8	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,4	+21%	16	2,0	0,3				84	2,5	1,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2	+9%	3	2,1	0,0					128	2,3	0,9	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,4	+17%	3	2,1	0,0					84	2,5	1,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,8	+33%						3	2,3	0,2	42	3,1	1,2		
		MDD		-0,1	-6%	-0,1	-4%	14	2,0	0,2	47	2,0	0,3	61	1,9	0,3		
		MDDeg		-0,1	-4%	-0,6	-24%	1	2,5		5	2,0	0,6	2	1,9	0,0		
		HD		-0,1	-5%	-0,3	-12%	1	2,1		11	1,9	0,4	22	1,8	0,5		
		DSbio		+0,0	+0%						1	2,1		1	2,1			

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

#### Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.

Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+0,5g/100g soit +24%), signe que le **renouvellement de l'offre va dans le sens de l'augmentation des teneurs en acides gras saturés** (Figure 72 ; Tableau 53).

**Au contraire, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), des reformulations à la baisse sont observées** (Figure 72 ; Tableau 53). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés est mise en évidence entre 2011 et 2017 (-0,1g/100g soit -4%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 71) montre que des reformulations importantes à la baisse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en acides gras saturés était parmi les plus élevées en 2011. La diminution la plus importante s'explique notamment par le remplacement d'une partie du lait entier par de l'eau en 2017. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions observées.

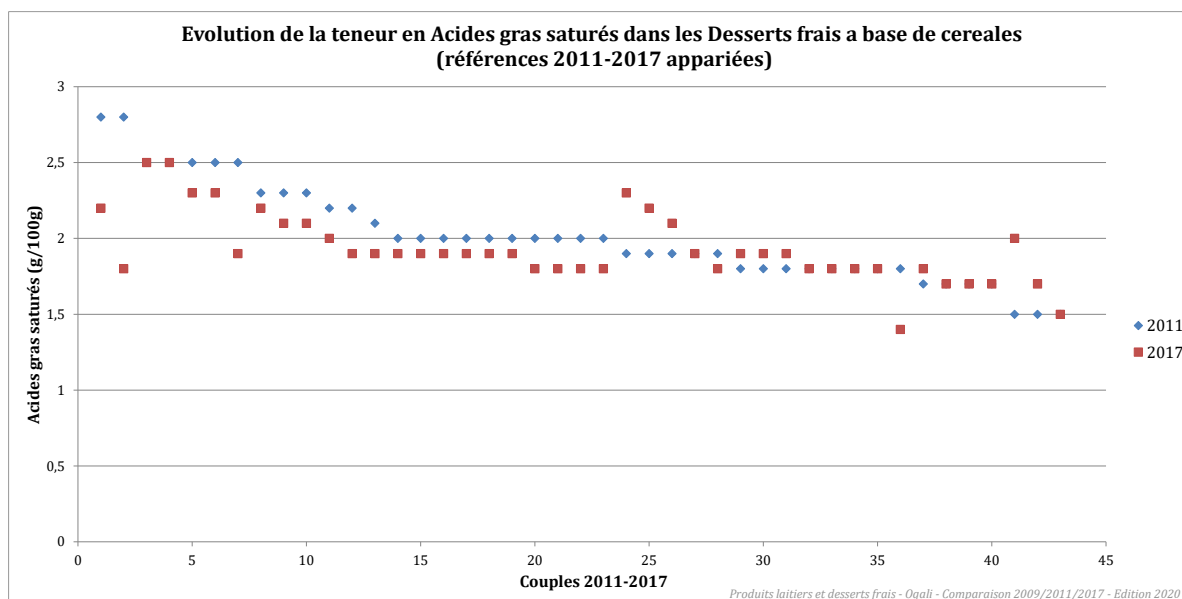
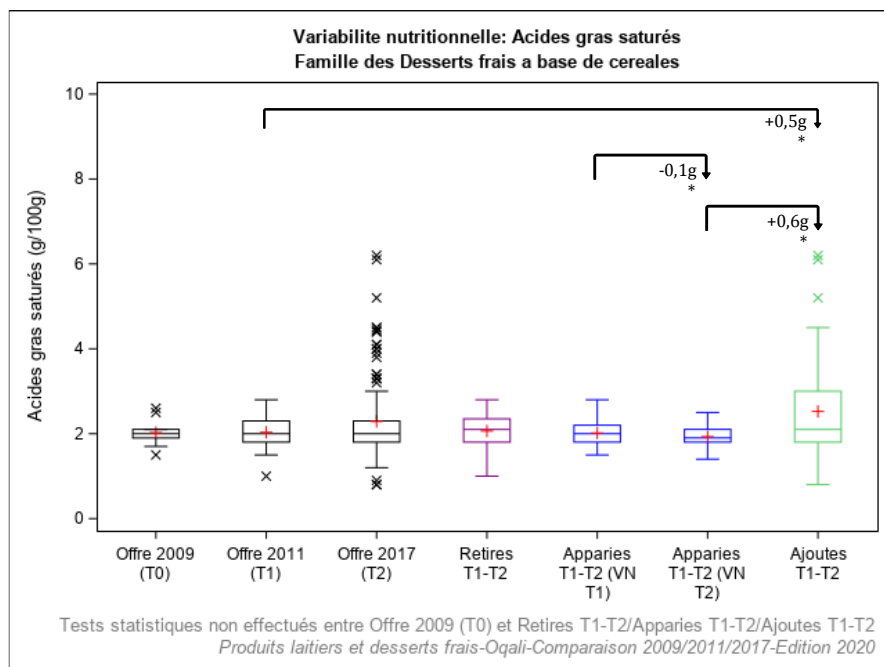


Figure 71 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée.

Aucune évolution significative n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 53 ; Figure 73).

Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est constatée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,2g/100g soit +10% ; Tableau 53), ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g soit +12% ; Tableau 53).

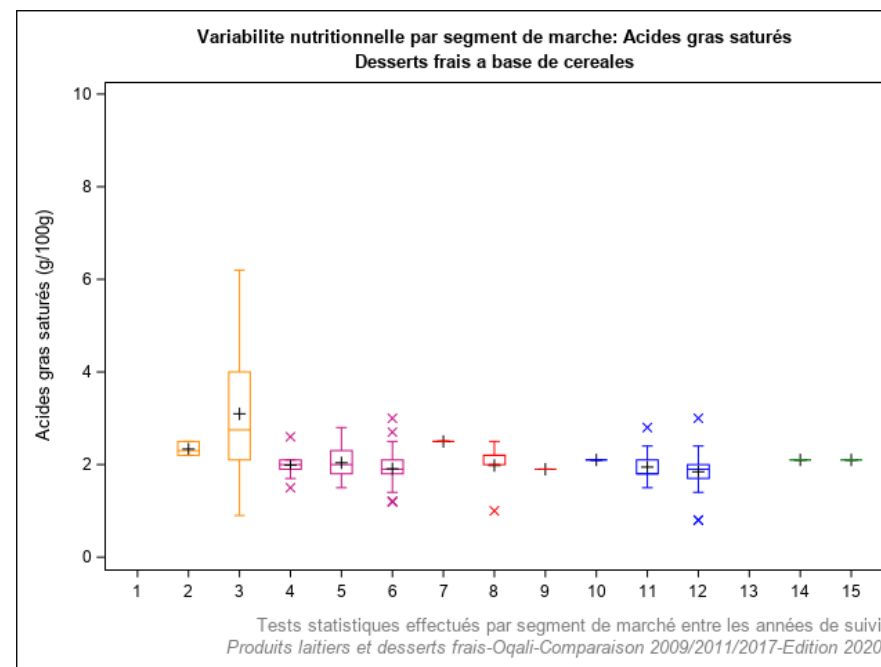




Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=67)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=128)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=24)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

Figure 72 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=42)	12	2017	Hard Discount (n=22)
4	2009	Marques de distributeurs (n=14)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=47)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=61)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

Figure 73 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.

### 5.4.3.5. Desserts frais de type mousse

Le Tableau 54 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.

**Tableau 54 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais de type mousse.**

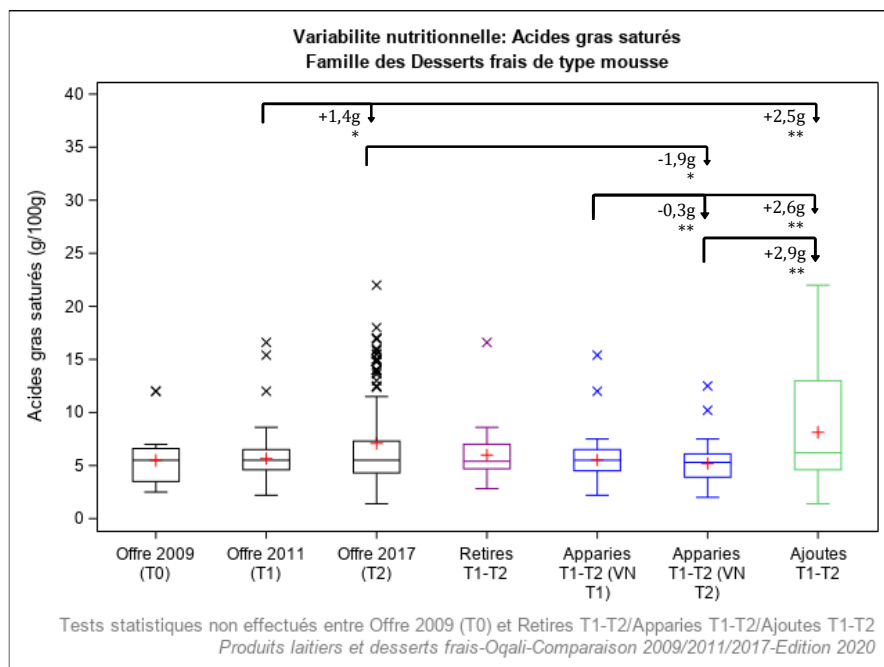
Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais de type mousse		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
		g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,4*	+25%	+1,6	+29%	27	5,5	2,4	66	5,7	2,4	147	7,1	4,3
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,3***	+24%	+0,8	+13%	22	6,0	0,2	59	5,5	0,1	145	6,8	0,4
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,3**	-6%						47	5,5	2,2	47	5,2	1,8
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+2,5**	+44%						66	5,7	2,4	78	8,1	4,8
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,1	+18%						19	6,0	2,9	147	7,1	4,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+2,1	+36%						19	6,0	2,9	78	8,1	4,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,3	-6%	17	5,3	2,3				17	5,0	1,8
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+2,3	+43%	27	5,5	2,4				100	7,8	4,6
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,4	+24%	10	5,7	2,6				147	7,1	4,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+2,1	+37%	10	5,7	2,6				100	7,8	4,6
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+1,0	+11%	+7,5	+279%	1	2,7		3	9,2	5,4	38	10,2	5,3
		MDD		+0,8	+14%	+0,6	+10%	20	5,7	2,5	46	5,5	2,3	81	6,3	3,5
		MDDeg		-0,1	-3%						2	4,8	0,3	4	4,7	0,3
		HD		-0,6	-10%	-0,3	-6%	6	5,2	2,0	15	5,4	1,6	23	4,8	1,5
		DSbio													1	11,5

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre**, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,4g/100g soit +25% ; Tableau 54).

**Cela s'explique en partie par un renouvellement de l'offre allant dans le sens de l'augmentation des teneurs** (Figure 69 ; Tableau 51). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+2,5g/100g soit +44%). Ceux-ci augmentent de façon importante la variabilité des teneurs des produits inclus dans la famille.

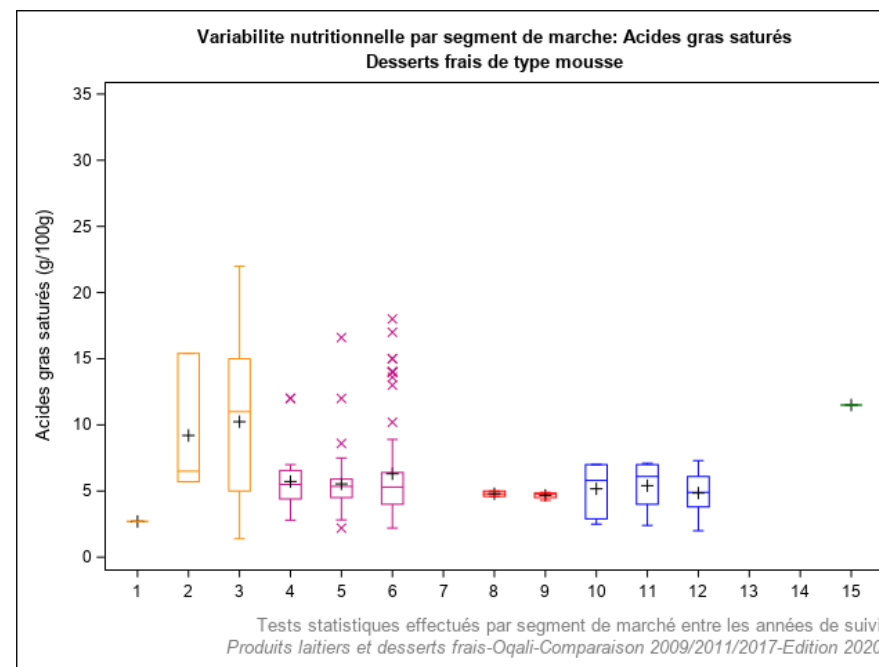
Au contraire, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), **des reformulations à la baisse sont observées** (Figure 74 ; Tableau 54). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,3g/100g soit -6%).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=27)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=66)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=147)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=19)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=78)

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

**Figure 74 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**

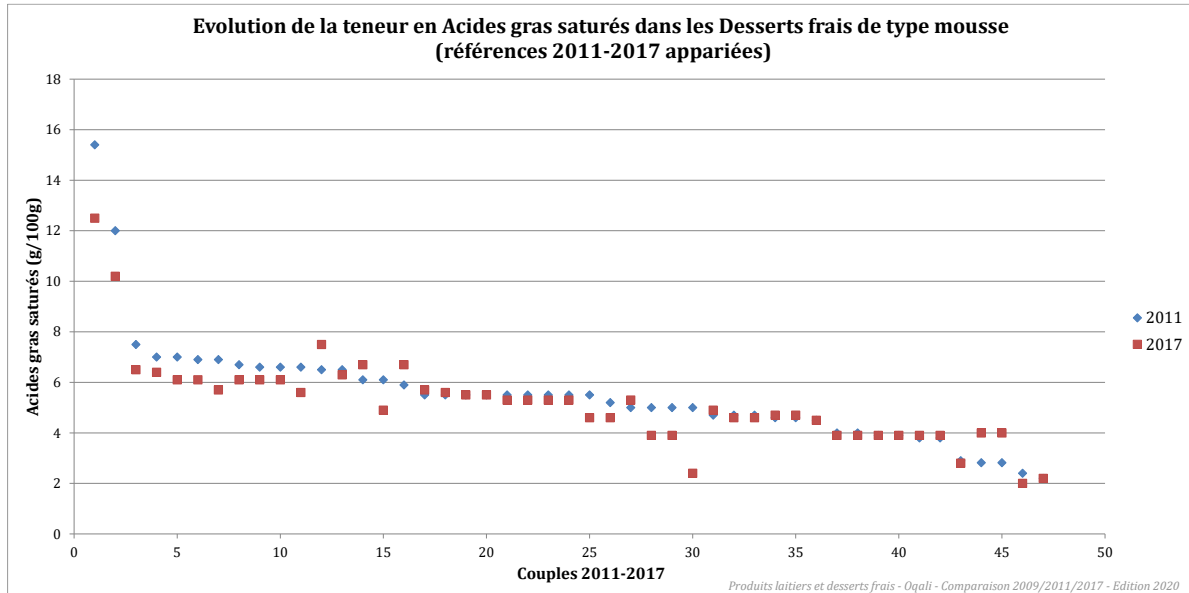


Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=23)
4	2009	Marques de distributeurs (n=20)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=46)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=81)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			

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

**Figure 75 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**

L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 76 ; Tableau 54) montre que des reformulations importantes à la baisse ont été réalisées sur les produits dont la teneur en acides gras saturés était notamment parmi les plus élevées en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions observées.



**Figure 76 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée.**

**Aucune évolution significative des teneurs en acides gras saturés n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 54 ; Figure 75).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une évolution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,3g/100g soit +24% ; Tableau 54).**

### 5.4.3.6. Desserts frais aux œufs

Le Tableau 55 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs.

**Tableau 55 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais aux œufs.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais aux œufs		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				49	5,4	3,5	94	5,0	3,4	209	5,5	4,0			
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				37	3,7	0,3	90	3,8	0,3	206	4,9	0,4			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										61	4,8	3,1	61	4,8	3,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										94	5,0	3,4	105	5,8	4,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										33	5,4	3,9	209	5,5	4,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										33	5,4	3,9	105	5,8	4,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													32	5,3	3,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													129	5,7	4,2
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													209	5,5	4,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													129	5,7	4,2
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+3,0	+71%					5	4,2	3,7	54	7,3	4,9			
		MDD	-0,2	-3%	-0,4	-7%	49	5,4	3,5	72	5,2	3,3	116	5,1	3,4		
		MDDeg	+0,5	+28%						2	1,9	0,6	3	2,4	2,2		
		HD	-0,4	-7%						15	4,8	3,8	33	4,5	3,5		
		DSbio											3	2,3	0,1		

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 55).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,1g/100g soit +28% ; Tableau 55), ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,1g/100g soit +31%).**

A noter que pour cette famille 40% des produits de 2011 n'étaient pas leur teneur en acides gras saturés, il s'agit principalement de produits dont la teneur en acides gras est parmi les plus élevées en 2017. Ainsi, ce biais d'étiquetage implique une probable sous-estimation de la teneur moyenne en 2011 pouvant expliciter l'augmentation significative observée entre 2011 et 2017.

**Aucune évolution significative des teneurs en acides gras saturés n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 55 ; Annexe 6).**

### 5.4.3.7. Desserts frais allégés et/ou édulcorés

Le Tableau 56 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.

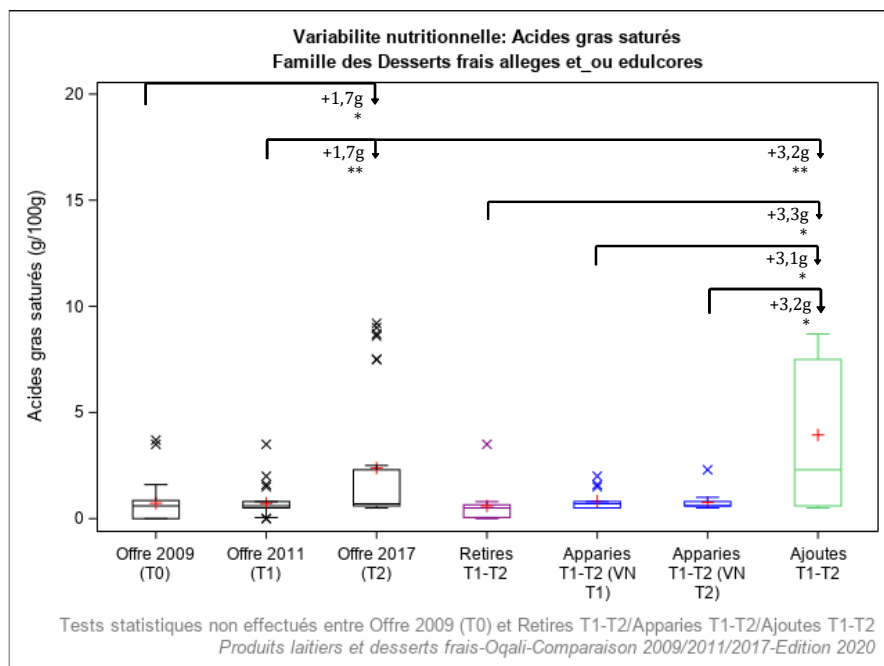
**Tableau 56 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.**

Évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,7**	+232%	+1,7*	+228%	28	0,7	0,9	34	0,7	0,6	30	2,4	3,1		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,9**	+261%	+1,8**	+222%	18	0,8	0,1	31	0,7	0,05	30	2,6	0,6		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-7%						18	0,8	0,4	18	0,8	0,4		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+3,2**	+450%							34	0,7	0,6	10	3,9	3,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,8	+298%								16	0,6	0,8	30	2,4	3,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+3,3*	+559%								16	0,6	0,8	10	3,9	3,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,02	+3%	9	0,8	0,2				9	0,8	0,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+2,7**	+373%	28	0,7	0,9				18	3,4	3,7		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,7	+248%	19	0,7	1,1				30	2,4	3,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+2,7*	+401%	19	0,7	1,1				18	3,4	3,7		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+1,8	+239%	+1,8	+236%	13	0,8	0,3	19	0,8	0,3	24	2,6	3,4		
		MDD		+0,9	+120%	+0,9	+109%	13	0,8	1,3	11	0,7	1,1	5	1,6	0,9		
		MDDeg																
		HD		+0,2	+54%	+0,6	+599900%	2	0,0001	0,0	4	0,4	0,2	1	0,6			
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,7g/100g ; +232%) ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,7g/100g ; +228%) (Tableau 56).

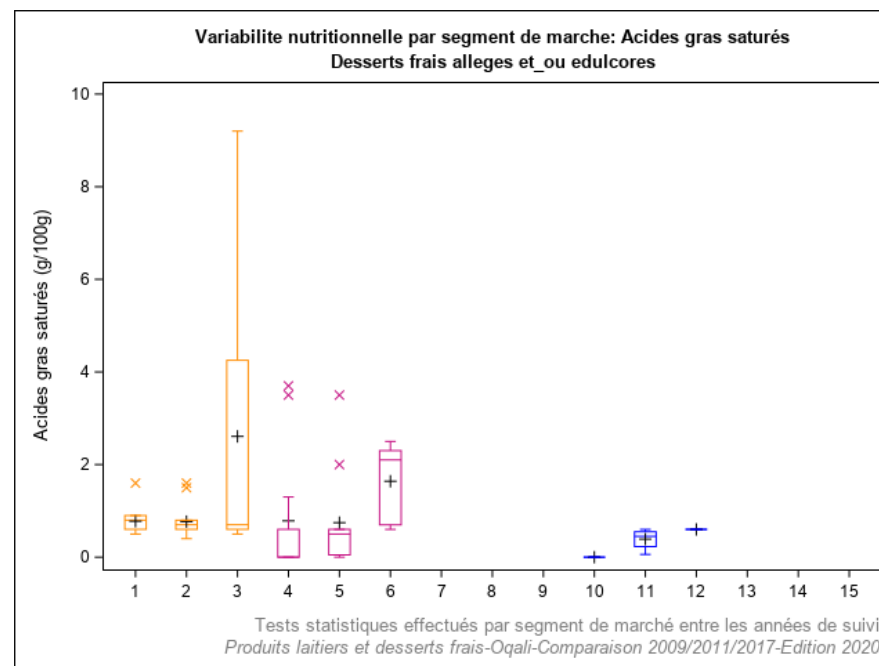
**Cela s'explique entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs** (Figure 77 ; Tableau 56). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+3,2g/100g soit +450%) et que celles des produits « Retirés T1-T2 » (+3,3g/100g soit +559%). Ces augmentations de teneurs en acides gras saturés s'expliquent en partie par le changement de famille de produits non édulcorés et non allégés en 2011 et qui, en 2017, comportent un édulcorant (inclus dans les produits nouveaux notamment des marques nationales) ainsi que par la présence d'une nouvelle offre de produits édulcorés mais non allégés en matières grasses. Ainsi les produits « Ajoutés » ont des teneurs en matières grasses plus élevées.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=28)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=34)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=30)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=10)

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

**Figure 77 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=13)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=11)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=5)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 78 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**

**Aucune évolution significative des teneurs en acides gras saturés n'est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 56 ; Figure 78).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché** une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +1,9g/100g ; +261%) ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,8g/100g ; +222%) (Tableau 56).



### 5.4.3.8. Gâteaux, moelleux, cakes frais

Le Tableau 57 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais.

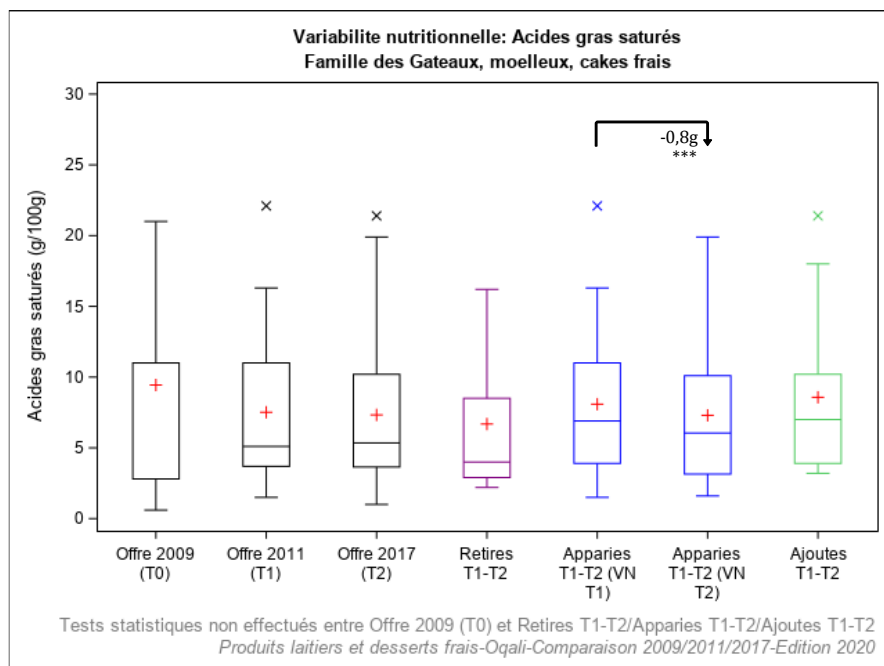
**Tableau 57 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Gâteaux, moelleux, cakes frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2	-2%	-2,1	-22%	10	9,4	6,2	27	7,5	5,3	52	7,3	5,2	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,2	-3%	+1,4	+31%	10	4,6	0,4	19	6,2	0,4	51	6,0	0,4	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,8***	-10%						16	8,1	5,7	16	7,3	5,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+1,1	+14%						27	7,5	5,3	21	8,6	5,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,6	+10%						11	6,7	4,7	52	7,3	5,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,9	+28%						11	6,7	4,7	21	8,6	5,3	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2	+2%	5	9,6	7,7				5	9,8	6,4	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-1,0	-10%	10	9,4	6,2				33	8,5	5,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-2,0	-21%	5	9,3	5,1				52	7,3	5,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,9	-9%	5	9,3	5,1				33	8,5	5,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-4,0	-30%	-1,6	-15%	2	10,8	14,4	7	13,2	5,5	17	9,2	6,3	
		MDD		+0,1	+2%	-3,0	-34%	8	9,1	4,3	17	5,9	3,7	27	6,1	3,6	
		MDDeg															
		HD		+4,4	+129%							3	3,4	1,0	8	7,7	6,7
		DSbio															

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en acides gras saturés n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché (Tableau 57).**

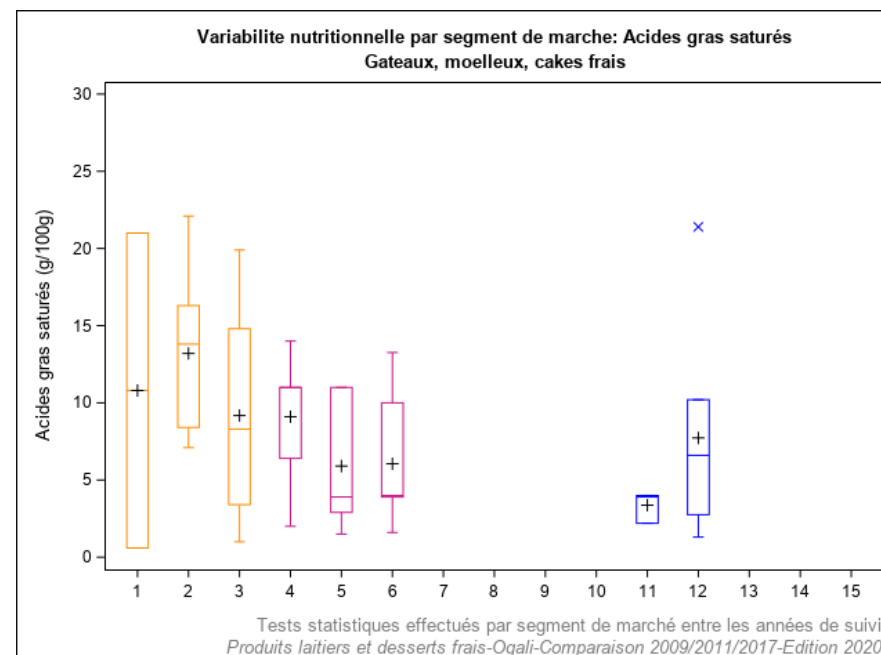
**Une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est mise en évidence pour les produits appariés (-0,8g/100g soit -10%), indiquant que des reformulations à la baisse ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 79 ; Tableau 57).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=10)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=27)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=52)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=11)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=21)

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

**Figure 79 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

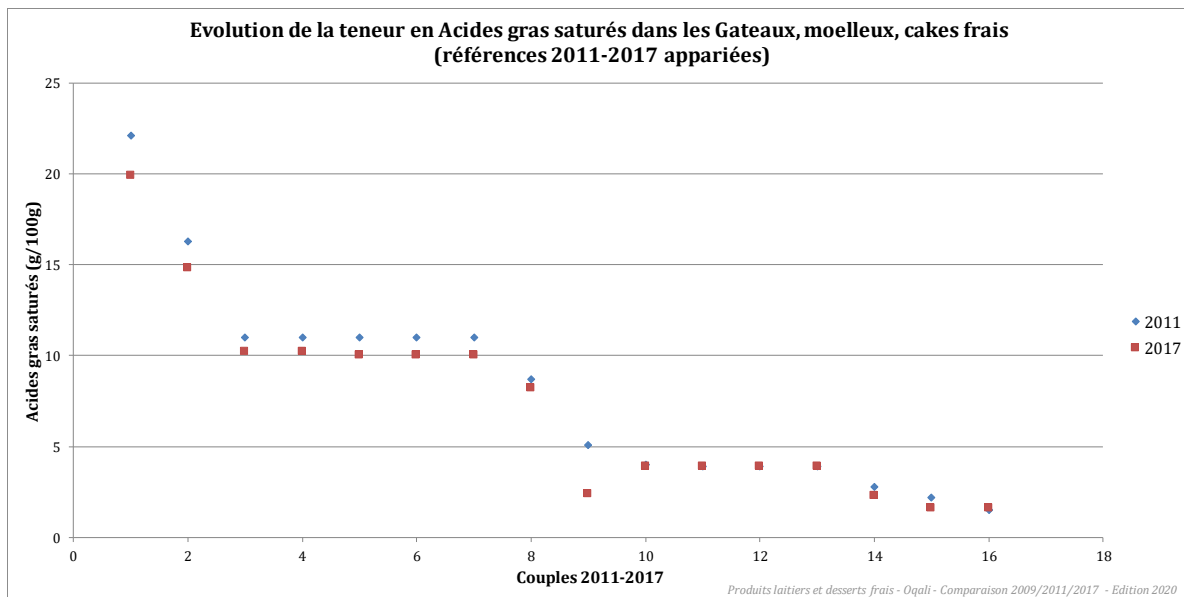


Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=27)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 80 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 81) montre que ces reformulations sont observées sur des produits dont la teneur en acides gras saturés était parmi les plus élevées en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



**Figure 81 : Evolution, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

**Aucune évolution significative n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 57).**

### 5.4.3.9. Desserts pâtisseries frais aux fruits

Le Tableau 58 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits.

**Tableau 58 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts pâtisseries frais aux fruits.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS			Ensemble de l'offre				11	6,0	3,9	32	7,3	4,0	58	7,4	3,0		
TOUS PRODUITS PONDERES			Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				6	4,1	0,1	28	5,8	0,3	56	6,9	0,2		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	-0,8	-9%							10	9,1	5,3	10	8,3	4,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,2	-2%							32	7,3	4,0	44	7,1	2,5	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	+0,9	+14%							22	6,5	3,0	58	7,4	3,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	+0,7	+10%							22	6,5	3,0	44	7,1	2,5	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,7	-7%	2	9,1	6,5				2	8,5	5,7		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			+1,3	+22%	11	6,0	3,9				56	7,3	2,9		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+2,1	+39%	9	5,3	3,4				58	7,4	3,0		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+2,0	+38%	9	5,3	3,4				56	7,3	2,9		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)			MN	-2,7	-22%	-2,3	-20%	2	11,7	2,8	8	12,1	4,7	19	9,4	3,6	
			MDD	+0,8	+15%	+1,8	+37%	9	4,7	2,9	21	5,7	1,9	28	6,5	1,6	
			MDDeg														
			HD	+0,3	+5%							3	5,8	3,2	11	6,1	2,9
			DSbio														

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +2,8g/100g soit +69% ; Tableau 58).**

**Aucune évolution significative des teneurs en acides gras saturés n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 58 ; Annexe 6).**

### 5.4.3.10. Desserts pâtisseries frais sans fruit

Le Tableau 59 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.

**Aucune évolution significative des teneurs n'est observée (Tableau 59 ; Annexe 6).**

**Tableau 59 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,3	+4%	+0,2	+2%	10	9,2	2,3	44	9,1	2,6	99	9,4	2,4
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,5	-6%	+0,6	+7%	9	8,3	0,1	38	9,4	0,2	97	8,9	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,4	-4%						28	9,1	2,9	28	8,8	2,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,8	+9%						44	9,1	2,6	59	9,9	2,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,5	+5%						16	9,0	2,1	99	9,4	2,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,9	+10%						16	9,0	2,1	59	9,9	2,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,3	+4%	6	8,7	1,1				6	9,0	1,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,5	+5%	10	9,2	2,3				81	9,7	2,4
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,6	-6%	4	10,0	3,4				99	9,4	2,4
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,3	-3%	4	10,0	3,4				81	9,7	2,4
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,02	-0,2%	-1,3	-12%	2	11,5	4,9	5	10,2	5,8	25	10,2	3,4
		MDD		+0,3	+4%	+0,5	+6%	8	8,6	1,1	32	8,8	1,6	58	9,1	1,9
		MDDeg		-0,2	-3%						1	7,2		1	7,0	
		HD		-0,5	-5%						6	10,0	3,6	15	9,5	2,2
		DSbio														

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

### 5.4.3.11. Autres desserts frais

Le Tableau 60 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais.

**Tableau 60 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Autres desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Autres desserts frais		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				16	14,2	8,5	30	13,1	7,4	42	11,5	6,3	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				12	10,5	0,4	25	12,6	0,4	40	8,6	0,2	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							7	11,9	5,7	7	12,3	6,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							30	13,1	7,4	29	10,8	6,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							23	13,4	8,0	42	11,5	6,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							23	13,4	8,0	29	10,8	6,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				1	6,0					1	6,0		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				16	14,2	8,5				41	11,6	6,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				15	14,8	8,6				42	11,5	6,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				15	14,8	8,6				41	11,6	6,3	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+0,8	+7%	+2,7	+27%	3	9,7	8,6	5	11,6	7,4	17	12,4	5,9
		MDD	-3,3	-23%	-4,9	-30%	12	16,1	8,4	17	14,5	7,9	21	11,2	6,7
		MDDeg								1	6,0				
		HD	-2,1	-18%	+3,5	+58%	1	6,0		7	11,6	6,8	4	9,5	7,0
		DSbio													

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -4,1g/100g soit -32% ; Tableau 60).**

**Aucune évolution significative des teneurs n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 60 ; Annexe 6).**

## 5.4.4 Catégorie des Desserts frais végétaux

### 5.4.4.1. Desserts frais au soja nature non sucrés

Le Tableau 61 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.

**Aucune évolution significative des teneurs n'est observée (Tableau 61 ; Annexe 6).**

**Tableau 61 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais au soja nature non sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,002	+0,5%	+0,1	+21%	3	0,3	0,1	8	0,4	0,1	14	0,4	0,05	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-3%	-0,01	-2%	3	0,4	0,01	7	0,4	0,005	13	0,4	0,005	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,02	+5%						6	0,4	0,1	6	0,4	0,05	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,0	+0,0%						8	0,4	0,1	8	0,4	0,05	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,04	-9%						2	0,4	0,0	14	0,4	0,05	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,04	-9%						2	0,4	0,0	8	0,4	0,05	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+40%	2	0,3	0,1				2	0,4	0,07	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+22%	3	0,3	0,1				12	0,4	0,05	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,04	-9%	1	0,4					14	0,4	0,05	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,03	-8%	1	0,4					12	0,4	0,05	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,0	+0,0%	+0,0	+0,0%	1	0,4		1	0,4		3	0,4	0,0	
		MDD		+0,02	+7%	+0,1	+45%	2	0,3	0,1	5	0,3	0,1	8	0,4	0,05	
		MDDeg															
		HD		+0,0	+0%							2	0,4	0,0	1	0,4	
		DSbio													2	0,3	0,0

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.4.4.1. Desserts frais au soja sucrés

Le Tableau 62 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.

**Aucune évolution significative des teneurs n'est observée (Tableau 62 ; Annexe 6).**

**Tableau 62 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein des Desserts frais au soja sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (g/100g) de la famille Desserts frais au soja sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+29%	+0,1	+17%	34	0,4	0,5	36	0,4	0,1	62	0,5	0,8	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,2	+53%	+0,2	+73%	21	0,3	0,01	29	0,4	0,01	61	0,6	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,01	-3%						13	0,4	0,1	13	0,4	0,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+34%						36	0,4	0,1	49	0,5	0,9	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+39%						23	0,3	0,1	62	0,5	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,2	+45%						23	0,3	0,1	49	0,5	0,9	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,02	-4%	5	0,6	0,2				5	0,5	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,1	+16%	34	0,4	0,5				57	0,5	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+25%	29	0,4	0,5				62	0,5	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,1	+24%	29	0,4	0,5				57	0,5	0,8	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,3	+93%	+0,3	+65%	22	0,4	0,6	16	0,4	0,1	16	0,7	1,5	
		MDD		+0,04	+11%	+0,1	+19%	8	0,3	0,2	15	0,4	0,1	34	0,4	0,2	
		MDDeg															
		HD		+0,0	+0%	+0,0	+0%	4	0,5	0,2	4	0,5	0,2	6	0,5	0,2	
		DSbio		+0,05	+17%								1	0,3		6	0,4

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



### 5.4.5 Synthèse de l'évolution des teneurs en acides gras saturés

En comparant l'ensemble de l'offre 2011 à l'ensemble de l'offre 2017 (T1-T2) sans pondération par les parts de marché, 6 familles sur les 23 pour lesquelles des données sont disponibles<sup>26</sup> présentent une évolution de la teneur en acides gras saturés :

- **5 à la hausse** : Les Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+0,1g/100g ; +8%) ; Crèmes dessert et laits gélifiés (+0,4g/100g ; +18%) ; Liégeois et assimilés (+0,5g/100g ; +12%) ; Desserts frais de type mousse (+1,4g/100g ; +25%) ; Desserts frais allégés et/ou édulcorés (+1,7g/100g ; +232%) ;
- **1 à la baisse** : les Fromages frais sucrés classiques (-0,2g/100g ; -10%).

Les tableaux 63, 64, 65 et 66 reprennent, par catégorie les évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2011 (T1) et 2017 (T2), illustrant les **reformulations** réalisées, **8 familles sur 23** présentent une évolution significative de la teneur en acides gras saturés :

- **3 à la hausse** : Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+0,1g/100g ; +4%) ; Fromages frais non sucrés classiques (+0,03g/100g ; +2%) ; Fromages frais sucrés gourmands (+0,6g/100g ; +14%) ;
- **5 à la baisse** : Fromages frais sucrés classiques (-0,1g/100g ; -8%) ; Crèmes dessert et laits gélifiés (-0,2g/100g ; -9%) ; Desserts frais à base de céréales (-0,1g/100g ; -4%) ; Desserts frais de type mousse (-0,3g/100g ; -6%) ; Gâteaux, moelleux, cakes frais (-0,8g/100g ; -10%).

Considérant le renouvellement **de l'offre (ajout/retrait de produits)**, des évolutions significatives sont observées pour **6 familles sur 23, toutes à la hausse**.

Les tableaux 63, 64, 65, et 66 reprennent, par catégorie les évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

---

<sup>26</sup> A noter que la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

**Tableau 63 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (T0 : n=61 ; T1 : n=117 ; T2 : n=190)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,04	+3%	+0,2	+19%	61	1,1	1,0	117	1,3	1,0	190	1,3	0,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-4%	-0,02	-2%	52	1,4	0,4	110	1,5	0,3	186	1,4	0,2
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (T0 : n=9 ; T1 : n=26 ; T2 : n=92)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,6	-11%	-0,3	-5%	9	5,1	1,5	26	5,4	1,5	92	4,8	1,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-5%	-0,4	-7%	5	6,0	0,4	26	5,9	0,3	90	5,6	0,3
<b>Yaourts et laits fermentés sucres classiques (T0 : n=239 ; T1 : n=444 ; T2 : n=741)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1***	+8%	+0,2***	+14%	239	1,4	0,6	444	1,5	0,5	741	1,6	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,1***	+7%	+0,1**	+7%	211	1,6	0,1	402	1,6	0,1	726	1,7	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (T0 : n=29 ; T1 : n=87 ; T2 : n=257)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-5%	+0,2	+6%	29	3,8	0,8	87	4,2	1,3	257	4,0	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4*	-9%	+1,3***	+47%	25	2,9	0,1	69	4,7	0,2	240	4,2	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés edulcotes (T0 : n=77 ; T1 : n=106 ; T2 : n=87)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,0001	-0,2%	+0,03	+82%	77	0,03	0,1	106	0,1	0,2	87	0,1	0,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,01	-22%	+0,01	+26%	64	0,04	0,02	98	0,1	0,04	85	0,05	0,01

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 64 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fromages frais nature non sucres classiques (T0 : n=31 ; T1 : n=91 ; T2 : n=145)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-7%	-0,2	-12%	31	1,4	1,0	91	1,3	1,0	145	1,2	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,1	+6%	-0,1	-9%	28	1,5	0,3	84	1,2	0,3	143	1,3	0,2
<b>Fromages frais nature non sucres gourmands (T0 : n=26 ; T1 : n=57 ; T2 : n=109)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-4%	+0,4	+8%	26	4,9	1,1	57	5,5	1,4	109	5,3	2,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,2	+3%	+2,5***	+75%	24	3,4	0,3	54	5,7	0,2	106	5,9	0,2
<b>Fromages frais sucres classiques (T0 : n=45 ; T1 : n=99 ; T2 : n=110)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2*	-10%	-0,3*	-14%	45	1,8	0,4	99	1,7	0,5	110	1,5	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,01	+1%	-0,1	-8%	42	1,8	0,1	86	1,6	0,1	110	1,6	0,1
<b>Fromages frais sucres gourmands (T0 : n=14 ; T1 : n=35 ; T2 : n=75)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,6	+15%	+0,9	+24%	14	3,5	0,7	35	3,8	0,8	75	4,4	1,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5*	+12%	+1,1***	+30%	10	3,5	0,1	29	4,1	0,1	72	4,6	0,1
<b>Fromages frais edulcotes (T0 : n=1 ; T1 : n=10 ; T2 : n=11)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-76%	+0,1	+61736%	1	0,0001		10	0,3	0,5	11	0,1	0,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-37%	+0,1	+110914%	1	0,0001		7	0,2	0,1	11	0,1	0,02

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 65 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Crèmes dessert et laits gélifiés (T0 : n=61 ; T1 : n=163 ; T2 : n=326)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4*	+18%	+0,3	+12%	61	2,2	1,1	163	2,1	0,9	326	2,5	1,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,3**	+15%	+0,3	+14%	58	2,0	0,2	149	2,0	0,2	324	2,3	0,2
<b>Liegeois et assimilés (T0 : n=19 ; T1 : n=57 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,5*	+12%	+0,9*	+25%	19	3,6	0,8	57	4,1	1,0	99	4,6	1,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,0***	+29%	+1,6***	+53%	15	3,1	0,2	50	3,7	0,2	98	4,7	0,2
<b>Laits empresures (T0 : n=1 ; T1 : n=1 ; T2 : n=13)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,3	+166%	+0,1	+7%	1	2,0		1	0,8		13	2,1	1,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,4	+53%	-0,3**	-39%	1	2,0		1	0,8		12	1,2	0,1
<b>Desserts frais a base de cereales (T0 : n=16 ; T1 : n=67 ; T2 : n=128)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,3	+13%	+0,3	+13%	16	2,0	0,3	67	2,0	0,4	128	2,3	0,9
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,2*	+10%	+0,2*	+12%	16	2,0	0,03	62	2,0	0,05	126	2,2	0,1
<b>Desserts frais de type mousse (T0 : n=27 ; T1 : n=66 ; T2 : n=147)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,4*	+25%	+1,6	+29%	27	5,5	2,4	66	5,7	2,4	147	7,1	4,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,3***	+24%	+0,8	+13%	22	6,0	0,2	59	5,5	0,1	145	6,8	0,4
<b>Desserts frais aux oeufs (T0 : n=49 ; T1 : n=94 ; T2 : n=209)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4	+8%	+0,4	+1%	49	5,4	3,5	94	5,0	3,4	209	5,5	4,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,1**	+28%	+1,1*	+31%	37	3,7	0,3	90	3,8	0,3	206	4,9	0,4
<b>Desserts frais alléges et ou edulcorés (T0 : n=28 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,7**	+232%	+1,7*	+228%	28	0,7	0,9	34	0,7	0,6	30	2,4	3,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,9**	+261%	+1,8**	+222%	18	0,8	0,1	31	0,7	0,05	30	2,6	0,6
<b>Gateaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=10 ; T1 : n=27 ; T2 : n=52)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-2%	-2,1	-22%	10	9,4	6,2	27	7,5	5,3	52	7,3	5,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-3%	+1,4	+31%	10	4,6	0,4	19	6,2	0,4	51	6,0	0,4
<b>Desserts patisseries frais aux fruits (T0 : n=11 ; T1 : n=32 ; T2 : n=58)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	+1,4	+23%	11	6,0	3,9	32	7,3	4,0	58	7,4	3,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,1	+19%	+2,8**	+69%	6	4,1	0,1	28	5,8	0,3	56	6,9	0,2
<b>Desserts patisseries frais sans fruit (T0 : n=10 ; T1 : n=44 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,3	+4%	+0,2	+2%	10	9,2	2,3	44	9,1	2,6	99	9,4	2,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,5	-6%	+0,6	+7%	9	8,3	0,1	38	9,4	0,2	97	8,9	0,2
<b>Autres desserts frais (T0 : n=16 ; T1 : n=30 ; T2 : n=42)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-1,5	-12%	-2,7	-19%	16	14,2	8,5	30	13,1	7,4	42	11,5	6,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-4,1**	-32%	-2,0	-19%	12	10,5	0,4	25	12,6	0,4	40	8,6	0,2

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 66 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en acides gras saturés entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Desserts frais au soja nature non sucres (T0 : n=3 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,002	+0,5%	+0,1	+21%	3	0,3	0,1	8	0,4	0,1	14	0,4	0,05
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,01	-3%	-0,01	-2%	3	0,4	0,01	7	0,4	0,005	13	0,4	0,005
<b>Desserts frais au soja sucres (T0 : n=34 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+29%	+0,1	+17%	34	0,4	0,5	36	0,4	0,1	62	0,5	0,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,2	+53%	+0,2	+73%	21	0,3	0,01	29	0,4	0,01	61	0,6	0,1
<b>Autres desserts frais vegetaux (T0 : n= ; T1 : n= ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre											14	8,5	3,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>											13	6,9	0,1

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

## 5.5 Evolution des teneurs en sucres<sup>27</sup>

### 5.5.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés

#### 5.5.1.1. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques

Le Tableau 67 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.

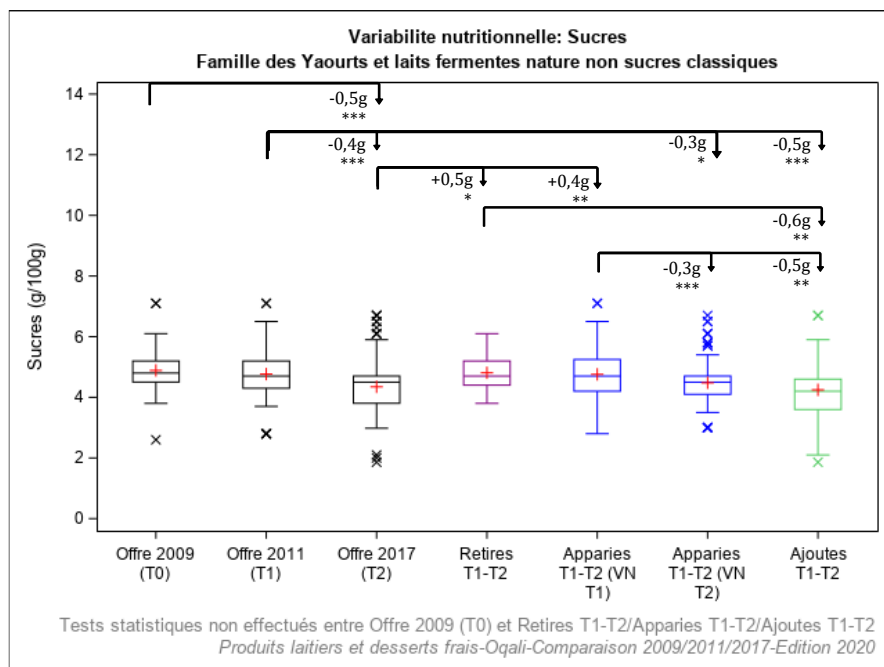
**Tableau 67 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				61	4,9	0,8	117	4,8	0,8	191	4,3	0,8			
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				52	5,1	0,4	110	5,0	0,3	187	4,7	0,2			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							88	4,8	0,9	88	4,5	0,8			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							117	4,8	0,8	87	4,2	0,9			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							27	4,8	0,6	191	4,3	0,8			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							27	4,8	0,6	87	4,2	0,9			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2										38	4,8	0,8			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2							61	4,9	0,8			122	4,2	0,9	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2							23	5,0	0,8			191	4,3	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2							23	5,0	0,8			122	4,2	0,9	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN							18	5,4	0,9	22	5,3	1,1	41	4,6	1,2
		MDD							34	4,7	0,6	71	4,7	0,7	108	4,3	0,7
		MDDeg							1	4,5		4	4,5	0,4	9	4,4	0,4
		HD							8	4,4	0,3	20	4,6	0,6	24	4,4	0,7
		DSbio											9	4,2	1,5		

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -9% ; Tableau 67) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -11% ; Tableau 67).

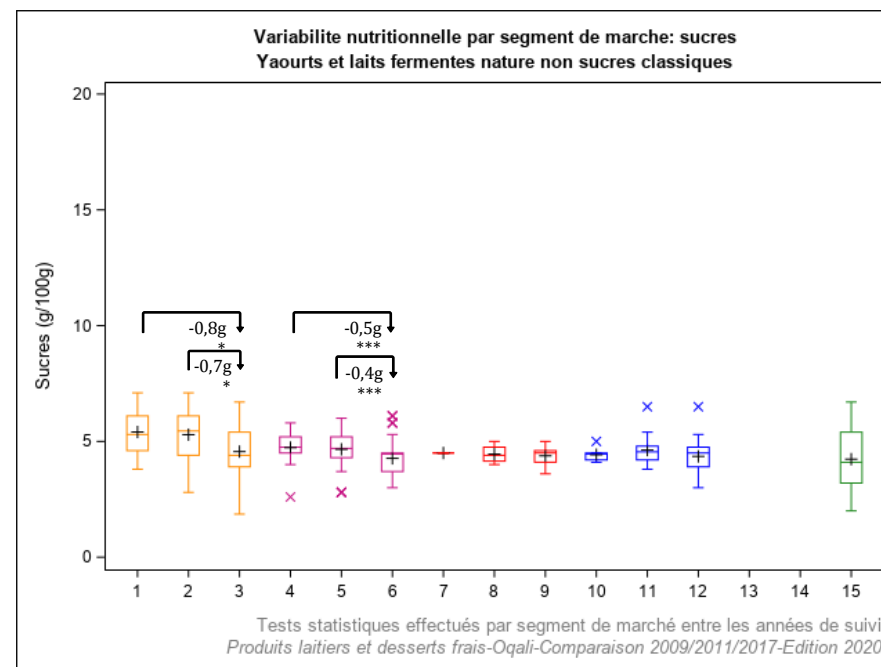
<sup>27</sup> Pour rappel les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=117)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=191)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=27)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=88)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=88)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=87)

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

Figure 82 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.



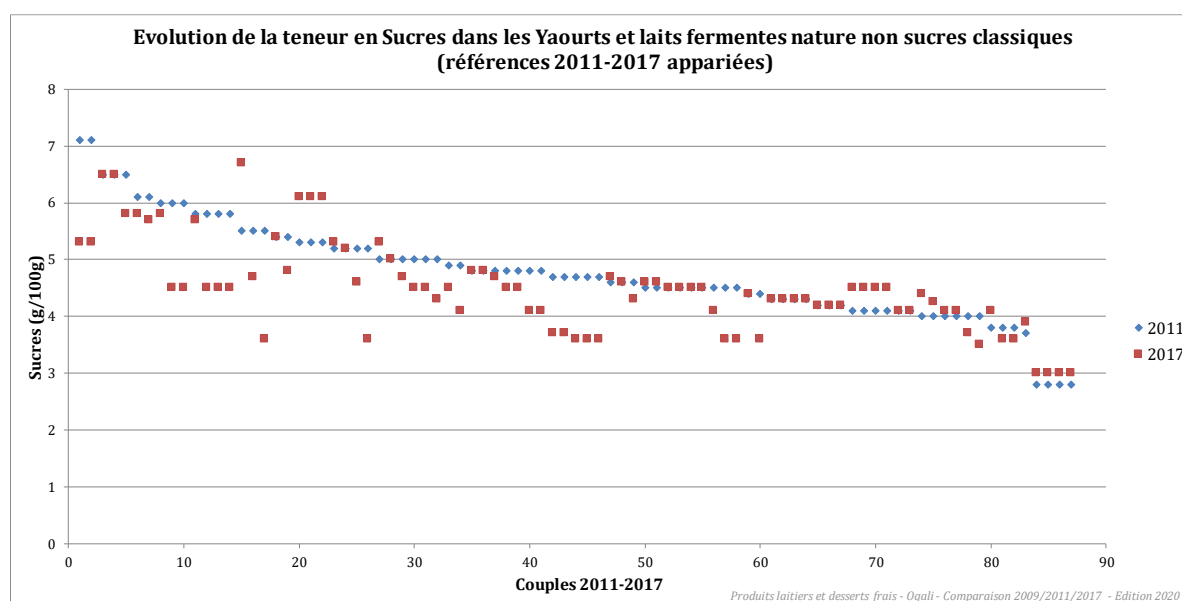
Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=18)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=22)	11	2011	Hard Discount (n=20)
3	2017	Marques nationales (n=41)	12	2017	Hard Discount (n=24)
4	2009	Marques de distributeurs (n=34)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=71)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=108)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=9)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)			

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

Figure 83 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.

**Pour les données non pondérées, la diminution significative observée à l'échelle de la famille entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) s'explique en partie :**

- par des reformulations à la baisse** (Figure 82 ; Tableau 67). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,3g/100g soit -6%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 84 ; Tableau 67) montre que des reformulations importantes à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. Certaines évolutions à la baisse peuvent éventuellement s'expliquer par la présence en 2011 de lactose dans la liste d'ingrédient, absent en 2017. Pour la plupart des évolutions cependant, l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les autres évolutions observées ;



**Figure 84 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.**

- par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs** (Figure 82 ; Tableau 67). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible (-0,5g/100g soit -11%) que l'ensemble de l'offre T1 et également significativement plus faible que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (-0,6g/100g soit -12%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que les produits « Retirés T1-T2 » (-0,5g/100g soit -10%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 83 ; Tableau 67) entre les 2 derniers suivis comme entre les 2 suivis les plus éloignés, l'augmentation significative est retrouvée au sein des marques nationales (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,7g/100g soit -14% ; T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,8g/100g soit -16%) et des marques de distributeurs (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -8% ; T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -10%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,3g/100g soit -6% ; Tableau 67) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,4g/100g soit -8% ; Tableau 67).

### 5.5.1.2. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands

Le Tableau 68 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.

**Tableau 68 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.**

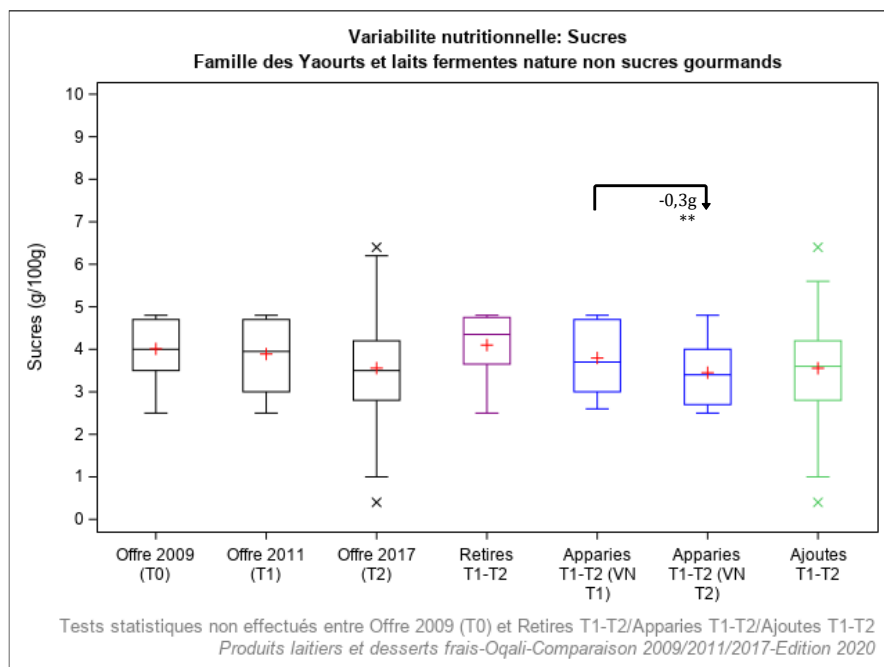
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,3	-9%	-0,5	-11%	9	4,0	0,8	26	3,9	0,8	93	3,6	1,1	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,2	-5%	-0,5**	-13%	5	4,0	0,1	26	3,7	0,2	91	3,5	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,3**	-9%						18	3,8	0,9	18	3,5	0,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,3	-9%						26	3,9	0,8	64	3,6	1,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,5	-13%						8	4,1	0,8	93	3,6	1,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,5	-13%						8	4,1	0,8	64	3,6	1,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,3	-6%	4	4,2	0,6				4	4,0	0,6	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,5	-12%	9	4,0	0,8				83	3,5	1,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,3	-7%	5	3,8	0,9				93	3,6	1,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,3	-8%	5	3,8	0,9				83	3,5	1,1	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,2	-4%	-0,5	-13%	2	4,2	0,4	6	3,8	0,9	38	3,7	1,3	
		MDD		-0,5	-13%	-0,6	-15%	6	4,1	0,9	17	3,9	0,9	40	3,4	0,8	
		MDDeg													1	3,4	
		HD		-0,1	-2%	+0,3	+8%	1	3,4		3	3,7	0,9	7	3,7	0,9	
		DSbio													7	3,5	1,3

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 68).** A noter qu'en 2011, 40% des produits n'étaient pas les teneurs en sucres. Il s'agit principalement des produits dont la teneur en sucres est parmi les plus élevée en 2017. La teneur en sucres en 2011 a ainsi été probablement sous-estimée.

**Une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,3g/100g soit -9%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 85 ; Tableau 68).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 87) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

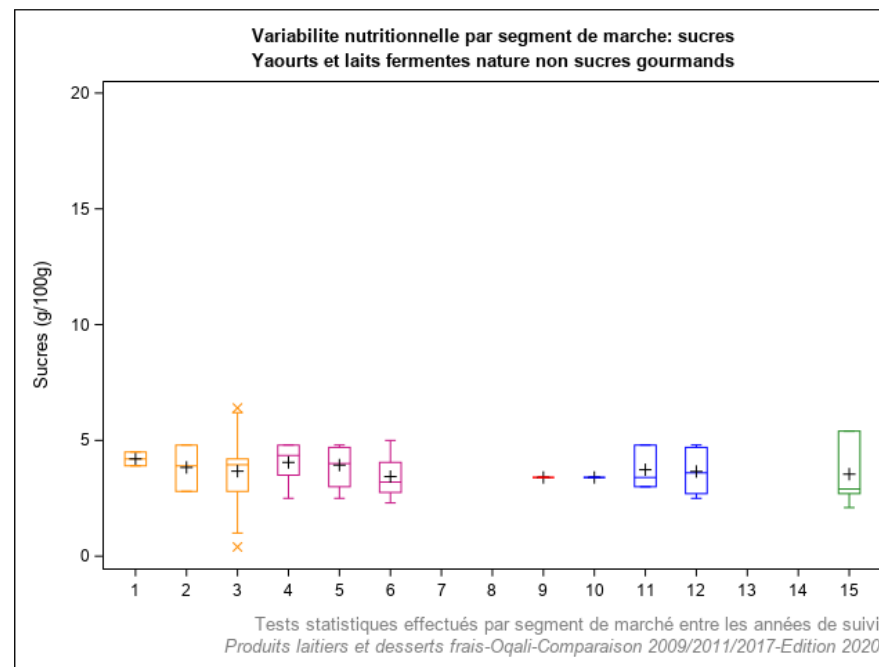




Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=9)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=26)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=93)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=8)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=64)

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

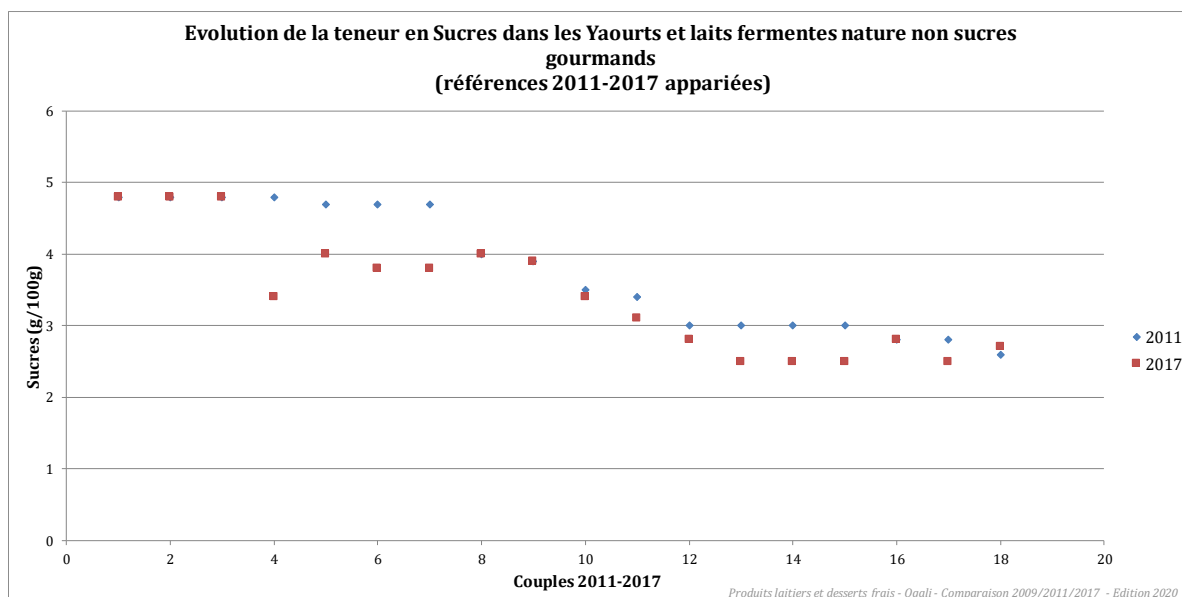
**Figure 85 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=6)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=7)
4	2009	Marques de distributeurs (n=6)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=40)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=7)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 86 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**



**Figure 87 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands étudiée.**

**Aucune évolution significative des teneurs en sucres est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 68 ; Figure 86).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -13% ; Tableau 68).

### 5.5.1.3. Yaourts et laits fermentés sucrés classiques

Le Tableau 69 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.

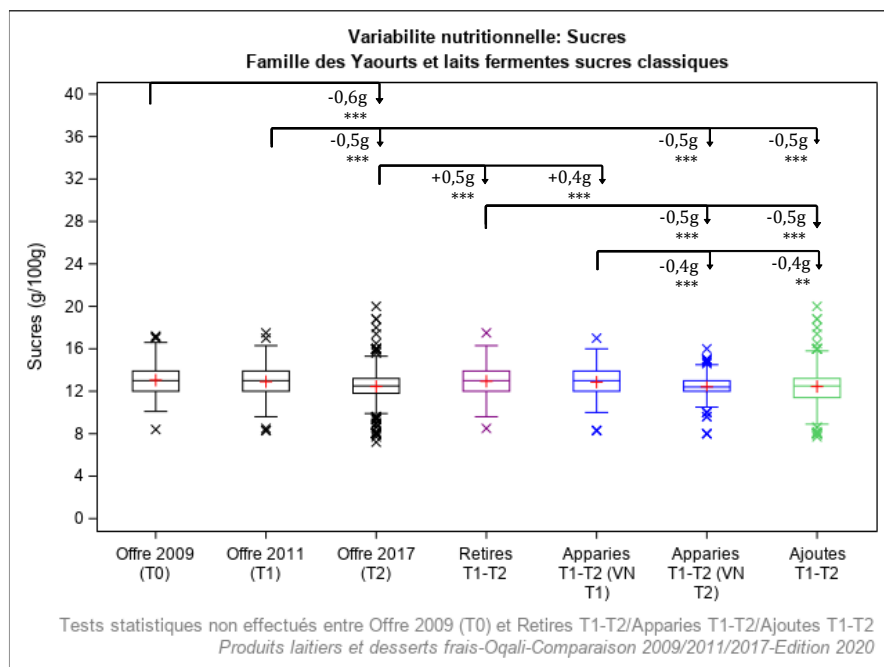
**Tableau 69 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,5***	-4%	-0,6***	-5%	239	13,0	1,4	444	12,9	1,4	741	12,4	1,5
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-1%	-0,5***	-4%	211	13,2	0,3	402	12,8	0,3	726	12,7	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,4***	-3%						239	12,9	1,3	239	12,4	1,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,5***	-4%						444	12,9	1,4	454	12,4	1,7
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,5***	-4%						203	12,9	1,4	741	12,4	1,5
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,5***	-4%						203	12,9	1,4	454	12,4	1,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,9**	-7%	110	13,1	1,4				110	12,3	1,1
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,6***	-4%	239	13,0	1,4				578	12,5	1,6
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,5***	-4%	128	13,0	1,4				741	12,4	1,5
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,5**	-4%	128	13,0	1,4				578	12,5	1,6
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,3	-2%	-0,6**	-5%	94	13,1	1,4	113	12,8	1,2	293	12,5	1,5
		MDD		-0,3*	-3%	-0,5**	-4%	122	13,0	1,4	235	12,8	1,5	326	12,5	1,5
		MDDeg		+0,1	+1%	-0,8	-6%	2	13,2	0,3	4	12,3	0,7	12	12,4	0,7
		HD		-0,8***	-6%	-0,8**	-6%	21	13,3	1,3	91	13,3	1,3	95	12,4	1,1
		DSbio		-1,7	-13%						1	13,0		15	11,3	3,0

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,5g/100g soit -4% ; Tableau 69) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,6g/100g soit -5% ; Tableau 69). **Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), cela s'explique en partie par :**

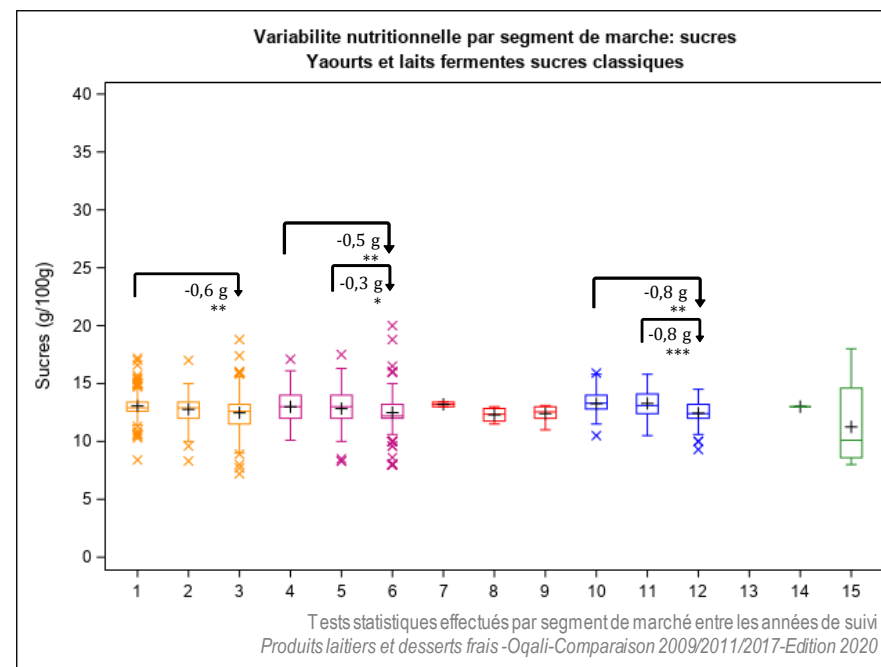
- **des reformulations à la baisse** (Figure 88 ; Tableau 69). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,4g/100g soit -3%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 90) montre que des reformulations importantes à la baisse sont observées sur les produits dont la teneur en sucres était en 2011 parmi les plus élevées. A l'inverse, des reformulations à la hausse ont été effectuées sur les produits dont la teneur en sucres était en 2011 parmi les plus faibles. L'ensemble des informations disponibles sur les emballages n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions ;



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=239)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=444)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=741)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=203)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=454)

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

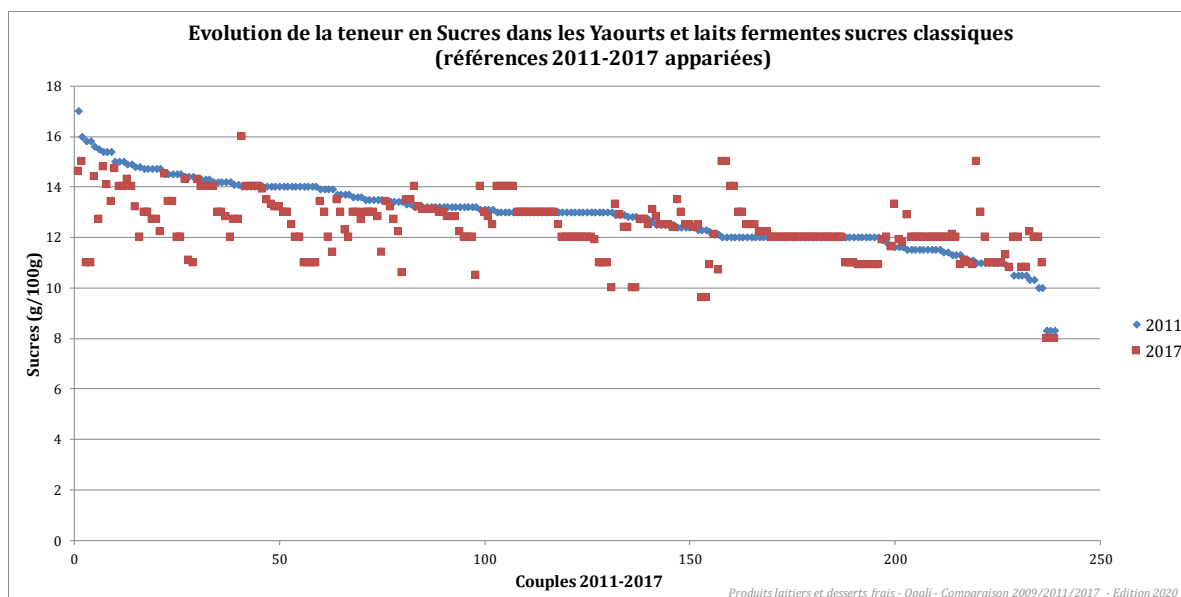
**Figure 88 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucres classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=94)	10	2009	Hard Discount (n=21)
2	2011	Marques nationales (n=113)	11	2011	Hard Discount (n=91)
3	2017	Marques nationales (n=293)	12	2017	Hard Discount (n=95)
4	2009	Marques de distributeurs (n=122)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=235)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=326)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=15)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			

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

**Figure 89 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucres classiques étudiée.**



**Figure 90 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**

- **un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs** (Figure 88 ; Tableau 69). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que l'ensemble de l'offre T1 (-0,5g/100g soit -4%) et que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (-0,5g/100g soit -4%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que les produits « Retirés T1-T2 » (-0,5g/100g soit -4%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 89 ; Tableau 69) entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2), la diminution est principalement portée par les marques de distributeurs (-0,3g/100g ; -3%) et les produits issus du hard discount (-0,8g/100g ; -6%). Ces évolutions sont également retrouvées au sein des 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) pour les marques de distributeurs (-0,5g/100g ; -4%) comme pour les produits issus du hard discount (-0,8g/100g ; -6%). Sur cette période une diminution significative est également observée pour les marques nationales (-0,6g/100g ; -5%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une évolution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -4% ; Tableau 69).

### 5.5.1.4. Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands

Le Tableau 70 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.

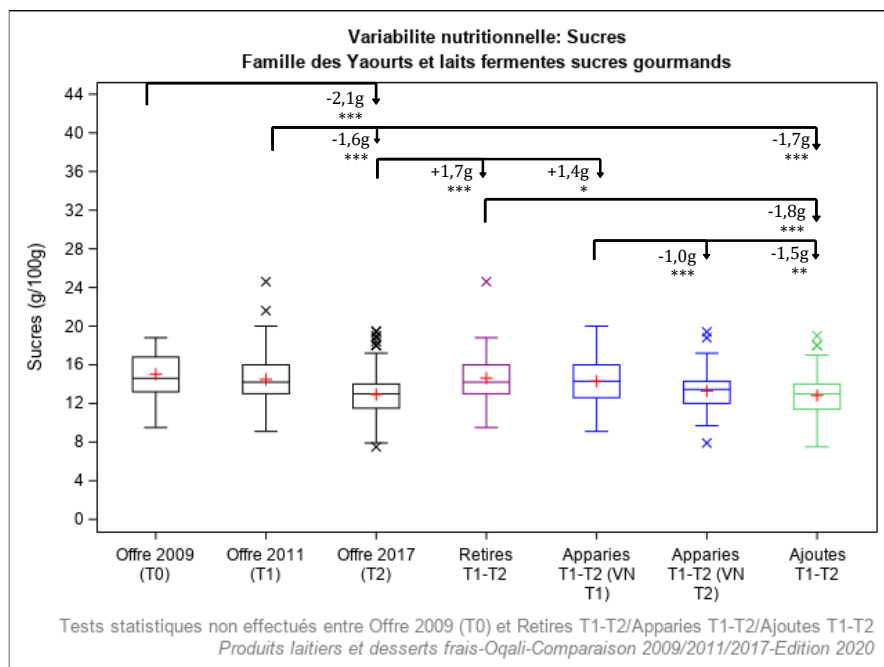
**Tableau 70 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-1,6***	-11%	-2,1***	-14%	29	15,0	2,4	87	14,5	2,8	257	12,9	2,2		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-1,4**	-10%	-2,4***	-15%	25	15,3	0,2	69	14,3	0,5	240	12,9	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-1,0***	-7%						30	14,3	2,7	30	13,3	2,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-1,7***	-12%							87	14,5	2,8	206	12,8	2,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-1,7***	-12%								53	14,6	2,6	257	12,9	2,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-1,8***	-12%								53	14,6	2,6	206	12,8	2,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-3,1	-20%	7	15,4	2,0				7	12,3	1,7		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-2,1***	-14%	29	15,0	2,4				230	13,0	2,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-2,1***	-14%	21	15,0	2,6					257	12,9	2,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-2,0***	-14%	21	15,0	2,6					230	13,0	2,3	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-2,0***	-14%	-3,4**	-21%	5	16,3	0,7	41	15,0	3,2	153	12,9	2,2		
		MDD		-0,9	-7%	-1,1	-8%	18	13,6	1,9	27	13,5	2,4	63	12,6	2,4		
		MDDeg													1	13,0		
		HD		-0,8	-5%	-4,1***	-23%	6	18,2	0,9	19	14,8	1,9	32	14,0	1,6		
		DSbio													8	11,2	1,4	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -1,6g/100g soit -11% ; Tableau 70) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -2,1g/100g soit -14% ; Tableau 70). **Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), cela s'explique en partie par :**

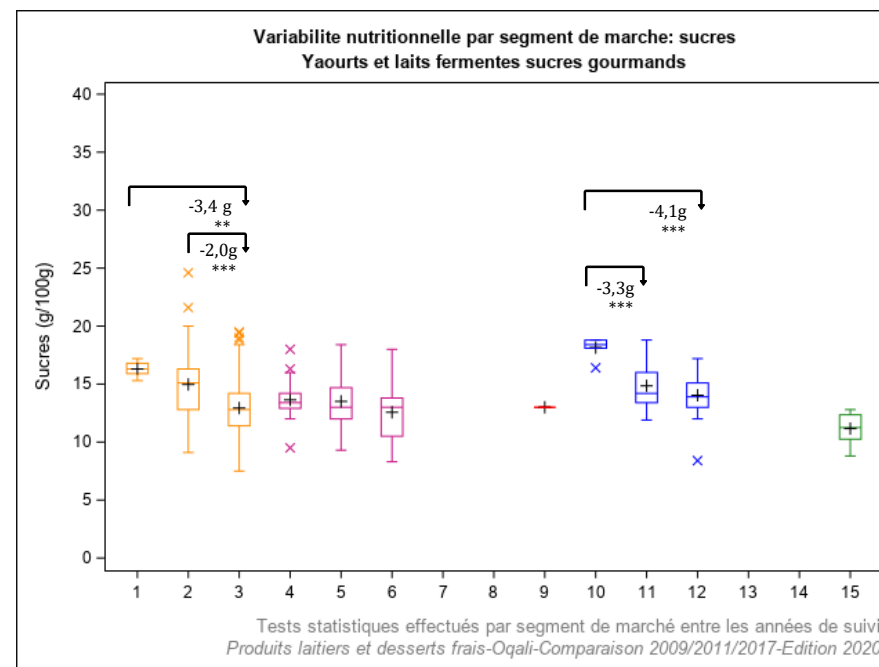
- **des reformulations à la baisse** (Figure 91 ; Tableau 70). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-1,0g/100g soit -7%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 93 ; Tableau 70) montre que des reformulations importantes à la baisse sont observées sur les produits dont la teneur en sucres était en 2011 parmi les plus élevées. L'ensemble des informations disponibles sur les emballages n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions ;



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=29)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=87)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=257)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=53)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=30)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=30)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=206)

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

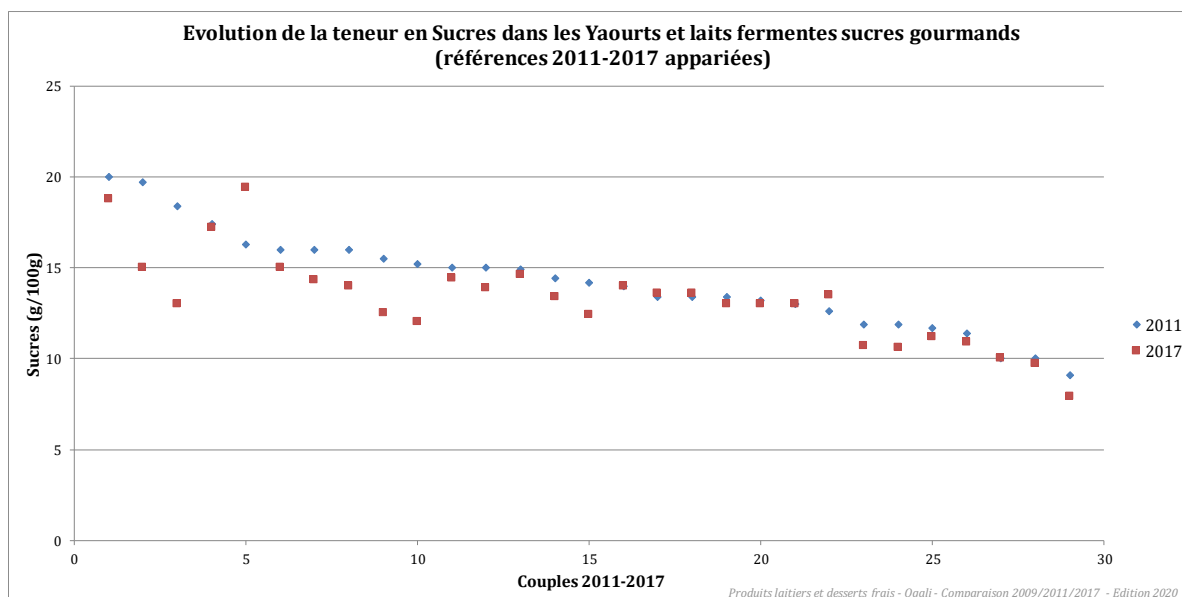
**Figure 91 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=41)	11	2011	Hard Discount (n=19)
3	2017	Marques nationales (n=153)	12	2017	Hard Discount (n=32)
4	2009	Marques de distributeurs (n=18)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=27)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=63)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=8)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 92 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



**Figure 93 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**

- un renouvellement de l'offre** (Figure 91 ; Tableau 70). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus basse (-1,7g/100g soit -12%) que l'ensemble de l'offre T1 et également significativement plus faible que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (-1,8g/100g soit -12%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus basse que les produits « Retirés T1-T2 » (-1,7g/100g soit -12%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 92 ; Tableau 70) la diminution entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2), est principalement portée par les marques nationales (-2,0g/100g ; -14%). Cette évolution est également retrouvée au sein des 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) pour les marques nationales (-3,4g/100g ; -21%) mais également pour les produits issus du Hard discount (-4,1g/100g ; -23%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -1,4g/100g soit -10% ; Tableau 70) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -2,4g/100g soit -15% ; Tableau 70).



### 5.5.1.5. Yaourts et laits fermentés édulcorés

Le Tableau 71 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés.

**Tableau 71 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.**

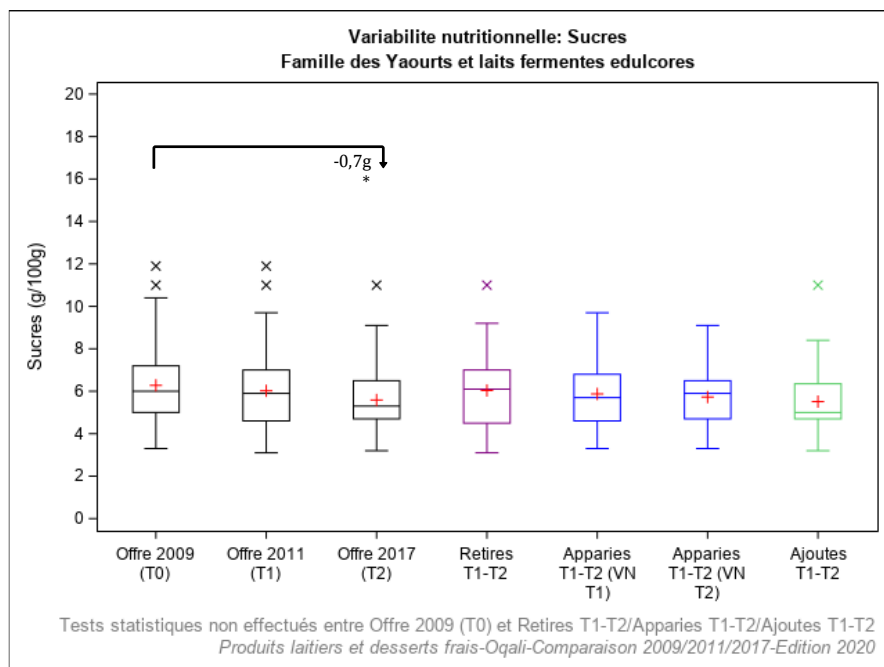
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				77	6,3	1,7	106	6,0	1,7	87	5,6	1,3	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				64	6,3	0,4	98	5,9	0,4	85	5,6	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							47	5,9	1,5	47	5,7	1,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							106	6,0	1,7	36	5,5	1,5	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							58	6,0	1,7	87	5,6	1,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							58	6,0	1,7	36	5,5	1,5	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				24	6,3	1,6				24	5,8	1,4	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				77	6,3	1,7				55	5,5	1,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				53	6,3	1,8				87	5,6	1,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				53	6,3	1,8				55	5,5	1,3	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	-0,5	-8%	-0,6	-9%	44	6,4	1,7	67	6,3	1,8	51	5,8	1,5
		MDD	-0,5	-10%	-1,0*	-17%	33	6,1	1,8	30	5,6	1,4	26	5,1	1,0
		MDDeg	-0,05	-1%						2	5,1	0,1	2	5,1	0,2
		HD	+0,6	+11%						7	5,4	1,1	8	6,0	0,7
		DSbio													

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,7g/100g soit -11% ; Figure 95 ; Tableau 71).

**Au niveau des segments de marché**, la diminution significative observée entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) est principalement portée par les marques de distributeurs (-1,0g/100g ; -17%).

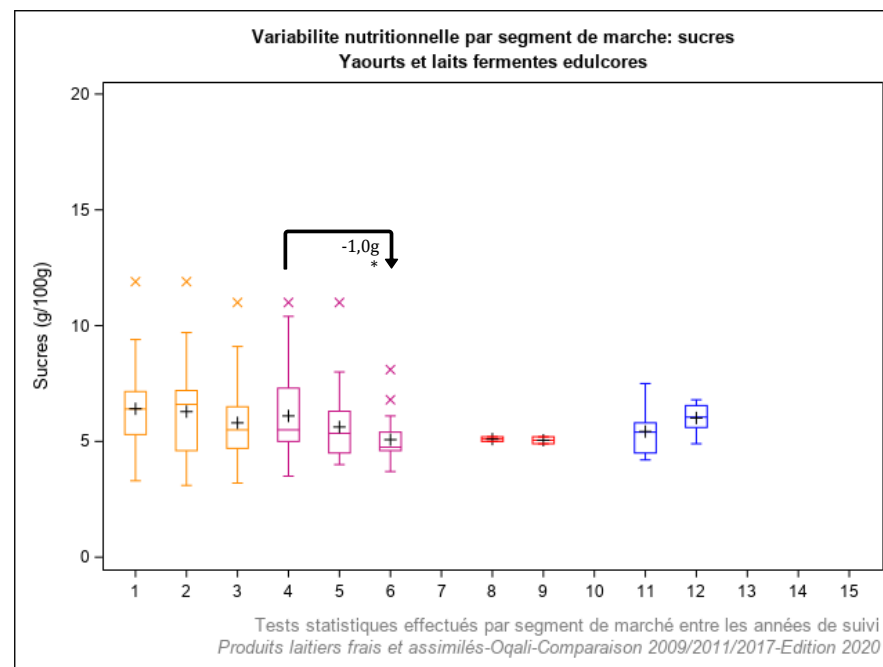
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,8g/100g soit -12% ; Tableau 71).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=77)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=106)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=87)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=58)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=36)

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

**Figure 94 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=44)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=67)	11	2011	Hard Discount (n=7)
3	2017	Marques nationales (n=51)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=33)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=30)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=26)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

**Figure 95 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits édulcorés étudiée.**

## 5.5.2 Catégorie des Fromages frais

### 5.5.2.1. Fromages frais nature non sucrés classiques

Le Tableau 72 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques.

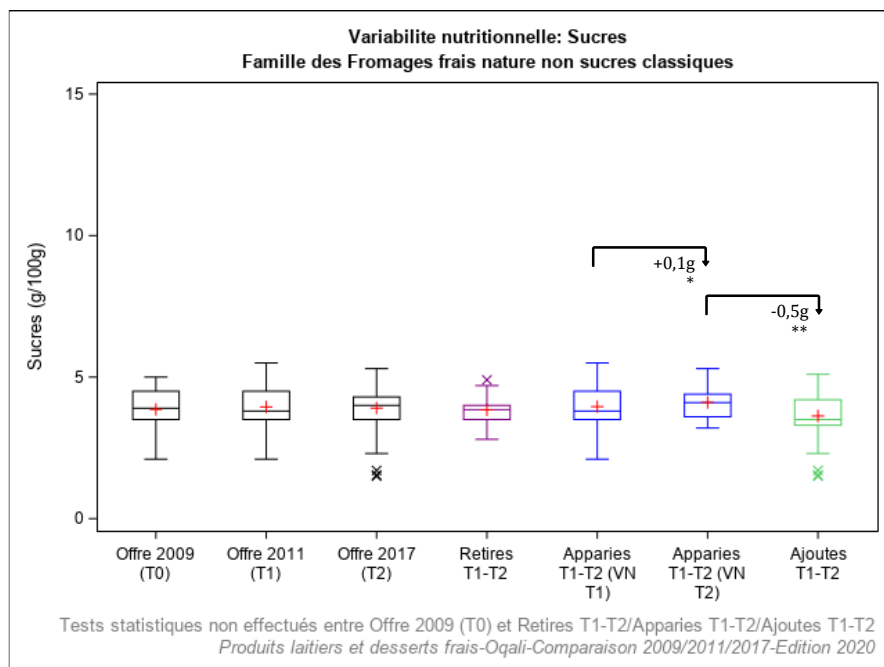
**Tableau 72 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,04	-1%	+0,05	+1%	31	3,9	0,6	91	3,9	0,7	145	3,9	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,1	+1%	+0,3	+7%	28	3,9	0,2	84	4,2	0,2	143	4,2	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,1*	+4%						70	4,0	0,7	70	4,1	0,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,3	-8%						91	3,9	0,7	57	3,6	0,8
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+2%						18	3,8	0,5	145	3,9	0,7
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,2	-6%						18	3,8	0,5	57	3,6	0,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2	+6%	24	3,8	0,7				24	4,1	0,4
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-2%	31	3,9	0,6				97	3,8	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,01	-0,2%	7	3,9	0,4				145	3,9	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1	-4%	7	3,9	0,4				97	3,8	0,7
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,5	-11%	-0,3	-8%	3	4,4	0,3	12	4,5	0,8	24	4,1	0,9
		MDD		-0,02	-1%	+0,02	+1%	24	3,8	0,7	54	3,8	0,6	77	3,8	0,5
		MDDeg		+0,6	+15%	+0,9	+25%	1	3,5		9	3,8	0,3	17	4,4	0,7
		HD		+0,01	+0,2%	+0,005	+0,1%	3	4,0	0,6	15	4,0	0,6	21	4,0	0,6
		DSbio		-0,6	-18%						1	3,4		6	2,8	0,9

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en sucres n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché.**

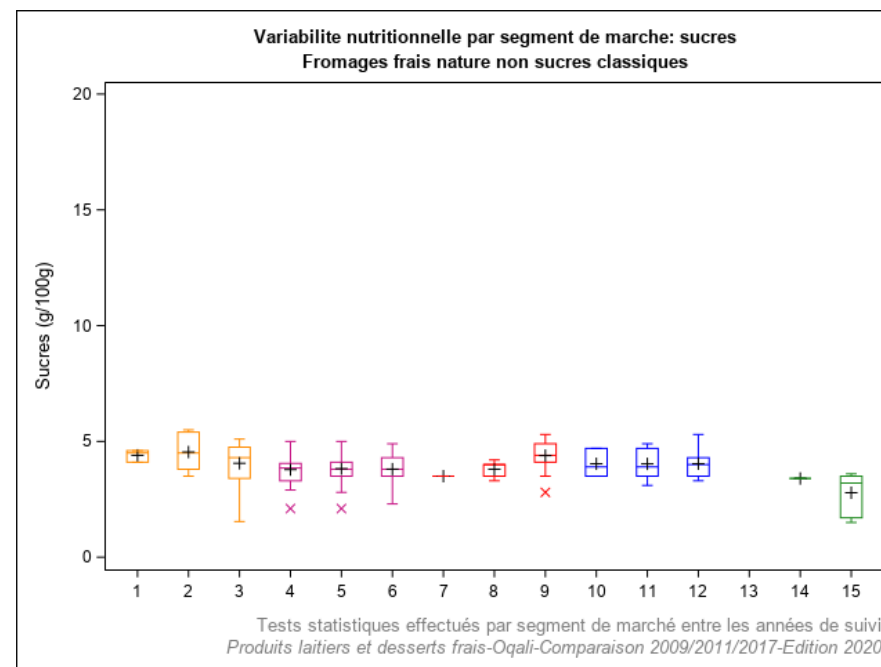
Une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des **reformulations à la hausse** (+0,1g/100g soit +4%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 96 ; Tableau 72). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 98) montre que ces reformulations sont observées sur des produits dont la teneur en sucres était parmi les plus faibles en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=31)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=91)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=145)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=70)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=70)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=57)

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

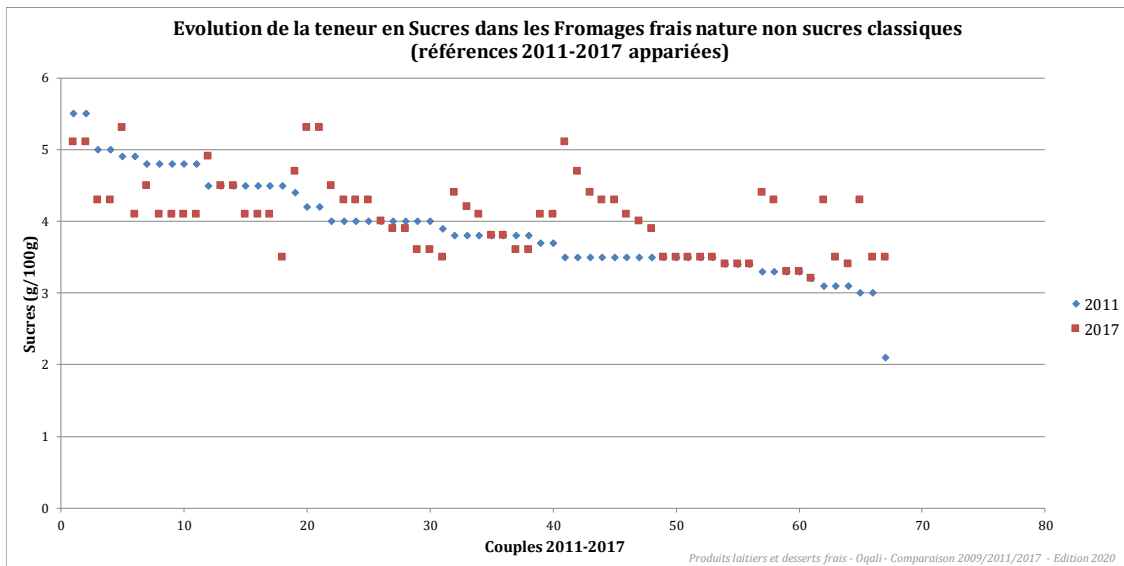
**Figure 96 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=3)
2	2011	Marques nationales (n=12)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=21)
4	2009	Marques de distributeurs (n=24)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=54)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=77)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=17)			

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

**Figure 97 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



**Figure 98 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**

## 5.5.2.2. Fromages frais nature non sucrés gourmands

Le Tableau 73 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 73 ; Annexe 6).

**Tableau 73 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,02	-1%	-0,1	-3%	26	3,6	0,6	57	3,5	0,5	109	3,5	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,04	+1%	-0,3	-9%	24	3,9	0,2	54	3,5	0,1	106	3,6	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							44	3,5	0,6	44	3,5	0,4
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							57	3,5	0,5	41	3,5	0,8
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							13	3,5	0,4	109	3,5	0,7
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							13	3,5	0,4	41	3,5	0,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2										19	3,6	0,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2										77	3,4	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2										109	3,5	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2										77	3,4	0,7
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-0,2	-4%	-0,5	-12%	3	3,9	1,0	4	3,6	0,1	26	3,4	1,0
	MDD	+0,03	+1%	+0,002	+0,05%	21	3,5	0,5	44	3,4	0,6	63	3,5	0,4
	MDDeg	-0,3	-9%						1	3,5		2	3,2	0,3
	HD	+0,03	+1%	-0,3	-8%	2	4,0	0,7	8	3,6	0,5	15	3,7	0,6
	DSbio											3	2,6	1,1

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.5.2.3. Fromages frais sucrés classiques

Le Tableau 74 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.

**Tableau 74 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés classiques		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
		g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,5*	-4%	-0,9***	-7%	45	13,0	1,5	99	12,5	1,4	110	12,0	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,4**	-3%	-0,2	-1%	42	12,1	0,2	86	12,3	0,2	110	11,9	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2	-2%						52	12,3	1,1	52	12,0	0,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,5	-4%						99	12,5	1,4	49	12,0	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,7**	-6%						47	12,8	1,7	110	12,0	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,7	-6%						47	12,8	1,7	49	12,0	1,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,6	-5%	21	12,9	1,0				21	12,2	0,7
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				1,0***	-8%	45	13,0	1,5				80	12,0	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				1,0**	-8%	24	13,1	1,8				110	12,0	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-1,1**	-9%	24	13,1	1,8				80	12,0	1,0
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	-1,2***	-9%	-1,9***	-14%	7	13,5	1,3	14	12,7	0,9	13	11,5	0,5	
		MDD	-0,3	-2%	-0,7*	-5%	33	12,7	1,5	62	12,3	1,4	73	12,0	0,9	
		MDDeg	+0,7	+6%						3	11,3	1,5	6	12,1	1,1	
		HD	-1,1*	-8%	-1,7*	-12%	5	14,1	1,0	19	13,5	1,1	17	12,4	1,3	
		DSbio	+6,4	+82%						1	7,8		1	14,2		

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

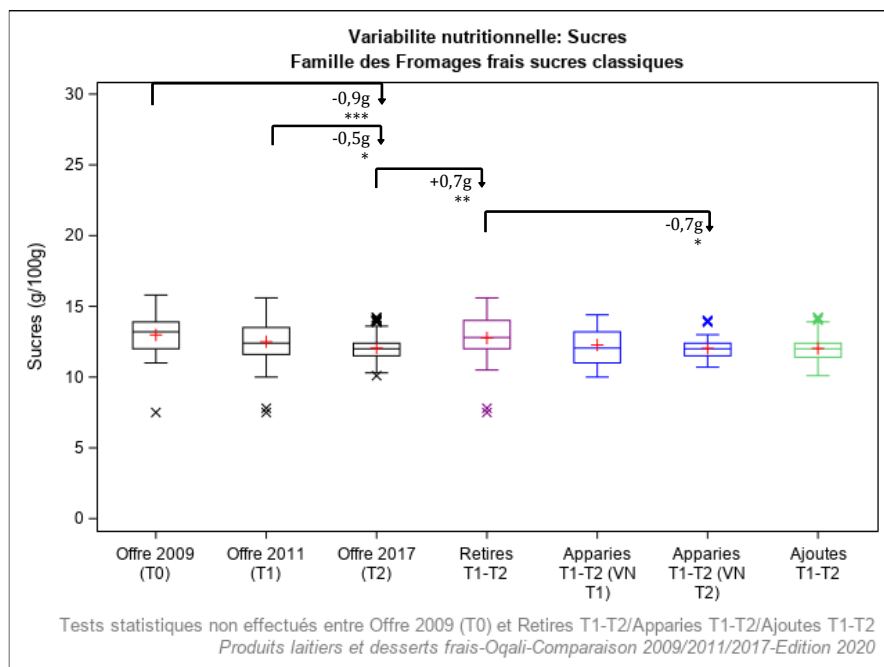
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,5g/100g soit -4% ; Tableau 74) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,9g/100g soit -7% ; Tableau 74).

Cette évolution s'explique par **un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs** (Figure 99 ; Tableau 74). Les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus basse que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (-0,7g/100g soit -6%).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 100 ; Tableau 74), entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) cette évolution est principalement portée par les marques nationales (-1,2g/100g ; -9%) et les produits issus du hard discount (-1,1g/100g ; -8%). Elle est également retrouvée au sein des 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) pour les marques nationales (-1,9g/100g ; -14%), les produits issus du hard discount (-1,7g/100g ; -12%) et les marques de distributeurs (-0,7g/100g ; -5%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché,** une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 derniers suivis (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,4g/100g soit -3% ; Tableau 74).

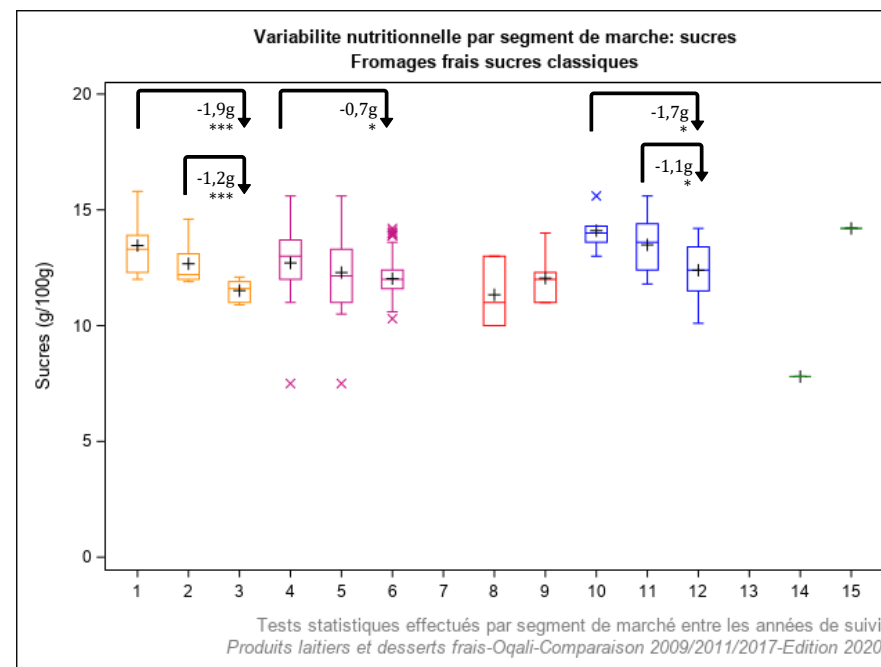




Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=99)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=110)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=47)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

**Figure 99 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=5)
2	2011	Marques nationales (n=14)	11	2011	Hard Discount (n=19)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=17)
4	2009	Marques de distributeurs (n=33)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=62)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=73)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			

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

**Figure 100 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

## 5.5.2.4. Fromages frais sucrés gourmands

Le Tableau 75 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.

**Tableau 75 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.**

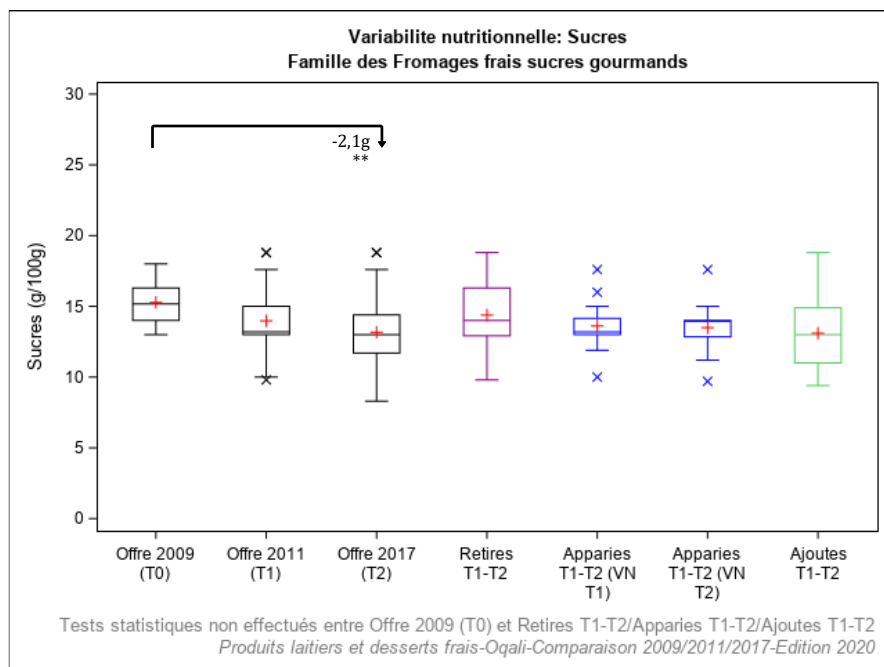
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,8	-6%	-2,1**	-14%	14	15,3	1,5	35	14,0	2,1	75	13,2	2,2	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,7	-5%	-2,6***	-16%	10	15,9	0,2	29	14,0	0,2	72	13,3	0,2	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-1%						16	13,6	1,7	16	13,5	1,7	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,9	-6%						35	14,0	2,1	53	13,1	2,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-1,2	-8%						18	14,4	2,4	75	13,2	2,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-1,3	-9%						18	14,4	2,4	53	13,1	2,3	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-1%	6	14,6	1,7				6	14,5	1,6	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-2,3*	-15%	14	15,3	1,5				65	13,0	2,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-2,6*	-16%	8	15,8	1,2				75	13,2	2,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-2,8*	-18%	8	15,8	1,2				65	13,0	2,3	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-3,9***	-24%	-4,1***	-25%	5	16,3	0,9	5	16,1	1,2	28	12,2	2,1	
		MDD		+0,02	+0,2%	-1,5*	-10%	9	14,7	1,5	22	13,2	1,6	33	13,2	1,8	
		MDDeg										2	12,8	0,2			
		HD				-0,5	-3%					6	15,4	2,7	14	14,9	2,2
		DSbio															

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -2,1g/100g soit -14% ; Tableau 75).

**Au niveau des segments de marché** cette évolution entre les 2 suivis les plus éloignés, est principalement portée par les marques nationales (-4,1g/100g ; -25%) mais également par les marques de distributeurs (-1,5g/100g ; -10%). Entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) une diminution significative est également observée au sein des marques nationales (-3,9g/100g ; -24%) (Figure 102 ; Tableau 75).

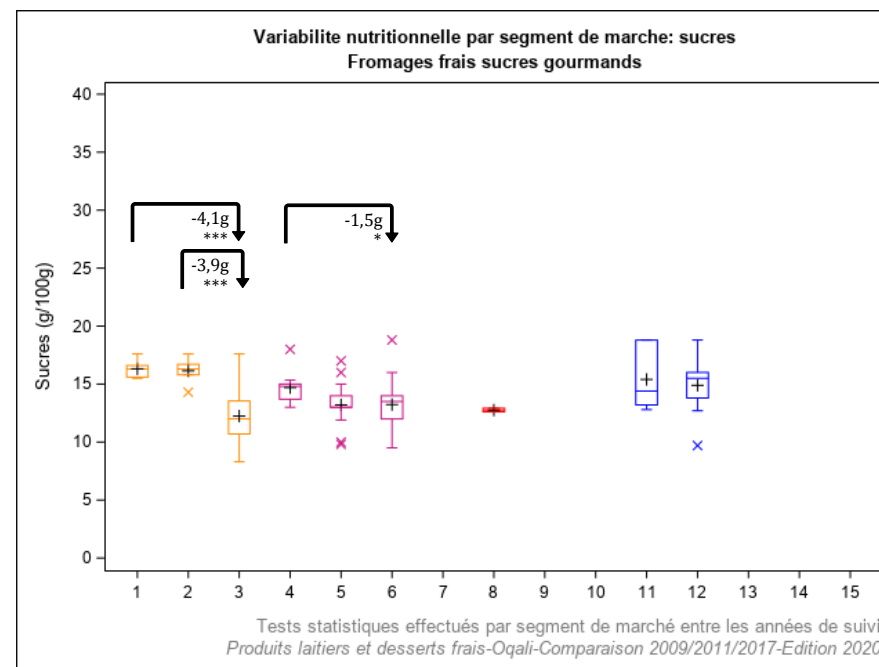
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une évolution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -2,6g/100g soit -16% ; Tableau 75).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=14)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=35)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=75)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=53)

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

**Figure 101 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=28)	12	2017	Hard Discount (n=14)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=22)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=33)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 102 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**

## 5.5.2.5. Fromages frais édulcorés

Le Tableau 76 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais édulcorés.

**Tableau 76 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Fromages frais edulcores		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-1,2	-19%	-3,9	-43%	1	8,9		10	6,2	1,5	11	5,0	1,2	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-2%	-3,2 ***	-36%	1	8,9		7	5,8	0,2	11	5,7	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,3	-5%						5	6,1	0,6	5	5,8	0,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-1,9	-30%						10	6,2	1,5	6	4,4	1,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,8	-13%						4	5,8	2,0	11	5,0	1,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-1,4	-25%						4	5,8	2,0	6	4,4	1,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-3,9	-43%	1	8,9					11	5,0	1,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2												11	5,0	1,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2												11	5,0	1,2	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,5	+9%						7	5,4	0,6	6	5,9	0,5	
		MDD		-5,0	-58%	-5,3	-60%	1	8,9		2	8,6	0,3	3	3,6	0,3	
		MDDeg															
		HD		-2,6	-36%							1	7,1		2	4,6	0,9
		DSbio															

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 76).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -3,2g/100g soit -36% ; Tableau 76), à nuancer par le très faible effectif de produits associés à une part de marché en 2009 (n=1).**

## 5.5.3 Catégorie des Desserts frais

### 5.5.3.1. Crèmes dessert et laits gélifiés

Le Tableau 77 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 77 ; Annexe 6)

**Tableau 77 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	-0,3	-2%	61	16,9	2,5	163	16,4	2,2	326	16,6	2,5			
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4	-2%	+0,2	+1%	58	16,5	0,4	149	17,0	0,4	324	16,7	0,4			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										111	16,4	2,2	111	16,2	2,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										163	16,4	2,2	158	17,0	2,8
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										52	16,5	2,3	326	16,6	2,5
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										52	16,5	2,3	158	17,0	2,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													37	16,2	1,8
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													226	16,9	2,6
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													326	16,6	2,5
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													226	16,9	2,6
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-0,3	-2%	-0,2	-1%	4	17,3	2,6	37	17,4	2,2	79	17,1	3,0			
	MDD	+0,4	+3%	-0,4	-2%	46	17,0	2,6	80	16,1	2,1	168	16,6	2,4			
	MDDeg	+0,3	+2%	+0,004	+0,03%	3	15,2	0,9	14	14,9	1,9	25	15,2	1,1			
	HD	-0,4	-2%	-0,5	-3%	8	16,9	2,6	32	16,7	2,3	51	16,3	2,0			
	DSbio											3	18,0	0,7			

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

N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; HD=hard discount; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.5.3.2. Liégeois et assimilés

Le Tableau 78 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.

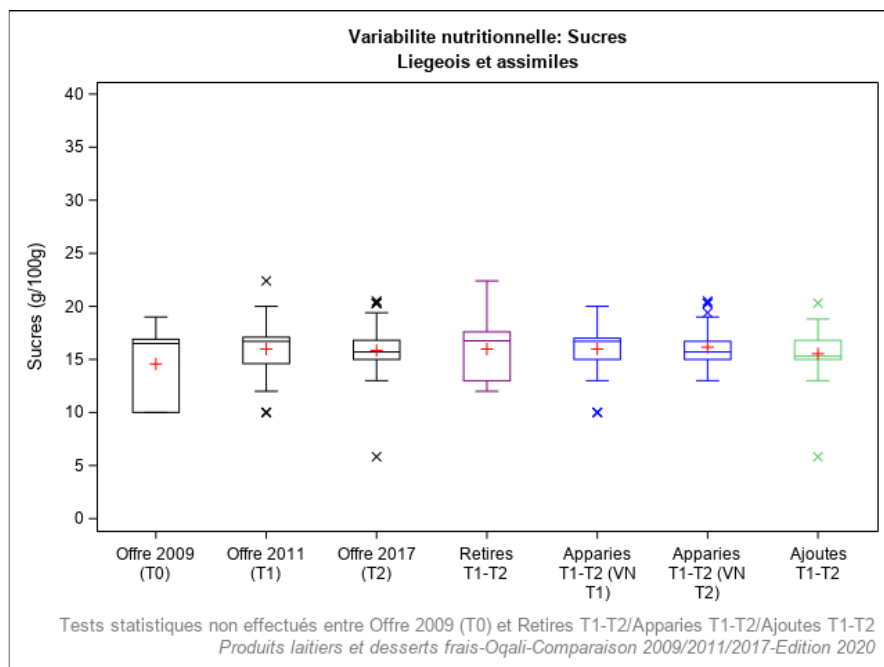
**Tableau 78 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Liégeois et assimilés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				19	14,6	3,2	57	16,0	2,6	99	15,9	2,0	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				15	14,7	0,6	50	15,6	0,4	98	16,1	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							45	16,0	2,5	45	16,2	1,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							57	16,0	2,6	45	15,5	2,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							12	16,0	3,0	99	15,9	2,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							12	16,0	3,0	45	15,5	2,1	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				16	13,9	3,0				16	16,0	1,4	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				19	14,6	3,2				64	15,8	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				3	17,9	1,1				99	15,9	2,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				3	17,9	1,1				64	15,8	2,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	-3,4	-18%	-1,3	-8%	1	16,9		3	18,9	3,0	30	15,6	2,3
		MDD	+0,2	+1%	+1,5*	+11%	17	14,3	3,2	42	15,6	2,4	50	15,8	1,7
		MDDeg	-2,0	-12%						1	17,0		1	15,0	
		HD	-0,1	-0,3%	-0,4	-2%	1	16,8		11	16,5	2,8	18	16,4	2,2
		DSbio													

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en sucres n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché (Tableau 78).**

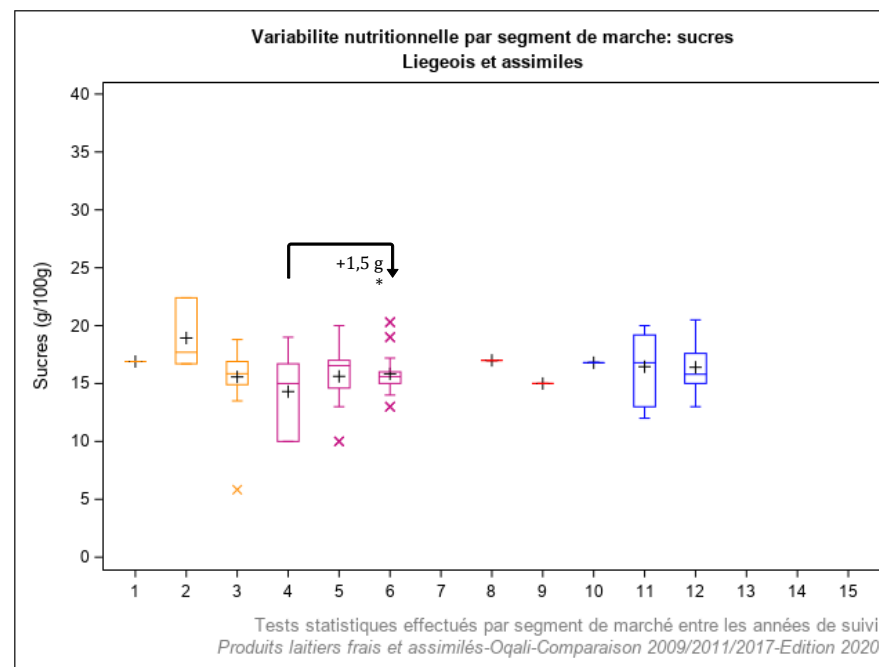
**Au niveau des segments de marché (Figure 104 ; Tableau 78) et pour les données non pondérées, est observé une augmentation de la teneur en sucres entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,5g/100g ; +11%) au sein des marques de distributeurs.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=19)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=57)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=12)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

**Figure 103 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=30)	12	2017	Hard Discount (n=18)
4	2009	Marques de distributeurs (n=17)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=42)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=50)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 104 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**

### 5.5.3.3. Laits emprésurés

Le Tableau 79 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés.

**Tableau 79 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laits emprésurés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Laits emprésurés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-1,7	-10%	-4,4	-23%	1	19,2		1	16,5		13	14,8	3,6	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,1	+7%	-1,6*	-8%	1	19,2		1	16,5		12	17,6	0,2	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2													
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-2,2	-13%						1	16,5		8	14,3	4,2
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-1,7	-10%						1	16,5		13	14,8	3,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-2,2	-13%						1	16,5		8	14,3	4,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-4,4	-23%	1	19,2					13	14,8	3,6
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-4,4	-23%	1	19,2					13	14,8	3,6
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-4,4	-23%	1	19,2					13	14,8	3,6
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-1,7	-10%						1	16,5		13	14,8	3,6	
	MDD					1	19,2								
	MDDeg														
	HD														
	DSbio														

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 79).** A noter qu'en 2011, 89% des produits n'étaient pas les teneurs en sucres. Ce biais d'étiquetage complexifie l'étude des évolutions pour cette famille.

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -1,6g/100g soit -8% ; Tableau 79), à nuancer par le très faible effectif de produits associés à une part de marché en 2009 et 2011 (n=1).**



### 5.5.3.4. Desserts frais à base de céréales

Le Tableau 80 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales.

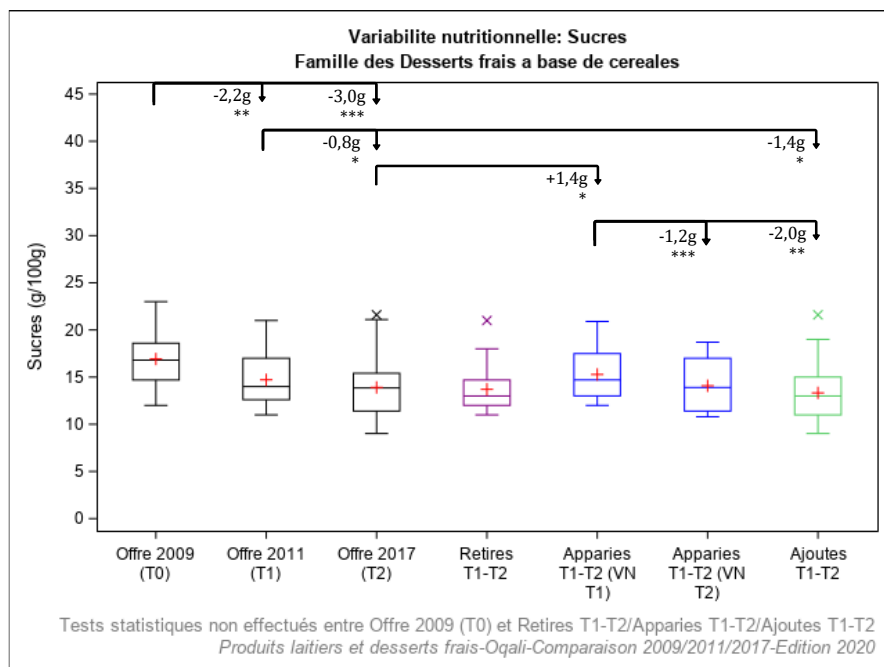
**Tableau 80 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais à base de cereales		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				16	16,9	2,8	67	14,7	2,6	128	13,9	2,6	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				16	17,4	0,4	62	15,0	0,3	126	14,7	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							43	15,3	2,6	43	14,1	2,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							67	14,7	2,6	59	13,3	2,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							24	13,7	2,5	128	13,9	2,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							24	13,7	2,5	59	13,3	2,6	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				13	17,4	2,9				13	14,6	2,6	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				16	16,9	2,8				84	13,4	2,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				3	14,7	0,0				128	13,9	2,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				3	14,7	0,0				84	13,4	2,6	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+0,1	+1%					3	13,0	1,7	42	13,2	2,6	
		MDD	-0,6	-4%	-2,8**	-16%	14	17,4	2,6	47	15,2	2,7	61	14,6	2,7
		MDDeg	-1,6	-12%	-1,0	-8%	1	12,0		5	12,6	0,5	2	11,0	0,0
		HD	-0,4	-3%	-0,9	-6%	1	14,7		11	14,2	2,2	22	13,8	2,0
		DSbio	-0,5	-4%						1	11,5		1	11,0	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,8g/100g soit -5% ; Tableau 80) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -3,0g/100g soit -18% ; Tableau 80). Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), cela s'explique en partie par :**

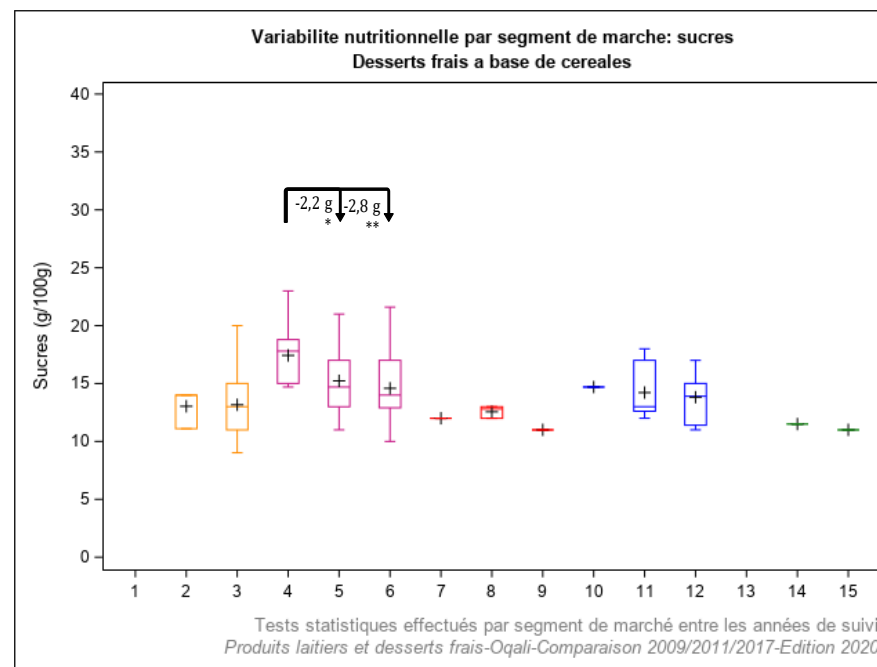
- **des reformulations à la baisse** (Figure 105 ; Tableau 80). En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-1,2g/100g soit -8%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 107 ; Tableau 80) montre que des reformulations importantes à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions ;



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=67)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=128)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=24)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

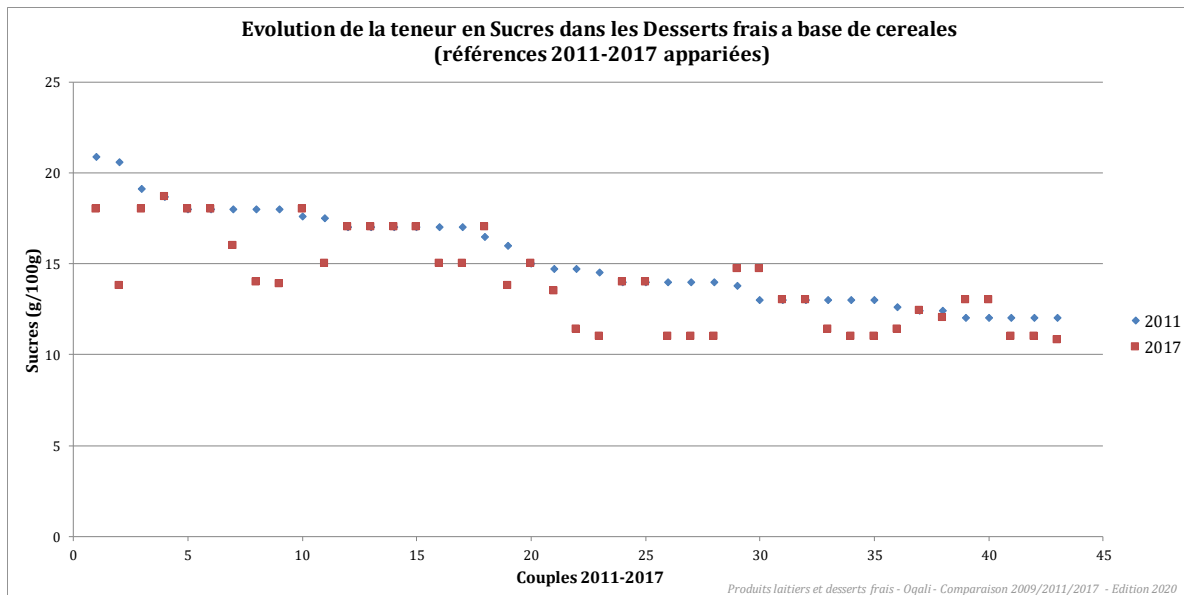
Figure 105 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=42)	12	2017	Hard Discount (n=22)
4	2009	Marques de distributeurs (n=14)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=47)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=61)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

Figure 106 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais à base de céréales étudiée.



**Figure 107 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais à base de céréales étudiée.**

- **un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs** (Figure 105 ; Tableau 80). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible (-1,4g/100g soit -9%) que l'ensemble de l'offre T1.

**Au niveau des segments de marché** (Figure 106 ; Tableau 80), entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2), une diminution significative est observée au sein des marques de distributeurs (-2,8g/100g ; -16%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -2,8g/100g soit -16% ; Tableau 80).

### 5.5.3.5. Desserts frais de type mousse

Le Tableau 81 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.

**Tableau 81 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse.**

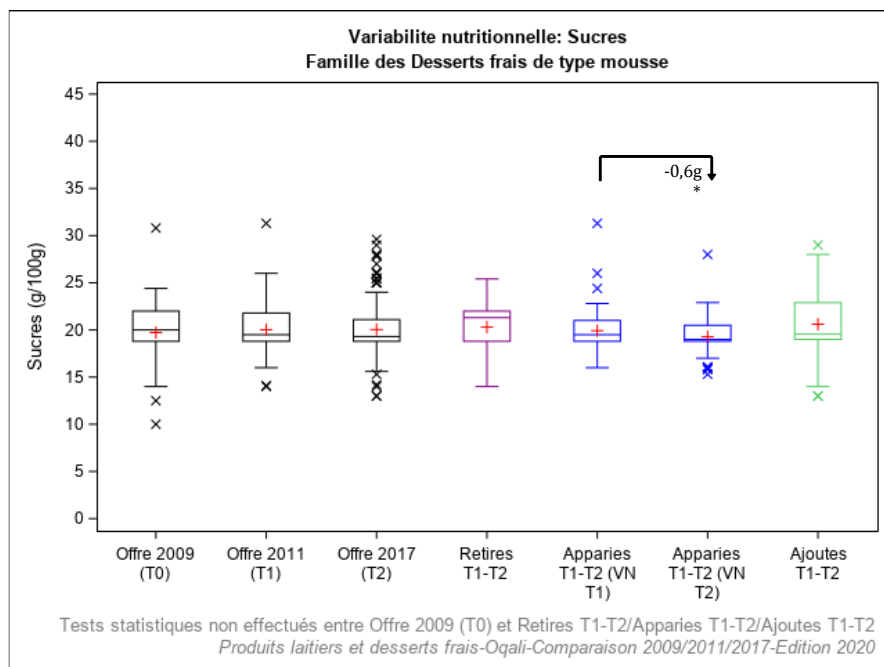
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais de type mousse		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)							
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET					
		g/100g	%	g/100g	%														
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				27	19,7	4,0	66	20,0	2,7	147	20,0	3,1					
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				22	19,9	0,4	59	20,0	0,2	145	20,4	0,4					
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										47	19,9	2,6	47	19,3	2,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										66	20,0	2,7	78	20,6	3,4		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										19	20,3	3,0	147	20,0	3,1		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										19	20,3	3,0	78	20,6	3,4		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													17	19,9	2,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													100	20,2	3,3		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													147	20,0	3,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													100	20,2	3,3		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN										3	20,7	1,3	38	20,1	3,4		
		MDD												46	20,0	2,9	81	20,1	3,0
		MDDeg										2	19,5	3,5	4	19,9	2,2		
		HD												15	20,1	2,3	23	19,6	2,9
		DSbio														1	27,0		

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en sucres n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché (Tableau 81).**

**Des reformulations à la baisse sont observées entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 108 ; Tableau 81).** En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (-0,6g/100g soit -3%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 110) montre que des reformulations importantes à la baisse sont réparties sur l'ensemble des produits. Pour le premier couple sur ce graphique, le sirop de glucose a disparu de la liste d'ingrédient en 2007, ce qui peut expliquer la diminution importante de la teneur en sucres. Pour les autres produits, l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

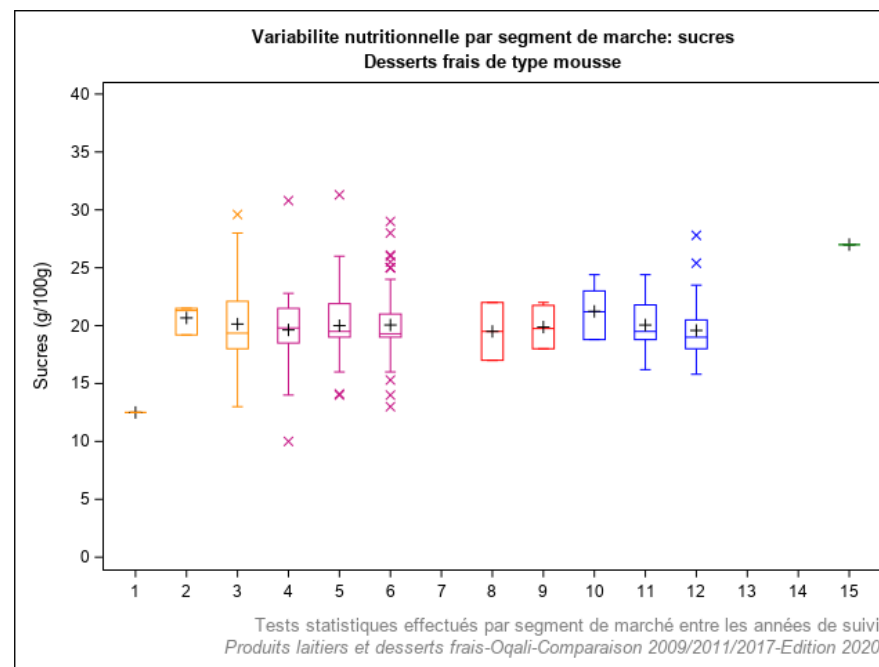
**Aucune évolution significative des teneurs en sucres est observée au niveau des segments de marché (Figure 109 ; Tableau 81).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=27)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=66)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=147)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=19)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=78)

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

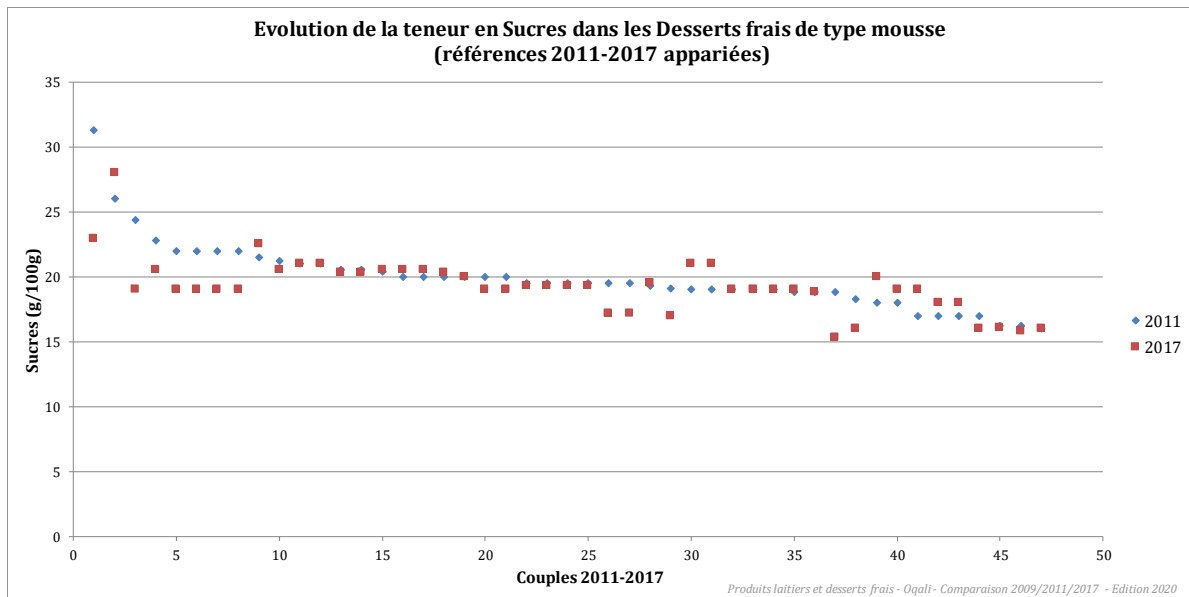
**Figure 108 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=23)
4	2009	Marques de distributeurs (n=20)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=46)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=81)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			

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

**Figure 109 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**



**Figure 110 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais de type mousse étudiée.**

### 5.5.3.6. Desserts frais aux œufs

Le Tableau 82 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 82 ; Annexe 6).

**Tableau 82 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais aux œufs			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+0,5%	+0,3	+2%	53	17,2	2,5	94	17,5	2,7	209	17,5	3,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,2	-1%	+0,05	+0,3%	38	17,8	0,3	90	18,1	0,3	206	17,8	0,3
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,3	+2%						61	17,2	2,0	61	17,5	2,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+1%						94	17,5	2,7	105	17,6	3,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,4	-2%						33	17,9	3,7	209	17,5	3,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,3	-2%						33	17,9	3,7	105	17,6	3,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-1%	32	17,1	2,5				32	17,0	2,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,4	+2%	53	17,2	2,5				129	17,7	3,3
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+1%	21	17,4	2,5				209	17,5	3,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+1%	21	17,4	2,5				129	17,7	3,3
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-3,6	-17%	+1,3	+8%	4	16,4	2,7	5	21,3	7,4	54	17,7	3,3
		MDD		+0,4	+2%	+0,2	+1%	49	17,3	2,5	72	17,1	2,1	116	17,5	2,9
		MDDeg		-0,7	-4%						2	19,4	0,9	3	18,6	3,6
		HD		-0,03	-0,2%						15	17,6	2,1	33	17,6	2,6
		DSbio												3	15,5	3,0

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

### 5.5.3.7. Desserts frais allégés et/ou édulcorés

Le Tableau 83 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.

**Tableau 83 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,9	+8%	+1,6	+16%	28	10,2	1,9	34	10,9	2,9	30	11,8	3,3	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+1,4	+14%	+1,9*	+20%	18	9,7	0,3	31	10,2	0,3	30	11,6	0,6	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,6	-5%						18	11,3	2,6	18	10,7	1,7	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+1,8	+16%						34	10,9	2,9	10	12,6	4,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,3	+13%						16	10,5	3,2	30	11,8	3,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+2,2	+21%						16	10,5	3,2	10	12,6	4,2	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,7	+7%	9	10,1	1,9				9	10,8	2,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+2,3	+23%	28	10,2	1,9				18	12,5	3,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,5	+15%	19	10,3	2,0				30	11,8	3,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+2,3	+22%	19	10,3	2,0				18	12,5	3,8	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,8	+8%	+1,6	+16%	13	10,3	1,7	19	11,0	2,5	24	11,9	3,5	
		MDD		+1,6	+16%	+1,3	+13%	13	10,3	2,3	11	10,0	3,4	5	11,6	2,6	
		MDDeg															
		HD		-1,7	-13%	+1,6	+17%	2	9,4	0,8	4	12,7	2,2	1	11,0		
		DSbio															

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 83).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,9 g/100g soit +20% ; Tableau 83).**



### 5.5.3.8. Gâteaux, moelleux, cakes frais

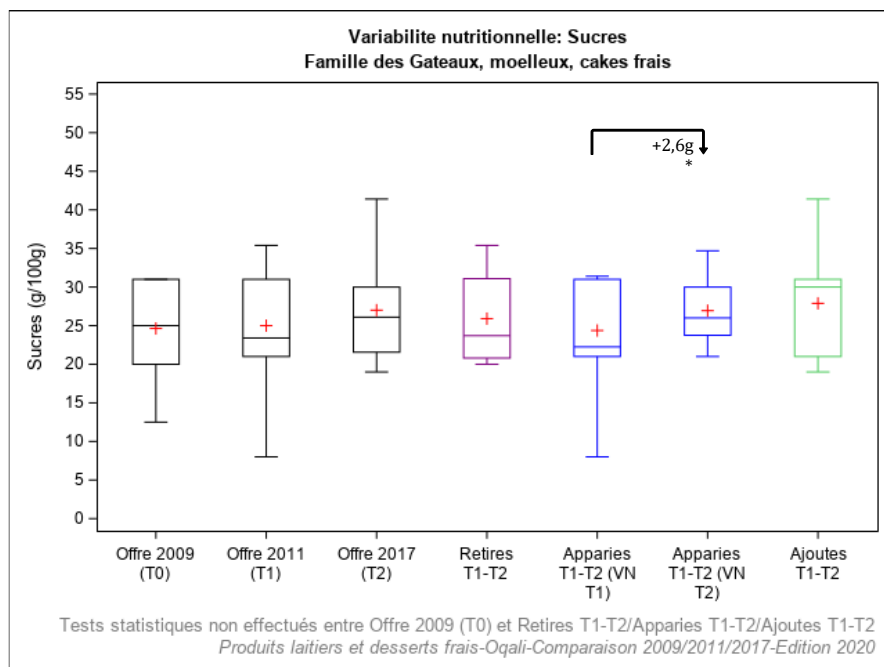
Le Tableau 84 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais.

**Tableau 84 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+2,0	+8%	+2,4	+10%	11	24,6	6,9	27	25,0	6,2	52	27,0	5,2		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+5,2***	+24%	+6,2**	+31%	10	20,2	0,4	19	21,2	0,3	51	26,4	0,3		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+2,6*	+11%						16	24,4	6,5	16	26,9	4,2		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+2,9	+12%							27	25,0	6,2	21	27,9	6,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,1	+4%								11	25,9	6,0	52	27,0	5,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+2,0	+8%								11	25,9	6,0	21	27,9	6,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,1	+0,5%	5	25,0	5,6				5	25,1	5,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+3,5	+14%	11	24,6	6,9				33	28,1	5,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+2,7	+11%	6	24,4	8,4				52	27,0	5,2		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+3,8	+15%	6	24,4	8,4				33	28,1	5,6		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-2,0	-7%	+9,4*	+55%	3	17,0	5,3	7	28,5	4,8	17	26,4	4,5		
		MDD		+3,0	+12%	-0,2	-1%	8	27,5	5,1	17	24,3	6,7	27	27,3	5,9		
		MDDeg																
		HD		+6,5*	+32%								3	20,6	0,5	8	27,1	4,1
		DSbio																

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

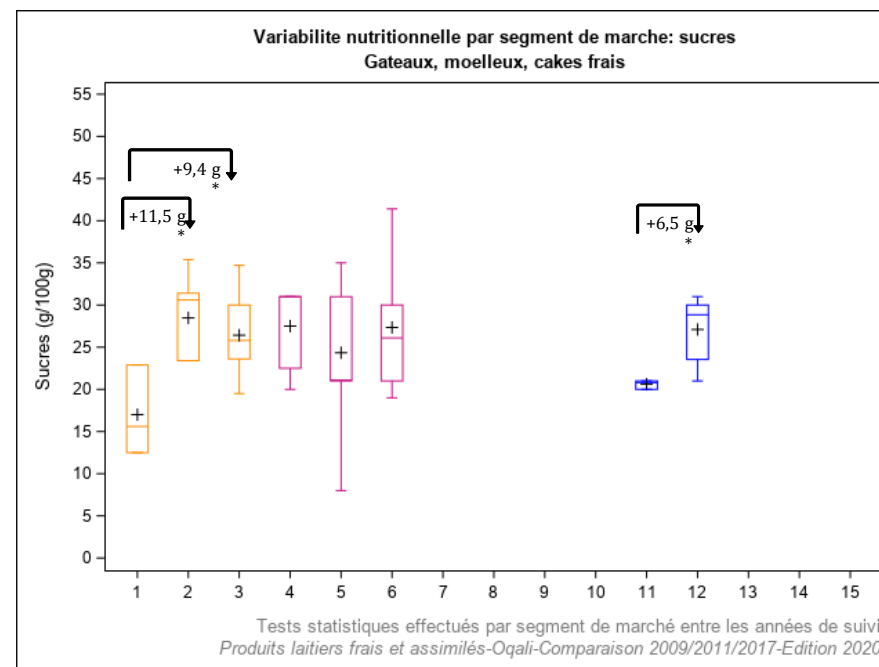
**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 84).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=11)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=27)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=52)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=11)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=21)

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

**Figure 111 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

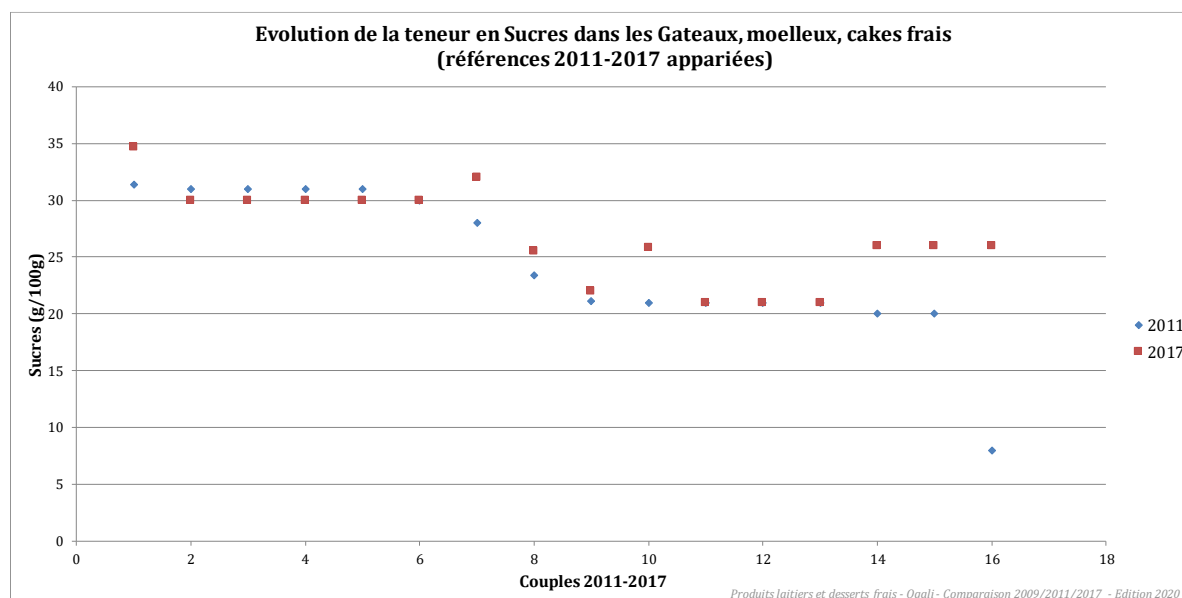


Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=27)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 112 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

**Des reformulations à la hausse sont mises en évidence** (Figure 111 ; Tableau 84). En effet, une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (+2,6g/100g soit +11%). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 113 ; Tableau 84) montre que des reformulations importantes à la hausse sont observées notamment sur les produits dont la teneur en sucres était en 2011 parmi les plus faibles. L'ensemble des informations disponibles sur les emballages n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions.



**Figure 113 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

**Au niveau des segments de marché** (Figure 112 ; Tableau 84) on observe entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) une augmentation de la teneur moyenne en sucres au sein des produits issus du hard discount (+6,5g/100g ; +32%). Au sein des 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) une augmentation est également observée pour les marques nationales (+9,4g/100g ; +55%).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +5,2 g/100g soit +24%) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +6,2g/100g soit +31% ; Tableau 84).

### 5.5.3.9. Desserts pâtisseries frais aux fruits

Le Tableau 85 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 85 ; Annexe 6).

**Tableau 85 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+1,7	+7%	+3,4	+16%	11	22,1	4,1	32	23,9	3,5	58	25,6	6,0	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-1,3	-5%	+2,9	+13%	6	22,4	0,2	28	26,6	0,3	56	25,2	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,3	+1%						10	23,7	3,2	10	24,0	4,4	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+2,0	+8%						32	23,9	3,5	44	25,9	6,3	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+1,6	+7%						22	24,0	3,7	58	25,6	6,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+1,9	+8%						22	24,0	3,7	44	25,9	6,3	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+2,6	+13%	2	19,7	3,3				2	22,3	1,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+3,6	+16%	11	22,1	4,1				56	25,7	6,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+2,9	+13%	9	22,7	4,3				58	25,6	6,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+3,0	+13%	9	22,7	4,3				56	25,7	6,0	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,7	+3%	+0,4	+2%	2	23,5	8,6	8	23,1	4,0	19	23,9	3,8	
		MDD		+2,5	+11%	+4,4	+20%	9	21,8	3,4	21	23,7	3,1	28	26,3	6,9	
		MDDeg															
		HD		-0,3	-1%							3	27,1	4,2	11	26,8	6,3
		DSbio															

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.5.3.10. Desserts pâtisseries frais sans fruit

Le Tableau 86 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.

**Tableau 86 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

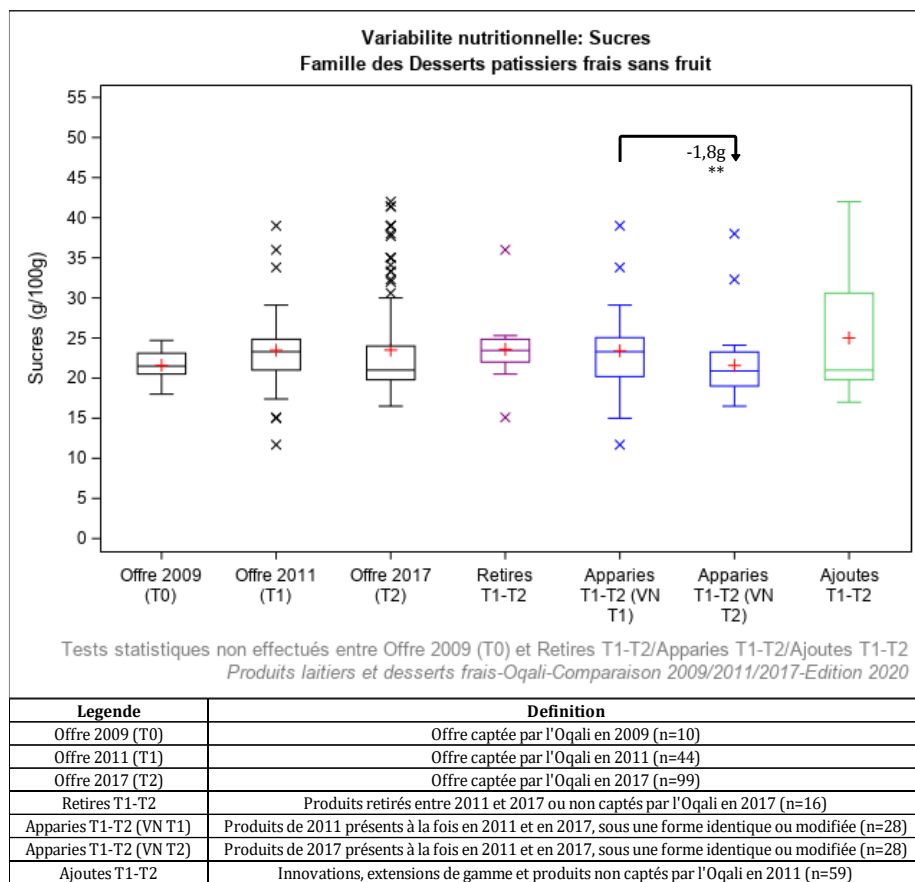
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				+0,02	+0,1%	+1,9	+9%	10	21,6	2,0	44	23,5	4,9	99	23,5	6,5
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				-0,2	-1%	+0,2	+1%	9	21,0	0,2	38	21,5	0,4	97	21,2	0,3
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-1,8**	-8%						28	23,4	5,3	28	21,6	4,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				+1,5	+7%						44	23,5	4,9	59	25,0	7,4
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				-0,1	-0,4%						16	23,6	4,2	99	23,5	6,5
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				+1,4	+6%						16	23,6	4,2	59	25,0	7,4
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						-1,3	-6%	6	21,2	2,2				6	19,8	1,7
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						+2,7	+13%	10	21,6	2,0				81	24,3	6,9
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						+1,2	+6%	4	22,3	1,9				99	23,5	6,5
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						+2,0	+9%	4	22,3	1,9				81	24,3	6,9
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				-0,8	-3%	-1,7	-7%	2	23,2	0,5	5	22,2	1,5	25	21,4	3,6
		MDD				+1,0	+4%	+4,1	+19%	8	21,2	2,1	32	24,2	4,0	58	25,3	7,6
		MDDeg				-6,2	-23%						1	27,2		1	21,0	
		HD				+0,3	+2%						6	19,9	8,9	15	20,2	1,9
		DSbio																

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en sucres n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché (Tableau 86).**

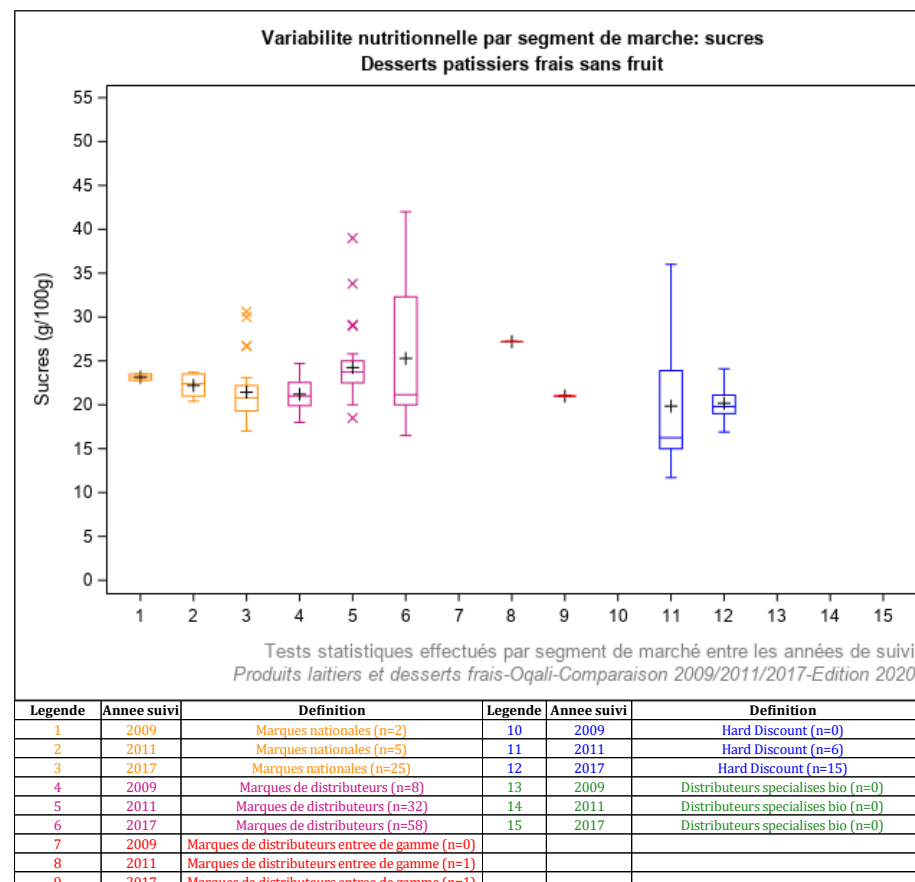
**Des reformulations à la baisse entre les 2 derniers suivis sont observées (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 114 ; Tableau 86).** En effet, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est mise en évidence entre 2011 et 2017 (-1,8g/100g soit -8%). L'étude des teneurs référence vs référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 116 ; Tableau 86) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

**Aucune évolution significative des teneurs en sucres est observée au niveau des segments de marché (Tableau 86 ; Figure 115).**



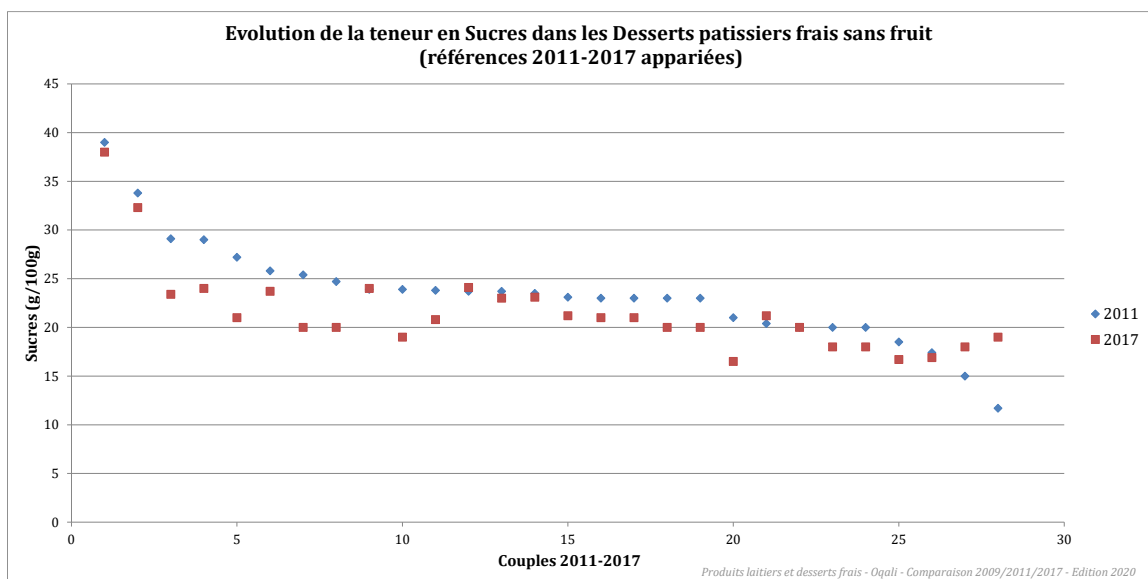
Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001

**Figure 114 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.**



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

**Figure 115 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.**



**Figure 116 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.**

### 5.5.3.11. Autres desserts frais

Le Tableau 87 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais.

**Tableau 87 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Autres desserts frais		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)								
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET						
		g/100g	%	g/100g	%															
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,6	-3%	+0,5	+3%	16	16,7	4,1	30	17,7	3,9	42	17,2	4,3						
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-7,0***	-34%	-2,4	-15%	12	16,2	0,1	25	20,7	0,3	40	13,7	0,3						
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										7	19,2	3,6	7	18,7	2,5			
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										30	17,7	3,9	29	17,0	4,9			
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										23	17,3	4,0	42	17,2	4,3			
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										23	17,3	4,0	29	17,0	4,9			
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													1	17,7				
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													16	16,7	4,1	41	17,1	4,4
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													15	16,7	4,2	42	17,2	4,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													15	16,7	4,2	41	17,1	4,4
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-2,5	-13%	-1,8	-10%	3	18,3	5,9	5	18,9	3,8	17	16,5	5,9						
	MDD	+0,8	+5%	+1,5	+9%	12	16,3	3,9	17	17,0	4,1	21	17,8	3,1						
	MDDeg								1	16,5										
	HD	-2,0	-11%	+0,3	+2%	1	16,5		7	18,9	3,9	4	16,8	1,5						
	DSbio																			

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 87).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -7,0 g/100g soit -34% ; Tableau 87).**



## 5.5.4 Catégorie des Desserts frais végétaux

### 5.5.4.1. Desserts frais au soja nature non sucrés

Le Tableau 88 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.

**Tableau 88 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2*	-49%	+0,02	+11%	2	0,2	0,3	8	0,4	0,1	14	0,2	0,2		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,4***	-59%	+0,03	+10%	2	0,2	0,03	7	0,7	0,02	13	0,3	0,02		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2	-54%						6	0,4	0,1	6	0,2	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2	-43%						8	0,4	0,1	8	0,3	0,2		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,3	-60%						2	0,6	0,2	14	0,2	0,2		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,3	-55%						2	0,6	0,2	8	0,3	0,2		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-38%	2	0,2	0,3				2	0,1	0,2		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,04	+19%	2	0,2	0,3				12	0,2	0,2		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2												14	0,2	0,2		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2												12	0,2	0,2		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,5	-76%						1	0,7		3	0,2	0,3		
		MDD		-0,2	-38%	+0,1	+31%	2	0,2	0,3	5	0,4	0,1	8	0,3	0,2		
		MDDeg																
		HD		-0,1	-14%								2	0,4	0,1	1	0,3	
		DSbio													2	0,1	0,0	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,2g/100g soit -49% ; Tableau 88).

**Aucune évolution significative des teneurs en sucres est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 88 ; Annexe 6).

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -59% ; Tableau 88).

## 5.5.4.2. Desserts frais au soja sucrés

Le Tableau 89 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.

**Tableau 89 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés.**

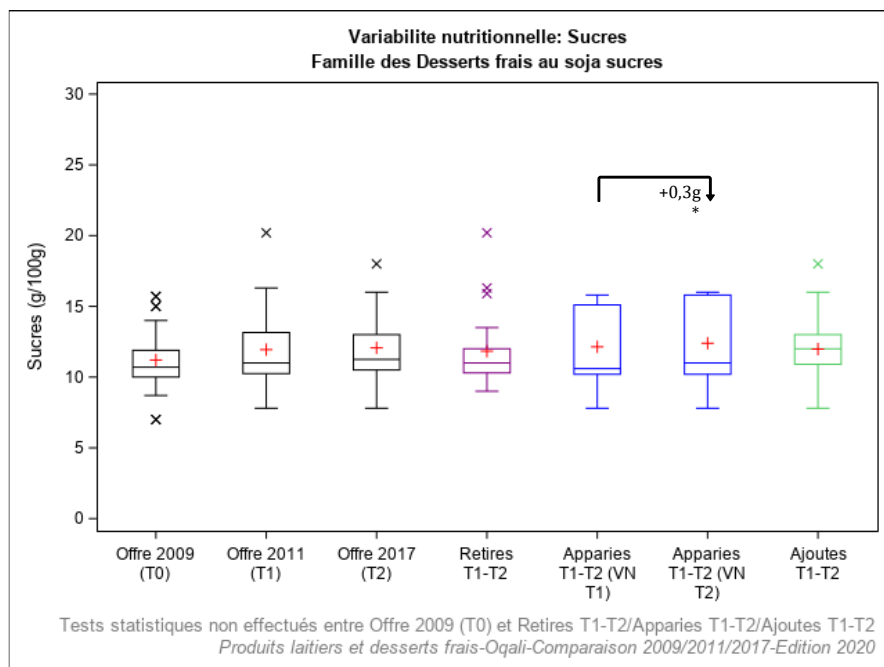
Evolutions des teneurs moyennes en sucres (g/100g) de la famille Desserts frais au soja sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+1%	+0,9	+8%	34	11,2	2,1	36	11,9	2,6	62	12,1	2,2	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,3	+3%	+1,4*	+12%	21	11,4	0,3	29	12,4	0,3	61	12,7	0,2	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,3*	+2%						13	12,1	2,9	13	12,4	3,0	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04	+0,3%						36	11,9	2,6	49	12,0	2,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,2	+2%						23	11,8	2,5	62	12,1	2,2	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1	+1%						23	11,8	2,5	49	12,0	2,0	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,5	+4%	5	14,4	2,2				5	14,9	2,2	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,6	+5%	34	11,2	2,1				57	11,8	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+1,4*	+13%	29	10,7	1,5				62	12,1	2,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+1,2*	+11%	29	10,7	1,5				57	11,8	2,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,1	+1%	+1,8**	+17%	22	10,6	1,6	16	12,3	2,9	16	12,4	1,7	
		MDD		+0,5	+5%	+0,2	+2%	8	11,8	2,5	15	11,5	2,1	34	12,1	2,2	
		MDDeg															
		HD		+0,1	+1%	-0,1	-1%	4	13,3	2,4	4	13,1	3,1	6	13,2	3,0	
		DSbio		+2,2	+28%							1	7,8		6	10,0	1,8

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 89).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +1,4g/100g soit 12% ; Tableau 89).**

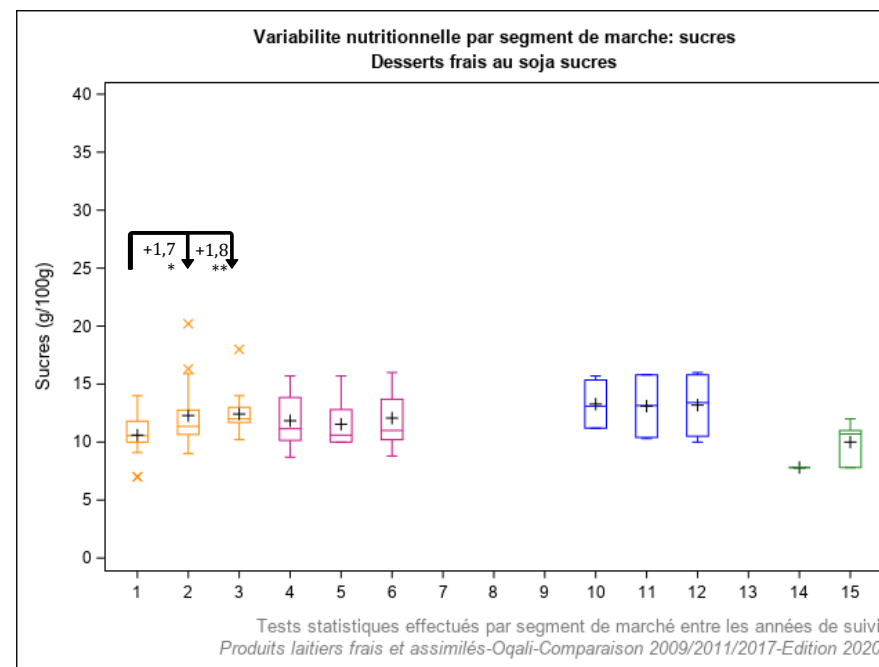
Une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres pour les produits appariés est observée entre 2011 et 2017 (+0,3g/100g soit +2% ; Figure 117 ; Tableau 89). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 119 ; Tableau 89) montre que des reformulations à la hausse sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer les évolutions observées.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=34)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=36)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=62)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

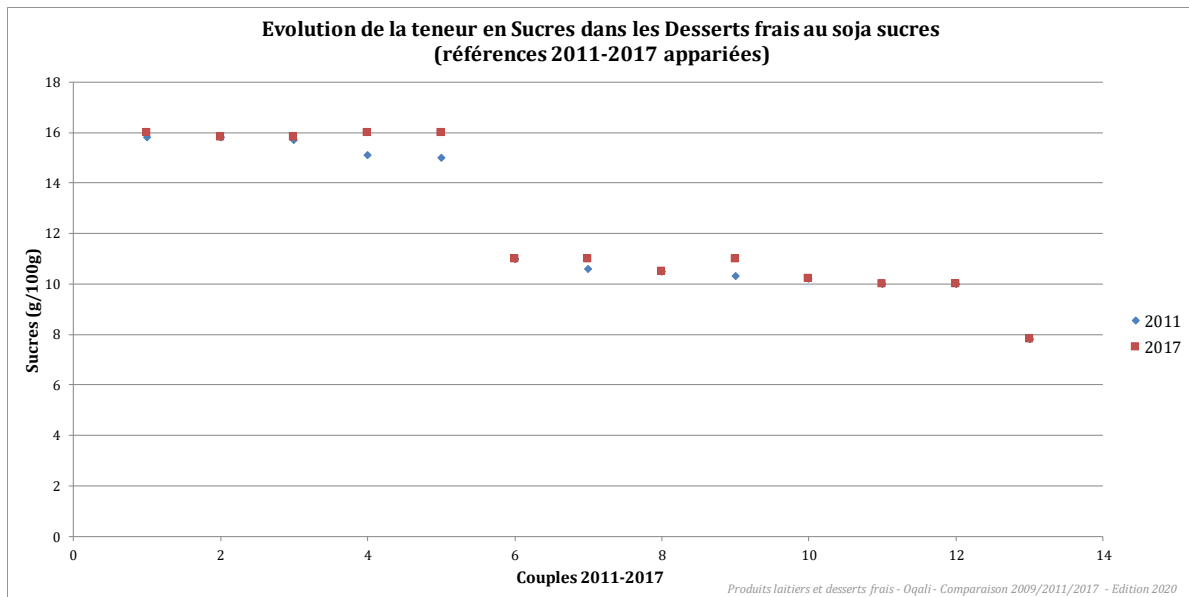
**Figure 117 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=22)	10	2009	Hard Discount (n=4)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=16)	12	2017	Hard Discount (n=6)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=15)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=34)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 118 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée.**



**Figure 119 : Evolution, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais au soja sucrés étudiée.**

### 5.5.5 Synthèse de l'évolution des teneurs en sucres

En comparant l'ensemble de l'offre 2011 à l'ensemble de l'offre 2017 (T1-T2) et sans pondération par les parts de marché, **6 familles sur les 23 pour lesquelles des données sont disponibles**<sup>28</sup> **présentent une évolution de la teneur en sucres, toutes à la baisse.** Il s'agit des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques (-0,4g/100g ; -9%) ; Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (-0,5g/100g ; -4%) ; Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands (-1,6g/100g ; -11%) ; Fromages frais sucrés classiques (-0,5g/100g ; -4%) ; Desserts frais à base de céréales (-0,8g/100g ; -5%) ; Desserts frais au soja nature non sucrés (-0,2g/100g ; -49%).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2011 (T1) et 2017 (T2), illustrant les **reformulations** réalisées, **10 familles sur 23** présentent une évolution significative de la teneur en sucres :

- **3 à la hausse** : Fromages frais nature non sucrés classiques (+0,1g/100g ; +4%) ; Gâteaux, moelleux, cakes frais (+2,6g/100g ; +11%) ; Desserts au soja sucrés (+0,3g/100g ; +2%) ;
- **7 à la baisse** : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques (-0,3g/100g ; -6%) ; Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands (-0,3g/100g ; -9%) ; Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (-0,4g/100g ; -3%) ; Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands (-1,0g/100g ; -7%) ; Desserts frais à base de céréales (-1,2g/100g ; -8%) ; Desserts frais de type mousse (-0,6g/100g ; -3%) ; Desserts pâtisseries frais sans fruit (-1,8g/100g ; -8%).

Considérant le renouvellement **de l'offre (ajout/retrait de produits)**, des évolutions significatives sont observées pour **5 familles sur 23, toutes à la baisse.**

Les tableaux 90, 91, 92 et 93 reprennent, par catégorie, les évolutions des teneurs moyennes en sucres (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

---

<sup>28</sup> A noter que la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

**Tableau 90 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (T0 : n=61 ; T1 : n=117 ; T2 : n=191)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,4***	-9%	-0,5***	-11%	61	4,9	0,8	117	4,8	0,8	191	4,3	0,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3**	-6%	-0,4**	-8%	52	5,1	0,4	110	5,0	0,3	187	4,7	0,2
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (T0 : n=9 ; T1 : n=26 ; T2 : n=93)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,3	-9%	-0,5	-11%	9	4,0	0,8	26	3,9	0,8	93	3,6	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-5%	-0,5**	-13%	5	4,0	0,1	26	3,7	0,2	91	3,5	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés sucres classiques (T0 : n=239 ; T1 : n=444 ; T2 : n=741)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,5***	-4%	-0,6***	-5%	239	13,0	1,4	444	12,9	1,4	741	12,4	1,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-1%	-0,5***	-4%	211	13,2	0,3	402	12,8	0,3	726	12,7	0,2
<b>Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (T0 : n=29 ; T1 : n=87 ; T2 : n=257)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-1,6***	-11%	-2,1***	-14%	29	15,0	2,4	87	14,5	2,8	257	12,9	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-1,4**	-10%	-2,4***	-15%	25	15,3	0,2	69	14,3	0,5	240	12,9	0,3
<b>Yaourts et laits fermentés edulcotes (T0 : n=77 ; T1 : n=106 ; T2 : n=87)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,4	-7%	-0,7*	-11%	77	6,3	1,7	106	6,0	1,7	87	5,6	1,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4	-7%	-0,8**	-12%	64	6,3	0,4	98	5,9	0,4	85	5,6	0,3

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 91 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fromages frais nature non sucres classiques (T0 : n=31 ; T1 : n=91 ; T2 : n=145)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,04	-1%	+0,05	+1%	31	3,9	0,6	91	3,9	0,7	145	3,9	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,1	+1%	+0,3	+7%	28	3,9	0,2	84	4,2	0,2	143	4,2	0,1
<b>Fromages frais nature non sucres gourmands (T0 : n=26 ; T1 : n=57 ; T2 : n=109)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,02	-1%	-0,1	-3%	26	3,6	0,6	57	3,5	0,5	109	3,5	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,04	+1%	-0,3	-9%	24	3,9	0,2	54	3,5	0,1	106	3,6	0,1
<b>Fromages frais sucres classiques (T0 : n=45 ; T1 : n=99 ; T2 : n=110)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,5*	-4%	-0,9***	-7%	45	13,0	1,5	99	12,5	1,4	110	12,0	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4**	-3%	-0,2	-1%	42	12,1	0,2	86	12,3	0,2	110	11,9	0,1
<b>Fromages frais sucres gourmands (T0 : n=14 ; T1 : n=35 ; T2 : n=75)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,8	-6%	-2,1**	-14%	14	15,3	1,5	35	14,0	2,1	75	13,2	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,7	-5%	-2,6***	-16%	10	15,9	0,2	29	14,0	0,2	72	13,3	0,2
<b>Fromages frais edulcotes (T0 : n=1 ; T1 : n=10 ; T2 : n=11)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-1,2	-19%	-3,9	-43%	1	8,9		10	6,2	1,5	11	5,0	1,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-2%	-3,2***	-36%	1	8,9		7	5,8	0,2	11	5,7	0,1

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 92 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Crèmes dessert et laits gélifiés (T0 : n=61 ; T1 : n=163 ; T2 : n=326)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	-0,3	-2%	61	16,9	2,5	163	16,4	2,2	326	16,6	2,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4	-2%	+0,2	+1%	58	16,5	0,4	149	17,0	0,4	324	16,7	0,4
<b>Liegeois et assimilés (T0 : n=19 ; T1 : n=57 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-1%	+1,3	+9%	19	14,6	3,2	57	16,0	2,6	99	15,9	2,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5	+3%	+1,4	+10%	15	14,7	0,6	50	15,6	0,4	98	16,1	0,3
<b>Laits empresures (T0 : n=1 ; T1 : n=1 ; T2 : n=13)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-1,7	-10%	-4,4	-23%	1	19,2		1	16,5		13	14,8	3,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,1	+7%	-1,6*	-8%	1	19,2		1	16,5		12	17,6	0,2
<b>Desserts frais à base de céréales (T0 : n=16 ; T1 : n=67 ; T2 : n=128)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,8*	-5%	-3,0***	-18%	16	16,9	2,8	67	14,7	2,6	128	13,9	2,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-2%	-2,8***	-16%	16	17,4	0,4	62	15,0	0,3	126	14,7	0,3
<b>Desserts frais de type mousse (T0 : n=27 ; T1 : n=66 ; T2 : n=147)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,02	+0,1%	+0,3	+2%	27	19,7	4,0	66	20,0	2,7	147	20,0	3,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5	+2%	+0,6	+3%	22	19,9	0,4	59	20,0	0,2	145	20,4	0,4
<b>Desserts frais aux oeufs (T0 : n=53 ; T1 : n=94 ; T2 : n=209)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+0,5%	+0,3	+2%	53	17,2	2,5	94	17,5	2,7	209	17,5	3,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-1%	+0,05	+0,3%	38	17,8	0,3	90	18,1	0,3	206	17,8	0,3
<b>Desserts frais allégés et ou edulcorés (T0 : n=28 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,9	+8%	+1,6	+16%	28	10,2	1,9	34	10,9	2,9	30	11,8	3,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+1,4	+14%	+1,9*	+20%	18	9,7	0,3	31	10,2	0,3	30	11,6	0,6
<b>Gâteaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=11 ; T1 : n=27 ; T2 : n=52)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+2,0	+8%	+2,4	+10%	11	24,6	6,9	27	25,0	6,2	52	27,0	5,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+5,2***	+24%	+6,2**	+31%	10	20,2	0,4	19	21,2	0,3	51	26,4	0,3
<b>Desserts pâtisseries frais aux fruits (T0 : n=11 ; T1 : n=32 ; T2 : n=58)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+1,7	+7%	+3,4	+16%	11	22,1	4,1	32	23,9	3,5	58	25,6	6,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-1,3	-5%	+2,9	+13%	6	22,4	0,2	28	26,6	0,3	56	25,2	0,3
<b>Desserts pâtisseries frais sans fruit (T0 : n=10 ; T1 : n=44 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,02	+0,1%	+1,9	+9%	10	21,6	2,0	44	23,5	4,9	99	23,5	6,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-1%	+0,2	+1%	9	21,0	0,2	38	21,5	0,4	97	21,2	0,3
<b>Autres desserts frais (T0 : n=16 ; T1 : n=30 ; T2 : n=42)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,6	-3%	+0,5	+3%	16	16,7	4,1	30	17,7	3,9	42	17,2	4,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-7,0***	-34%	-2,4	-15%	12	16,2	0,1	25	20,7	0,3	40	13,7	0,3

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; n=effectif de produits étiquetant le nutriment concerné sur les données non pondérées de l'année indiquée  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

**Tableau 93 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Desserts frais au soja nature non sucres (T0 : n=2 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2*	-4%	+0,0	+1%	2	0,2	0,3	8	0,4	0,1	14	0,2	0,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4***	-5%	+0,0	+10%	2	0,2	0,0	7	0,7	0,0	13	0,3	0,0
<b>Desserts frais au soja sucres (T0 : n=34 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	+0,9	+8%	34	11,2	2,1	36	11,9	2,6	62	12,1	2,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,3	+3%	+1,4*	+12%	21	11,4	0,3	29	12,4	0,3	61	12,7	0,2
<b>Autres desserts frais végétaux (T0 : n= ; T1 : n= ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre											14	9,6	5,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>											13	9,6	0,1

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; n=effectif de produits étiquetant le nutriment concerné sur les données non pondérées de l'année indiquée  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

## 5.6 Evolution des teneurs en protéines

### 5.6.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés

#### 5.6.1.1. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques

Le Tableau 94 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.

**Tableau 94 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+1%	+0,1	+2%	99	4,2	0,4	139	4,2	0,6	191	4,3	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,04	-1%	-0,1	-2%	86	4,0	0,2	127	4,0	0,2	187	3,9	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1***	-3%						100	4,3	0,6	100	4,1	0,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,2	+6%						139	4,2	0,6	87	4,5	1,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,2	+4%						35	4,1	0,4	191	4,3	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,4	+9%						35	4,1	0,4	87	4,5	1,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-2%	64	4,2	0,5				64	4,1	0,4
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,2	+4%	99	4,2	0,4				122	4,4	1,2
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,1	+2%	34	4,2	0,4				191	4,3	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+4%	34	4,2	0,4				122	4,4	1,2
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,5	+13%	+0,5	+13%	23	4,3	0,5	27	4,3	0,5	41	4,8	1,8
		MDD		-0,1	-3%	-0,1	-2%	56	4,2	0,4	77	4,3	0,6	108	4,2	0,6
		MDDeg		-0,2	-5%	-0,2	-6%	3	4,0	0,1	5	3,9	0,1	9	3,7	0,2
		HD		-0,03	-1%	-0,1	-3%	17	4,1	0,4	28	4,0	0,4	24	4,0	0,5
		DSbio		-0,7	-12%								2	5,8	0,1	9

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

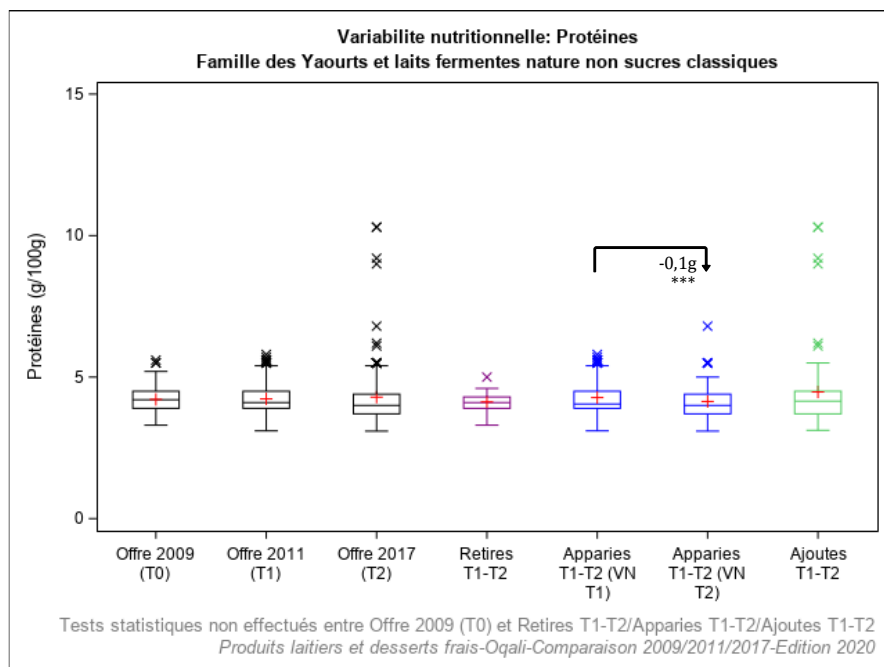
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

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

**Aucune évolution significative des teneurs moyennes en protéines n'est observée pour l'ensemble de l'offre, pondérée ou non par les parts de marché.**

**Une diminution significative de la teneur moyenne en protéines pour les produits appariés** est observée entre 2011 et 2017 (-0,1g/100g soit -3% ; Figure 120 ; Tableau 94). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 122) montre que des reformulations importantes à la baisse sont observées notamment sur les produits dont la teneur en protéines était en 2011 parmi les plus élevées. L'ensemble des informations disponibles sur les emballages n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions.

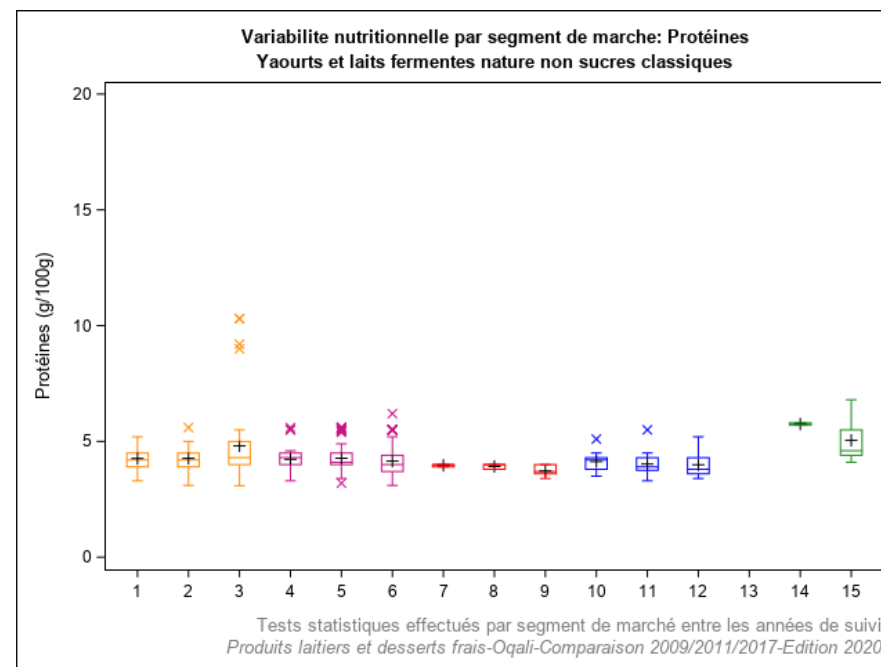




Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=99)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=139)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=191)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=35)
Appariées T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=100)
Appariées T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=100)
Ajoutées T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=87)

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

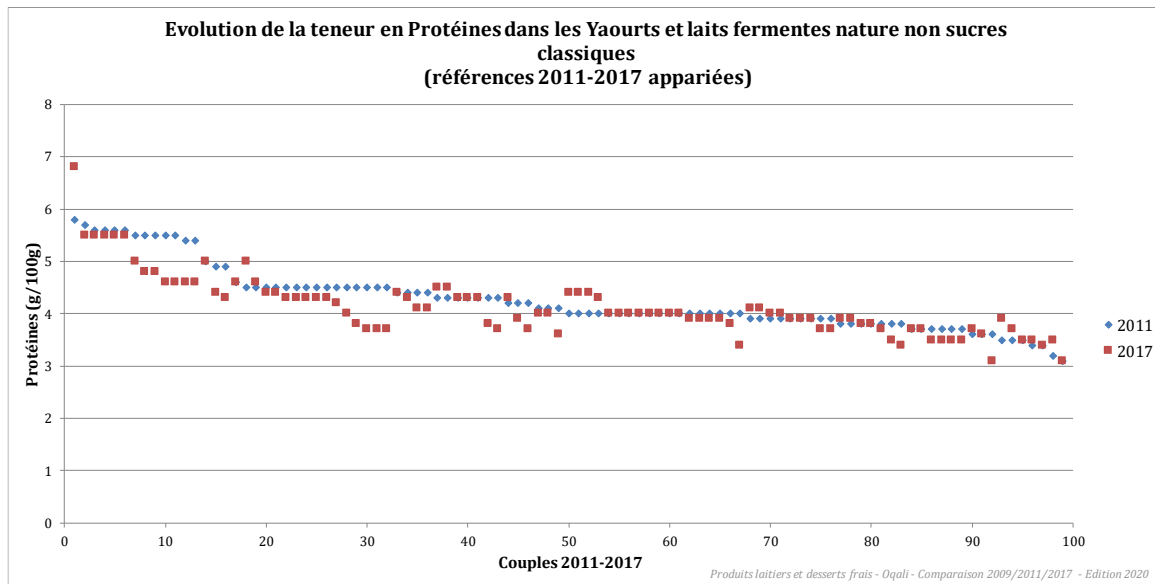
**Figure 120 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=23)	10	2009	Hard Discount (n=17)
2	2011	Marques nationales (n=27)	11	2011	Hard Discount (n=28)
3	2017	Marques nationales (n=41)	12	2017	Hard Discount (n=24)
4	2009	Marques de distributeurs (n=56)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=77)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=2)
6	2017	Marques de distributeurs (n=108)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=9)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)			

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

**Figure 121 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques étudiée.**



**Figure 122 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques étudiée.**

## 5.6.1.2. Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands

Le Tableau 95 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 95 ; Annexe 6).

**Tableau 95 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,2	+6%	+0,3	+9%	19	3,9	0,8	41	4,0	1,0	94	4,2	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-3%	-0,1	-4%	13	3,5	0,2	38	3,5	0,2	92	3,4	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							23	3,9	1,0	23	3,7	0,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							41	4,0	1,0	65	4,4	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							17	4,0	0,9	94	4,2	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							17	4,0	0,9	65	4,4	1,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2							7	3,3	0,4	7	3,0	0,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2							19	3,9	0,8	84	4,3	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2							11	4,1	0,9	94	4,2	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2							11	4,1	0,9	84	4,3	1,0
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	+0,1	+1%	-0,04	-1%	5	4,5	0,9	14	4,4	1,0	39	4,4	1,1
	MDD	+0,2	+6%	+0,2	+6%	12	3,8	0,7	21	3,8	0,8	40	4,0	1,0
	MDDeg										1	3,0		
	HD	-0,1	-3%	+0,6	+20%	2	3,0	0,0	6	3,7	1,1	7	3,6	0,9
	DSbio											7	4,9	0,6

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.6.1.3. Yaourts et laits fermentés sucrés classiques

Le Tableau 96 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.

**Tableau 96 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)												
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET										
		g/100g	%	g/100g	%																			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				362	3,3	0,5	504	3,4	0,5	741	3,5	1,0										
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				310	3,4	0,1	454	3,3	0,1	726	3,3	0,1										
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										267	3,3	0,4	267	3,3	0,4							
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										504	3,4	0,5	454	3,7	1,2							
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										235	3,4	0,5	741	3,5	1,0							
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										235	3,4	0,5	454	3,7	1,2							
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													155	3,2	0,4							
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													362	3,3	0,5	578	3,6	1,1				
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													205	3,3	0,5	741	3,5	1,0				
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													205	3,3	0,5	578	3,6	1,1				
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN													131	3,3	0,6	132	3,3	0,6	293	3,6	1,2	
		MDD													162	3,3	0,4	252	3,3	0,4	326	3,5	1,0	
		MDDeg													14	3,6	0,4	14	3,7	0,3	12	3,7	0,2	
		HD														55	3,3	0,4	105	3,4	0,4	95	3,3	0,6
		DSbio																	1	3,7		15	4,3	0,7

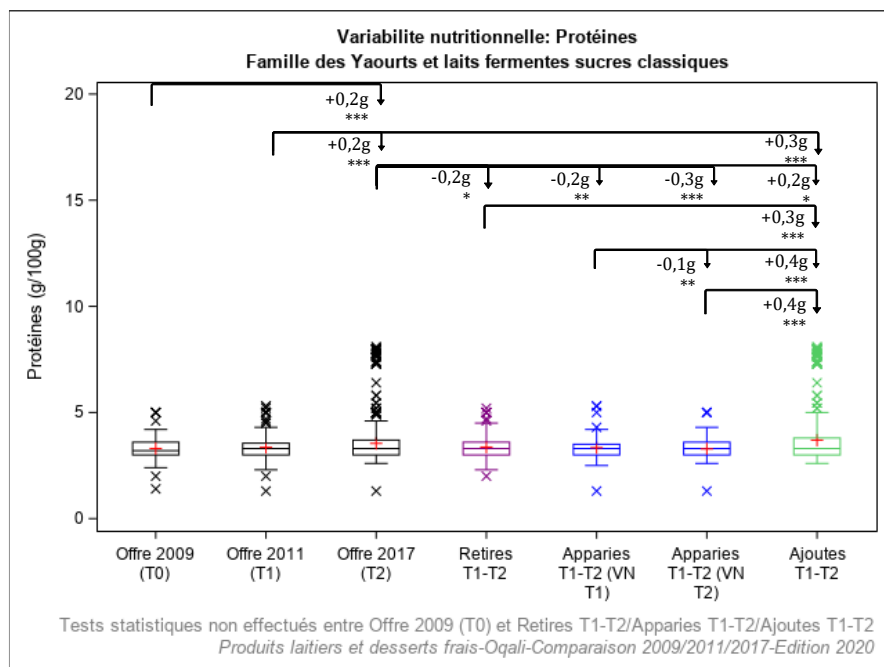
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,2g/100g soit +6% ; Tableau 96) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g soit +7% ; Tableau 96).

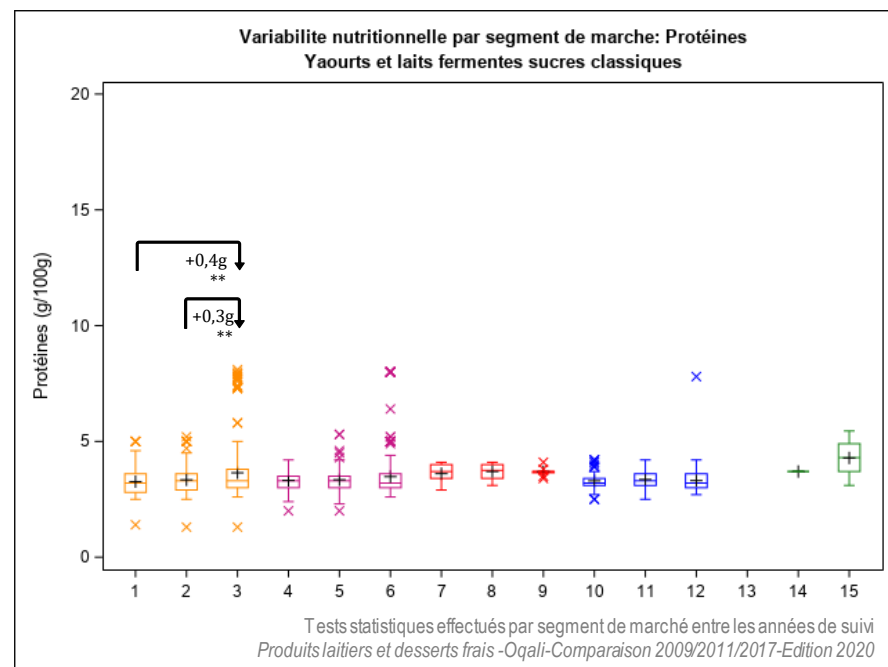
**L'augmentation significative observée à l'échelle de la famille entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) s'explique par un renouvellement de l'offre** (Figure 123 ; Tableau 96). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en protéines significativement plus élevée (+0,3g/100g soit +10%) que l'ensemble de l'offre T1 et également significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (+0,3g/100g soit +10%). De plus, les produits de l'ensemble de l'offre T2 présentent une teneur moyenne en protéines significativement plus élevée que les produits « Retirés T1-T2 » (+0,2g/100g soit +5%).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=362)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=504)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=741)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=235)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=267)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=267)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=454)

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

Figure 123 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.



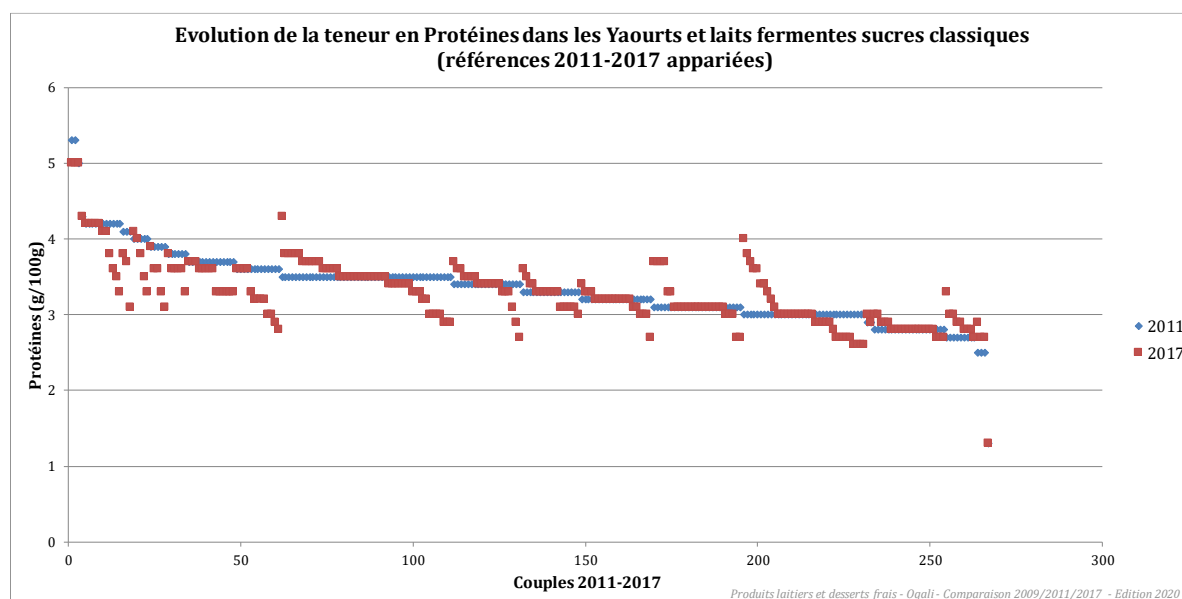
Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=131)	10	2009	Hard Discount (n=55)
2	2011	Marques nationales (n=132)	11	2011	Hard Discount (n=105)
3	2017	Marques nationales (n=293)	12	2017	Hard Discount (n=95)
4	2009	Marques de distributeurs (n=162)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=252)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=326)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=15)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			

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

Figure 124 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.

**Au niveau des segments de marché** (Figure 124 ; Tableau 96), cette évolution entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) est principalement portée par les marques nationales (+0,3/100g ; +9%). Cette augmentation significative est également retrouvée au sein des 2 suivis les plus éloignés 2009 à 2017 (T0-T2) (+0,4g/100g ; +12%).

**A l'inverse, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,1g/100g soit -2%) ont eu lieu entre 2011 et 2017** (Figure 123 ; Tableau 96). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 125) montre que ces reformulations sont observées sur des produits dont la teneur en protéines était parmi les plus élevées en 2011. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions. Des augmentations sont également à noter.



**Figure 125 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques étudiée.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée** (Tableau 96).

## 5.6.1.4. Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands

Le Tableau 97 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.

**Tableau 97 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands.**

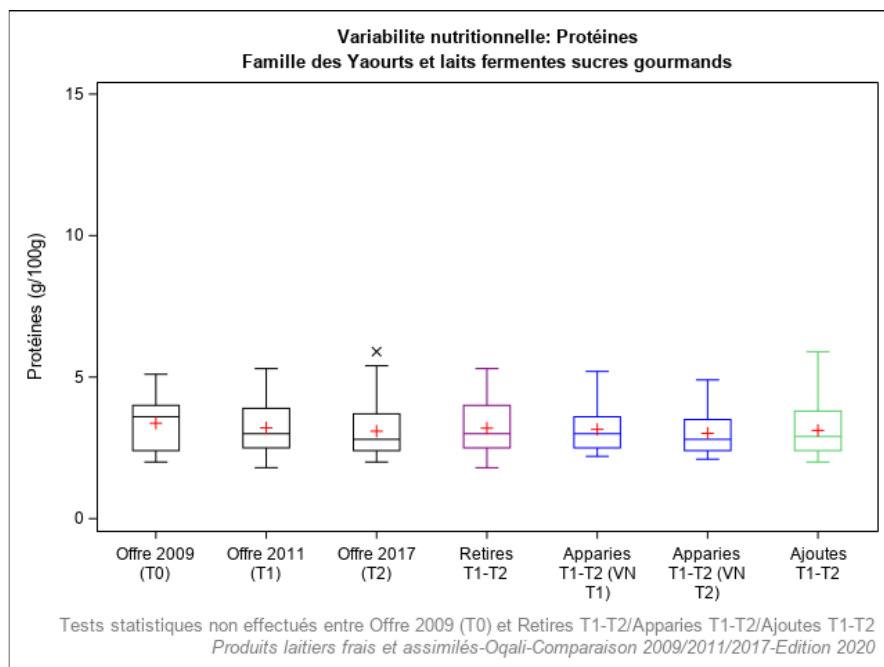
Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-4%	-0,3	-8%	59	3,4	0,9	114	3,2	0,8	257	3,1	0,8	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,3**	-8%	-0,8***	-21%	48	3,7	0,1	95	3,2	0,1	240	2,9	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-4%						39	3,2	0,8	39	3,0	0,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-3%						114	3,2	0,8	206	3,1	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-3%						71	3,2	0,9	257	3,1	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						71	3,2	0,9	206	3,1	0,8	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,4	-10%	15	3,5	0,8				15	3,2	0,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,3	-8%	59	3,4	0,9				230	3,1	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-7%	43	3,3	0,9				257	3,1	0,8	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,2	-6%	43	3,3	0,9				230	3,1	0,8	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,1	-3%	-0,03	-1%	21	3,2	1,0	53	3,2	0,8	153	3,1	0,7	
		MDD		-0,2	-7%	-0,6*	-17%	23	3,6	0,7	34	3,2	0,9	63	3,0	0,9	
		MDDeg													1	2,2	
		HD		-0,4*	-14%	-0,6	-18%	15	3,3	0,9	27	3,1	0,8	32	2,7	0,7	
		DSbio													8	4,5	0,8

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille aucune évolution significative n'est observée (Tableau 97).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,3g/100g soit -8% ; Tableau 97) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,8g/100g soit -21% ; Tableau 97).**

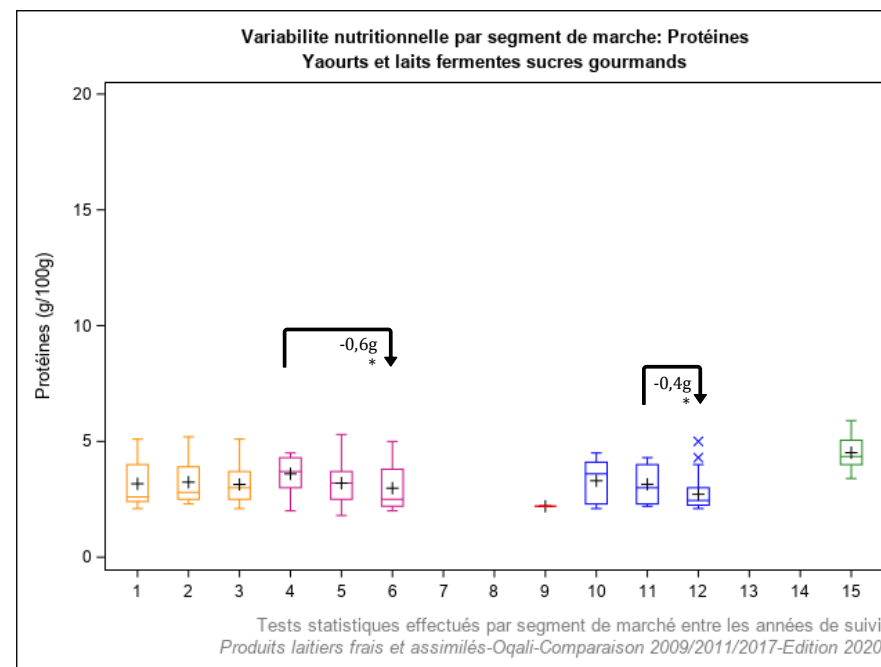
**Au niveau des segments de marché (Figure 127 ; Tableau 97), une diminution significative de la teneur moyenne en protéines entre les 2 derniers suivis 2011 à 2017 (T1-T2) est observée pour les produits issus du Hard discount (-0,4g/100g ; -14%). Au sein des 2 suivis les plus éloignés, une diminution significative est également observée pour les marques de distributeurs (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,6g/100g ; -17%)**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=59)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=114)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=257)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=71)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=39)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=39)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=206)

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

**Figure 126 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=21)	10	2009	Hard Discount (n=15)
2	2011	Marques nationales (n=53)	11	2011	Hard Discount (n=27)
3	2017	Marques nationales (n=153)	12	2017	Hard Discount (n=32)
4	2009	Marques de distributeurs (n=23)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=34)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=63)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=8)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 127 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands étudiée.**



## 5.6.1.5. Yaourts et laits fermentés édulcorés

Le Tableau 98 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Yaourts et laits fermentés édulcorés.

**Tableau 98 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,4**	+10%	+0,5***	+13%	105	4,1	0,4	114	4,2	0,5	87	4,6	1,2		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,003	+0,1%	+0,1	+3%	85	4,2	0,1	105	4,3	0,1	85	4,3	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,004	+0,1%						50	4,2	0,4	50	4,2	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,9***	+22%							114	4,2	0,5	36	5,2	1,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,4	+9%								63	4,2	0,5	87	4,6	1,2
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,9***	+22%								63	4,2	0,5	36	5,2	1,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,04*	-1%	32	4,3	0,4				32	4,2	0,4		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,7***	+18%	105	4,1	0,4				55	4,8	1,5		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,6***	+15%	73	4,0	0,5				87	4,6	1,2		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,8***	+21%	73	4,0	0,5				55	4,8	1,5		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,6**	+14%	+0,7**	+16%	51	4,2	0,5	67	4,3	0,6	51	4,9	1,6		
		MDD		+0,1	+2%	+0,2*	+6%	43	4,0	0,4	35	4,1	0,2	26	4,2	0,2		
		MDDeg		+0,05	+1%	+0,1	+2%	3	4,3	0,3	3	4,3	0,1	2	4,4	0,1		
		HD		+0,3	+7%	+0,4	+9%	8	4,2	0,3	9	4,3	0,2	8	4,6	0,6		
		DSbio																

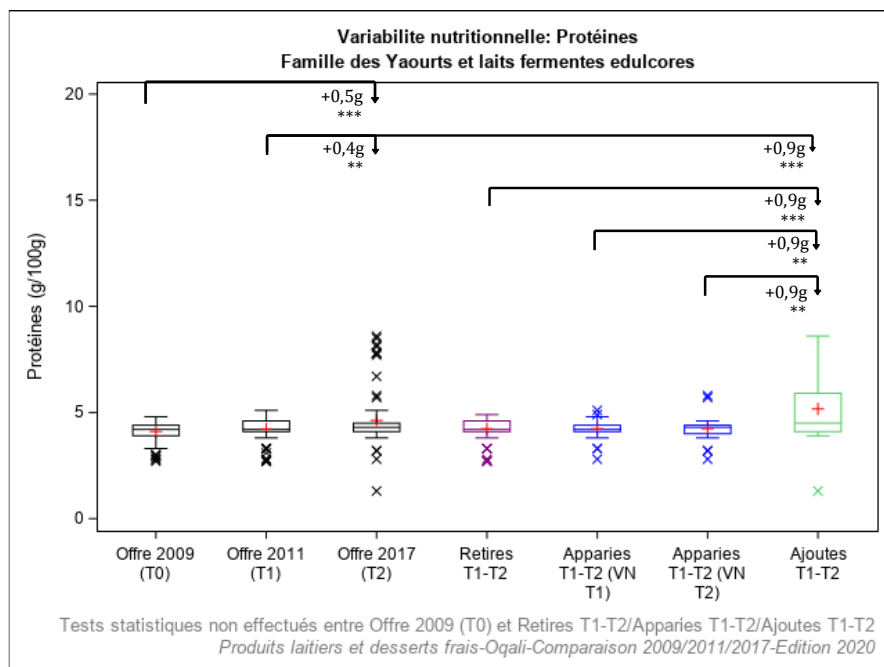
<sup>1</sup>Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs;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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, une augmentation significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,4g/100g soit +10% ; Tableau 98) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,5g/100g soit +13% ; Tableau 98).**

**Entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017), cela s'explique par un renouvellement de l'offre** (Figure 128 ; Tableau 98). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en protéines significativement plus élevée (+0,9g/100g soit +22%) que l'ensemble de l'offre T1 et que les produits « Retirés T1-T2 » (produits retirés du marché entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017) (+0,9g/100g soit +22%).

**Cette évolution est retrouvée au niveau des segments de marché** (Figure 129 ; Tableau 98) notamment au niveau des marques nationales (+0,6g/100g ; +14%). Cette évolution est également présente entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,7g/100g ; +16%). A noter également une augmentation significative entre les 2 suivis les plus éloignés au sein des marques de distributeurs (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,2g/100g ; +6%).

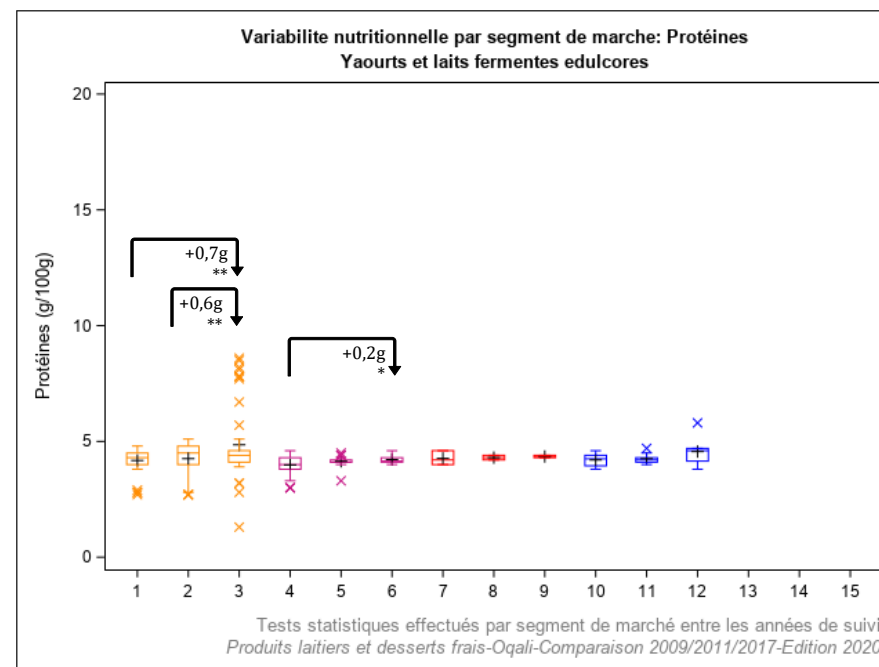
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée** (Tableau 98).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=105)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=114)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=87)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=63)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=50)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=50)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=36)

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

**Figure 128 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=51)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=67)	11	2011	Hard Discount (n=9)
3	2017	Marques nationales (n=51)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=43)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=35)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=26)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

**Figure 129 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Yaourts et laits fermentés édulcorés étudiée.**

## 5.6.2 Catégorie des Fromages frais

### 5.6.2.1. Fromages frais nature non sucrés classiques

Le Tableau 99 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques.

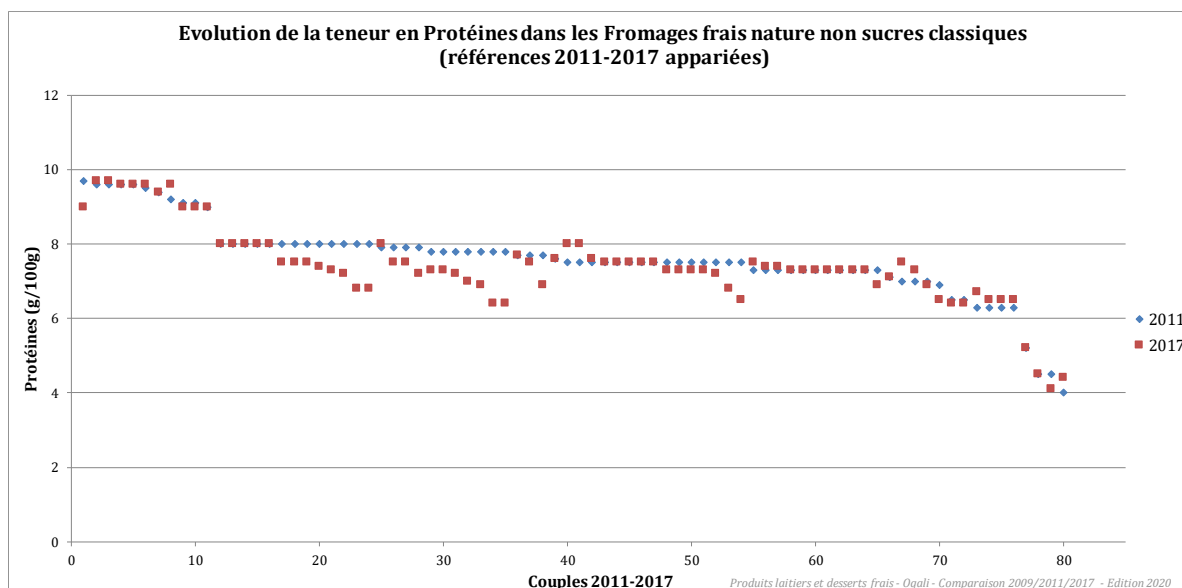
**Tableau 99 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-1%	-0,3	-4%	58	7,8	1,0	123	7,5	1,2	145	7,5	1,3
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,2	-3%	-0,3*	-4%	55	7,6	0,2	111	7,6	0,3	143	7,3	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2***	-2%						83	7,6	1,1	83	7,4	1,1
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04	+1%						123	7,5	1,2	57	7,6	1,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,2	+3%						36	7,2	1,6	145	7,5	1,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,3	+5%						36	7,2	1,6	57	7,6	1,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2	-3%	42	7,7	1,0				42	7,5	1,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,3	-4%	58	7,8	1,0				97	7,5	1,4
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,4	-5%	16	7,9	1,1				145	7,5	1,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,4	-5%	16	7,9	1,1				97	7,5	1,4
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,1	-1%	-0,2	-3%	4	7,2	1,0	19	7,1	1,6	24	7,0	1,2
		MDD		+0,04	+1%	-0,1	-2%	28	7,8	1,2	59	7,6	1,1	77	7,7	1,4
		MDDeg		-0,3	-4%	-0,6	-7%	8	7,8	0,8	13	7,5	0,4	17	7,3	0,8
		HD		-0,01	-0,1%	-0,1	-1%	18	7,8	0,9	31	7,7	1,3	21	7,7	1,0
		DSbio		+1,5	+29%								1	5,2		6

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 99).**

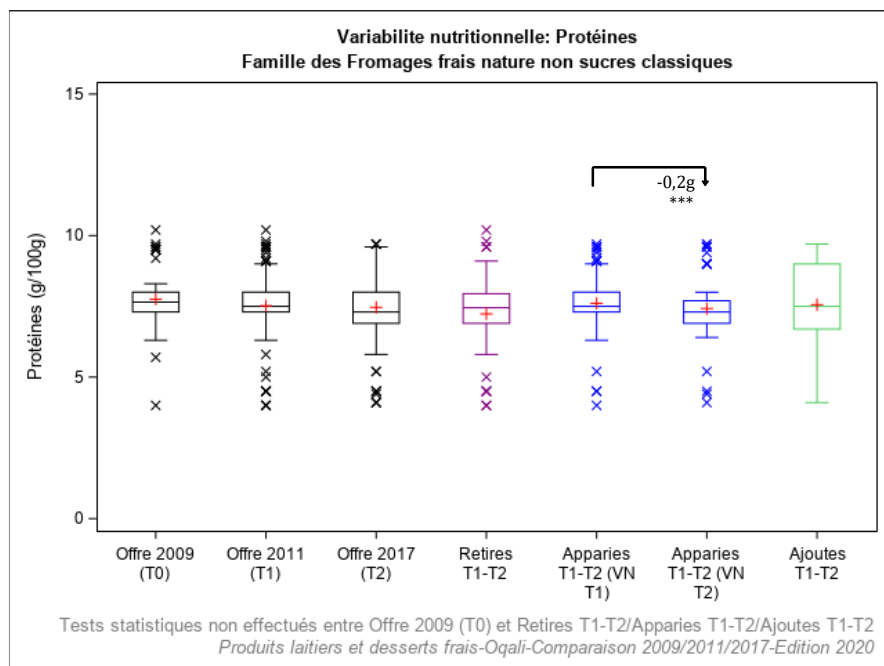
**Cependant, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,2g/100g soit -2%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 131 ; Tableau 99).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 130) montre que ces reformulations sont observées principalement sur des produits dont la teneur en protéines était comprise entre 6 et 8g/100g en 2011. L'ensemble des références disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



**Figure 130 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**

**Au niveau des segments de marché, aucune évolution significative n'est observée (Figure 132 ; Tableau 99).**

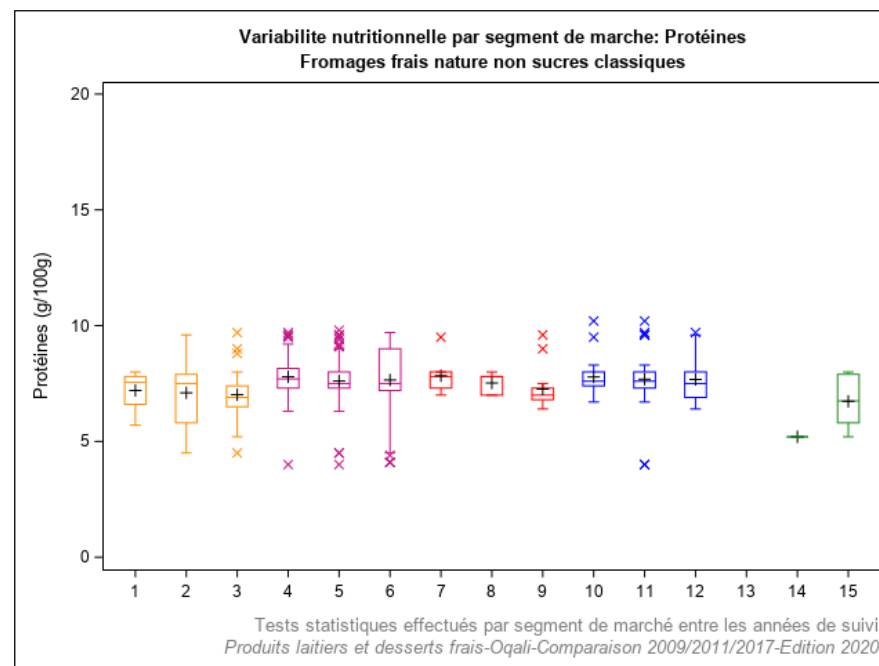
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,3g/100g soit -4% ; Tableau 99).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=58)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=123)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=145)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=36)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=83)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=83)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=57)

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

**Figure 131 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=4)	10	2009	Hard Discount (n=18)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=31)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=21)
4	2009	Marques de distributeurs (n=28)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=59)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=77)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=8)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=13)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=17)			

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

**Figure 132 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques étudiée.**

## 5.6.2.2. Fromages frais nature non sucrés gourmands

Le Tableau 100 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais nature non sucrés gourmands. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 100 ; Annexe 6).

**Tableau 100 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		-0,1	-1%	-0,5	-8%	42	6,3	1,7	83	5,9	1,9	109	5,8	2,0	
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,5	+8%	-0,5	-7%	40	7,3	0,4	77	6,3	0,4	106	6,7	0,3	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	-0,1	-2%							60	5,9	1,9	60	5,7	1,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,1	-2%							83	5,9	1,9	41	5,8	1,9
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	+0,03	+0,4%							22	5,8	1,7	109	5,8	2,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,1	-1%							22	5,8	1,7	41	5,8	1,9
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,3	-4%	32	6,2	1,7				32	5,9	1,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,5	-8%	42	6,3	1,7				77	5,8	2,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-0,6	-10%	7	6,5	2,1				109	5,8	2,0	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-0,6	-10%	7	6,5	2,1				77	5,8	2,1	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN		+0,6	+10%	-1,6	-21%	6	7,8	1,1	19	5,6	1,8	26	6,2	2,4	
	MDD		-0,2	-3%	-0,3	-6%	31	6,1	1,6	48	5,9	1,7	63	5,7	2,0	
	MDDeg		-1,9	-21%	-1,4	-16%	1	8,5		2	9,0	0,7	2	7,1	2,7	
	HD		-0,4	-7%	-0,2	-4%	4	5,8	2,6	14	6,0	2,1	15	5,6	1,8	
	DSbio												3	6,3	0,8	

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

### 5.6.2.3. Fromages frais sucrés classiques

Le Tableau 101 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés classiques.

**Tableau 101 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés classiques		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				-0,1	-1%	+0,1	+1%	72	6,2	0,8	115	6,3	0,8	110	6,3	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				-0,4**	-6%	-0,5***	-8%	66	6,6	0,1	102	6,4	0,1	110	6,0	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-0,2***	-4%						58	6,5	0,8	58	6,2	0,9
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				-0,03	-0,4%						115	6,3	0,8	49	6,3	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				+0,04	+1%						57	6,2	0,8	110	6,3	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				+0,1	+1%						57	6,2	0,8	49	6,3	1,0
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						-0,4	-7%	28	6,5	0,7				28	6,1	1,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						+0,2	+3%	72	6,2	0,8				80	6,3	0,9
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						+0,3	+5%	44	6,0	0,8				110	6,3	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						+0,4	+6%	44	6,0	0,8				80	6,3	0,9
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				-0,5	-9%	-1,0	-16%	10	6,4	0,7	16	5,9	0,8	13	5,3	1,3
		MDD				-0,004	-0,1%	+0,4*	+6%	44	6,1	0,9	66	6,5	0,8	73	6,5	0,7
		MDDeg				+0,1	+2%	-0,4	-5%	2	6,8	0,0	6	6,3	1,4	6	6,4	0,9
		HD				-0,2	-3%	-0,1	-2%	16	6,3	0,6	26	6,3	0,8	17	6,1	1,1
		DSbio				-0,8	-13%						1	6,0		1	5,2	

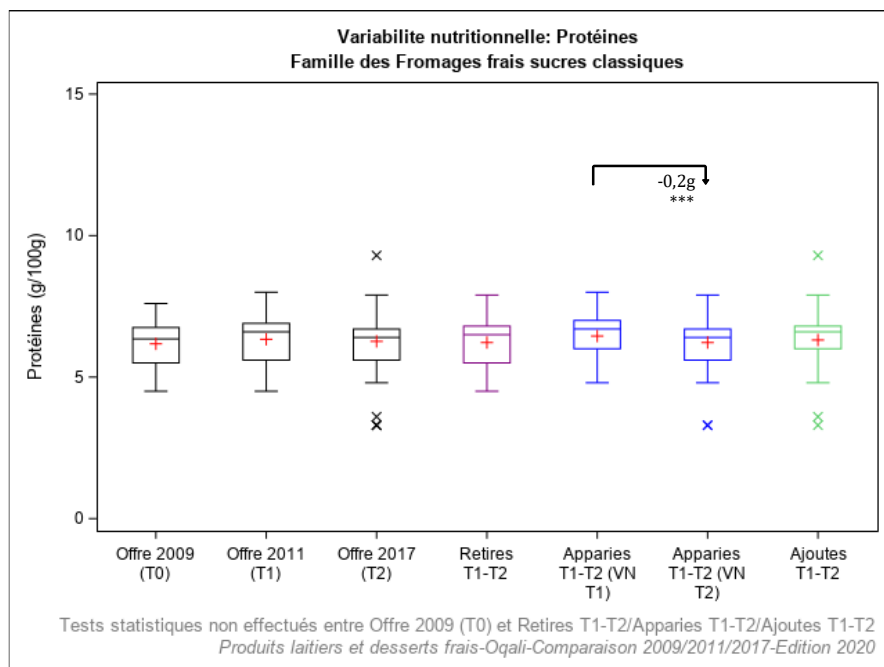
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 101).**

**Une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,2g/100g soit -4%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 133 ; Tableau 101).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 135) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

**A l'inverse, au niveau des segments de marché (Figure 134 ; Tableau 101), une augmentation significative de la teneur moyenne en protéines entre les 2 suivis les plus éloignés est observée pour les marques de distributeurs (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,4g/100g ; +6%).**

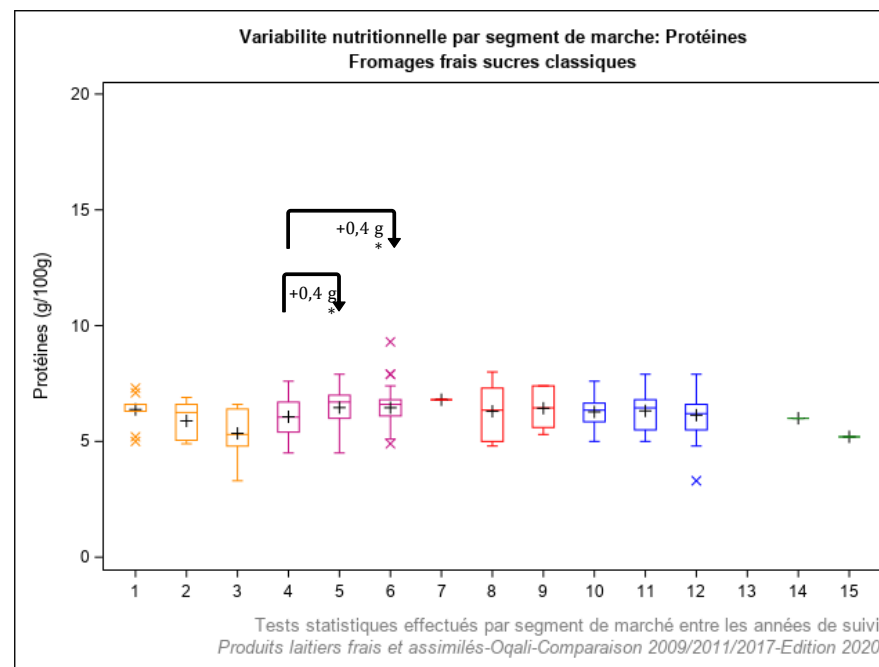
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,4g/100g soit -6% ; Tableau 101), ainsi qu'entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,5g/100g soit -8% ; Tableau 101).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=72)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=115)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=110)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=57)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=58)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=58)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

**Figure 133 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

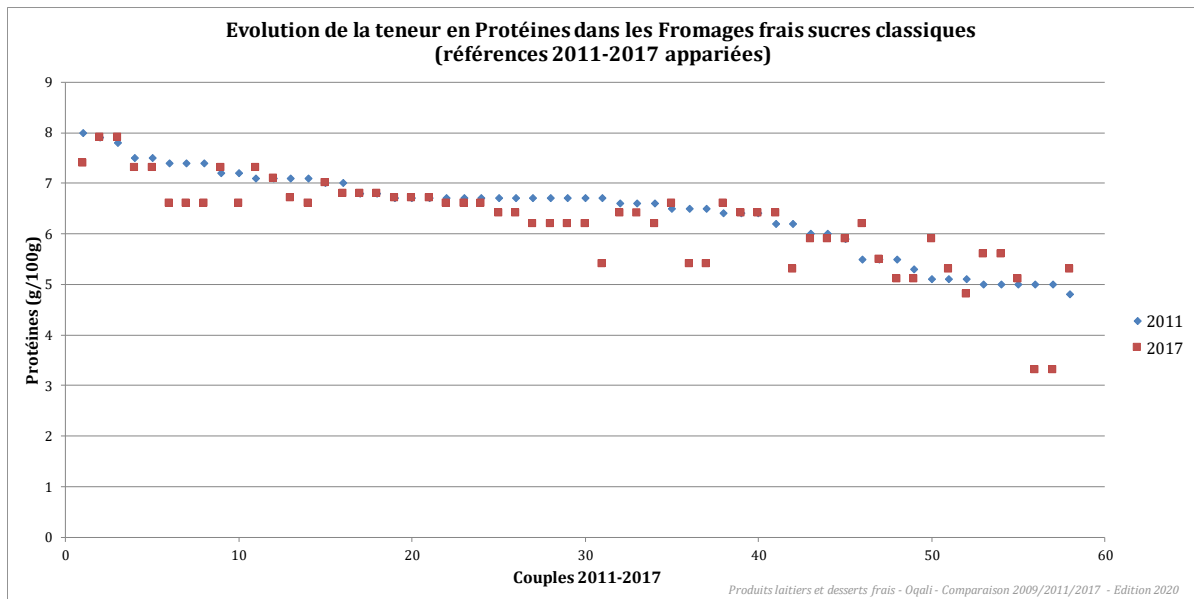


Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=10)	10	2009	Hard Discount (n=16)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=26)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=17)
4	2009	Marques de distributeurs (n=44)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=66)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=73)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=6)			

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

**Figure 134 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés classiques étudiée.**





**Figure 135 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés classiques étudiée.**

## 5.6.2.4. Fromages frais sucrés gourmands

Le Tableau 102 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés gourmands.

**Tableau 102 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés gourmands		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				-0,3	-6%	-0,3	-5%	33	5,3	1,0	47	5,4	1,0	75	5,1	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				-0,3	-6%	-0,2	-4%	20	5,4	0,1	38	5,5	0,1	72	5,2	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-0,5***	-8%						22	5,5	0,9	22	5,1	1,1
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				-0,3	-6%						47	5,4	1,0	53	5,1	1,2
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				-0,2	-3%						23	5,2	1,1	75	5,1	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				-0,2	-3%						23	5,2	1,1	53	5,1	1,2
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						-0,6	-10%	9	5,7	0,9				9	5,1	1,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						-0,2	-5%	33	5,3	1,0				65	5,1	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						-0,1	-3%	23	5,2	1,0				75	5,1	1,1
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						-0,1	-3%	23	5,2	1,0				65	5,1	1,1
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				+0,2	+4%	-0,1	-1%	10	4,9	1,0	10	4,7	0,7	28	4,9	1,3
		MDD				-0,3	-6%	-0,5	-9%	13	5,6	0,8	25	5,5	1,1	33	5,1	1,1
		MDDeg											2	6,4	0,1			
		HD				-0,4	-6%	+0,02	+0,4%	10	5,3	1,1	10	5,6	0,8	14	5,3	0,8
		DSbio																

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

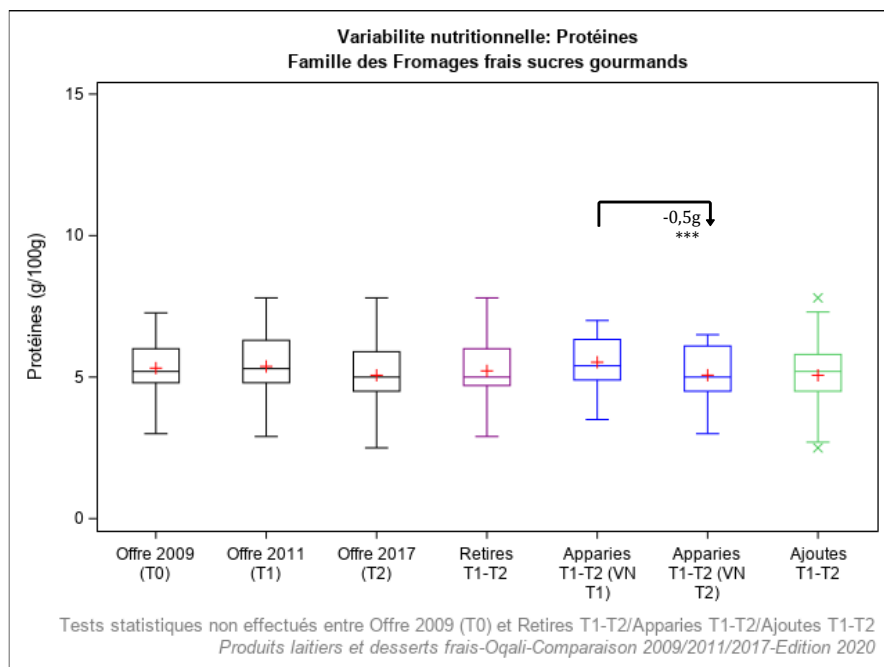
Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille pondérées ou non par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 102).**

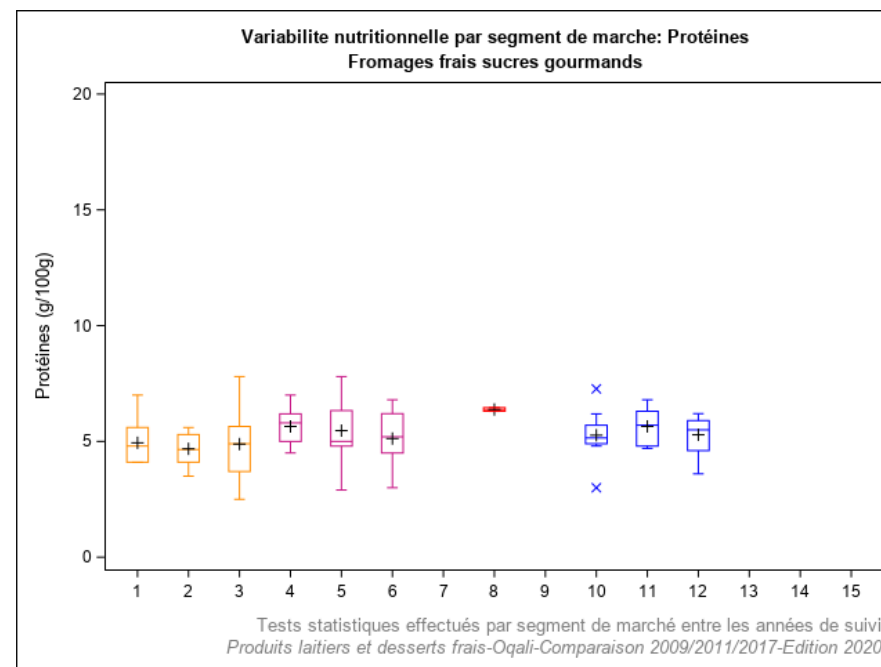
**Une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,5g/100g soit -8%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 136 ; Tableau 102). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 138) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=33)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=47)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=75)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=22)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=22)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=53)

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

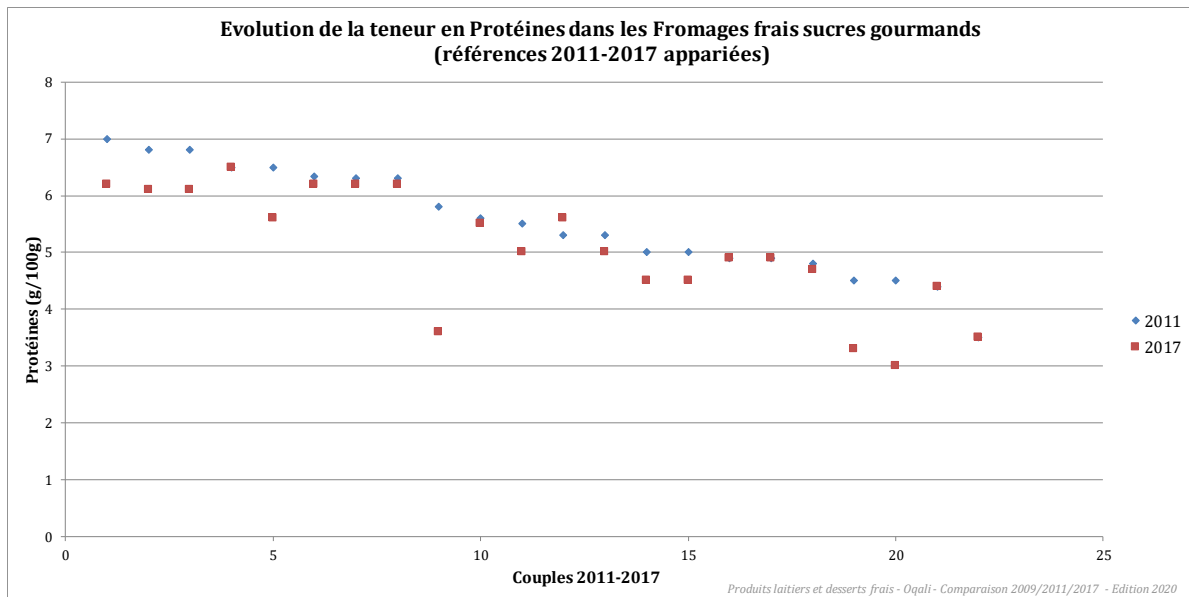
**Figure 136 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=10)	10	2009	Hard Discount (n=10)
2	2011	Marques nationales (n=10)	11	2011	Hard Discount (n=10)
3	2017	Marques nationales (n=28)	12	2017	Hard Discount (n=14)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=25)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=33)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 137 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**



**Figure 138 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Fromages frais sucrés gourmands étudiée.**

### 5.6.2.5. Fromages frais sucrés édulcorés

Le Tableau 103 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Fromages frais sucrés édulcorés. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 103 ; Annexe 6).

**Tableau 103 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Fromages frais édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Fromages frais édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,4	+6%	-0,4	-6%	2	6,9	0,7	10	6,1	0,5	11	6,5	0,6	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,01	+0,1%	-0,4	-6%	2	6,8	0,1	7	6,4	0,1	11	6,4	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-1%						5	6,3	0,5	5	6,2	0,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,6	+9%						10	6,1	0,5	6	6,7	0,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,7	+12%						4	5,8	0,4	11	6,5	0,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,9	+15%						4	5,8	0,4	6	6,7	0,6	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,4	-6%	2	6,9	0,7				11	6,5	0,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,9	-13%	1	7,4					11	6,5	0,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,9	-13%	1	7,4					11	6,5	0,6	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,1	+1%	-1,1	-15%	1	7,4		7	6,2	0,4	6	6,3	0,3	
		MDD		+1,1	+18%	+0,7	+10%	1	6,4		2	6,0	0,7	3	7,1	0,5	
		MDDeg															
		HD		+0,7	+13%							1	5,4		2	6,1	0,7
		DSbio															

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

## 5.6.3 Catégorie des Desserts frais

### 5.6.3.1. Crèmes dessert et laits gélifiés

Le Tableau 104 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés.

**Tableau 104 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,04	-1%	-0,1	-3%	144	3,1	0,6	224	3,0	0,6	328	3,0	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1*	-4%	-0,2***	-7%	129	3,3	0,1	204	3,1	0,1	326	3,0	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2***	-6%						139	3,0	0,6	139	2,8	0,6
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+3%						224	3,0	0,6	159	3,1	0,8
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,05	-2%						85	3,0	0,6	328	3,0	0,7
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1	+3%						85	3,0	0,6	159	3,1	0,8
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2	-7%	77	3,0	0,6				77	2,8	0,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,03	-1%	144	3,1	0,6				228	3,1	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-7%	67	3,2	0,6				328	3,0	0,7
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1	-4%	67	3,2	0,6				228	3,1	0,7
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,1	-2%	-0,2	-6%	33	3,6	0,4	56	3,5	0,5	81	3,4	0,7
		MDD		-0,02	-1%	-0,1	-3%	73	3,1	0,5	96	3,0	0,5	168	3,0	0,6
		MDDeg		-0,1	-6%	-0,3	-12%	12	2,5	0,5	22	2,4	0,5	25	2,2	0,5
		HD		-0,1	-5%	-0,1	-3%	26	2,9	0,5	49	2,9	0,4	51	2,8	0,5
		DSbio		-0,7	-15%								1	4,5		3

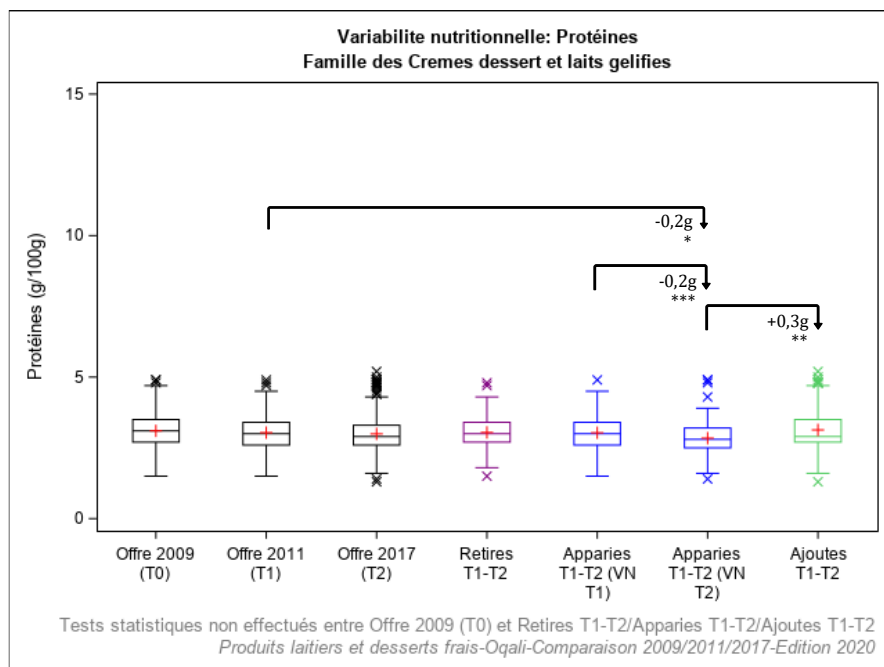
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille aucune évolution significative n'est observée (Tableau 104).**

**Cependant, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés (données non pondérées), indiquant que des reformulations à la baisse (-0,2g/100g soit -6%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 139 ; Tableau 104).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 141) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

**Au niveau des segments de marché, aucune évolution significative n'est observée (Figure 140 ; Tableau 104).**

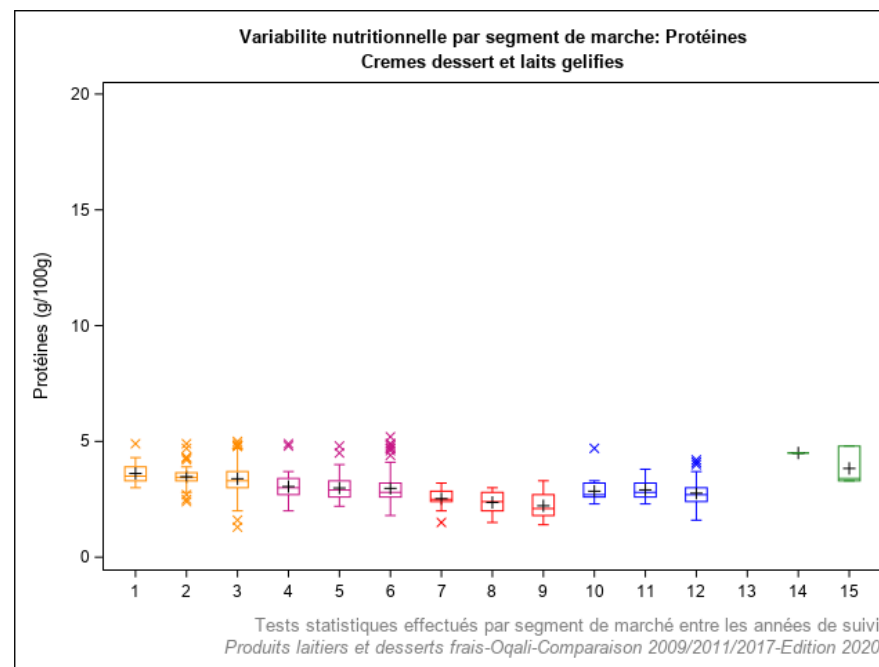
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,1g/100g soit -4% ; Tableau 104) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,2g/100g soit -7% ; Tableau 104).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=144)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=224)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=328)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=85)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=139)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=139)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=159)

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

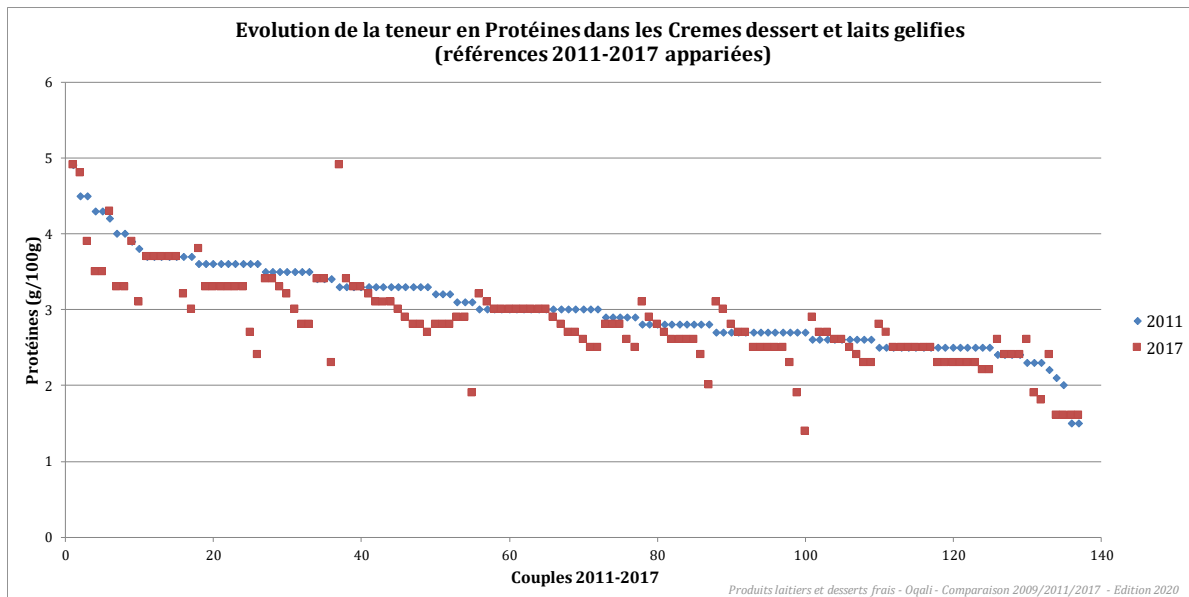
**Figure 139 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=33)	10	2009	Hard Discount (n=26)
2	2011	Marques nationales (n=56)	11	2011	Hard Discount (n=49)
3	2017	Marques nationales (n=81)	12	2017	Hard Discount (n=51)
4	2009	Marques de distributeurs (n=73)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=96)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=168)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=12)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=22)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=25)			

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

**Figure 140 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



**Figure 141 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



### 5.6.3.2. Liégeois et assimilés

Le Tableau 105 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.

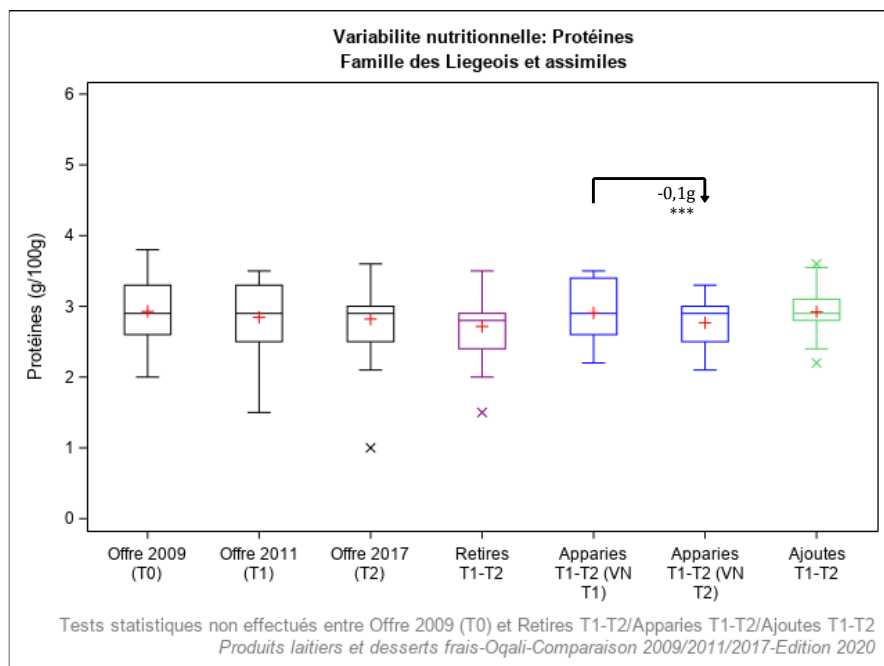
**Tableau 105 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Liégeois et assimilés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
		g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,03	-1%	-0,1	-4%	45	2,9	0,4	78	2,8	0,4	99	2,8	0,4
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-2%	-0,1	-3%	40	3,0	0,1	68	3,0	0,1	98	2,9	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1***	-5%						53	2,9	0,4	53	2,8	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,1	+3%						78	2,8	0,4	45	2,9	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+4%						25	2,7	0,5	99	2,8	0,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,2	+8%						25	2,7	0,5	45	2,9	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-2%	31	2,9	0,4				31	2,8	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-2%	45	2,9	0,4				64	2,9	0,3
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-6%	14	3,0	0,5				99	2,8	0,4
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1	-4%	14	3,0	0,5				64	2,9	0,3
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,1	-3%	-0,3	-9%	9	3,2	0,3	11	3,0	0,2	30	2,9	0,4
		MDD		-0,1	-2%	-0,02	-1%	29	2,8	0,4	47	2,9	0,4	50	2,8	0,4
		MDDeg		+1,2	+64%	+0,8	+36%	1	2,2		3	1,8	0,3	1	3,0	
		HD		-0,1	-5%	-0,4	-14%	6	3,1	0,4	17	2,8	0,4	18	2,7	0,4
		DSbio														

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille pondérée ou non par les part de marché Liégeois et assimilés, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 105).**

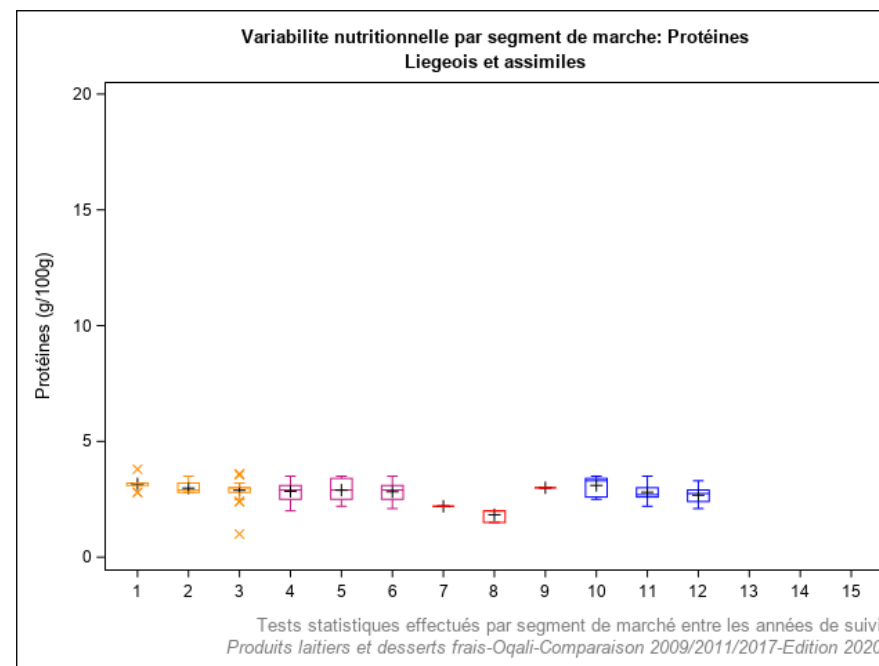
**Cependant, une diminution significative des teneurs est mise en évidence pour les produits appariés (données non pondérées), indiquant que des reformulations à la baisse (-0,1g/100g soit -5%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 142 ; Tableau 105). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 144) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=78)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=25)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

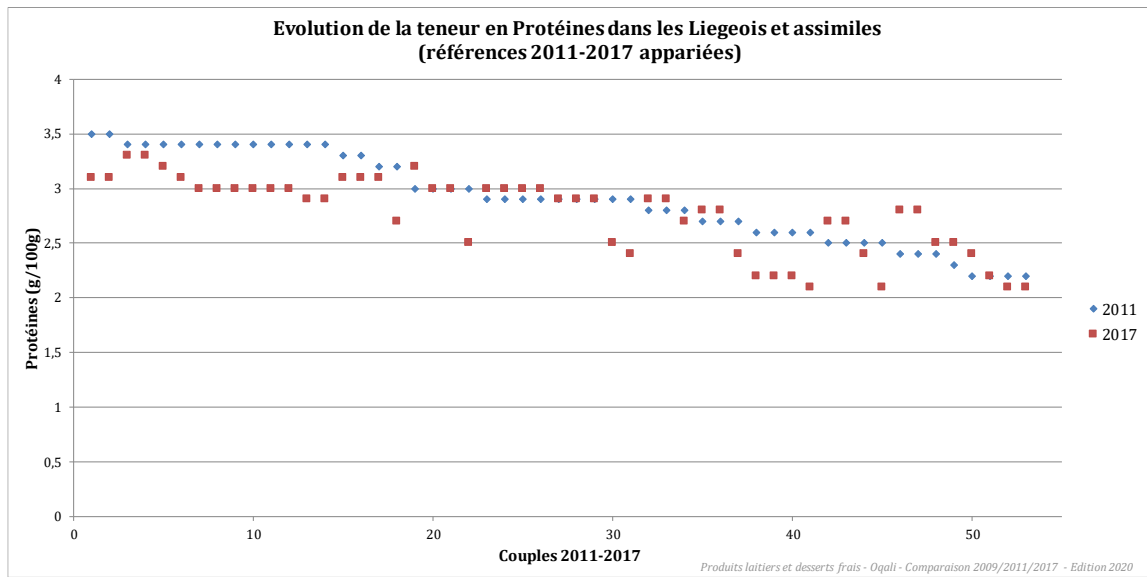
**Figure 142 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Liégeois et assimilés étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=9)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=11)	11	2011	Hard Discount (n=17)
3	2017	Marques nationales (n=30)	12	2017	Hard Discount (n=18)
4	2009	Marques de distributeurs (n=29)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=47)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=50)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 143 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Liégeois et assimilés étudiée.**



**Figure 144 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Liégeois et assimilés étudiée.**

### 5.6.3.3. Laits emprésurés

Le Tableau 106 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 106 ; Annexe 6).

**Tableau 106 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laits emprésurés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Laits emprésurés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2	-4%	-0,6	-10%	2	5,9	0,2	6	5,5	0,7	13	5,3	0,7	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,1	-2%	-0,05	-1%	2	5,8	0,03	6	5,8	0,1	12	5,7	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,6	-11%						2	5,5	0,1	2	4,9	0,1	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-1%						6	5,5	0,7	8	5,5	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,3	-5%						4	5,6	0,8	13	5,3	0,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						4	5,6	0,8	8	5,5	0,8	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2															
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,6	-10%	2	5,9	0,2				13	5,3	0,7	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,6	-10%	2	5,9	0,2				13	5,3	0,7	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,6	-10%	2	5,9	0,2				13	5,3	0,7	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,01	-0,1%						3	5,3	0,3	13	5,3	0,7	
		MDD						2	5,9	0,2	1	6,0					
		MDDeg															
		HD									2	5,6	1,3				
		DSbio															

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

### 5.6.3.4. Desserts frais à base de céréales

Le Tableau 107 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 107 ; Annexe 6).

**Tableau 107 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais à base de cereales			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-2%	-0,01	-0,3%	61	3,3	0,5	101	3,4	0,5	131	3,3	0,5
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,05	-2%	-0,1	-4%	59	3,2	0,1	93	3,2	0,1	129	3,1	0,1
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-3%						63	3,4	0,5	63	3,3	0,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						101	3,4	0,5	62	3,3	0,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-2%						38	3,4	0,5	131	3,3	0,5
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						38	3,4	0,5	62	3,3	0,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,02	+1%	43	3,3	0,5				43	3,3	0,5
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,02	-1%	61	3,3	0,5				87	3,3	0,5
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,04	-1%	18	3,4	0,6				131	3,3	0,5
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,1	-2%	18	3,4	0,6				87	3,3	0,5
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,03	+1%	-0,1	-2%	7	3,5	0,7	10	3,4	0,6	45	3,4	0,6
		MDD		-0,04	-1%	+0,03	+1%	34	3,3	0,5	60	3,4	0,5	61	3,3	0,5
		MDDeg		-0,6	-18%	-0,7	-20%	1	3,5		5	3,4	0,2	2	2,8	0,0
		HD		-0,3	-8%	-0,2	-5%	19	3,3	0,4	25	3,4	0,4	22	3,1	0,4
		DSbio		-0,4	-11%						1	3,6		1	3,2	

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

### 5.6.3.5. Desserts frais de type mousse

Le Tableau 108 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.

**Tableau 108 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais de type mousse		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				77	4,3	0,9	95	4,4	1,0	147	4,8	1,7	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				62	3,8	0,2	85	3,8	0,1	145	4,3	0,2	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							63	4,3	0,9	63	4,3	0,9	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							95	4,4	1,0	78	5,1	2,0	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							30	4,5	1,1	147	4,8	1,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							30	4,5	1,1	78	5,1	2,0	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				40	4,3	0,9				40	4,2	0,8	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				77	4,3	0,9				100	5,0	1,9	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				37	4,3	0,9				147	4,8	1,7	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				37	4,3	0,9				100	5,0	1,9	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+2,0***	+48%	+2,2***	+54%	15	4,0	1,0	20	4,2	1,1	38	6,2	2,1
		MDD	-0,1	-3%	+0,01	+0,3%	44	4,4	0,9	51	4,6	1,0	81	4,4	1,4
		MDDeg	-0,3	-7%	-0,7	-16%	3	4,5	0,2	4	4,1	0,4	4	3,8	0,5
		HD	-0,2	-4%	-0,2	-5%	15	4,1	0,9	20	4,1	0,8	23	3,9	0,7
		DSbio											1	7,6	

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

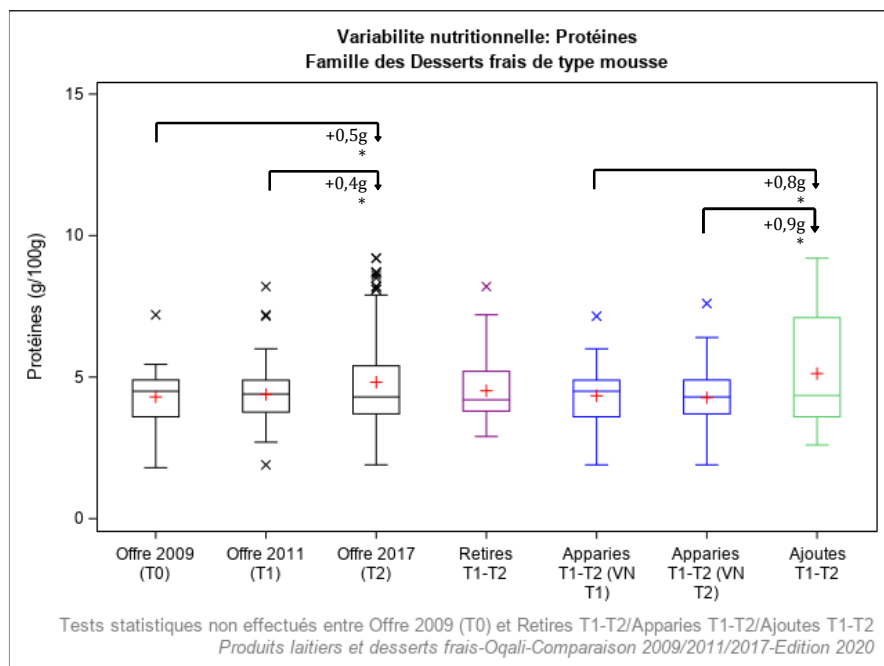
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,4g/100g soit +10% ; Tableau 108) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,5g/100g soit +12% ; Tableau 108).

**Ces augmentations significatives sont portées par les marques nationales** (T1-T2 : 2011-2017 ; +2,0g/100g soit +48% ; T0-T2 : 2009 à 2017 ; +2,2g/100g soit +54%).

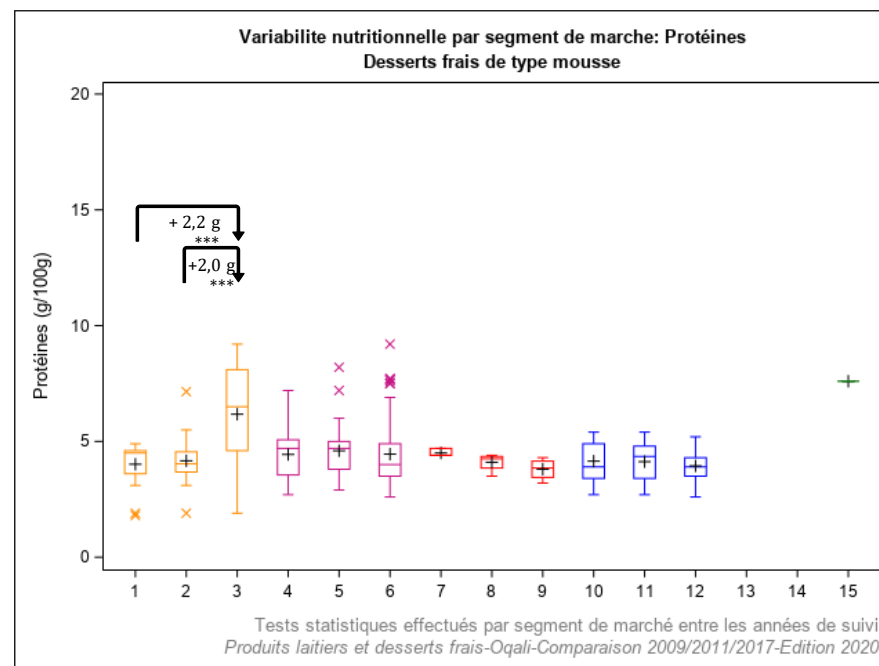
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une évolution significative de la teneur moyenne en protéines est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,5g/100g soit +13% ; Tableau 108) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,5g/100g soit +12% ; Tableau 108).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=77)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=95)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=147)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=30)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=78)

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

**Figure 145 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais de type mousse étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=15)	10	2009	Hard Discount (n=15)
2	2011	Marques nationales (n=20)	11	2011	Hard Discount (n=20)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=23)
4	2009	Marques de distributeurs (n=44)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=51)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=81)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			

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

**Figure 146 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais de type mousse étudiée.**

### 5.6.3.6. Desserts frais aux œufs

Le Tableau 109 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 109 ; Annexe 6).

**Tableau 109 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais aux œufs			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-2%	-0,1	-1%	122	4,4	0,7	152	4,4	0,6	209	4,3	0,6	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,03	+1%	-0,1	-1%	90	4,5	0,1	141	4,4	0,1	206	4,4	0,1	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-2%						101	4,4	0,5	101	4,3	0,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-2%						152	4,4	0,6	105	4,3	0,8	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-1%						51	4,4	0,7	209	4,3	0,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-1%						51	4,4	0,7	105	4,3	0,8	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-2%	74	4,4	0,6				74	4,3	0,5	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,04	-1%	122	4,4	0,7				129	4,3	0,7	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,03	-1%	48	4,4	0,9				209	4,3	0,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,02	-0,4%	48	4,4	0,9				129	4,3	0,7	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,1	+1%	-0,04	-1%	29	4,5	0,6	26	4,4	0,6	54	4,4	0,8	
		MDD		-0,2	-3%	-0,1	-1%	77	4,3	0,8	86	4,4	0,6	116	4,3	0,6	
		MDDeg		-1,0	-19%							2	5,2	1,0	3	4,2	0,6
		HD		-0,1	-1%	-0,1	-2%	16	4,4	0,3	38	4,4	0,5	33	4,3	0,4	
		DSbio													3	4,8	0,5

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



### 5.6.3.7. Desserts frais allégés et/ou édulcorés

Le Tableau 110 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés.

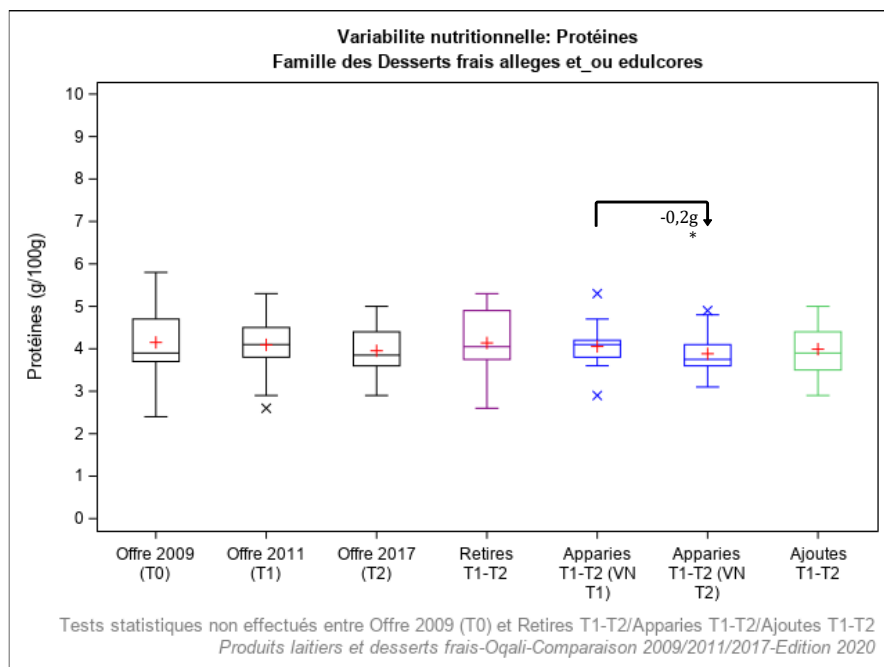
**Tableau 110 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,1	-3%	-0,2	-5%	50	4,2	0,8	34	4,1	0,6	30	4,0	0,6		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,2	-5%	-0,03	-1%	32	4,0	0,1	31	4,1	0,1	30	3,9	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2*	-4%						18	4,1	0,5	18	3,9	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,1	-3%							34	4,1	0,6	10	4,0	0,7	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2	-4%								16	4,1	0,8	30	4,0	0,6
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,1	-4%								16	4,1	0,8	10	4,0	0,7
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,2	-6%	12	4,1	0,6				12	3,8	0,5		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-3%	50	4,2	0,8				18	4,0	0,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-6%	36	4,2	0,8				30	4,0	0,6		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,2	-4%	36	4,2	0,8				18	4,0	0,6		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,1	+2%	+0,1	+3%	25	3,9	0,6	19	3,9	0,4	24	4,0	0,5		
		MDD		-0,8	-18%	-0,7	-16%	19	4,5	0,8	11	4,6	0,7	5	3,8	0,8		
		MDDeg																
		HD		+0,1	+4%	-0,7	-16%	6	4,3	1,0	4	3,5	0,8	1	3,6			
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille pondérées ou non par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 110).**

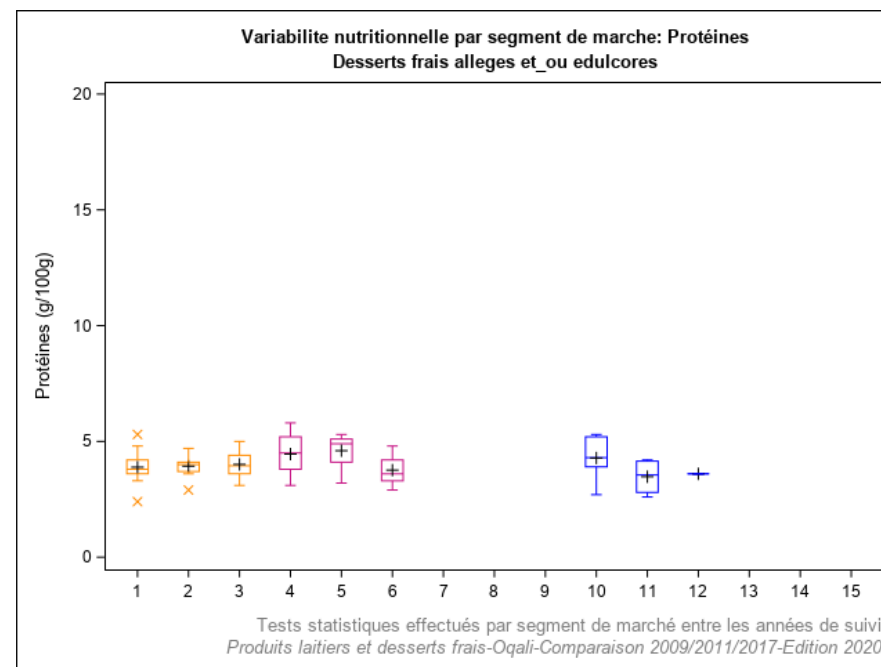
**Une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés (données non pondérées), indiquant que des reformulations à la baisse (-0,2g/100g soit -4%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 147 ; Tableau 110).** L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 149) montre que ces reformulations sont réparties sur l'ensemble des produits. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=50)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=34)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=30)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=10)

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

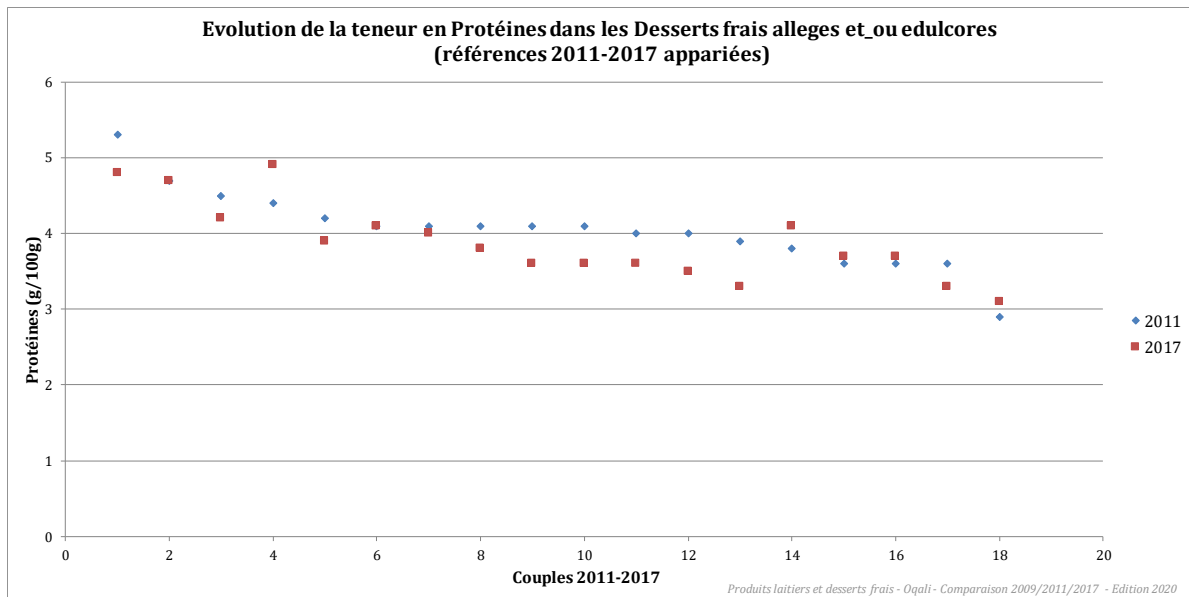
**Figure 147 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=25)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=19)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=11)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=5)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 148 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**



**Figure 149 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés étudiée.**

### 5.6.3.8. Gâteaux, moelleux, cakes frais

Le Tableau 111 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais.

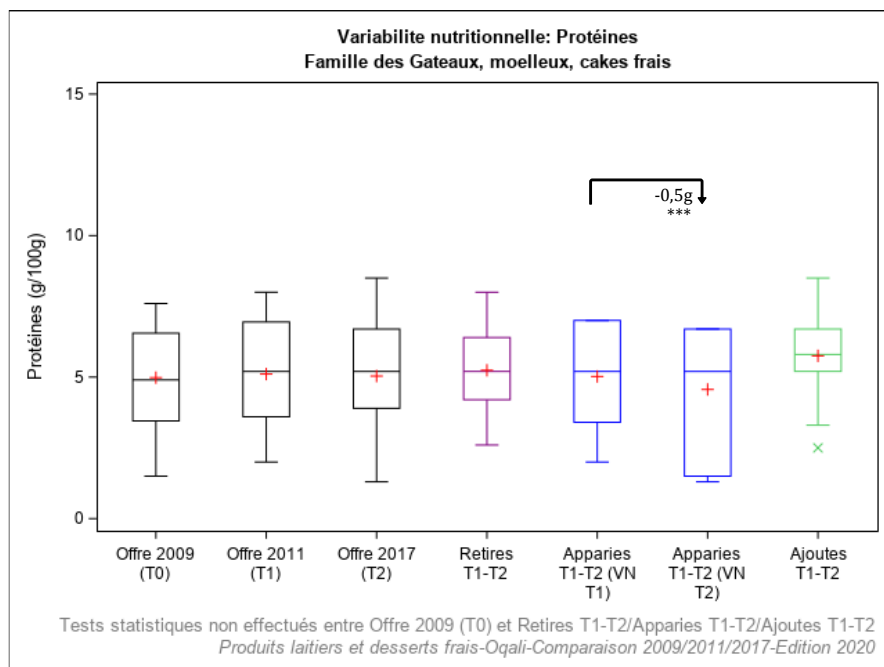
**Tableau 111 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				-0,1	-1%	+0,1	+1%	36	5,0	1,6	44	5,1	1,7	52	5,0	2,0
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				+0,1	+2%	-0,1	-2%	31	4,6	0,1	34	4,4	0,1	51	4,5	0,2
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-0,5***	-9%						27	5,0	1,7	27	4,6	2,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				+0,6	+13%						44	5,1	1,7	21	5,8	1,5
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				-0,2	-4%						17	5,2	1,5	52	5,0	2,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				+0,5	+10%						17	5,2	1,5	21	5,8	1,5
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						-0,5	-11%	18	4,8	1,7				18	4,2	2,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						+0,5	+10%	36	5,0	1,6				33	5,5	1,7
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						-0,1	-3%	18	5,2	1,6				52	5,0	2,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						+0,3	+6%	18	5,2	1,6				33	5,5	1,7
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN				-0,4	-6%	+0,1	+3%	7	5,2	2,0	9	5,7	1,2	17	5,4	1,6
		MDD				+0,1	+2%	-0,1	-3%	19	5,0	1,8	21	4,8	1,9	27	4,9	2,1
		MDDeg																
		HD				-0,3	-7%	+0,1	+2%	10	4,7	1,3	14	5,2	1,4	8	4,8	2,3
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, pondérée ou non par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 111).**

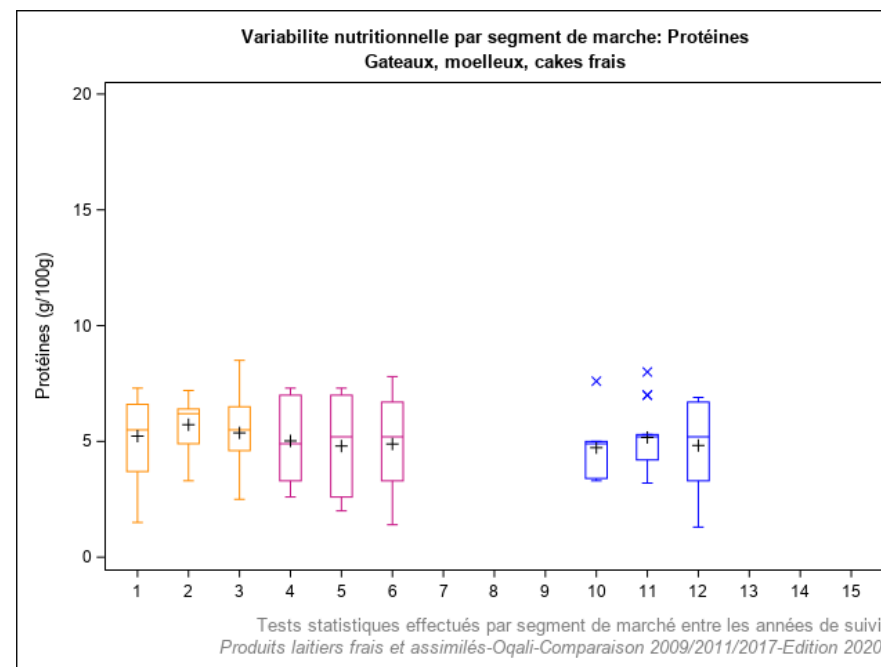
**Une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des reformulations à la baisse (-0,5g/100g soit -9%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 150 ; Tableau 111). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 152) montre que ces reformulations sont réparties sur quasiment l'ensemble des produits, les plus importantes ayant été réalisées sur les produits dont les teneurs en 2011 étaient parmi les plus faibles. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=36)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=44)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=52)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=17)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=27)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=27)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=21)

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

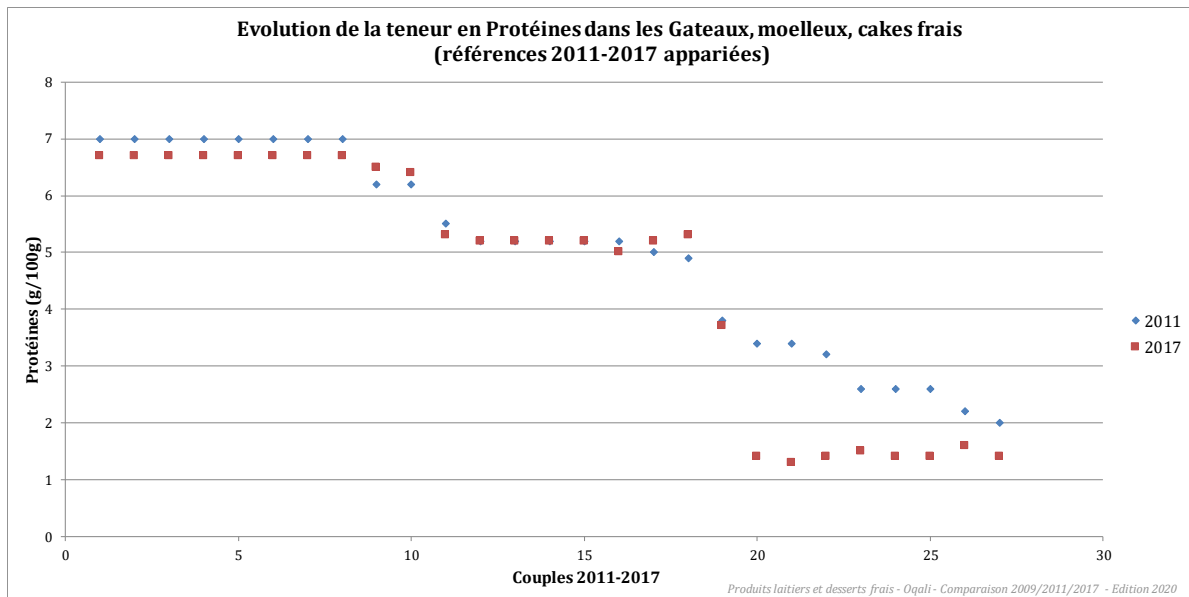
**Figure 150 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=10)
2	2011	Marques nationales (n=9)	11	2011	Hard Discount (n=14)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=19)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=27)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 151 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**



**Figure 152 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

### 5.6.3.9. Desserts pâtisseries frais aux fruits

Le Tableau 112 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais aux fruits.

**Tableau 112 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.**

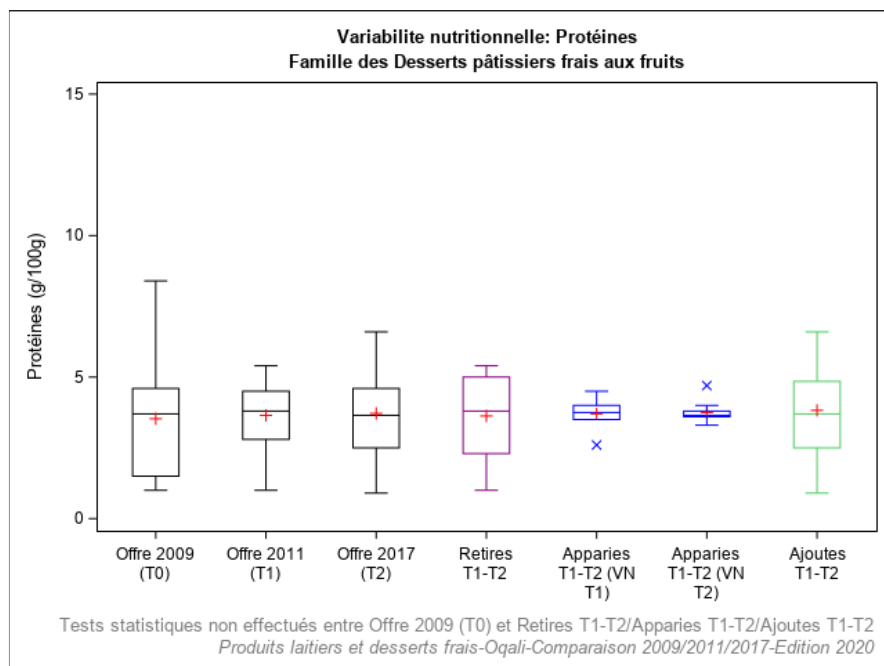
Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,1	+2%	+0,2	+5%	14	3,5	2,0	33	3,6	1,2	58	3,7	1,4		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,8**	-19%	+0,1	+4%	9	3,1	0,1	29	4,0	0,05	56	3,2	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,05	+1%						10	3,7	0,5	10	3,8	0,4		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,2	+5%							33	3,6	1,2	44	3,8	1,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,1	+3%								23	3,6	1,4	58	3,7	1,4
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,2	+5%								23	3,6	1,4	44	3,8	1,6
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,05	-1%	2	3,7	0,3				2	3,7	0,1		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,2	+5%	14	3,5	2,0				56	3,7	1,5		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2	+6%	12	3,5	2,2					58	3,7	1,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,2	+6%	12	3,5	2,2					56	3,7	1,5	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,3	-9%	-1,7*	-35%	5	5,0	2,1	8	3,6	0,6	19	3,2	1,1		
		MDD		+0,4	+12%	+1,4	+52%	9	2,7	1,5	21	3,7	1,3	28	4,1	1,5		
		MDDeg																
		HD		-0,2	-5%								4	3,7	1,5	11	3,5	1,6
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille aucune évolution significative n'est observée (Tableau 112).**

**Au niveau des segments de marché (Figure 154 ; Tableau 101), une diminution significative de la teneur moyenne en protéines entre les 2 suivis les plus éloignés est observée pour les marques nationales (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -1,7g/100g ; -35%).**

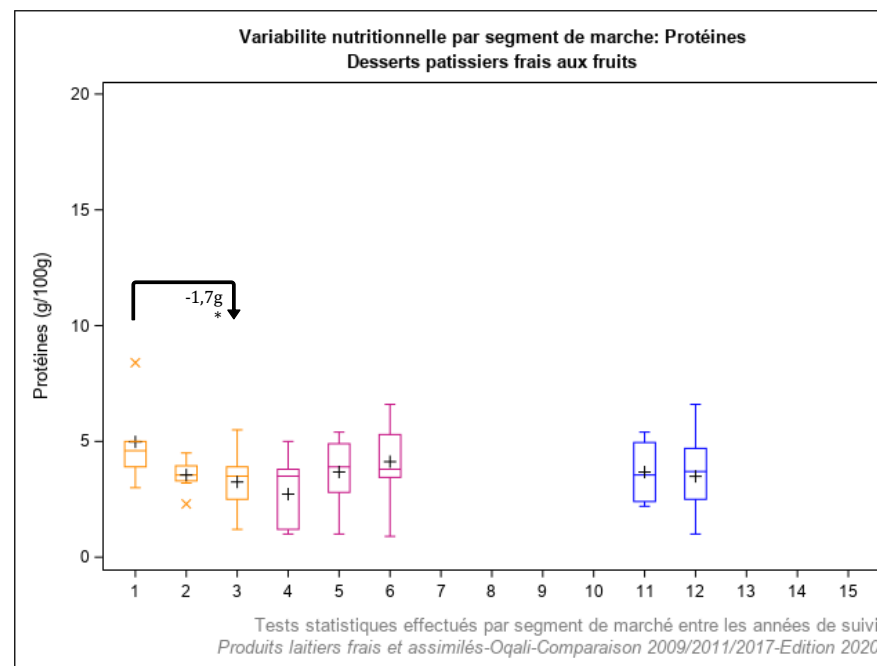
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,8g/100g soit -19% ; Tableau 112).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=14)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=33)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=58)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=44)

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

**Figure 153 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=8)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=19)	12	2017	Hard Discount (n=11)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=28)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 154 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**



### 5.6.3.10. Desserts pâtisseries frais sans fruit

Le Tableau 113 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.

**Tableau 113 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

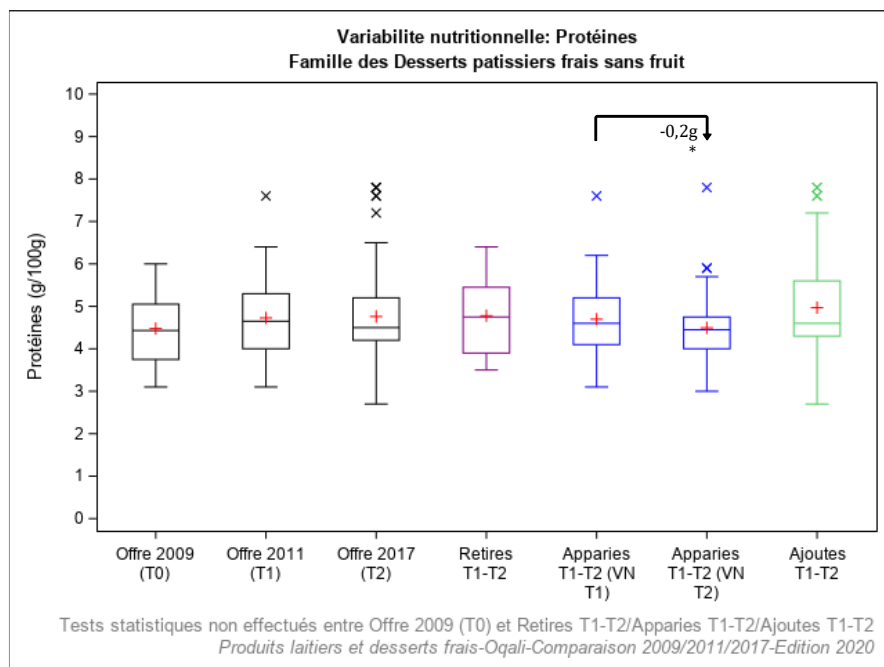
Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,03	+1%	+0,3	+6%	24	4,5	0,9	56	4,7	0,9	99	4,8	1,1		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,3	-6%	+0,3	+7%	23	4,3	0,1	48	4,9	0,1	97	4,6	0,1		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,2*	-4%						36	4,7	0,9	36	4,5	0,9		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,2	+5%							56	4,7	0,9	59	5,0	1,1	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,02	-0,4%								20	4,8	0,9	99	4,8	1,1
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,2	+4%								20	4,8	0,9	59	5,0	1,1
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,1	-2%	14	4,4	0,8				14	4,3	0,6		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,4	+9%	24	4,5	0,9				81	4,9	1,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,2	+4%	10	4,6	1,0				99	4,8	1,1		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,3	+6%	10	4,6	1,0				81	4,9	1,1		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,1	-2%	+0,6	+15%	6	4,1	0,5	7	4,8	1,0	25	4,8	0,7		
		MDD		+0,2	+5%	+0,4	+8%	15	4,6	0,9	37	4,8	0,9	58	5,0	1,2		
		MDDeg		+0,1	+3%							1	3,8		1	3,9		
		HD		-0,7	-15%	-0,5	-11%	3	4,4	1,5	11	4,6	0,9	15	3,9	0,8		
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, pondérée ou non par les parts de marché, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 113).**

Cependant, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est mise en évidence pour les produits appariés, indiquant que des **reformulations à la baisse** (-0,2g/100g soit -4%) ont eu lieu entre 2011 et 2017 (Figure 155 ; Tableau 113). L'étude des teneurs référence par référence entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; Figure 157) montre que ces reformulations sont observées sur les produits dont les teneurs moyennes en protéines en 2011 étaient parmi les plus élevées. L'ensemble des informations disponibles sur l'emballage n'a pas permis d'expliquer ces évolutions.

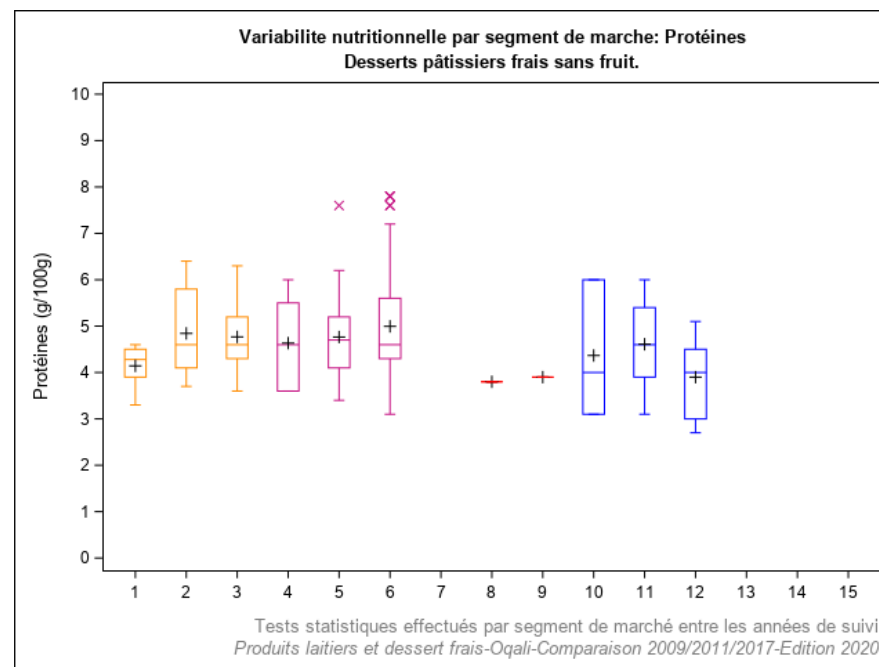
**Aucune évolution significative des teneurs en protéines est observée au niveau des segments de marché (Tableau 113 ; Figure 158).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=24)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=56)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=20)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=36)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=36)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

**Figure 155 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=6)	10	2009	Hard Discount (n=3)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=25)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=15)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=37)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=58)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

**Figure 156 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.**

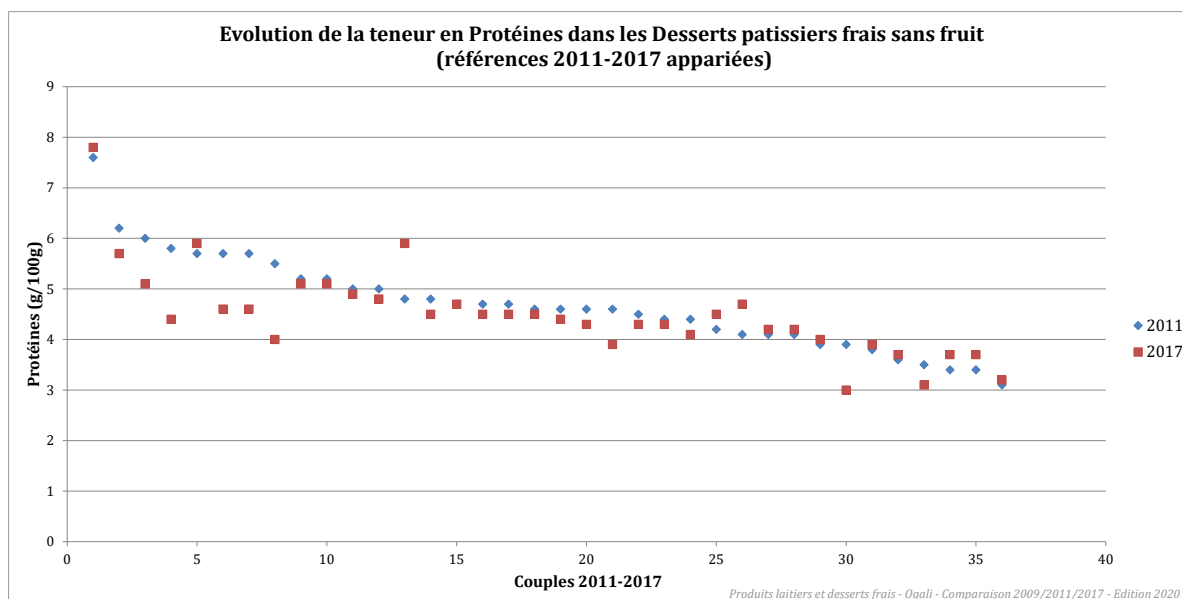


Figure 157 : Evolution, référence par référence, de la teneur en protéines des produits appariés entre 2011 et 2017, de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit étudiée.

### 5.6.3.11. Autres desserts frais

Le Tableau 114 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 114 ; Annexe 6).

Tableau 114 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais.

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Autres desserts frais		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-7%	-0,4	-12%	20	3,3	1,4	42	3,1	1,2	42	2,9	1,0			
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-10%	-0,6	-19%	15	3,0	0,1	36	2,7	0,05	40	2,5	0,03			
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2										13	2,8	1,1	13	2,9	1,0
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2										42	3,1	1,2	29	2,9	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2										29	3,3	1,3	42	2,9	1,0
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2										29	3,3	1,3	29	2,9	1,0
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2													1	2,3	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2													41	2,9	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2													42	2,9	1,0
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2													41	2,9	1,0
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-0,5	-16%	-0,2	-8%	5	3,0	1,7	9	3,3	1,3	17	2,8	1,0			
	MDD	-0,5	-14%	-0,5	-15%	13	3,6	1,3	18	3,6	1,1	21	3,1	1,0			
	MDDeg								1	2,2							
	HD	+0,1	+6%	+0,4	+19%	2	2,2	0,0	14	2,5	1,0	4	2,6	0,7			
	DSbio																

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

## 5.6.4 Catégorie des Desserts frais végétaux

### 5.6.4.1. Desserts frais au soja nature non sucrés

Le Tableau 115 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.

**Tableau 115 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,2	+5%	-0,2	-4%	4	4,3	0,8	8	3,9	0,3	14	4,1	0,5	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,6***	-14%	-0,7***	-15%	4	4,6	0,1	7	4,5	0,1	13	3,9	0,04	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,0	+0%						6	3,8	0,1	6	3,8	0,0	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,4	+11%						8	3,9	0,3	8	4,3	0,6	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,1	-2%						2	4,2	0,6	14	4,1	0,5	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,1	+3%						2	4,2	0,6	8	4,3	0,6	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,2	+6%	2	3,6	0,1				2	3,8	0,0	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,1	-3%	4	4,3	0,8				12	4,2	0,5	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,8	-17%	2	5,0	0,5				14	4,1	0,5	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,8	-16%	2	5,0	0,5				12	4,2	0,5	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		-0,03	-1%	-0,03	-1%	1	4,6		1	4,6		3	4,6	0,4	
		MDD		-0,04	-1%	+0,2	+5%	2	3,6	0,1	5	3,8	0,1	8	3,8	0,1	
		MDDeg															
		HD		+0,0	+0%	-1,5	-28%	1	5,3		2	3,8	0,0	1	3,8		
		DSbio													2	4,9	0,0

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est observée (Tableau 115).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une diminution significative de la teneur moyenne est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,6g/100g soit -14% ; Tableau 115) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,7g/100g soit -15% ; Tableau 115).**

## 5.6.4.2. Desserts frais au soja sucrés

Le Tableau 116 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.

**Tableau 116 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en protéines (g/100g) de la famille Desserts frais au soja sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,2*	-5%	-0,2*	-6%	37	3,4	0,4	36	3,4	0,3	62	3,2	0,3
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,3***	-8%	-0,3***	-8%	24	3,5	0,04	29	3,5	0,03	61	3,2	0,02
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,1	-3%						13	3,4	0,3	13	3,3	0,3
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,2	-5%						36	3,4	0,3	49	3,2	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,2	-5%						23	3,4	0,3	62	3,2	0,3
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,2	-6%						23	3,4	0,3	49	3,2	0,3
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,02	-1%	5	3,4	0,3				5	3,4	0,2
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,2	-6%	37	3,4	0,4				57	3,2	0,3
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,2	-6%	32	3,4	0,4				62	3,2	0,3
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,2	-6%	32	3,4	0,4				57	3,2	0,3
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	-0,3**	-10%	-0,2	-7%	24	3,4	0,4	16	3,5	0,2	16	3,2	0,3	
		MDD	-0,1	-4%	-0,1	-4%	8	3,3	0,4	15	3,3	0,3	34	3,1	0,2	
		MDDeg														
		HD	+0,02	+1%	-0,3	-9%	5	3,6	0,4	4	3,2	0,3	6	3,3	0,2	
		DSbio	+0,2	+5%						1	3,6		6	3,8	0,2	

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

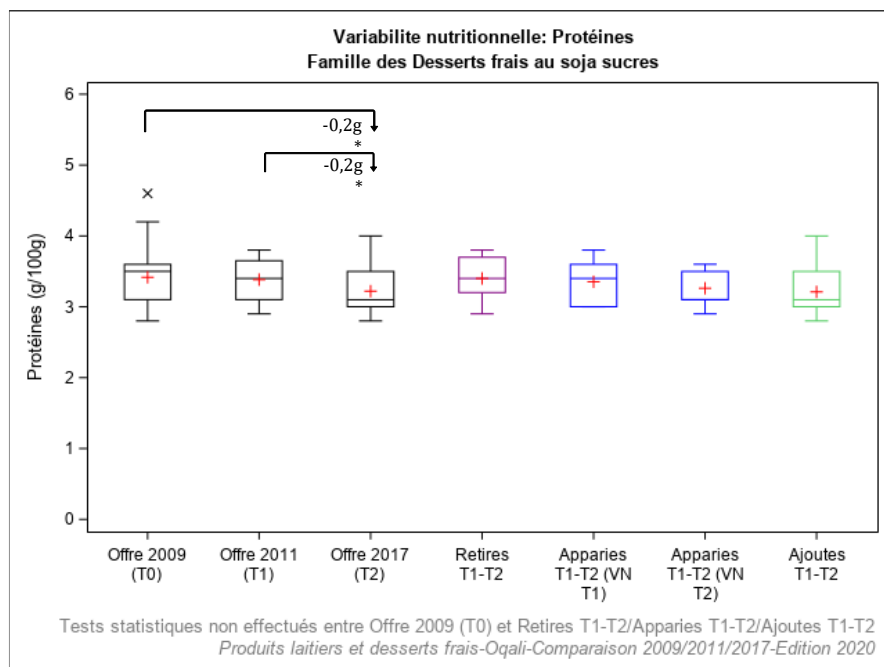
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,2g/100g soit -5% ; Tableau 116) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,2g/100g soit -6% ; Tableau 116).

**Au niveau des segments de marché**, cette diminution est principalement portée par les marques nationales (Figure 159 ; Tableau 116 ; -0,3g/100g ; -10%).

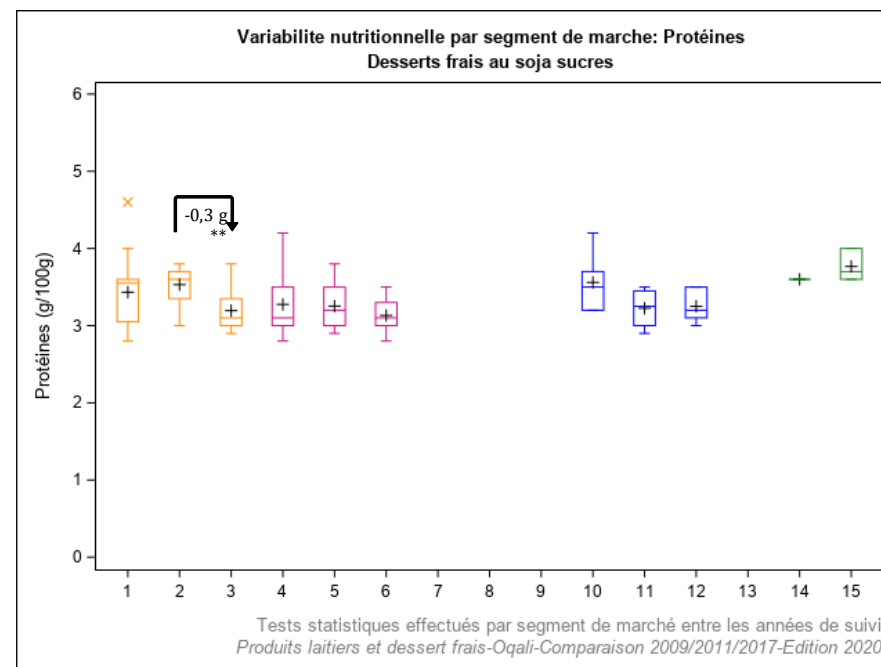
**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, une diminution significative de la teneur moyenne en protéines est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,3g/100g soit -8% ; Tableau 116) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,3g/100g soit -8% ; Tableau 116).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=37)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=36)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=62)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

**Figure 158 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=24)	10	2009	Hard Discount (n=5)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=16)	12	2017	Hard Discount (n=6)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=15)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=34)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 159 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par année et segment de marché au sein de famille Desserts frais au soja sucrés étudiée.**

### 5.6.5 Synthèse de l'évolution des teneurs en protéines

En comparant l'ensemble de l'offre 2011 à l'ensemble de l'offre 2017 (T1-T2) et sans pondération par les parts de marché, 4 familles sur les 23<sup>29</sup> pour lesquelles des données sont disponibles présentent une évolution de la teneur en protéines :

- **3 à la hausse** : les Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (+0,2g/100g ; +6%) ; les Yaourts et laits fermentés édulcorés (+0,4g/100g ; +10%) et les Desserts frais de type mousse (+0,4g/100g ; +10%) ;
- **1 à la baisse** : les Desserts frais au soja sucrés (-0,2g/100g ; -5 %).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2011 (T1) et 2017 (T2), illustrant les **reformulations** réalisées, **10 familles sur 23 présentent une évolution significative de la teneur en protéines, toutes à la baisse** : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques (-0,1g/100g ; -3%) ; Yaourts et laits fermentés sucrés classiques (-0,1g/100g ; -2%) ; Fromages frais nature non sucrés classiques (-0,2g/100g ; -2%) ; Fromages frais sucrés classiques (-0,2g/100g ; -4%) ; Fromages frais sucrés gourmands (-0,5g/100g ; -8%) ; Crèmes dessert et laits gélifiés (-0,2g/100g ; -6%) ; Liégeois et assimilés (-0,1g/100g ; -5%) ; Desserts frais allégés et/ou édulcorés (-0,2g/100g ; -4%) ; Gâteaux, moelleux, cakes frais (-0,05g/100g ; -9%) ; Desserts pâtisseries frais sans fruit (-0,2g/100g ; -4%).

Considérant le renouvellement **de l'offre (ajout/retrait de produits)**, des évolutions significatives sont observées pour **2 familles sur 23, toutes à la hausse**.

Les tableaux 117, 118, 119, et 120 reprennent, par catégorie les évolutions des teneurs moyennes en protéines (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

---

<sup>29</sup> A noter que la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

**Tableau 117 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**

Evolutions des teneurs moyennes en Protéines (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques (T0 : n=99 ; T1 : n=139 ; T2 : n=191)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+1%	+0,1	+2%	99	4,2	0,4	139	4,2	0,6	191	4,3	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,04	-1%	-0,1	-2%	86	4,0	0,2	127	4,0	0,2	187	3,9	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands (T0 : n=19 ; T1 : n=41 ; T2 : n=94)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,2	+6%	+0,3	+9%	19	3,9	0,8	41	4,0	1,0	94	4,2	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-3%	-0,1	-4%	13	3,5	0,2	38	3,5	0,2	92	3,4	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés sucres classiques (T0 : n=362 ; T1 : n=504 ; T2 : n=741)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,2***	+6%	+0,2***	+7%	362	3,3	0,5	504	3,4	0,5	741	3,5	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,01	-0,2%	-0,1	-2%	310	3,4	0,1	454	3,3	0,1	726	3,3	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés sucres gourmands (T0 : n=59 ; T1 : n=114 ; T2 : n=257)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-4%	-0,3	-8%	59	3,4	0,9	114	3,2	0,8	257	3,1	0,8
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3**	-8%	-0,3***	-21%	48	3,7	0,1	95	3,2	0,1	240	2,9	0,1
<b>Yaourts et laits fermentés edulcotes (T0 : n=105 ; T1 : n=114 ; T2 : n=87)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4**	+10%	+0,5***	+13%	105	4,1	0,4	114	4,2	0,5	87	4,6	1,2
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,003	+0,1%	+0,1	+3%	85	4,2	0,1	105	4,3	0,1	85	4,3	0,1

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 118 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Protéines (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fromages frais nature non sucres classiques (T0 : n=58 ; T1 : n=123 ; T2 : n=145)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-1%	-0,3	-4%	58	7,8	1,0	123	7,5	1,2	145	7,5	1,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-3%	-0,3*	-4%	55	7,6	0,2	111	7,6	0,3	143	7,3	0,2
<b>Fromages frais nature non sucres gourmands (T0 : n=42 ; T1 : n=83 ; T2 : n=109)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-1%	-0,5	-8%	42	6,3	1,7	83	5,9	1,9	109	5,8	2,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5	+8%	-0,5	-7%	40	7,3	0,4	77	6,3	0,4	106	6,7	0,3
<b>Fromages frais sucres classiques (T0 : n=72 ; T1 : n=115 ; T2 : n=110)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-1%	+0,1	+1%	72	6,2	0,8	115	6,3	0,8	110	6,3	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,4**	-6%	-0,5***	-8%	66	6,6	0,1	102	6,4	0,1	110	6,0	0,1
<b>Fromages frais sucres gourmands (T0 : n=33 ; T1 : n=47 ; T2 : n=75)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,3	-6%	-0,3	-5%	33	5,3	1,0	47	5,4	1,0	75	5,1	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-6%	-0,2	-4%	20	5,4	0,1	38	5,5	0,1	72	5,2	0,1
<b>Fromages frais edulcotes (T0 : n=2 ; T1 : n=10 ; T2 : n=11)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4	+6%	-0,4	-6%	2	6,9	0,7	10	6,1	0,5	11	6,5	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,01	+0,1%	-0,4	-6%	2	6,8	0,1	7	6,4	0,1	11	6,4	0,1

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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



**Tableau 119 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Protéines (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Crèmes dessert et laits gélifiés (T0 : n=144 ; T1 : n=224 ; T2 : n=328)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,04	-1%	-0,1	-3%	144	3,1	0,6	224	3,0	0,6	328	3,0	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1*	-4%	-0,2***	-7%	129	3,3	0,1	204	3,1	0,1	326	3,0	0,1
<b>Liegeois et assimilés (T0 : n=45 ; T1 : n=78 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,03	-1%	-0,1	-4%	45	2,9	0,4	78	2,8	0,4	99	2,8	0,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-2%	-0,1	-3%	40	3,0	0,1	68	3,0	0,1	98	2,9	0,1
<b>Laits empresures (T0 : n=2 ; T1 : n=6 ; T2 : n=13)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-4%	-0,6	-10%	2	5,9	0,2	6	5,5	0,7	13	5,3	0,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,1	-2%	-0,05	-1%	2	5,8	0,03	6	5,8	0,1	12	5,7	0,1
<b>Desserts frais à base de céréales (T0 : n=61 ; T1 : n=101 ; T2 : n=131)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-2%	-0,01	-0,3%	61	3,3	0,5	101	3,4	0,5	131	3,3	0,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,05	-2%	-0,1	-4%	59	3,2	0,1	93	3,2	0,1	129	3,1	0,1
<b>Desserts frais de type mousse (T0 : n=77 ; T1 : n=95 ; T2 : n=147)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,4*	+10%	+0,5*	+12%	77	4,3	0,9	95	4,4	1,0	147	4,8	1,7
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,5*	+13%	+0,5*	+12%	62	3,8	0,2	85	3,8	0,1	145	4,3	0,2
<b>Desserts frais aux oeufs (T0 : n=122 ; T1 : n=152 ; T2 : n=209)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-2%	-0,1	-1%	122	4,4	0,7	152	4,4	0,6	209	4,3	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,03	+1%	-0,1	-1%	90	4,5	0,1	141	4,4	0,1	206	4,4	0,1
<b>Desserts frais allégés et/ou édulcorés (T0 : n=50 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-3%	-0,2	-5%	50	4,2	0,8	34	4,1	0,6	30	4,0	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,2	-5%	-0,3	-1%	32	4,0	0,1	31	4,1	0,1	30	3,9	0,1
<b>Gâteaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=36 ; T1 : n=44 ; T2 : n=52)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,1	-1%	+0,1	+1%	36	5,0	1,6	44	5,1	1,7	52	5,0	2,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,1	+2%	-0,1	-2%	31	4,6	0,1	34	4,4	0,1	51	4,5	0,2
<b>Desserts pâtisseries frais aux fruits (T0 : n=14 ; T1 : n=33 ; T2 : n=58)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,1	+2%	+0,2	+5%	14	3,5	2,0	33	3,6	1,2	58	3,7	1,4
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,8**	-19%	+0,1	+4%	9	3,1	0,1	29	4,0	0,05	56	3,2	0,1
<b>Desserts pâtisseries frais sans fruits (T0 : n=24 ; T1 : n=56 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,03	+1%	+0,3	+6%	24	4,5	0,9	56	4,7	0,9	99	4,8	1,1
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-6%	+0,3	+7%	23	4,3	0,1	48	4,9	0,1	97	4,6	0,1
<b>Autres desserts frais (T0 : n=20 ; T1 : n=42 ; T2 : n=42)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2	-7%	-0,4	-12%	20	3,3	1,4	42	3,1	1,2	42	2,9	1,0
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3	-10%	-0,6	-19%	15	3,0	0,1	36	2,7	0,05	40	2,5	0,03

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

**Tableau 120 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en protéines entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes en Protéines (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Desserts frais au soja nature non sucrés (T0 : n=4 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,2	+5%	-0,2	-4%	4	4,3	0,8	8	3,9	0,3	14	4,1	0,5
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,6***	-14%	-0,7***	-15%	4	4,6	0,1	7	4,5	0,1	13	3,9	0,04
<b>Desserts frais au soja sucrés (T0 : n=37 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,2*	-5%	-0,2*	-6%	37	3,4	0,4	36	3,4	0,3	62	3,2	0,3
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,3***	-8%	-0,3***	-8%	24	3,5	0,04	29	3,5	0,03	61	3,2	0,02
<b>Autres desserts frais végétaux (T0 : n= ; T1 : n= ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre											14	1,5	0,6
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>											13	1,7	0,02

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

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

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

## 5.7 Evolution des teneurs en sel

Pour l'étude des teneurs en sel, les familles des catégories des Yaourts et laits fermentés et des Fromages frais ne sont pas commentées dans ce rapport. En effet, les teneurs moyennes en sel sont très basses pour les familles de ces deux catégories. Les tableaux récapitulatifs des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) pour ces 2 catégories sont présentés en Annexe 4.

### 5.7.1 Catégorie des Desserts frais

#### 5.7.1.1. Crèmes dessert et laits gélifiés

Le Tableau 121 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Crèmes dessert et laits gélifiés.

**Tableau 121 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
			g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,01*	+8%	+0,03**	+23%	61	0,12	0,04	163	0,14	0,04	326	0,15	0,06
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,01*	+8%	+0,04***	+31%	58	0,12	0,01	149	0,14	0,01	324	0,15	0,01
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,001	+1%						111	0,14	0,04	111	0,14	0,05
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,02	+13%						163	0,14	0,04	158	0,16	0,07
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,01	+11%						52	0,14	0,04	326	0,15	0,06
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,02	+15%						52	0,14	0,04	158	0,16	0,07
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,02*	+17%	37	0,13	0,05				37	0,15	0,05
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,03*	+26%	61	0,12	0,04				226	0,15	0,07
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,03	+28%	24	0,12	0,03				326	0,15	0,06
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,04	+31%	24	0,12	0,03				226	0,15	0,07
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,01	+4%	+0,03	+24%	4	0,14	0,10	37	0,16	0,05	79	0,17	0,08
		MDD		+0,01	+10%	+0,03**	+25%	46	0,12	0,04	80	0,14	0,04	168	0,15	0,06
		MDDeg		+0,03*	+28%	+0,02	+15%	3	0,11	0,02	14	0,10	0,01	25	0,13	0,04
		HD		+0,0003	+0%	+0,01	+6%	8	0,13	0,04	32	0,13	0,03	51	0,13	0,03
		DSbio													3	0,15

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

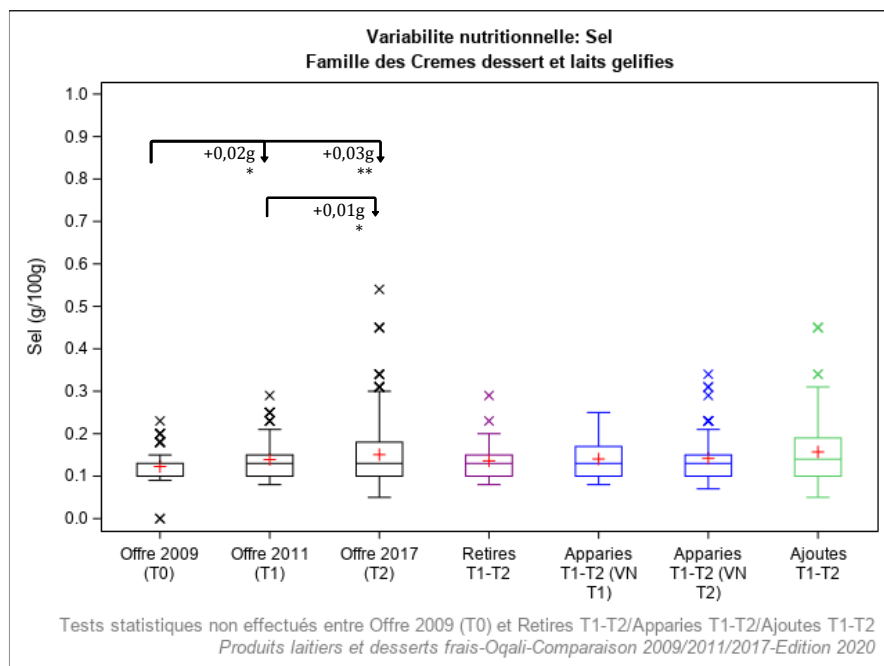
Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur en sel est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,01g/100g ; +8%) comme entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,03g/100g ; +23%) (Tableau 121).

**Au niveau des segments de marché** (Figure 161 ; Tableau 121) l'augmentation significative de la teneur moyenne en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) est retrouvée au sein des marques de distributeurs entrée de gamme (+0,03g/100g ; +28%). Une augmentation

significative est également observée au sein des marques de distributeurs entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,03g/100g ; +25%).

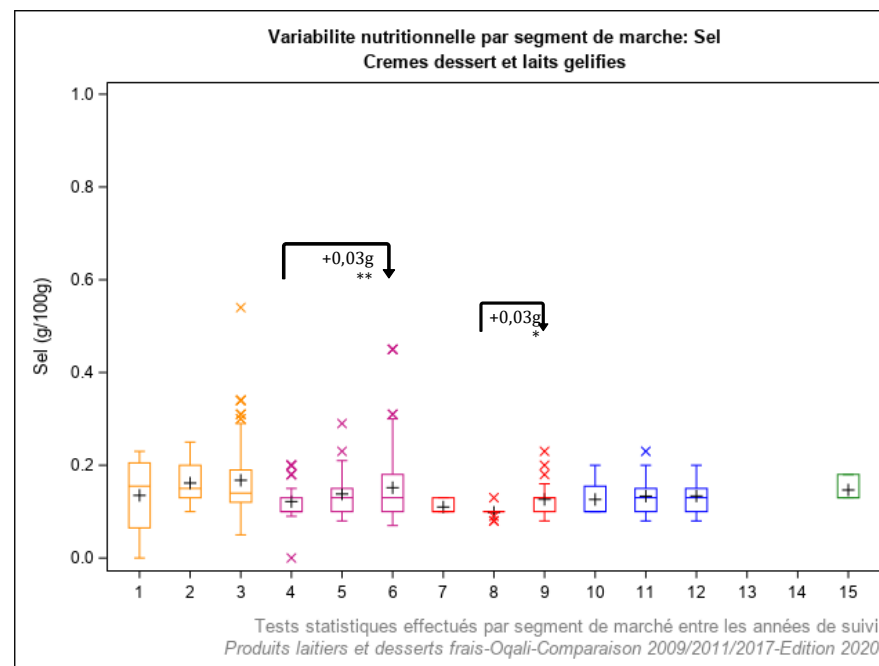
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché** une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,01g/100g ; +8%) comme entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,04g/100g ; +31%) (Tableau 121).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=163)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=326)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=52)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=111)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=111)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=158)

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

**Figure 160 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=4)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=37)	11	2011	Hard Discount (n=32)
3	2017	Marques nationales (n=79)	12	2017	Hard Discount (n=51)
4	2009	Marques de distributeurs (n=46)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=80)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=168)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=14)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=25)			

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

**Figure 161 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Crèmes dessert et laits gélifiés étudiée.**

## 5.7.1.2. Liégeois et assimilés

Le Tableau 122 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Liégeois et assimilés.

**Tableau 122 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Liégeois et assimilés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Liégeois et assimilés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				19	0,13	0,07	57	0,13	0,06	99	0,14	0,05
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				15	0,10	0,01	50	0,12	0,01	98	0,15	0,01
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							45	0,12	0,05	45	0,14	0,04
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							57	0,13	0,06	45	0,15	0,06
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							12	0,17	0,06	99	0,14	0,05
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							12	0,17	0,06	45	0,15	0,06
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				16	0,12	0,07				16	0,15	0,04
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				19	0,13	0,07				64	0,15	0,06
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				3	0,19	0,05				99	0,14	0,05
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				3	0,19	0,05				64	0,15	0,06
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN				1	0,13		3	0,15	0,03	30	0,16	0,07
		MDD				17	0,13	0,07	42	0,12	0,05	50	0,14	0,04
		MDDeg							1	0,10		1	0,13	
		HD				1	0,20		11	0,18	0,07	18	0,14	0,04
		DSbio												

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,03g/100g soit +26%), tout comme entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,04g/100g soit +40% ; Tableau 122).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 122 ; Annexe 6).**

### 5.7.1.3. Laits emprésurés

Le Tableau 123 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Laits emprésurés.

**Tableau 123 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Laits emprésurés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Laits emprésurés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,03	+21%	-0,05	-21%	1	0,23		1	0,15		13	0,18	0,06		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,08*	+50%	-0,05	-2%	1	0,23		1	0,15		12	0,23	0,005		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2																
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04	+29%							1	0,15		8	0,19	0,06	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,03	+21%								1	0,15		13	0,18	0,06
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,04	+29%								1	0,15		8	0,19	0,06
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2																
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,05	-21%	1	0,23						13	0,18	0,06	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,05	-21%	1	0,23						13	0,18	0,06	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,05	-21%	1	0,23						13	0,18	0,06	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN	+0,03	+21%								1	0,15		13	0,18	0,06		
	MDD							1	0,23									
	MDDeg																	
	HD																	
	DSbio																	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,08g/100g soit +50%) (Tableau 123), à nuancer par les faibles effectifs de produits associés à un volume de vente en 2009 et 2011 (n=1).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 123 ; Annexe 6).**

### 5.7.1.4. Desserts frais à base de céréales

Le Tableau 124 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais à base de céréales.

**Tableau 124 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais à base de céréales.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais à base de cereales		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				-0,001	-1%	+0,01	+11%	16	0,11	0,03	67	0,12	0,04	130	0,12	0,05
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				+0,01	+7%	+0,02*	+21%	16	0,11	0,005	62	0,13	0,005	128	0,14	0,01
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-0,01	-5%						43	0,12	0,03	43	0,11	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				+0,01	+8%						67	0,12	0,04	61	0,13	0,07
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				-0,01	-9%						24	0,13	0,04	130	0,12	0,05
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				-0,002	-1%						24	0,13	0,04	61	0,13	0,07
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						+0,001	+1%	13	0,11	0,03				13	0,11	0,03
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						+0,02	+16%	16	0,11	0,03				86	0,13	0,06
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						+0,02	+21%	3	0,10	0,00				130	0,12	0,05
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						+0,03	+26%	3	0,10	0,00				86	0,13	0,06
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				+0,04	+44%						3	0,10	0,00	44	0,14	0,08
		MDD				-0,003	-3%	+0,01	+6%	14	0,10	0,02	47	0,11	0,03	61	0,11	0,03
		MDDeg				-0,06	-37%	-0,07	-39%	1	0,18		5	0,17	0,03	2	0,11	0,01
		HD				-0,03	-21%	+0,01	+6%	1	0,10		11	0,13	0,05	22	0,11	0,02
		DSbio				-0,08	-44%							1	0,18		1	0,10

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, aucune évolution significative n'est mise en évidence.**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,02g/100g soit +21%) (Tableau 124).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 124 ; Annexe 6).**

### 5.7.1.5. Desserts frais de type mousse

Le Tableau 125 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais de type mousse.

**Tableau 125 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais de type mousse.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais de type mousse		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				27	0,15	0,09	66	0,19	0,06	147	0,20	0,10	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				22	0,15	0,01	59	0,17	0,01	145	0,16	0,01	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							47	0,19	0,06	47	0,19	0,07	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							66	0,19	0,06	78	0,21	0,13	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							19	0,18	0,07	147	0,20	0,10	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							19	0,18	0,07	78	0,21	0,13	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				17	0,18	0,09				17	0,21	0,07	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				27	0,15	0,09				100	0,20	0,11	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				10	0,11	0,07				147	0,20	0,10	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				10	0,11	0,07				100	0,20	0,11	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN	+0,08	+52%	+0,13	+128%	1	0,10		3	0,15	0,09	38	0,23	0,10
		MDD	-0,003	-1%	+0,05	+38%	20	0,14	0,09	46	0,20	0,06	81	0,19	0,11
		MDDeg	-0,07	-34%						2	0,22	0,05	4	0,14	0,04
		HD	+0,01	+4%	-0,02	-12%	6	0,20	0,04	15	0,17	0,05	23	0,17	0,06
		DSbio											1	0,30	

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,05g/100g soit +31%) (Tableau 125).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 125).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 125 ; Annexe 6).**



## 5.7.1.6. Desserts frais aux œufs

Le Tableau 126 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais aux œufs.

**Tableau 126 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais aux œufs.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais aux œufs		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)			
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%	g/100g	%										
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				49	0,12	0,03	94	0,13	0,03	209	0,15	0,08	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				37	0,13	0,003	90	0,12	0,003	206	0,16	0,01	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							61	0,13	0,03	61	0,13	0,03	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							94	0,13	0,03	105	0,16	0,09	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							33	0,12	0,04	209	0,15	0,08	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							33	0,12	0,04	105	0,16	0,09	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				32	0,12	0,03				32	0,14	0,03	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				49	0,12	0,03				129	0,16	0,09	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				17	0,12	0,03				209	0,15	0,08	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				17	0,12	0,03				129	0,16	0,09	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	+0,07	+68%				5	0,11	0,04	54	0,18	0,12		
		MDD	+0,01	+11%	+0,02	+16%	49	0,12	0,03	72	0,13	0,03	116	0,14	0,06
		MDDeg	+0,03	+37%					2	0,09	0,01	3	0,12	0,03	
		HD	+0,02	+16%					15	0,12	0,03	33	0,14	0,03	
		DSbio										3	0,15	0,05	

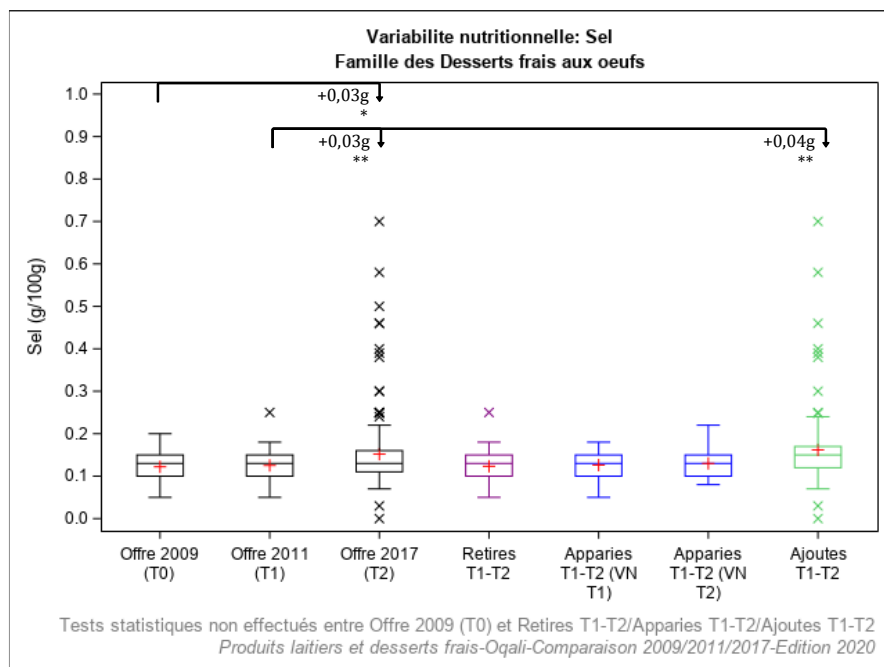
<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,03g/100g soit +21% ; Tableau 126) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,03g/100g soit +24% ; Tableau 126).

**Cela s'explique notamment par un renouvellement de l'offre** (Figure 162 ; Tableau 96). Les produits « Ajoutés T1-T2 » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011) présentent une teneur moyenne en sel significativement plus élevée que l'ensemble de l'offre T1 (+0,04g/100g soit +29%). A noter également une augmentation forte de la variabilité des teneurs au sein de la famille, due aux produits « ajoutés ».

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille en pondérant par les parts de marché**, l'augmentation significative est retrouvée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; +0,04g/100g soit +33% ; Tableau 126) et également entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,03g/100g soit +22% ; Tableau 126).

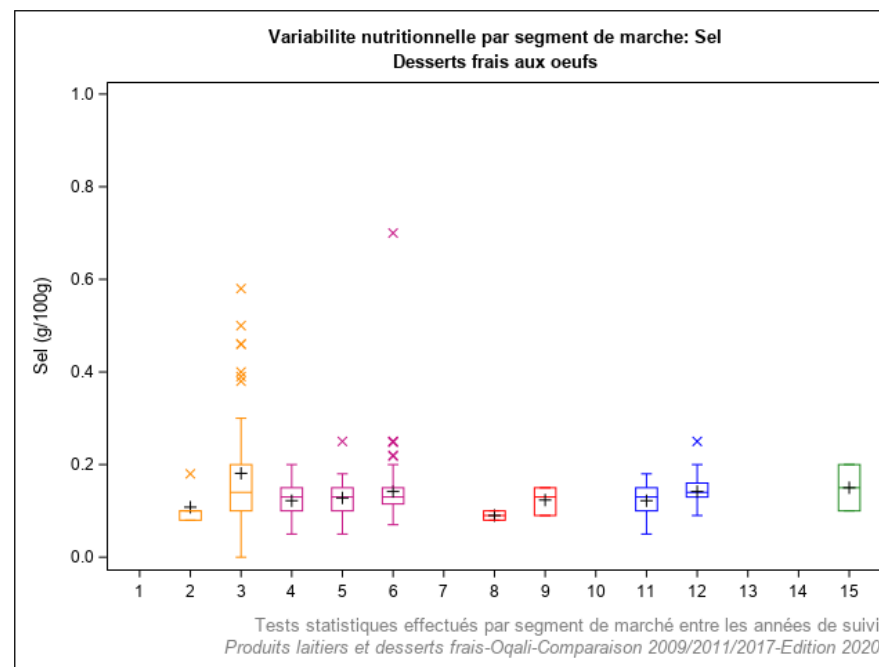
**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché** (Tableau 126 ; Figure 163).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=49)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=94)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=209)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=33)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=61)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=61)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=105)

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

**Figure 162 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.**



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=54)	12	2017	Hard Discount (n=33)
4	2009	Marques de distributeurs (n=49)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=72)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=116)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			

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

**Figure 163 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts frais aux œufs étudiée.**

## 5.7.1.7. Desserts frais allégés et/ou édulcorés

Le Tableau 127 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais allégés et/ou édulcorés. **Aucune évolution significative des teneurs n'est observée** (Tableau 127 ; Annexe 6).

**Tableau 127 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais allégés et/ou édulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,002	+1%	+0,01	+7%	28	0,17	0,07	34	0,18	0,06	30	0,18	0,04	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,004	-2%	-0,02	-8%	18	0,21	0,01	31	0,19	0,01	30	0,19	0,005	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,002	-1%						18	0,18	0,07	18	0,18	0,04	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,01	+7%						34	0,18	0,06	10	0,19	0,03	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,0001	-0%						16	0,18	0,06	30	0,18	0,04	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01	+6%						16	0,18	0,06	10	0,19	0,03	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,03	-14%	9	0,20	0,06				9	0,17	0,03	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,02	+10%	28	0,17	0,07				18	0,19	0,03	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,03	+16%	19	0,16	0,07				30	0,18	0,04	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,03	+20%	19	0,16	0,07				18	0,19	0,03	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,01	-4%	-0,01	-5%	13	0,20	0,07	19	0,20	0,06	24	0,19	0,03	
		MDD		-0,004	-2%	+0,01	+8%	13	0,15	0,06	11	0,16	0,06	5	0,16	0,04	
		MDDeg															
		HD		-0,02	-10%	+0,00	+0%	2	0,13	0,00	4	0,15	0,07	1	0,13		
		DSbio															

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

### 5.7.1.8. Gâteaux, moelleux, cakes frais

Le Tableau 128 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Gâteaux, moelleux, cakes frais.

**Tableau 128 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais.**

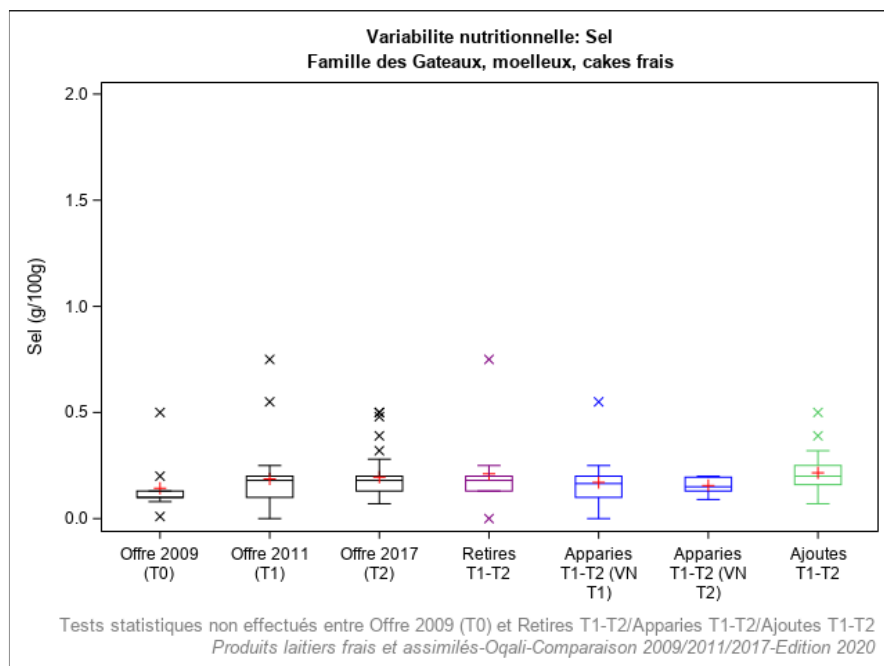
Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,01	+4%	+0,05	+36%	10	0,14	0,13	27	0,19	0,15	52	0,20	0,09	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-6%	+0,09*	+77%	10	0,12	0,01	19	0,23	0,01	51	0,21	0,01	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,02	-9%						16	0,17	0,12	16	0,16	0,04	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,03	+15%						27	0,19	0,15	21	0,22	0,10	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,02	-7%							11	0,21	0,19	52	0,20	0,09
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,005	+2%							11	0,21	0,19	21	0,22	0,10
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,02	-9%	5	0,19	0,19				5	0,17	0,04	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,07	+49%	10	0,14	0,13				33	0,21	0,11	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,10	+99%	5	0,10	0,01				52	0,20	0,09	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,11	+117%	5	0,10	0,01				33	0,21	0,11	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN		+0,04	+20%	-0,04	-15%	2	0,29	0,30	7	0,21	0,26	17	0,25	0,14	
		MDD		-0,01	-7%	+0,06**	+59%	8	0,11	0,05	17	0,18	0,11	27	0,17	0,04	
		MDDeg															
		HD		+0,005	+3%							3	0,17	0,03	8	0,17	0,03
		DSbio															

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 128).**

**Au niveau des segments de marché, (Figure 165 ; Tableau 128) une augmentation significative de la teneur moyenne en sel entre les 2 suivis les plus éloignés (T1-T2 : 2011 à 2017) est observée au sein des marques de distributeurs (+0,06g/100g ; +59%).**

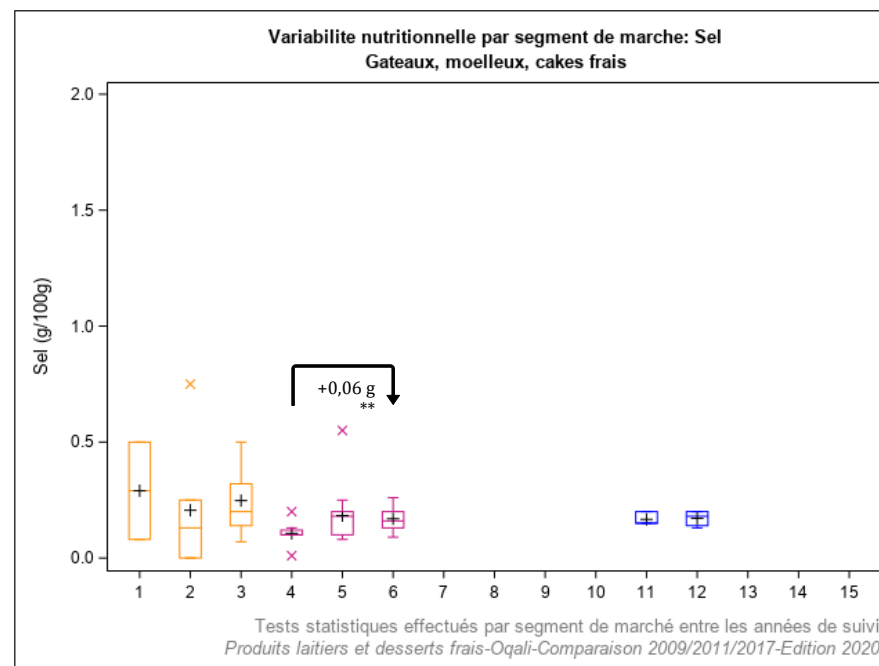
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,09g/100g ; +77%) (Tableau 128).**



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=10)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=27)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=52)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=11)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=21)

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

**Figure 164 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=27)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 165 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Gâteaux, moelleux, cakes frais étudiée.**

### 5.7.1.9. Desserts pâtisseries frais aux fruits

Le Tableau 129 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.

**Tableau 129 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits.**

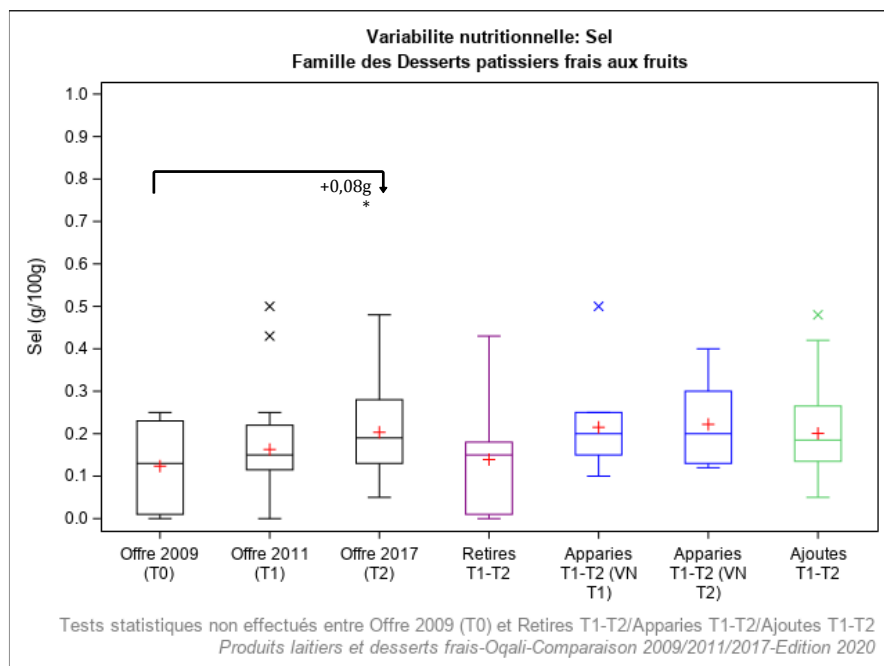
Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,04	+25%	+0,08*	+64%	11	0,12	0,10	32	0,16	0,11	58	0,20	0,09		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,01	+7%	+0,10*	+128%	6	0,08	0,004	28	0,17	0,01	56	0,18	0,004		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		+0,01	+3%						10	0,22	0,12	10	0,22	0,10		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04	+23%							32	0,16	0,11	44	0,20	0,09	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,06	+46%								22	0,14	0,10	58	0,20	0,09
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,06	+44%								22	0,14	0,10	44	0,20	0,09
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,09	+49%	2	0,18	0,11				2	0,26	0,20		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,08	+63%	11	0,12	0,10					56	0,20	0,09	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,09	+81%	9	0,11	0,10					58	0,20	0,09	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,09	+79%	9	0,11	0,10					56	0,20	0,09	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,04	+17%	-0,01	-3%	2	0,25	0,00	8	0,21	0,16	19	0,24	0,12		
		MDD		+0,03	+18%	+0,08*	+86%	9	0,10	0,08	21	0,15	0,09	28	0,18	0,07		
		MDDeg																
		HD		+0,07	+51%								3	0,13	0,13	11	0,20	0,07
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille**, une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,08g/100g ; +64%) (Tableau 129).

**Au niveau des segments de marché**, cette augmentation est principalement portée par les marques de distributeurs (+0,08g/100g ; +86% ; Tableau 129 ; Figure 167).

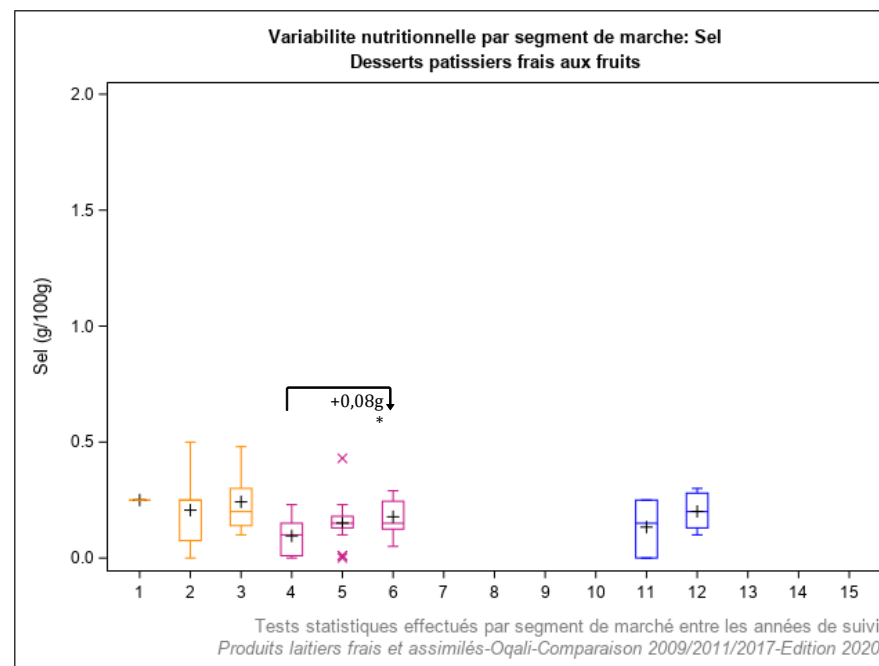
**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché** une augmentation significative de la teneur moyenne en sel est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,10g/100g ; +128%) (Tableau 129).



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=11)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=32)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=58)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=22)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=44)

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

**Figure 166 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et sous-groupe au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=8)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=19)	12	2017	Hard Discount (n=11)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=28)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

**Figure 167 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par année et segment de marché au sein de la famille Desserts pâtisseries frais aux fruits étudiée.**

### 5.7.1.10. Desserts pâtisseries frais sans fruit

Le Tableau 130 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts pâtisseries frais sans fruit.

**Tableau 130 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts pâtisseries frais sans fruit			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
			g/100g	%	g/100g	%												
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,02	+7%	+0,06	+30%	10	0,20	0,05	44	0,25	0,11	99	0,26	0,15		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,01	+4%	+0,09*	+52%	9	0,17	0,004	38	0,24	0,01	97	0,25	0,01		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,02	-8%						28	0,26	0,13	28	0,24	0,07		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,04	+14%							44	0,25	0,11	59	0,28	0,17	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,03	+15%								16	0,23	0,07	99	0,26	0,15
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,05	+22%								16	0,23	0,07	59	0,28	0,17
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,01	-3%	6	0,20	0,06				6	0,19	0,06		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,07	+35%	10	0,20	0,05				81	0,27	0,16		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,05	+23%	4	0,22	0,02				99	0,26	0,15		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,06	+28%	4	0,22	0,02				81	0,27	0,16		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,03	+10%	+0,15	+84%	2	0,18	0,11	5	0,29	0,15	25	0,32	0,24		
		MDD		+0,0005	+0%	+0,03	+16%	8	0,21	0,03	32	0,24	0,12	58	0,24	0,10		
		MDDeg		-0,05	-25%							1	0,20		1	0,15		
		HD		+0,02	+11%							6	0,23	0,04	15	0,25	0,08	
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 130).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché une augmentation significative de la teneur en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +0,09g/100g ; +52%) (Tableau 130).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 130 ; Annexe 6).**



## 5.7.1.11. Autres desserts frais

Le Tableau 131 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Autres desserts frais.

**Tableau 131 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Autres desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Autres desserts frais		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)						
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET				
		g/100g	%	g/100g	%													
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre				-0,03	-18%	-0,001	-1%	16	0,12	0,04	30	0,15	0,08	42	0,12	0,06
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				-0,09***	-47%	-0,02	-14%	12	0,12	0,001	25	0,19	0,01	40	0,10	0,003
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2				-0,01	-7%						7	0,15	0,05	7	0,14	0,05
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2				-0,03	-18%						30	0,15	0,08	29	0,12	0,06
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2				-0,03	-19%						23	0,15	0,09	42	0,12	0,06
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2				-0,03	-19%						23	0,15	0,09	29	0,12	0,06
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2						-0,02	-15%	1	0,13					1	0,11	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2						-0,0004	-0,28%	16	0,12	0,04				41	0,12	0,06
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2						-0,0003	-0,26%	15	0,12	0,04				42	0,12	0,06
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2						+0,00001	+0,01%	15	0,12	0,04				41	0,12	0,06
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				-0,02	-17%	-0,04	-27%	3	0,14	0,11	5	0,13	0,09	17	0,10	0,07
		MDD				-0,01	-7%	+0,02	+13%	12	0,12	0,02	17	0,15	0,09	21	0,14	0,04
		MDDeg											1	0,13				
		HD				-0,04	-20%	+0,02	+13%	1	0,13		7	0,18	0,07	4	0,15	0,06
		DSbio																

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 131).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché une diminution significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017 ; -0,09g/100g ; -47%) (Tableau 131).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 131 ; Annexe 6).**

## 5.7.2 Catégorie des Desserts frais végétaux

### 5.7.2.1. Desserts frais au soja nature non sucrés

Le Tableau 132 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja nature non sucrés.

**Tableau 132 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais au soja nature non sucrés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)				
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
			g/100g	%	g/100g	%											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01	-12%	-0,03	-27%	3	0,10	0,03	8	0,08	0,00	14	0,07	0,03	
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,001	-1%	-0,05***	-37%	3	0,13	0,004	7	0,08	0,00	13	0,08	0,001	
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits apparés T1-T2		-0,01	-8%						6	0,08	0,00	6	0,07	0,01	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,01	-14%						8	0,08	0,00	8	0,07	0,04	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,01	-12%						2	0,08	0,00	14	0,07	0,03	
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,01	-14%						2	0,08	0,00	8	0,07	0,04	
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits apparés T0-T2				-0,01	-13%	2	0,08	0,00				2	0,07	0,01	
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,03	-27%	3	0,10	0,03				12	0,07	0,03	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,06	-46%	1	0,13					14	0,07	0,03	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,06	-46%	1	0,13					12	0,07	0,03	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		+0,02	+21%	-0,03	-26%	1	0,13		1	0,08		3	0,10	0,01	
		MDD		-0,01	-6%	-0,01	-6%	2	0,08	0,00	5	0,08	0,00	8	0,08	0,01	
		MDDeg															
		HD		+0,00	+0%							2	0,08	0,00	1	0,08	
		DSbio													2	0,01	0,00

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 132).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché une diminution significative de la teneur moyenne en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,05g/100g ; -37%) (Tableau 132).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 132 ; Annexe 6).**

## 5.7.2.2. Desserts frais au soja sucrés

Le Tableau 133 récapitule l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) au sein de la famille des Desserts frais au soja sucrés.

**Tableau 133 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein de la famille Desserts frais au soja sucrés.**

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Desserts frais au soja sucrés		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre												
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>				21	0,13	0,004	29	0,12	0,01	61	0,10	0,003
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							13	0,10	0,04	13	0,09	0,03
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							36	0,11	0,04	49	0,09	0,05
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							23	0,11	0,05	62	0,09	0,04
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							23	0,11	0,05	49	0,09	0,05
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				5	0,10	0,01				5	0,10	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				34	0,10	0,04				57	0,09	0,05
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				29	0,10	0,04				62	0,09	0,04
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				29	0,10	0,04				57	0,09	0,05
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		MN				22	0,10	0,04	16	0,11	0,05	16	0,10	0,04
		MDD				8	0,09	0,05	15	0,11	0,03	34	0,10	0,04
		MDDeg												
		HD				4	0,12	0,02	4	0,09	0,01	6	0,10	0,02
		DSbio							1	0,01		6	0,01	0,00

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

**Au niveau de l'ensemble de l'offre de la famille, aucune évolution significative n'est mise en évidence (Tableau 133).**

**Au niveau de l'ensemble de l'offre pondérée par les parts de marché une diminution significative de la teneur en sel est observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -0,03g/100g ; -21%) (Tableau 133).**

**Aucune évolution significative des teneurs en sel n'est observée au niveau des segments de marché (Tableau 133 ; Annexe 6).**

### 5.7.3 Synthèse de l'évolution des teneurs en sel

Pour l'étude des teneurs en sel, les familles des catégories des Yaourts et laits fermentés et des Fromages frais ne sont pas commentées dans ce rapport.

En comparant l'ensemble de l'offre 2011 à l'ensemble de l'offre 2017 (T1-T2) et sans pondération par les parts de marché, **2 familles sur les 13** pour lesquelles des données sont disponibles<sup>30</sup> **présentent une évolution de la teneur en sel, à la hausse**. Il s'agit des Crèmes dessert et laits gélifiés (+0,01g/100g ; +8%) et des Desserts frais aux œufs (+0,03g/100g ; +21%).

En considérant uniquement les produits appariés entre 2011 (T1) et 2017 (T2), illustrant les **reformulations** réalisées, **aucune famille présente une évolution significative de la teneur en sel** parmi les 13 étudiées pour ce nutriment.

Considérant le renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits), **une seule évolution significative est observée, à la hausse**, pour la famille des Desserts frais aux œufs.

Les tableaux 134 et 135 reprennent, par catégorie les évolutions des teneurs moyennes en sel (en g/100g et en %), en comparant l'ensemble de l'offre avec et sans pondération, entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2011 à 2017) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017).

---

<sup>30</sup> A noter que la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

**Tableau 134 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Crèmes dessert et laits gelifiés (T0 : n=61 ; T1 : n=163 ; T2 : n=326)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,01*	+8%	+0,03**	+23%	61	0,12	0,04	163	0,14	0,04	326	0,15	0,06
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,01*	+8%	+0,04***	+31%	58	0,12	0,01	149	0,14	0,01	324	0,15	0,01
<b>Liegeois et assimilés (T0 : n=19 ; T1 : n=57 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,01	+8%	0,01	+9%	19	0,13	0,07	57	0,13	0,06	99	0,14	0,05
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,03***	+26%	+0,04*	+40%	15	0,10	0,01	50	0,12	0,01	98	0,15	0,01
<b>Laits empiresures (T0 : n=1 ; T1 : n=1 ; T2 : n=13)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,03	+21%	-0,05	-21%	1	0,23		1	0,15		13	0,18	0,06
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,08*	+50%	-0,005	-2%	1	0,23		1	0,15		12	0,23	0,005
<b>Desserts frais à base de céréales (T0 : n=16 ; T1 : n=67 ; T2 : n=130)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,001	-1%	0,01	+11%	16	0,11	0,03	67	0,12	0,04	130	0,12	0,05
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	0,01	+7%	+0,02*	+21%	16	0,11	0,005	62	0,13	0,005	128	0,14	0,01
<b>Desserts frais de type mousse (T0 : n=27 ; T1 : n=66 ; T2 : n=147)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,01	+5%	+0,05*	+31%	27	0,15	0,09	66	0,19	0,06	147	0,20	0,10
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,01	-4%	0,01	+8%	22	0,15	0,01	59	0,17	0,01	145	0,16	0,01
<b>Desserts frais aux oeufs (T0 : n=49 ; T1 : n=94 ; T2 : n=209)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	+0,03***	+21%	+0,03*	+24%	49	0,12	0,03	94	0,13	0,03	209	0,15	0,08
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	+0,04***	+33%	+0,03***	+22%	37	0,13	0,003	90	0,12	0,003	206	0,16	0,01
<b>Desserts frais allégés et/ou édulcorés (T0 : n=28 ; T1 : n=34 ; T2 : n=30)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,002	+1%	0,01	+7%	28	0,17	0,07	34	0,18	0,06	30	0,18	0,04
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,004	-2%	-0,02	-8%	18	0,21	0,01	31	0,19	0,01	30	0,19	0,005
<b>Gateaux, moelleux, cakes frais (T0 : n=10 ; T1 : n=27 ; T2 : n=52)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,01	+4%	0,05	+36%	10	0,14	0,13	27	0,19	0,15	52	0,20	0,09
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,01	-6%	+0,09*	+77%	10	0,12	0,01	19	0,23	0,01	51	0,21	0,01
<b>Desserts pâtisseries frais aux fruits (T0 : n=11 ; T1 : n=32 ; T2 : n=58)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,04	+25%	+0,08*	+64%	11	0,12	0,10	32	0,16	0,11	58	0,20	0,09
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	0,01	+7%	+0,10*	+128%	6	0,08	0,004	28	0,17	0,01	56	0,18	0,004
<b>Desserts pâtisseries frais sans fruit (T0 : n=10 ; T1 : n=44 ; T2 : n=99)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	0,02	+7%	0,06	+30%	10	0,20	0,05	44	0,25	0,11	99	0,26	0,15
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	0,01	+4%	+0,09**	+52%	9	0,17	0,004	38	0,24	0,01	97	0,25	0,01
<b>Autres desserts frais (T0 : n=16 ; T1 : n=30 ; T2 : n=42)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,03	-18%	-0,001	-1%	16	0,12	0,04	30	0,15	0,08	42	0,12	0,06
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,09***	-47%	-0,02	-14%	12	0,12	0,001	25	0,19	0,01	40	0,10	0,003

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; n=effectif de produits étiquetant le nutriment concerné sur les données non pondérées de l'année indiquée  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

**Tableau 135 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sel entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100g) par famille		Différences moyennes T1-T2 (6 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)		Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Desserts frais au soja nature non sucrés (T0 : n=3 ; T1 : n=8 ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-12%	-0,03	-27%	3	0,10	0,03	8	0,08	0,00	14	0,07	0,03
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,001	-1%	-0,05***	-37%	3	0,13	0,004	7	0,08	0,00	13	0,08	0,001
<b>Desserts frais au soja sucrés (T0 : n=34 ; T1 : n=36 ; T2 : n=62)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01	-14%	-0,01	-9%	34	0,10	0,04	36	0,11	0,04	62	0,09	0,04
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,02	-13%	-0,03**	-21%	21	0,13	0,004	29	0,12	0,01	61	0,10	0,003
<b>Autres desserts frais végétaux (T0 : n= ; T1 : n= ; T2 : n=14)</b>														
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre											14	0,20	0,52
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>											13	0,30	0,02

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; n=effectif de produits étiquetant le nutriment concerné sur les données non pondérées de l'année indiquée  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

## 5.8 Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées

### 5.8.1 Catégorie des Yaourts et laits fermentés

En considérant les 5 familles de la catégorie des Yaourts et laits fermentés (Tableau 136), des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées. En particulier pour les données non pondérées :

- Pour les matières grasses :
  - 1 famille sur les 5 présente une augmentation significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 3 familles sur les 5 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Certaines de ces évolutions s'expliquent par des reformulations (en remplaçant le lait partiellement écrémé par du lait entier par exemple) et par une modification de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs ;
- Pour les acides gras saturés :
  - 1 famille sur les 5 présente une augmentation significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Comme pour les matières grasses, cette évolution s'explique en partie par des reformulations et par une modification de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs (en remplaçant le lait partiellement écrémé par du lait entier par exemple) ;
- Pour les sucres :
  - 3 familles sur les 5 présentent une diminution significative de leur teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 4 familles sur les 5 présentent une diminution significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - La plupart de ces évolutions s'expliquent à la fois par des reformulations et par une modification de l'offre (retrait des produits parmi les plus sucrés et mise sur le marché de produits moins sucrés) ;
- Pour les protéines :
  - 2 familles sur les 5 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Ces évolutions résultent principalement d'une modification de l'offre avec l'apparition de produits à teneur en protéines plus élevée ;
- Pour le sel, les évolutions sont présentées dans le Tableau 136, cependant, elles ne sont pas commentées car la catégorie des Yaourts et laits fermentés n'est pas considérée comme pertinente pour l'étude de ce nutriment.

**Tableau 136 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Yaourts et laits fermentés.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)		Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)		
		2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)
Ensemble des références																
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	TOUS PRODUITS	2,0	-1%	+18%	1,3	+3%	+19%	4,3	-9%***	-11%***	4,3	+1%	+2%	0,12	-5%*	-7%*
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,2	-3%	-4%	1,4	-4%	-2%	4,7	-6%**	-8%**	3,9	-1%	-2%	0,13	-2%	-7%**
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	TOUS PRODUITS	7,0	-9%	-5%	4,8	-11%	-5%	3,6	-9%	-11%	4,2	+6%	+9%	0,12	+6%	+8%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	8,2	-5%	-10%	5,6	-5%	-7%	3,5	-5%	-13%**	3,4	-3%	-4%	0,12	+1%	+12%
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	TOUS PRODUITS	2,4	+6%**	+11%***	1,6	+8%***	+14%***	12,4	-4%***	-5%***	3,5	+6%***	+7%***	0,11	-3%	-7%**
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,6	+8%***	+8%***	1,7	+7%**	+7%**	12,7	-1%	-4%***	3,3	-0,2%	-2%	0,12	-7%***	-10%***
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	TOUS PRODUITS	6,2	-2%	+10%*	4,0	-5%	+6%	12,9	-11%***	-14%***	3,1	-4%	-8%	0,11	-13%	+2%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	6,4	-7%	+37%***	4,2	-9%*	+47%***	12,9	-10%**	-15%***	2,9	-8%**	-21%***	0,11	-30%**	-1%
Yaourts et laits fermentés edulcorés	TOUS PRODUITS	0,2	+5%	+71%*	0,1	-0,2%	+82%	5,6	-7%	-11%*	4,6	+10%**	+13%***	0,15	-5%	-8%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	0,1	-13%	+26%	0,05	-22%	+26%	5,6	-7%	-12%**	4,3	+0,1%	+3%	0,17	-4%	-5%

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case pointillée : non étudié

## 5.8.2 Catégorie des Fromages frais

En considérant les 5 familles de la catégorie des Fromages frais (Tableau 137), des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées. En particulier pour les données non pondérées :

- Pour les matières grasses :
  - 1 famille sur les 5 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Cette évolution s'explique par des reformulations et une modification de l'offre (retrait des produits parmi les plus riches en matières grasses et mise sur le marché de produits moins riches en matières grasses) ;
- Pour les acides gras saturés :
  - 1 famille sur les 5 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Comme pour les matières grasses, cette évolution s'explique par des reformulations et une modification de l'offre (retrait des produits parmi les plus riches en acides gras saturés et mise sur le marché de produits moins riches en acides gras saturés) ;
- Pour les sucres :
  - 1 famille sur les 5 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 2 familles sur les 5 présentent une diminution significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;

- La plupart de ces évolutions s'expliquent par une modification de l'offre (retrait des produits parmi les plus sucrés et mise sur le marché de produits moins sucrés) et parfois dans une moindre mesure par des reformulations ;
- Pour les protéines, aucune évolution significative n'est constatée ;
- Pour le sel, les évolutions sont présentées dans le Tableau 137, cependant, elles ne sont pas commentées car la catégorie des Fromages Frais n'est pas considérée comme pertinente pour l'étude de ce nutriment.

**Tableau 137 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Fromages frais.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)		Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)		
		2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)
Fromages frais nature non sucrés classiques	TOUS PRODUITS	1,9	-1%	-3%	1,2	-7%	-12%	3,9	-1%	+1%	7,5	-1%	-4%	0,11	-4%	+6%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,0	+10%	-5%	1,3	+6%	-9%	4,2	+1%	+7%	7,3	-3%	-4%*	0,11	-8%	+0,4%
Fromages frais nature non sucrés gourmands	TOUS PRODUITS	7,9	+1%	-3%	5,3	-4%	+8%	3,5	-1%	-3%	5,8	-1%	-8%	0,11	-1%	-16%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	8,7	+6%	+29%***	5,9	+3%	+75%***	3,6	+1%	-9%*	6,7	+8%	-7%	0,10	-43%*	-27%
Fromages frais sucrés classiques	TOUS PRODUITS	2,3	-10%*	-13%*	1,5	-10%*	-14%*	12,0	-4%*	-7%***	6,3	-1%	+1%	0,10	-15%	-0,1%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,4	-1%	-8%	1,6	+1%	-8%	11,9	-3%**	-1%	6,0	-6%**	-8%***	0,10	+1%	-8%
Fromages frais sucrés gourmands	TOUS PRODUITS	6,5	+12%	+8%	4,4	+15%	+24%	13,2	-6%	-14%**	5,1	-6%	-5%	0,10	-19%**	-6%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	6,8	+9%*	+19%***	4,6	+12%*	+30%***	13,3	-5%	-16%***	5,2	-6%	-4%	0,10	-12%	-16%
Fromages frais edulcorés	TOUS PRODUITS	0,1	-73%	-68%	0,1	-76%	+61736%	5,0	-19%	-43%	6,5	+6%	-6%	0,11	-17%	+27%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	0,2	-45%	-41%	0,1	-37%	+110914%	5,7	-2%	-36%***	6,4	+0,1%	-6%	0,12	-24%***	+34%***

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : test de permutations  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
Case pointillée : non étudié

### 5.8.3 Catégorie des Desserts frais

En considérant les 11 familles de la catégorie des Desserts Frais (Tableau 138), des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées. En particulier pour les données non pondérées :

- Pour les matières grasses :
  - 4 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 2 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Ces évolutions résultent principalement d'une modification de l'offre avec l'apparition de produits à teneur en matières grasses plus élevée ;
- Pour les acides gras saturés :
  - 4 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 2 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;



- Comme pour les matières grasses, ces évolutions résultent principalement d'une modification de l'offre avec l'apparition de produits à teneur en acides gras saturés plus élevée ;
- Pour les sucres :
  - 1 famille sur les 11 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
  - Cette évolution s'explique à la fois par des reformulations et une modification de l'offre (retrait des produits parmi les plus sucrés et mise sur le marché de produits moins sucrés) ;
- Pour les protéines :
  - 1 famille sur les 11 présente une augmentation significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017) ;
- Pour le sel :
  - 2 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;
  - 4 familles sur les 11 présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017).

**Tableau 138 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais.**

Evolution des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)		Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)		
		2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)
Cremes dessert et laits gelifiés	TOUS PRODUITS	3,9	+13%	+14%	2,5	+18%*	+12%	16,6	+1%	-2%	3,0	-1%	-3%	0,15	+8%*	+23%**
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	3,4	+9%	+11%	2,3	+15%**	+14%*	16,7	-2%	+1%	3,0	-4%*	-7%***	0,15	+8%*	+31%**
Liegeois et assimilés	TOUS PRODUITS	6,9	+17%**	+19%**	4,6	+12%*	+25%*	15,9	-1%	+9%	2,8	-1%	-4%	0,14	+8%	+9%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	7,1	+11%*	+11%	4,7	+29%***	+53%***	16,1	+3%	+10%	2,9	-2%	-3%	0,15	+26%***	+40%*
Laits empiresures	TOUS PRODUITS	3,1	+25%	-5%	2,1	+166%	+7%	14,8	-10%	-23%	5,3	-4%	-10%	0,18	+21%	-21%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	1,8	-21%	-44%***	1,2	+53%	-39%***	17,6	+7%	-8%*	5,7	-2%	-1%	0,23	+50%*	-2%
Desserts frais a base de cereales	TOUS PRODUITS	3,6	+16%	+11%	2,3	+13%	+13%	13,9	-5%	-18%	3,3	-2%	-0%	0,12	-1%	+11%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	3,5	+11%*	+10%	2,2	+10%*	+12%*	14,7	-2%	-16%***	3,1	-2%	-4%	0,14	+7%	+21%*
Desserts frais de type mousse	TOUS PRODUITS	11,2	+31%**	+32%**	7,1	+25%*	+29%	20,0	+0,1%	+2%	4,8	+10%*	+12%*	0,20	+5%	+31%*
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	10,6	+17%**	+18%**	6,8	+24%***	+13%	20,4	+2%	+3%	4,3	+13%**	+12%*	0,16	-4%	+8%
Desserts frais aux oeufs	TOUS PRODUITS	8,8	+1%	+1%	5,5	+8%	+1%	17,5	+0,5%	+2%	4,3	-2%	-1%	0,15	+21%**	+24%*
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	8,0	-6%	-10%	4,9	+28%**	+31%*	17,8	-1%	+0,3%	4,4	+1%	-1%	0,16	+33%***	+22%***
Desserts frais allèges et/ou edulcores	TOUS PRODUITS	3,6	+221%**	+61%	2,4	+232%**	+228%**	11,8	+8%	+16%	4,0	-3%	-5%	0,18	+1%	+7%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	4,0	+266%**	+28%	2,6	+261%**	+222%**	11,6	+14%	+20%*	3,9	-5%	-1%	0,19	-2%	-8%
Gateaux, moelleux, cakes frais	TOUS PRODUITS	12,7	+16%	+27%	7,3	-2%	-22%	27,0	+8%	+10%	5,0	-1%	+1%	0,20	+4%	+36%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	10,1	+14%	+14%	6,0	-3%	+31%	26,4	+24%***	+31%**	4,5	+2%	-2%	0,21	-6%	+77%*
Desserts pâtisseries frais aux fruits	TOUS PRODUITS	12,0	+10%	+21%	7,4	+1%	+23%	25,6	+7%	+16%	3,7	+2%	+5%	0,20	+25%	+64%*
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	11,0	+22%	+66%**	6,9	+19%	+69%**	25,2	-5%	+13%	3,2	-19%**	+4%	0,18	+7%	+128%*
Desserts pâtisseries frais sans fruit	TOUS PRODUITS	14,3	+15%	+19%	9,4	+4%	+2%	23,5	+0,1%	+9%	4,8	+1%	+6%	0,26	+7%	+30%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	12,7	+8%	+16%*	8,9	-6%	+7%	21,2	-1%	+1%	4,6	-6%	+7%	0,25	+4%	+52%**
Autres desserts frais	TOUS PRODUITS	17,1	-5%	-13%	11,5	-12%	-19%	17,2	-3%	+3%	2,9	-7%	-12%	0,12	-18%	-1%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	12,6	-31%**	-8%	8,6	-32%**	-19%	13,7	-34%***	-15%	2,5	-10%	-19%	0,10	-47%***	-14%

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Tests statistiques effectués : test de permutations  
 Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2  
 Case pointillée : non étudié

## 5.8.4 Catégorie des Desserts frais végétaux

A noter que parmi les 3 familles de cette catégorie, la famille des Autres desserts frais végétaux correspond à une offre de produits nouvellement suivie en 2017. L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles de cette famille est donc impossible puisqu'aucune donnée n'est disponible pour les années antérieures à 2017.

En considérant les autres 2 familles de la catégorie des Desserts frais végétaux (Tableau 139), des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées. En particulier pour les données non pondérées :

- Pour les matières grasses, les acides gras saturés et le sel, aucune évolution significative n'est constatée ;
- Pour les sucres :
  - o 1 famille sur les 2 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017) ;

- Pour les protéines :
  - 1 famille sur les 2 présente une diminution significative de sa teneur moyenne entre les 2 derniers suivis (2011-2017), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017).

**Tableau 139 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein de la catégorie des Desserts frais végétaux.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2011 (T1) et 2017 (T2)	Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			
	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (6 ans)	T0-T2 (8 ans)	
Ensemble des références																
Desserts frais au soja nature non sucrés	TOUS PRODUITS	2,3	+6%	+0,3%	0,4	+0,5%	+21%	0,2	-49%*	+11%	4,1	+5%	-4%	0,07	-12%	-27%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,2	-17%***	-17%***	0,4	-3%	-2%	0,3	-59%***	+10%	3,9	-14%***	-15%***	0,08	-1%	-37%***
Desserts frais au soja sucrés	TOUS PRODUITS	2,0	+4%	-5%	0,5	+29%	+17%	12,1	+1%	+8%	3,2	-5%*	-6%*	0,09	-14%	-9%
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	2,0	+4%	-4%	0,6	+53%	+73%	12,7	+3%	+12%*	3,2	-8%	-8%***	0,10	-13%	-21%***
Autres desserts frais végétaux	TOUS PRODUITS	9,8			8,5			9,6			1,5			0,20		
	TOUS PRODUITS PONDERES <sup>1</sup>	8,2			6,9			9,6			1,7			0,30		

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Tests statistiques effectués : test de permutations  
 Chiffres grisés : effectif d'au moins des 3 années égal à 1 ou 2  
 Case pointillée : non étudié

### 5.8.5 Eléments d'interprétation proposés par les professionnels

Après présentation des résultats aux professionnels du secteur, ceux-ci ont mis en avant les éléments suivants pour expliquer l'évolution des valeurs nutritionnelles constatées : certains ajustements à la marge sont réalisés pour une optimisation de texture et/ou de goût et peuvent avoir un impact sur la composition. Par exemple :

- Lorsque le sucre est revu à la baisse, il peut être compensé par des matières grasses pour garder un goût suffisamment rond en bouche ;
- Lorsque la matière grasse est diminuée, elle est souvent compensée par des protéines pour corriger la perte de texture.

Par ailleurs, les professionnels ont également souligné que l'augmentation des teneurs en protéines ainsi que l'augmentation d'utilisation de lait entier répond aux attentes actuelles des consommateurs, en recherche de moins d'ingrédients et plus de produit naturel.

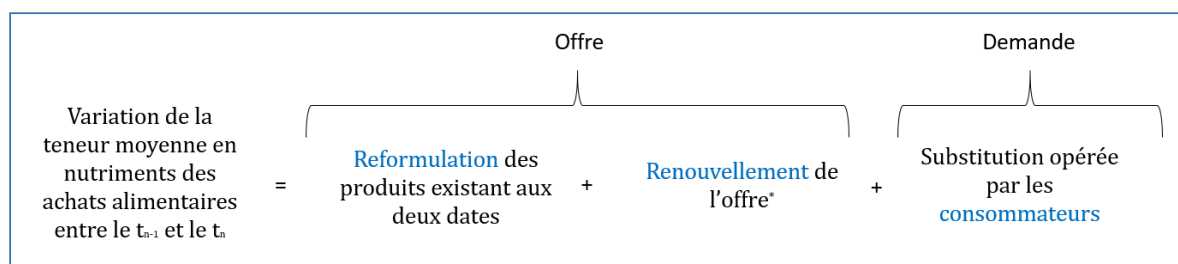
Enfin, proportionnellement, quand la quantité ajoutée d'un nutriment augmente ou baisse, la quantité en grammes pour 100g des autres nutriments augmente ou baisse par compensation dans le tableau des valeurs nutritionnelles.

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

### 6.1 Méthodologie

Cette partie évalue la contribution relative des changements du côté de l'offre (évolution de la qualité nutritionnelle des aliments) et de la demande (changements des comportements de consommation, estimés à partir des données d'achats Kantar-Panel Worldpanel<sup>31</sup>) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur des Produits laitiers et desserts frais. 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*<sup>32</sup>.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, sel), à décomposer l'évolution de la teneur moyenne pondérée par les parts de marché entre deux périodes de temps  $t_{n-1}$  et  $t_n$  en trois effets : la reformulation des produits par les industriels, l'apparition/le retrait de références sur le marché (renouvellement de l'offre) et les substitutions opérées par les consommateurs (Figure 168). Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre.



**Figure 168 : 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 2017 (groupe X)** : ces produits ont été collectés en 2011 mais n'ont pu être reliés à aucun produit collecté en 2017. 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 2017. Pour simplifier la lecture, « produits retirés » désignera ce groupe de produits dans la suite ;

<sup>31</sup> Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

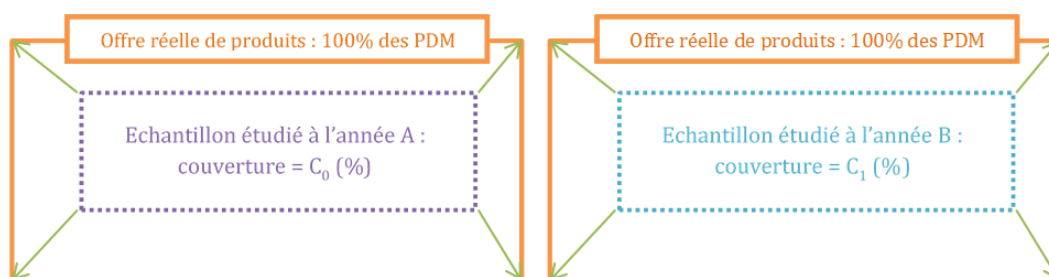
<sup>32</sup> Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation – Oqali – Edition 2019 – [https://www.oqali.fr/content/download/3691/34766/version/1/file/Oqali\\_2019\\_Contributions\\_de\\_l\\_offre\\_et\\_de\\_la\\_demande\\_a\\_l\\_evolution\\_de\\_la\\_qualite\\_de\\_l\\_alimentation.pdf](https://www.oqali.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 appariés (groupe C)** : ces produits sont présents dans la base de données de l'Oqali à la fois en 2011 et 2017. Ils peuvent présenter ou non des évolutions d'emballage ou de composition nutritionnelle entre 2011 et 2017 ;
- **les produits nouveaux ou non captés en 2011 (groupe N)** : ces produits ont été collectés en 2017 mais n'ont pas pu être reliés à un produit collecté en 2011. 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 2011. 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 »<sup>33</sup>.

Pour appliquer la méthode *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 Worldpanel <sup>34</sup>) 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 169) ;



PDM : Parts de marché

**Figure 169 : 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 170). Dans un souci de simplification du rapport les résultats de la méthode 2 seront présentés en Annexe 7.

<sup>33</sup> 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.

<sup>34</sup> Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

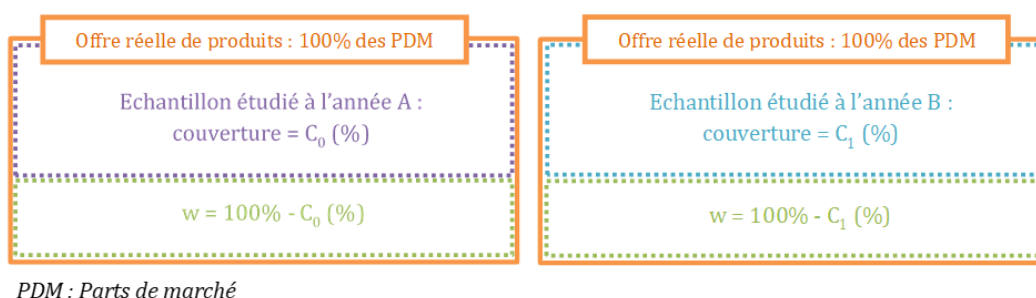


Figure 170 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.

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 5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETTES.

## 6.2 Résultats

D'après la méthode utilisée, les produits retirés représentent 23% des volumes de ventes du secteur en 2011 et les produits nouveaux 28% en 2017. Le poids des produits appariés diminue entre les deux années d'étude, passant de 77% des volumes de ventes du secteur en 2011 à 72% en 2017 (Annexe 8).

Le Tableau 140 présente, pour chaque nutriment d'intérêt, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2011 et 2017, 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 140 : Evolution des moyennes pondérées entre 2011 et 2017 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1.

Produits laitiers et desserts frais	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
	2011	2017				
Matières grasses	3,2	3,8	+17%	-1%	+10%	+7%
Acides gras saturés	2,1	2,5	+18%	+0,3%	+10%	+8%
Sucres	10,0	10,8	+8%	-2%	+3%	+6%
Protéines	4,3	4,0	-6%	-2%	-2%	-2%
Sel	0,14	0,13	-4%	-2%	-2%	-0,4%

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 Produits laitiers et desserts frais, une augmentation des teneurs moyennes pondérées est constatée entre 2011 et 2017 pour les matières grasses (+17%), les acides gras saturés (+18%) et les sucres (+8%). A l'inverse, une diminution des teneurs moyennes pondérées est observée pour les protéines (-6%) et le sel (-4%).

A noter que, dans cette partie les évolutions sont étudiées, pour chaque nutriment, à l'échelle du secteur entier alors que, dans la partie 5, ces évolutions sont détaillées par famille de produits. Certaines familles, proportionnellement à leurs volumes de ventes, peuvent avoir un poids plus élevé au sein du secteur entier, ce qui explique que les résultats, présentés dans cette partie pour chaque nutriment, peuvent ne pas aller systématiquement dans le sens de ceux observés, famille par famille, dans la partie 5.

Pour les **matières grasses et les sucres**, malgré des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs (respectivement -1% et -2%), l'augmentation des teneurs moyennes pondérées est expliquée par un renouvellement de l'offre à la hausse (respectivement +10% et +3%) ainsi que des substitutions réalisées par les consommateurs au sein des produits existants les deux années vers les produits aux teneurs élevées (respectivement +7% et +6%).

A noter que pour les sucres, l'étude des évolutions par famille (partie 5) met majoritairement en évidence des diminutions significatives de teneurs moyennes pondérées, alors qu'en considérant l'ensemble du secteur, la partie 6 montre une augmentation de la teneur moyenne en sucres. Ceci peut en partie s'expliquer, par l'augmentation importante entre 2011 et 2017 du volume de vente de la famille des Yaourts et laits fermentés sucrés classiques dont la teneur moyenne en sucres est de 12,4g/100g en 2017 (24% des volumes du secteur en 2011, 29% en 2017 selon la méthode 1 ; Annexe 8) au détriment des Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques (20% des volumes du secteur en 2011, 16% en 2017 selon la méthode 1 ; Annexe 8) dont la teneur moyenne en sucres est de 4,3g/100g en 2017.

Pour les **acides gras saturés**, l'augmentation des teneurs moyennes pondérées, est le résultat de reformulations (+0,3%), d'un renouvellement de l'offre (+10%) et de substitutions réalisées par les consommateurs (+8%) allant dans le sens d'une augmentation des teneurs.

Pour les **protéines et le sel**, la diminution des teneurs moyennes pondérées, est le résultat de reformulations (-2% pour les deux nutriments), d'un renouvellement de l'offre (-2% pour les deux nutriments) et de substitutions réalisées par les consommateurs (respectivement de -2% et -0,4%) allant dans le sens d'une diminution des teneurs.

Le détail des effectifs et teneurs moyennes par sous-groupe, à l'échelle des familles, est présenté dans l'Annexe 8.

**A l'échelle du secteur des Produits laitiers et desserts frais, les teneurs moyennes pondérées en matières grasses, acides gras saturés et sucres augmentent, alors que celles en protéines et sel diminuent.**

**Malgré des reformulations qui vont principalement dans le sens d'une diminution des teneurs moyennes pour les matières grasses, les sucres, les protéines et le sel (exception pour les acides gras saturés), le renouvellement de l'offre ainsi que les choix opérés par les consommateurs, vont dans le sens d'une augmentation des teneurs moyennes pondérées en matières grasses, acides gras saturés et sucres.**

## Annexe 1 : Lexique

### Allégation

La réglementation<sup>25</sup> définit une allégation comme tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières.

### Allégation de santé

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

La réglementation distingue deux types d'allégation de santé :

- les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006<sup>35</sup>) qui décrivent ou mentionnent le rôle d'un nutriment ou d'une autre substance dans la croissance, le développement et les fonctions de l'organisme, les fonctions psychologiques ou comportementales, l'amaigrissement, le contrôle du poids, une réduction de la sensation de faim, l'accentuation de la sensation de satiété ou la réduction de la valeur énergétique du régime alimentaire ;
- les allégations de santé relatives à la réduction d'un risque de maladie ou se rapportant au développement et à la santé infantiles (relatives à l'article 14 du règlement (CE) n° 1924/2006).

Les allégations de santé portant sur les denrées alimentaires sont interdites, sauf si elles sont autorisées par la Commission européenne conformément à l'annexe du règlement (UE) n°432/2012<sup>36</sup> applicable à partir du 14 décembre 2012, ainsi qu'aux autres règlements ultérieurs listant des allégations de santé autorisées.

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

### Allégation nutritionnelle

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

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

---

<sup>35</sup> Règlement (CE) n°1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

<sup>36</sup> Règlement (UE) n° 432/2012 de la Commission du 16 mai 2012 établissant une liste des allégations de santé autorisées portant sur les denrées alimentaires, autres que celles faisant référence à la réduction du risque de maladie ainsi qu'au développement et à la santé infantiles.



règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010<sup>37</sup> 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° 1169/2011<sup>38</sup> concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, l'étiquetage nutritionnel obligatoire inclut les éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (ces déclarations nutritionnelles sont nommées « **groupe INCO** » dans les rapports publiés par l'Oqali).

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

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

Pour ces derniers produits et pour ceux commercialisés avant décembre 2014, l'étiquetage nutritionnel se définit comme toute information apparaissant sur l'étiquette relative à la valeur énergétique et aux nutriments suivants : protéines, glucides, lipides, fibres alimentaires, sodium, vitamines et sels minéraux (énumérés à l'annexe de la directive 90/496/CEE du Conseil<sup>39</sup>, lorsqu'ils sont présents en quantité significative conformément à ladite annexe). Avant décembre 2014, la réglementation prévoyait deux groupes d'étiquetage :

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

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

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

---

<sup>37</sup> Règlement (UE) n°116/2010 de la commission du 9 février 2010 modifiant le règlement (CE) n°1924/2006 du parlement européen et du conseil en ce qui concerne la liste des allégations nutritionnelles.

<sup>38</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission.

<sup>39</sup> Directive du conseil du 24 septembre 1990 relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE).

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

### **Famille de produits**

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

### **Portion indiquée**

Les portions indiquées regroupent :

- les portions clairement inscrites dans une allégation, une recommandation de consommation<sup>40</sup> ou un repère nutritionnel, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine ») ;
- les portions figurant dans le tableau nutritionnel lorsque les valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100g sont exprimées.

### **Poids d'une unité**

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

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

### **Produit**

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

### **Repères nutritionnels**

Dans le cadre de l'Oqali, les repères nutritionnels symbolisent les apports en kcal et/ou en nutriments, exprimés en pourcentage des AR (apports de référence)<sup>41</sup> ou des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal).

<sup>40</sup> Les recommandations de consommation visent à orienter le consommateur dans ses choix de consommation et à le guider pour intégrer le produit dans son alimentation. Elles regroupent tous les messages indiquant quand, comment, avec quoi, en quelle quantité et/ou à quelle fréquence consommer le produit.

<sup>41</sup> Anciennement AJR (Apports Journaliers Recommandés) ou RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers), pouvant également être mentionnés sous le terme AQR (Apports Quotidiens de Référence).

Ainsi, sont considérés comme repères nutritionnels :

- les % des ANC et des AR sous forme de pictogramme (cadres, cartouches, curseurs, échelles, nutri-pass ou camembert), exprimés pour une portion donnée, pour 100g ou pour 100ml de produit ;
- les % des ANC et des AR indiqués dans le tableau nutritionnel, exprimés pour une portion donnée, pour 100g ou pour 100ml de produit.

Les pictogrammes Nutri-couleurs ne sont 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), etc. 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 7 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 ;
- centrales d'achat (CA) : ce sont les produits distribués en centrales d'achat ;
- distributeurs spécialisés bio (DS bio) : définis comme les produits à marque d'enseigne de la distribution spécialisée biologique.

## Sous-groupes

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

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

- **Produits ajoutés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année B mais pas l'année A (innovations, extensions de gamme, nouvelles recettes et produits non captés par l'Oqali l'année A).

Les **produits identiques et les produits modifiés forment les produits appariés** : ce sont les produits qui ont été retrouvés l'année A et l'année B dans une version identique ou non.

### Types de modification

Sur la base d'une comparaison des emballages recueillis, les évolutions impactant les produits modifiés peuvent concerner un ou plusieurs des paramètres suivants :

- les indicateurs suivis par l'Oqali : groupes d'étiquetage nutritionnels, allégations nutritionnelles, allégations de santé, repères nutritionnels, étiquetage de portions indiquées ou de valeurs nutritionnelles par portion ;
- les valeurs nutritionnelles ;
- la liste des ingrédients ;
- d'autres informations présentes sur l'emballage (dénomination de vente, poids, allégations autres que nutritionnelles et de santé, etc.).

Sont considérés comme modification :

- **d'ingrédients** : tout changement de la liste des ingrédients (ajout ou suppression d'ingrédient, modification d'un libellé, de l'ordre, d'une quantité) ;
- de **valeurs nutritionnelles** : toute modification des valeurs nutritionnelles d'au moins un constituant présent dans les 2 produits considérés pour les deux années de suivi. Par exemple si le produit étiquette les nutriments du groupe 1 (énergie, protéines, glucides, lipides) à l'état des lieux et ceux du groupe INCO (énergie, protéines, glucides, sucres, matières grasses, acides gras saturés, sel) au suivi alors seuls les nutriments en commun sont comparés (énergie, protéines, glucides, matières grasses) ;
- de **groupe nutritionnel** : tout changement du groupe nutritionnel ;
- **d'allégation nutritionnelle** : apparition, disparition ou modification d'au moins un intitulé correspondant à une allégation nutritionnelle ;
- **d'allégation de santé** : apparition, disparition ou modification d'au moins un intitulé correspondant à une allégation de santé ;
- de **repères nutritionnels** : apparition, disparition des repères nutritionnels ou modification du type de repère ;
- de **portion indiquée** : apparition, disparition ou modification d'une portion indiquée (y compris de l'unité de mesure) ;
- de **valeurs nutritionnelles par portion** : apparition, disparition ou modification des valeurs nutritionnelles par portion (y compris de l'unité de mesure) ;
- du **poids d'une unité** : apparition, disparition ou modification du poids d'une unité (y compris de l'unité de mesure).

### Valeurs nutritionnelles par portion

Les valeurs nutritionnelles par portion correspondent aux valeurs nutritionnelles présentes dans le tableau nutritionnel pour une portion donnée, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine »), en complément des valeurs nutritionnelles aux 100g. Cette

portion des valeurs nutritionnelles peut être égale à 100g si le poids d'une unité et/ou la portion indiquée est aussi égale à 100g.

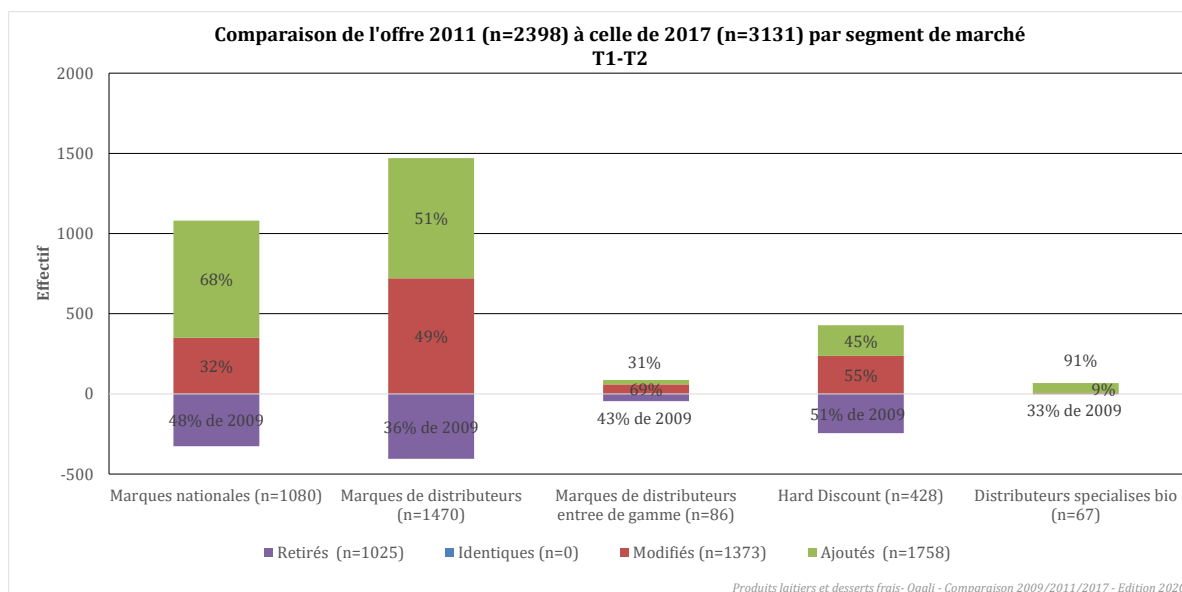
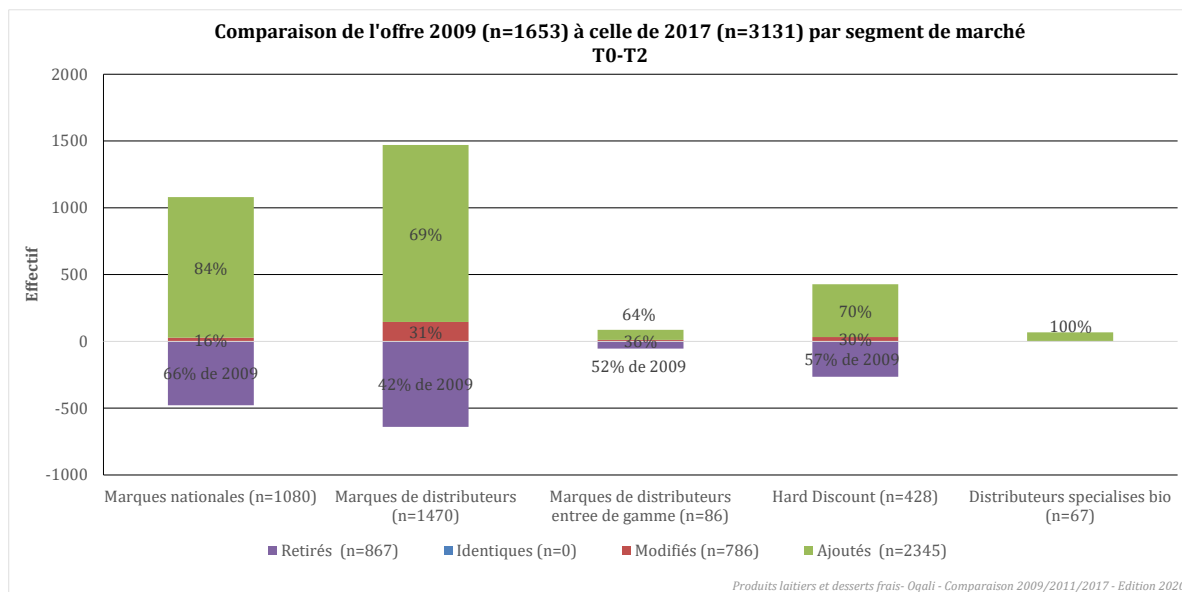
### **Valeurs nutritionnelles non quantifiées**

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

## Annexe 2 : Effectifs de produits par segment de marché et famille de produits pour le secteur des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017

Effectifs de produits au sein des Produits laitiers et desserts frais en 2009, 2011 et 2017	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount			Distributeurs spécialisés biologiques			Tous segments de marché confondus		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	24	30	42	57	77	108	5	7	9	18	29	24	0	2	9	104	145	192
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	6	15	39	14	22	40	0	0	1	2	6	7	0	0	7	22	43	94
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	135	140	304	168	257	326	15	15	12	59	107	95	0	1	15	377	520	752
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	49	84	153	23	35	63	0	0	1	19	31	32	0	0	8	91	150	257
Yaourts et laits fermentés edulcorés	51	67	51	43	35	26	3	3	2	8	9	8	0	0	0	105	114	87
Fromages frais nature non sucres classiques	6	25	24	29	60	77	11	16	17	18	31	21	0	1	6	64	133	145
Fromages frais nature non sucres gourmands	7	22	26	32	52	63	1	2	2	5	16	15	0	1	3	45	93	109
Fromages frais sucres classiques	10	18	13	44	67	73	3	6	6	17	26	17	0	1	1	74	118	110
Fromages frais sucres gourmands	11	11	28	14	26	33	0	2	0	12	10	14	0	0	0	37	49	75
Fromages frais edulcorés	1	7	6	1	2	3	0	0	0	0	1	2	0	0	0	2	10	11
Crèmes dessert et laits gelifiés	47	81	81	86	109	169	18	29	25	34	58	51	0	1	3	185	278	329
Liegeois et assimilés	12	14	30	29	47	50	2	6	1	9	17	18	0	0	0	52	84	99
Laits empiresures	1	6	13	2	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	9	13
Desserts frais à base de céréales	9	17	45	35	61	61	1	5	2	23	25	22	0	1	1	68	109	131
Desserts frais de type mousse	20	25	38	45	53	81	4	5	4	19	20	23	0	0	1	88	103	147
Desserts frais aux œufs	35	29	54	77	86	116	1	2	3	23	40	33	0	0	3	136	157	209
Desserts frais allégés et/ou edulcorés	25	19	24	19	11	5	0	0	0	6	4	1	0	0	0	50	34	30
Gateaux, moelleux, cakes frais	9	13	17	19	21	27	0	0	0	10	14	8	0	0	0	38	48	52
Desserts pâtisseries frais aux fruits	8	14	19	10	27	28	0	0	0	0	4	11	0	0	0	18	45	58
Desserts pâtisseries frais sans fruits	9	12	25	16	43	58	0	1	1	7	12	15	0	0	0	32	68	99
Autres desserts frais	6	11	17	13	18	21	0	1	0	2	14	4	0	0	0	21	44	42
Desserts frais au soja nature non sucres	1	1	3	2	5	8	0	0	0	1	2	1	0	0	2	4	8	14
Desserts frais au soja sucres	24	16	16	8	15	34	0	0	0	5	4	6	0	1	6	37	36	62
Autres desserts frais végétaux	0	0	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	14
<b>Toutes familles confondues</b>	<b>506</b>	<b>677</b>	<b>1080</b>	<b>786</b>	<b>1130</b>	<b>1470</b>	<b>64</b>	<b>100</b>	<b>86</b>	<b>297</b>	<b>482</b>	<b>428</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>67</b>	<b>1653</b>	<b>2398</b>	<b>3131</b>

### Annexe 3 : Etude du renouvellement de l'offre par segment de marché : comparaison des offres 2011-2017, 2009-2017 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés



## Annexe 4 : Evolutions des teneurs en sel des Catégories des Yaourts et laits fermentés et des Fromages frais

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sel pour les échantillons entre les 2 derniers suivis (2011 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), 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 Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques, Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands, Yaourts et laits fermentés sucrés classiques, Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands, Yaourts et laits fermentés édulcorés, Fromages frais nature non sucrés classiques, Fromages frais nature non sucrés gourmands, Fromages frais sucrés classiques, Fromages frais sucrés gourmands, Fromage frais édulcorés.

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,01*	-5%	-0,01*	-7%	61	0,13	0,03	118	0,13	0,03	191	0,12	0,02
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,003	-2%	-0,01**	-7%	52	0,14	0,01	111	0,13	0,01	187	0,13	0,01
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							88	0,13	0,03	88	0,13	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							118	0,13	0,03	87	0,12	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							27	0,13	0,04	191	0,12	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							27	0,13	0,04	87	0,12	0,02
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2										38	0,14	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2										122	0,12	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2										191	0,12	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2										122	0,12	0,02
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN	-0,03**	-16%	-0,03**	-16%	18	0,16	0,03	23	0,16	0,03	41	0,13	0,03
	MDD	-0,01	-4%	-0,003	-3%	34	0,13	0,02	71	0,13	0,03	108	0,12	0,02
	MDDeg	-0,002	-1%	-0,01	-5%	1	0,13		4	0,13	0,02	9	0,12	0,01
	HD	+0,01	+5%	+0,0002	+0,17%	8	0,12	0,02	20	0,12	0,04	24	0,12	0,02
	DSbio											9	0,13	0,02

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



Evolution des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)										
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		+0,01	+6%	+0,01	+8%	9	0,11	0,02	26	0,11	0,03	93	0,12	0,04
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,001	+1%	+0,01	+12%	5	0,10	0,005	26	0,11	0,01	91	0,12	0,04
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,01	+6%						18	0,11	0,04	18	0,11	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	+0,01	+9%						26	0,11	0,03	64	0,12	0,04
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,001	-1%						8	0,12	0,02	93	0,12	0,04
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	+0,002	+1%						8	0,12	0,02	64	0,12	0,04
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,005	-4%	4	0,12	0,02				4	0,11	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			+0,01	+9%	9	0,11	0,02				83	0,12	0,04
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+0,01	+13%	5	0,10	0,02				93	0,12	0,04
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+0,01	+14%	5	0,10	0,02				83	0,12	0,04
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN		+0,0001	+0%	+0,03	+28%	2	0,10	0,00	6	0,13	0,03	38	0,13	0,05
	MDD		+0,01	+6%	-0,0001	-0,07%	6	0,11	0,02	17	0,11	0,04	40	0,11	0,02
	MDDeg												1	0,10	
	HD		+0,01	+14%	+0,01	+10%	1	0,10		3	0,10	0,02	7	0,11	0,02
	DSbio												7	0,10	0,03

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

Evolution des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)										
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		-0,003	-3%	-0,01**	-7%	239	0,12	0,04	445	0,12	0,05	741	0,11	0,03
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01***	-7%	-0,01***	-10%	211	0,13	0,01	402	0,13	0,01	726	0,12	0,04
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,0002	+0%						239	0,11	0,03	239	0,11	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,003	-2%						445	0,12	0,05	454	0,11	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,01	-5%						204	0,12	0,07	741	0,11	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,01	-5%						204	0,12	0,07	454	0,11	0,03
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			+0,002	+1%	110	0,12	0,03				110	0,12	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,01*	-7%	239	0,12	0,04				578	0,11	0,03
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			-0,01**	-11%	128	0,13	0,05				741	0,11	0,03
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			-0,01***	-11%	128	0,13	0,05				578	0,11	0,03
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN		-0,01*	-7%	-0,02**	-11%	94	0,14	0,05	113	0,13	0,03	293	0,12	0,03
	MDD		-0,003	-3%	-0,005	-4%	122	0,11	0,04	236	0,11	0,07	326	0,11	0,02
	MDDeg		+0,003	+2%	-0,02	-16%	2	0,14	0,01	4	0,12	0,02	12	0,12	0,02
	HD		-0,004	-3%	+0,002	+1%	21	0,11	0,03	91	0,12	0,03	95	0,11	0,02
	DSbio		+0,02	+17%						1	0,10		15	0,12	0,02

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,02	-13%	+0,002	+2%	29	0,11	0,02	87	0,13	0,07	257	0,11	0,07		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,05**	-30%	-0,001	-1%	25	0,12	0,002	69	0,16	0,02	240	0,11	0,004		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,01	-5%						30	0,12	0,03	30	0,11	0,04		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,02	-13%							87	0,13	0,07	206	0,11	0,08	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,01	-9%								53	0,12	0,05	257	0,11	0,07
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,01	-9%								53	0,12	0,05	206	0,11	0,08
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,01	-11%	7	0,11	0,03				7	0,10	0,01		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,002	+2%	29	0,11	0,02				230	0,11	0,08		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,01	+5%	21	0,10	0,02				257	0,11	0,07		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,01	+5%	21	0,10	0,02				230	0,11	0,08		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,02	-15%	-0,01	-9%	5	0,13	0,00	41	0,14	0,08	153	0,12	0,09		
		MDD		-0,003	-3%	-0,001	-1%	18	0,10	0,02	27	0,10	0,03	63	0,10	0,02		
		MDDeg													1	0,08		
		HD		-0,04**	-28%	-0,02	-16%	6	0,11	0,03			19	0,13	0,06	32	0,10	0,02
		DSbio													8	0,10	0,01	

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Yaourts et laits fermentés edulcorés			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01	-5%	-0,01	-8%	77	0,17	0,04	106	0,16	0,05	87	0,15	0,03		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-4%	-0,01	-5%	64	0,17	0,01	98	0,17	0,01	85	0,17	0,01		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,002	-1%						47	0,15	0,04	47	0,15	0,03		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,004	-3%							106	0,16	0,05	36	0,16	0,04	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		-0,02	-9%								58	0,17	0,05	87	0,15	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		-0,01	-7%								58	0,17	0,05	36	0,16	0,04
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,01	-5%	24	0,17	0,04				24	0,16	0,02		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,01	-8%	77	0,17	0,04				55	0,15	0,03		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				-0,01	-7%	53	0,17	0,04				87	0,15	0,03		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				-0,01	-7%	53	0,17	0,04				55	0,15	0,03		
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN		-0,02*	-10%	-0,02*	-10%	44	0,18	0,04	67	0,18	0,05	51	0,16	0,03		
		MDD		+0,005	+4%	-0,01	-6%	33	0,15	0,04	30	0,13	0,03	26	0,14	0,02		
		MDDeg		+0,01	+6%								2	0,09	0,06	2	0,10	0,05
		HD		+0,03	+20%								7	0,14	0,03	8	0,17	0,02
		DSbio																

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

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

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

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

Tests statistiques effectués : test de permutations

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

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,01	-4%	+0,01	+6%	31	0,10	0,04	91	0,11	0,04	145	0,11	0,02		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-8%	+0,0005	+0,42%	28	0,11	0,02	84	0,12	0,01	143	0,11	0,004		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,005	-4%						70	0,12	0,04	70	0,11	0,02		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		-0,01	-8%							91	0,11	0,04	57	0,10	0,03	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,01	+9%								18	0,10	0,02	145	0,11	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01	+5%								18	0,10	0,02	57	0,10	0,03
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				+0,01	+9%	24	0,10	0,04				24	0,11	0,02		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				+0,005	+5%	31	0,10	0,04				97	0,11	0,02		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,01	+10%	7	0,10	0,01				145	0,11	0,02		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,01	+8%	7	0,10	0,01				97	0,11	0,02		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN			-0,04**	-25%	-0,04	-27%	3	0,15	0,09	12	0,15	0,04	24	0,11	0,03		
	MDD			+0,01	+7%	+0,01*	+14%	24	0,10	0,03	54	0,10	0,02	77	0,11	0,02		
	MDDeg			+0,01	+13%	+0,02	+20%	1	0,09		9	0,10	0,02	17	0,11	0,02		
	HD			-0,03	-22%	+0,004	+4%	3	0,10	0,00	15	0,13	0,06	21	0,10	0,02		
	DSbio			-0,01	-13%						1	0,10		6	0,09	0,04		

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Fromages frais nature non sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)					
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)													
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,001	-1%	-0,02	-16%	26	0,13	0,14	57	0,11	0,09	109	0,11	0,03		
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,07*	-43%	-0,04	-27%	24	0,13	0,02	54	0,17	0,04	106	0,10	0,004		
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-0,005	-4%						44	0,11	0,10	44	0,10	0,03		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2		+0,002	+2%							57	0,11	0,09	41	0,11	0,04	
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2		+0,003	+3%								13	0,10	0,02	109	0,11	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2		+0,01	+6%								13	0,10	0,02	41	0,11	0,04
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2				-0,03	-21%	19	0,13	0,16				19	0,10	0,03		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2				-0,02	-14%	26	0,13	0,14				77	0,11	0,04		
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2				+0,01	+9%	4	0,10	0,01				109	0,11	0,03		
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2				+0,01	+12%	4	0,10	0,01				77	0,11	0,04		
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN			-0,18	-63%	-0,03	-20%	3	0,13	0,00	4	0,28	0,31	26	0,10	0,04		
	MDD			+0,01**	+14%	-0,02	-17%	21	0,13	0,15	44	0,09	0,02	63	0,11	0,03		
	MDDeg			+0,02	+20%						1	0,10		2	0,12	0,01		
	HD			+0,02	+23%	+0,02	+15%	2	0,10	0,00	8	0,09	0,02	15	0,12	0,04		
	DSbio													3	0,07	0,06		

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés classiques			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)										
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		-0,02	-15%	-0,0001	-0,12%	45	0,10	0,06	99	0,11	0,19	110	0,10	0,02
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		+0,001	+1%	-0,01	-8%	42	0,11	0,01	86	0,10	0,01	110	0,10	0,003
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	+0,003	+3%						52	0,09	0,03	52	0,10	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,02	-14%						99	0,11	0,19	49	0,10	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,04	-29%						47	0,14	0,28	110	0,10	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,04	-28%						47	0,14	0,28	49	0,10	0,02
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,01	-10%	21	0,11	0,09				21	0,10	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,00003	-0,03%	45	0,10	0,06				80	0,10	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+0,01	+12%	24	0,09	0,03				110	0,10	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+0,01	+12%	24	0,09	0,03				80	0,10	0,02
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		-0,002	-2%	+0,03	+32%	7	0,08	0,03	14	0,11	0,03	13	0,11	0,02
	MDD		+0,003	+3%	-0,01	-7%	33	0,10	0,07	62	0,09	0,02	73	0,09	0,01
	MDDeg		+0,01	+14%						3	0,08	0,05	6	0,10	0,01
	HD		-0,10	-50%	+0,01	+13%	5	0,09	0,05	19	0,19	0,44	17	0,10	0,01
	DSbio		-0,02	-20%						1	0,10		1	0,08	

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Fromages frais sucrés gourmands			Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
			T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)										
			g/100g	%	g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		-0,02**	-19%	-0,01	-6%	14	0,10	0,04	35	0,12	0,05	75	0,10	0,03
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>		-0,01	-12%	-0,02	-16%	10	0,12	0,01	29	0,11	0,005	72	0,10	0,004
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	-0,02	-15%						16	0,12	0,07	16	0,10	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	-0,02	-19%						35	0,12	0,05	53	0,10	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	-0,02	-17%						18	0,12	0,03	75	0,10	0,03
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	-0,02	-17%						18	0,12	0,03	53	0,10	0,03
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2			-0,02	-20%	6	0,12	0,05				6	0,09	0,02
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2			-0,01	-5%	14	0,10	0,04				65	0,10	0,03
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2			+0,004	+5%	8	0,09	0,02				75	0,10	0,03
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2			+0,01	+6%	8	0,09	0,02				65	0,10	0,03
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN		-0,01	-10%	-0,01	-11%	5	0,11	0,05	5	0,11	0,01	28	0,10	0,04
	MDD		-0,01	-11%	+0,001	+1%	9	0,10	0,03	22	0,11	0,04	33	0,10	0,02
	MDDeg									2	0,10	0,03			
	HD		-0,07**	-44%						6	0,16	0,10	14	0,09	0,01
	DSbio														

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

Evolutions des teneurs moyennes en sel (g/100g) de la famille Fromages frais edulcores		Différences entre les moyennes				Données 2009 (T0)			Données 2011 (T1)			Données 2017 (T2)		
		T1-T2 (6 ans)		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
		g/100g	%	g/100g	%									
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	-0,02	-17%	+0,02	+27%	1	0,09		10	0,14	0,04	11	0,11	0,02
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	-0,04***	-24%	+0,03	+34%	1	0,09		7	0,16	0,005	11	0,12	0,002
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2							5	0,16	0,02	5	0,13	0,01
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2							10	0,14	0,04	6	0,10	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2							4	0,12	0,04	11	0,11	0,02
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2							4	0,12	0,04	6	0,10	0,02
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2												
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2										11	0,11	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2										11	0,11	0,02
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2										11	0,11	0,02
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	-0,02	-13%						7	0,15	0,04	6	0,13	0,01
	MDD	+0,003	+4%	+0,003	+4%	1	0,09		2	0,09	0,01	3	0,09	0,01
	MDDeg													
	HD	-0,07	-39%						1	0,18		2	0,11	0,03
	DSbio													

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

## Annexe 5 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2009, 2011 et 2017 : statistiques descriptives pour 100g

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, pour 2009, 2011 et 2017, 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.

Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
Effectif <sup>1</sup>	99	139	191	99	139	191	61	117	190	99	139	191	61	117	191	99	139	191	61	118	191	61	117	48
Minimum	35	35	33	0,0001	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,9	3,9	3,3	2,6	2,8	1,9	3,3	3,1	3,1	0,08	0,00	0,05	0,0	0,0	0,0
Maximum	78	74	78	3,6	3,6	3,6	2,4	3,0	2,5	7,1	7,1	6,9	7,1	7,1	6,7	5,6	5,8	10,3	0,23	0,23	0,20	2,3	2,0	0,6
1er quartile	42	44	42	0,1	0,5	0,5	0,1	0,1	0,3	4,5	4,5	4,1	4,5	4,3	3,8	3,9	3,9	3,7	0,13	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
Mediane	48	62	60	1,1	3,0	3,0	0,7	2,0	1,9	5,0	4,9	4,5	4,8	4,7	4,5	4,2	4,1	4,0	0,13	0,13	0,13	0,0	0,0	0,0
3eme quartile	66	67	64	3,4	3,4	3,4	2,1	2,1	2,2	5,6	5,5	5,0	5,2	5,2	4,7	4,5	4,5	4,4	0,15	0,15	0,13	0,0	0,0001	0,0
Moyenne	53	56	54	1,7	2,1	2,0	1,1	1,3	1,3	5,1	5,0	4,6	4,9	4,8	4,3	4,2	4,2	4,3	0,13	0,13	0,12	0,1	0,04	0,04
Ecart-type	13	12	13	1,5	1,5	1,4	1,0	1,0	0,9	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,4	0,6	1,0	0,03	0,03	0,02	0,4	0,2	0,1
Effectif <sup>2</sup>	86	127	187	86	127	187	52	110	186	86	127	187	52	110	187	86	127	187	52	111	187	52	110	47
Moyenne pondérée	58	57	55	2,3	2,2	2,2	1,4	1,5	1,4	5,4	5,1	4,8	5,1	5,0	4,7	4,0	4,0	3,9	0,14	0,13	0,13	0,01	0,01	0,01

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

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

Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
Effectif <sup>1</sup>	19	41	94	19	41	94	9	26	92	19	41	94	9	26	93	19	41	94	9	26	93	9	25	24
Minimum	67	67	65	3,7	3,7	3,7	2,5	2,5	0,1	3,4	2,8	2,2	2,5	2,5	0,4	3,0	2,8	2,8	0,09	0,0001	0,03	0,0	0,0	0,0
Maximum	125	129	135	10,0	10,0	10,0	6,4	7,5	7,5	8,1	8,1	6,7	4,8	4,8	6,4	5,5	5,6	9,0	0,15	0,18	0,28	0,4	0,5	1,7
1er quartile	81	92	78	5,0	6,0	4,5	3,6	4,8	3,0	3,5	3,9	3,8	3,5	3,0	2,8	3,0	3,1	3,3	0,10	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
Mediane	110	109	97	9,0	8,8	7,1	6,0	6,1	4,8	4,1	4,5	4,2	4,0	4,0	3,5	3,7	3,7	4,0	0,10	0,11	0,11	0,0	0,0001	0,0001
3eme quartile	116	116	115	9,4	9,4	9,2	6,1	6,4	6,2	5,0	4,8	5,0	4,7	4,7	4,2	4,5	5,0	4,8	0,11	0,13	0,13	0,0001	0,1	0,3
Moyenne	99	102	98	7,4	7,6	7,0	5,1	5,4	4,8	4,6	4,4	4,4	4,0	3,9	3,6	3,9	4,0	4,2	0,11	0,11	0,12	0,04	0,1	0,2
Ecart-type	19	19	20	2,3	2,2	2,4	1,5	1,5	1,8	1,4	0,9	0,9	0,8	0,8	1,1	0,8	1,0	1,1	0,02	0,03	0,04	0,1	0,1	0,4
Effectif <sup>2</sup>	13	38	92	13	38	92	5	26	90	13	38	92	5	26	91	13	38	92	5	26	91	5	25	23
Moyenne pondérée	113	110	104	9,1	8,7	8,2	6,0	5,9	5,6	4,2	4,2	4,0	4,0	3,7	3,5	3,5	3,5	3,4	0,10	0,11	0,12	0,0	0,1	0,03

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

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

Yaourts et laits fermentés sucres classiques	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
Effectif <sup>1</sup>	362	504	741	362	504	741	239	444	741	362	504	741	239	444	741	362	504	741	239	445	741	239	445	248
Minimum	58	63	66	0,0001	0,1	0,0	0,0001	0,0	0,0	8,5	9,7	7,2	8,4	8,3	7,2	1,4	1,3	1,3	0,00	0,0001	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	119	118	125	3,6	3,6	3,6	2,5	2,5	2,8	18,6	19,6	20,0	17,2	17,5	20,0	5,0	5,3	8,1	0,50	0,97	0,32	2,2	2,2	2,0
1er quartile	79	80	82	1,5	1,6	1,8	1,0	1,0	1,1	13,0	12,4	12,0	12,0	12,0	11,8	3,0	3,0	3,0	0,10	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
Mediane	90	90	91	2,4	2,6	2,7	1,5	1,6	1,8	13,6	13,3	13,0	13,0	13,0	12,5	3,2	3,3	3,3	0,13	0,10	0,11	0,0001	0,0001	0,1
3eme quartile	96	96	96	3,0	3,0	3,0	1,9	1,9	2,0	14,6	14,4	14,0	13,9	13,9	13,2	3,6	3,6	3,7	0,13	0,13	0,13	0,2	0,2	0,3
Moyenne	88	89	89	2,2	2,3	2,4	1,4	1,5	1,6	13,7	13,5	13,0	13,0	12,9	12,4	3,3	3,4	3,5	0,12	0,12	0,11	0,2	0,2	0,2
Ecart-type	11	10	11	0,9	0,8	0,8	0,6	0,5	0,6	1,5	1,5	1,6	1,4	1,4	1,5	0,5	0,5	1,0	0,04	0,05	0,03	0,5	0,4	0,3
Effectif <sup>2</sup>	310	454	726	310	454	726	211	402	726	310	454	726	211	402	726	310	454	726	211	402	726	211	402	244
Moyenne pondérée	91	89	90	2,4	2,4	2,6	1,6	1,6	1,7	13,7	13,2	13,0	13,2	12,8	12,7	3,4	3,3	3,3	0,13	0,13	0,12	0,2	0,1	0,1

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

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

Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	59	114	257	59	114	257	29	87	257	59	114	257	29	87	257	59	114	257	29	87	257	29	87	99
Minimum	94	100	92	3,7	3,7	3,7	2,1	1,5	2,0	7,5	9,7	7,5	9,5	9,1	7,5	2,0	1,8	2,0	0,08	0,08	0,03	0,0	0,0	0,0
Maximum	164	210	231	9,5	12,0	11,3	5,5	8,0	7,4	20,2	26,6	23,5	18,8	24,6	19,5	5,1	5,3	5,9	0,15	0,58	1,00	2,0	2,9	2,3
1er quartile	111	116	112	4,3	4,7	4,5	3,0	3,1	2,9	13,7	13,5	12,9	13,2	13,0	11,5	2,4	2,5	2,4	0,10	0,10	0,08	0,0001	0,1	0,1
Mediane	124	130	125	5,9	6,2	6,3	4,0	4,4	4,2	14,9	15,0	14,0	14,6	14,2	13,0	3,6	3,0	2,8	0,10	0,10	0,10	0,2	0,2	0,2
3eme quartile	136	145	134	6,6	7,6	7,4	4,3	5,1	4,6	16,6	17,0	15,0	16,8	16,0	14,0	4,0	3,9	3,7	0,13	0,13	0,12	0,5	0,5	0,4
Moyenne	125	132	125	5,6	6,3	6,2	3,8	4,2	4,0	15,2	15,5	14,0	15,0	14,5	12,9	3,4	3,2	3,1	0,11	0,13	0,11	0,4	0,4	0,3
Ecart-type	16	20	18	1,4	1,8	1,6	0,8	1,3	1,1	2,5	3,0	2,3	2,4	2,8	2,2	0,9	0,8	0,8	0,02	0,07	0,07	0,5	0,6	0,4
Effectif <sup>2</sup>	48	95	240	48	95	240	25	69	240	48	95	240	25	69	240	48	95	240	25	69	240	25	69	89
Moyenne ponderee	120	140	127	4,7	6,9	6,4	2,9	4,7	4,2	15,7	15,6	13,9	15,3	14,3	12,9	3,7	3,2	2,9	0,12	0,16	0,11	1,0	0,4	0,3

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

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

Yaourts et laits fermentés edulcérés	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	105	114	87	105	114	87	77	106	87	105	114	87	77	106	87	105	114	87	77	106	87	78	106	35
Minimum	25	27	28	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	3,1	3,3	3,3	3,1	3,2	2,7	2,7	1,3	0,08	0,05	0,04	0,0	0,0	0,0
Maximum	86	88	82	0,8	2,5	1,7	0,4	1,7	1,0	16,1	12,9	14,0	11,9	11,9	11,0	4,8	5,1	8,6	0,30	0,33	0,23	2,4	2,3	0,7
1er quartile	40	40	40	0,0001	0,1	0,1	0,0001	0,0001	0,0001	5,6	4,9	5,0	5,0	4,6	4,7	3,9	4,1	4,1	0,15	0,13	0,13	0,0001	0,1	0,0
Mediane	45	44	45	0,1	0,1	0,1	0,02	0,04	0,1	7,0	6,4	5,7	6,0	5,9	5,3	4,2	4,2	4,3	0,15	0,15	0,16	0,3	0,5	0,3
3eme quartile	50	49	50	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	7,8	7,2	6,8	7,2	7,0	6,5	4,4	4,6	4,5	0,18	0,20	0,18	1,1	0,9	0,4
Moyenne	46	45	46	0,1	0,2	0,2	0,03	0,1	0,1	7,0	6,4	6,1	6,3	6,0	5,6	4,1	4,2	4,6	0,17	0,16	0,15	0,6	0,5	0,3
Ecart-type	9	9	9	0,1	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	2,2	1,9	1,9	1,7	1,7	1,3	0,4	0,5	1,2	0,04	0,05	0,03	0,7	0,5	0,2
Effectif <sup>2</sup>	85	105	85	85	105	85	64	98	85	85	105	85	64	98	85	85	105	85	64	98	85	64	98	34
Moyenne ponderee	45	46	44	0,1	0,1	0,1	0,04	0,1	0,05	6,7	6,3	5,9	6,3	5,9	5,6	4,2	4,3	4,3	0,17	0,17	0,17	0,7	0,7	0,3

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

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

Fromages frais nature non sucrés classiques	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	58	123	145	58	123	145	31	91	145	58	123	145	31	91	145	58	123	145	31	91	145	31	91	37
Minimum	40	33	32	0,0001	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	2,1	2,3	2,1	2,1	1,5	4,0	4,0	4,1	0,00	0,05	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	86	93	87	3,8	3,8	3,8	2,5	2,6	2,7	6,1	5,7	5,4	5,0	5,5	5,3	10,2	10,2	9,7	0,25	0,30	0,20	2,6	1,8	0,3
1er quartile	49	48	48	0,1	0,03	0,1	0,1	0,1	0,1	3,3	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	7,3	7,3	6,9	0,09	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
Mediane	70	70	70	3,0	3,0	3,0	1,9	1,9	1,9	4,0	3,9	4,1	3,9	3,8	4,0	7,7	7,5	7,3	0,10	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
3eme quartile	75	74	73	3,2	3,2	3,2	2,2	2,1	2,1	4,4	4,5	4,5	4,5	4,5	4,3	8,0	8,0	8,0	0,10	0,13	0,13	0,0	0,0	0,1
Moyenne	64	63	63	1,9	1,9	1,9	1,4	1,3	1,2	3,9	4,0	4,1	3,9	3,9	3,9	7,8	7,5	7,5	0,10	0,11	0,11	0,1	0,03	0,1
Ecart-type	15	16	15	1,6	1,6	1,6	1,0	1,0	1,0	0,7	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	1,0	1,2	1,3	0,04	0,04	0,02	0,5	0,2	0,1
Effectif <sup>2</sup>	55	111	143	55	111	143	28	84	143	55	111	143	28	84	143	55	111	143	28	84	143	28	84	36
Moyenne ponderee	66	63	65	2,1	1,8	2,0	1,5	1,2	1,3	3,9	4,1	4,3	3,9	4,2	4,2	7,6	7,6	7,3	0,11	0,12	0,11	0,1	0,02	0,04

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

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

Fromages frais nature non sucrés gourmands	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	42	83	109	42	83	109	26	57	109	42	83	109	26	57	109	42	83	109	26	57	109	26	57	24
Minimum	82	72	72	3,9	3,9	3,9	2,6	2,5	2,7	2,3	0,2	0,9	2,3	2,0	0,9	3,5	2,5	3,0	0,05	0,05	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	272	172	274	26,0	17,0	26,0	6,8	11,0	18,0	5,0	5,5	5,9	4,5	4,5	5,2	9,5	9,5	13,0	0,80	0,75	0,20	0,0001	0,3	0,8
1er quartile	86	88	88	6,0	6,0	6,0	4,5	4,5	4,0	3,1	3,3	3,5	2,9	3,0	3,0	4,5	4,0	4,0	0,10	0,08	0,10	0,0	0,0	0,0
Mediane	110	110	107	7,8	7,8	7,6	5,0	5,1	5,0	3,6	3,7	3,7	3,5	3,5	3,5	6,8	6,6	5,9	0,10	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0
3eme quartile	132	132	132	9,2	10,0	10,0	5,4	6,8	6,7	4,0	4,1	4,5	4,0	3,7	3,8	7,1	7,0	7,0	0,10	0,10	0,11	0,0	0,0	0,1
Moyenne	113	109	110	8,2	7,8	7,9	4,9	5,5	5,3	3,6	3,7	3,9	3,6	3,5	3,5	6,3	5,9	5,8	0,13	0,11	0,11	0,00002	0,01	0,1
Ecart-type	32	23	32	3,4	2,2	3,2	1,1	1,4	2,3	0,6	0,8	0,8	0,6	0,5	0,7	1,7	1,9	2,0	0,14	0,09	0,03	0,00004	0,03	0,2
Effectif <sup>2</sup>	40	77	106	40	77	106	24	54	106	40	77	106	24	54	106	40	77	106	24	54	106	24	54	24
Moyenne ponderee	105	114	121	6,8	8,2	8,7	3,4	5,7	5,9	3,8	3,7	3,8	3,9	3,5	3,6	7,3	6,3	6,7	0,13	0,17	0,10	0,0001	0,01	0,1

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

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

Fromages frais sucrés classiques	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	72	115	110	72	115	110	45	99	110	72	115	110	45	99	110	72	115	110	45	99	110	45	99	40
Minimum	80	76	75	0,0001	0,0001	0,0	0,0001	0,0	0,0	10,7	7,8	10,5	7,5	7,5	10,1	4,5	4,5	3,3	0,0001	0,04	0,08	0,0	0,0	0,0
Maximum	120	120	116	3,8	3,5	3,8	2,9	2,9	2,7	16,7	16,4	15,1	15,8	15,6	14,2	7,6	8,0	9,3	0,45	2,00	0,16	0,5	0,8	0,6
1er quartile	100	96	93	2,5	2,5	2,2	1,7	1,6	1,4	13,1	12,3	12,0	12,0	11,6	11,5	5,5	5,6	5,6	0,08	0,08	0,09	0,00001	0,0001	0,0
Mediane	107	103	96	2,9	2,8	2,5	1,8	1,8	1,6	14,0	13,0	12,1												



Fromages frais sucres gourmands	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2
Effectif <sup>1</sup>	33	47	75	33	47	75	14	35	75	33	47	75	14	35	75	33	47	75	14	35	75	14	35	21
Minimum	111	93	93	4,1	4,1	3,9	2,6	2,7	2,4	12,0	8,5	8,5	13,0	9,8	8,3	3,0	2,9	2,5	0,08	0,05	0,07	0,0001	0,0	0,0
Maximum	173	178	251	10,2	10,0	19,0	4,5	6,5	13,0	19,7	19,7	19,5	18,0	18,8	18,8	7,3	7,8	7,8	0,20	0,35	0,27	1,0	1,0	0,6
1er quartile	124	122	123	5,3	5,1	5,1	2,6	3,4	3,5	14,0	13,9	12,0	14,0	13,0	11,7	4,8	4,8	4,5	0,08	0,08	0,08	0,0001	0,0001	0,1
Mediane	140	131	132	5,9	5,5	6,1	3,5	3,6	4,1	15,7	14,0	14,0	15,2	13,2	13,0	5,2	5,3	5,0	0,09	0,10	0,09	0,1	0,1	0,3
3eme quartile	148	146	145	6,9	6,7	7,0	4,0	4,5	4,7	16,2	16,1	15,5	16,3	15,0	14,4	6,0	6,3	5,9	0,10	0,15	0,10	0,3	0,5	0,5
Moyenne	138	133	135	6,1	5,8	6,5	3,5	3,8	4,4	15,5	14,7	13,9	15,3	14,0	13,2	5,3	5,4	5,1	0,10	0,12	0,10	0,2	0,3	0,3
Ecart-type	14	15	21	1,5	1,2	2,4	0,7	0,8	1,6	1,7	2,3	2,5	1,5	2,1	2,2	1,0	1,0	1,1	0,04	0,05	0,03	0,4	0,4	0,2
Effectif <sup>2</sup>	20	38	72	20	38	72	10	29	72	20	38	72	10	29	72	20	38	72	10	29	72	10	29	21
Moyenne ponderee	139	138	137	5,7	6,2	6,8	3,5	4,1	4,6	16,5	14,7	13,8	15,9	14,0	13,3	5,4	5,5	5,2	0,12	0,11	0,10	0,2	0,2	0,2

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

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

Fromages frais edoulores	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2
Effectif <sup>1</sup>	2	10	11	2	10	11	1	10	11	2	10	11	1	10	11	2	10	11	1	10	11	1	10	2
Minimum	62	48	47	0,0001	0,1	0,0	0,0001	0,04	0,0	5,9	5,6	3,9	8,9	4,6	3,4	6,4	5,4	5,6	0,09	0,08	0,09	0,5	0,2	0,2
Maximum	64	87	55	0,8	2,9	0,4	0,0001	1,7	0,3	9,4	9,5	6,8	8,9	8,8	6,3	7,4	6,7	7,5	0,09	0,18	0,15	0,5	1,8	1,7
1er quartile	62	52	49	0,0001	0,1	0,0001	0,0001	0,1	0,0001	5,9	5,7	5,5	8,9	4,9	3,9	6,4	5,6	6,3	0,09	0,10	0,09	0,5	0,3	0,2
Mediane	63	53	53	0,4	0,1	0,1	0,0001	0,1	0,1	7,7	6,3	6,0	8,9	6,0	5,2	6,9	6,4	6,4	0,09	0,14	0,12	0,5	0,7	1,0
3eme quartile	64	56	55	0,8	0,4	0,3	0,0001	0,3	0,1	9,4	8,0	6,5	8,9	7,1	6,2	7,4	6,5	6,6	0,09	0,18	0,13	0,5	0,9	1,7
Moyenne	63	57	52	0,4	0,5	0,1	0,0001	0,3	0,1	7,7	6,9	5,9	8,9	6,2	5,0	6,9	6,1	6,5	0,09	0,14	0,11	0,5	0,7	1,0
Ecart-type	1	11	3	0,6	0,9	0,1		0,5	0,1	2,5	1,4	0,8		1,5	1,2	0,7	0,5	0,6		0,04	0,02		0,5	1,1
Effectif <sup>2</sup>	2	7	11	2	7	11	1	7	11	2	7	11	1	7	11	2	7	11	1	7	11	1	7	2
Moyenne ponderee	63	54	54	0,3	0,3	0,2	0,0	0,2	0,1	8,1	6,4	6,3	8,9	5,8	5,7	6,8	6,4	6,4	0,09	0,16	0,12	0,5	1,0	0,9

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

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

Cremes dessert et laits gelifies	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2
Effectif <sup>1</sup>	144	224	328	144	224	328	61	163	326	144	224	328	61	163	326	144	224	328	61	163	326	61	163	121
Minimum	80	79	75	0,5	0,5	0,5	0,0001	0,4	0,4	15,0	15,0	13,0	13,0	11,0	7,8	1,5	1,5	1,3	0,0001	0,08	0,05	0,0	0,0	0,0
Maximum	181	209	364	9,8	13,0	30,1	5,5	5,5	18,8	24,6	28,3	31,0	22,8	26,2	28,7	4,9	4,9	5,2	0,23	0,29	0,54	1,5	1,7	2,3
1er quartile	107	110	107	2,9	2,9	2,8	1,9	1,8	1,9	18,0	18,0	17,7	15,0	15,0	15,0	2,7	2,6	2,6	0,10	0,10	0,10	0,0	0,0	0,0001
Mediane	117	117	118	3,3	3,3	3,3	2,1	2,1	2,1	19,1	19,0	18,8	16,1	16,0	16,0	3,1	3,0	2,9	0,10	0,13	0,13	0,0001	0,04	0,3
3eme quartile	130	129	134	3,9	3,9	4,0	2,5	2,5	2,6	21,0	20,4	20,0	18,8	18,1	18,0	3,5	3,4	3,3	0,13	0,15	0,18	0,3	0,3	1,0
Moyenne	120	120	124	3,4	3,4	3,9	2,2	2,1	2,5	19,2	19,2	19,1	16,9	16,4	16,6	3,1	3,0	3,0	0,12	0,14	0,15	0,2	0,3	0,5
Ecart-type	18	19	29	1,4	1,7	2,8	1,1	0,9	1,7	2,2	2,0	2,4	2,5	2,2	2,5	0,6	0,6	0,7	0,04	0,04	0,06	0,4	0,4	0,5
Effectif <sup>2</sup>	129	204	326	129	204	326	58	149	324	129	204	326	58	149	324	129	204	326	58	149	324	58	149	119
Moyenne ponderee	120	119	121	3,1	3,1	3,4	2,0	2,0	2,3	19,8	19,6	19,2	16,5	17,0	16,7	3,3	3,1	3,0	0,12	0,14	0,15	0,3	0,3	0,4

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

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

Liegeois et assimilés	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2
Effectif <sup>1</sup>	45	78	99	45	78	99	19	57	99	45	78	99	19	57	99	45	78	99	19	57	99	19	57	32
Minimum	104	84	80	2,2	1,1	0,9	1,4	1,5	0,6	16,5	16,0	15,7	10,0	10,0	5,8	2,0	1,5	1,0	0,0001	0,0001	0,06	0,0	0,0	0,1
Maximum	166	213	223	9,0	11,9	16,0	4,9	8,3	10,0	23,1	23,6	22,5	19,0	22,4	20,5	3,8	3,5	3,6	0,23	0,25	0,51	1,5	1,1	1,2
1er quartile	126	126	131	4,7	4,8	5,5	3,5	3,5	3,6	18,0	18,0	17,0	10,0	14,6	15,0	2,6	2,5	2,5	0,10	0,10	0,10	0,0001	0,0001	0,2
Mediane	142	143	147	5,8	5,8	6,9	3,6	4,0	4,5	18,9	18,9	18,0	16,5	16,7	15,7	2,9	2,9	2,9	0,13	0,13	0,13	0,0001	0,1	0,3
3eme quartile	153	153	157	7,0	7,1	7,7	4,2	4,6	5,1	20,0	20,4	18,9	16,9	17,1	16,8	3,3	3,3	3,0	0,20	0,13	0,18	0,1	0,1	0,8
Moyenne	141	141	147	5,8	5,9	6,9	3,6	4,1	4,6	19,1	19,1	18,2	14,6	16,0	15,9	2,9	2,8	2,8	0,13	0,13	0,14	0,2	0,2	0,4
Ecart-type	15	19	21	1,5	1,7	2,2	0,8	1,0	1,4	1,6	1,7	1,6	3,2	2,6	2,0	0,4	0,4	0,4	0,07	0,06	0,05	0,4	0,4	0,3
Effectif <sup>2</sup>	40	68	98	40	68	98	15	50	98	40	68	98	15	50	98	40	68	98	15	50	98	15	50	32
Moyenne ponderee	144	144	149	6,4	6,4	7,1	3,1	3,7	4,7	18,8	18,6	18,3	14,7	15,6	16,1	3,0	3,0	2,9	0,10	0,12	0,15	0,1	0,2	0,5

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

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

Laits empressees	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017	2009	2011	2017
	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2	T0	T1	T2
Effectif <sup>1</sup>	2	6	13	2	6	13	1	1	13	2	6	13	1	1	13	2	6	13	1	1	13	1	1	13
Minimum	132	95	87	3,2	1,0	0,8	2,0	0,8	0,5	20,1	14,0	9,7	19,2	16,5	8,9	5,7	4,7	4,7	0,23	0,15	0,10	0,0	0,0	0,0





Desserts patisseries frais aux fruits	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	14	33	58	14	33	58	11	32	58	14	33	58	11	32	58	14	33	58	11	32	58	11	32	30
Minimum	140	140	129	3,5	3,5	2,3	2,5	2,5	0,8	22,0	24,8	20,6	17,4	17,8	15,0	1,0	1,0	0,9	0,0001	0,00	0,05	0,6	0,0	0,5
Maximum	353	386	376	25,5	28,8	25,9	13,7	16,8	14,2	40,0	44,7	46,2	29,5	31,1	40,8	8,4	5,4	6,6	0,25	0,50	0,48	3,5	3,6	3,6
1er quartile	160	200	220	4,2	5,6	7,9	3,0	4,8	5,3	25,0	28,2	31,0	18,0	21,6	21,0	1,5	2,8	2,5	0,01	0,12	0,13	1,5	0,6	1,0
Mediane	226	216	243	7,1	8,0	10,1	4,6	5,8	7,1	30,0	30,5	33,0	22,0	23,9	23,8	3,7	3,8	3,7	0,13	0,15	0,19	1,6	1,6	1,3
3eme quartile	267	263	314	14,4	14,4	16,6	9,7	8,6	8,7	33,0	33,0	36,0	26,0	27,0	27,0	4,6	4,5	4,6	0,23	0,22	0,28	1,9	2,0	1,8
Moyenne	226	240	262	10,0	11,0	12,0	6,0	7,3	7,4	30,0	31,2	33,6	22,1	23,9	25,6	3,5	3,6	3,7	0,12	0,16	0,20	1,7	1,4	1,4
Ecart-type	65	65	64	6,9	7,4	5,7	3,9	4,0	3,0	5,4	4,8	5,9	4,1	3,5	6,0	2,0	1,2	1,4	0,10	0,11	0,09	0,7	0,9	0,6
Effectif <sup>2</sup>	9	29	56	9	29	56	6	28	56	9	29	56	6	28	56	9	29	56	6	28	56	6	28	29
Moyenne ponderee	197	231	247	6,6	9,0	11,0	4,1	5,8	6,9	31,1	33,4	32,6	22,4	26,6	25,2	3,1	4,0	3,2	0,08	0,17	0,18	1,5	0,7	1,2

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

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

Desserts patisseries frais sans fruit	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	24	56	99	24	56	99	10	44	99	24	56	99	10	44	99	24	56	99	10	44	99	10	44	66
Minimum	225	198	177	4,6	3,8	3,5	7,3	2,4	2,2	24,8	26,6	23,0	18,0	11,7	16,5	3,1	3,1	2,7	0,10	0,09	0,10	1,0	0,1	0,1
Maximum	351	421	416	25,9	30,1	27,3	15,0	17,7	16,4	43,5	46,3	52,0	24,7	39,0	42,0	6,0	7,6	7,8	0,25	0,55	0,86	2,5	3,7	4,9
1er quartile	249	249	256	9,9	9,8	10,7	8,0	7,5	7,8	31,2	30,4	29,6	20,5	21,0	19,8	3,8	4,0	4,2	0,20	0,19	0,15	1,2	1,5	1,1
Mediane	274	269	283	11,9	11,8	13,0	8,4	8,9	9,1	37,0	34,3	33,9	21,5	23,3	21,0	4,4	4,7	4,5	0,21	0,22	0,23	1,9	1,7	1,5
3eme quartile	288	289	325	12,5	13,2	17,4	10,0	9,9	11,0	40,0	37,9	40,0	23,1	24,9	24,0	5,1	5,3	5,2	0,25	0,25	0,30	2,5	2,5	2,8
Moyenne	271	275	297	11,9	12,5	14,3	9,2	9,1	9,4	35,6	34,5	35,1	21,6	23,5	23,5	4,5	4,7	4,8	0,20	0,25	0,26	1,9	1,9	1,9
Ecart-type	29	44	58	4,2	4,8	4,9	2,3	2,6	2,4	5,1	4,7	6,8	2,0	4,9	6,5	0,9	0,9	1,1	0,05	0,11	0,15	0,6	0,7	1,0
Effectif <sup>2</sup>	23	48	97	23	48	97	9	38	97	23	48	97	9	38	97	23	48	97	9	38	97	9	38	65
Moyenne ponderee	255	264	276	11,0	11,8	12,7	8,3	9,4	8,9	34,0	33,4	33,0	21,0	21,5	21,2	4,3	4,9	4,6	0,17	0,24	0,25	1,5	2,1	1,7

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

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

Autres desserts frais	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	20	42	42	20	42	42	16	30	42	20	42	42	16	30	42	20	42	42	16	30	42	16	30	18
Minimum	74	78	149	2,1	0,0	7,0	1,4	2,6	1,0	12,5	13,1	12,0	11,5	12,5	5,8	0,9	0,0	1,1	0,03	0,0001	0,00	0,0	0,0	0,0
Maximum	389	443	442	33,0	36,9	33,3	24,0	24,0	23,0	28,0	42,1	37,0	24,0	24,9	29,3	5,2	5,6	5,3	0,25	0,48	0,30	4,3	4,3	4,1
1er quartile	169	165	170	9,1	9,1	9,0	6,0	6,0	6,0	15,6	18,1	16,2	13,5	14,0	14,7	2,2	2,2	2,3	0,10	0,13	0,10	0,0001	0,5	0,3
Mediane	259	249	236	16,0	13,5	13,0	14,3	10,2	9,4	18,5	19,0	19,5	15,4	16,5	17,7	3,5	3,0	2,6	0,13	0,13	0,12	1,2	1,1	1,6
3eme quartile	365	357	312	31,1	29,9	25,0	22,4	22,0	15,6	25,0	24,7	24,6	21,1	21,0	19,3	4,5	4,2	3,8	0,13	0,15	0,14	3,3	2,5	2,5
Moyenne	268	262	250	19,6	18,0	17,1	14,2	13,1	11,5	19,7	21,4	20,4	16,7	17,7	17,2	3,3	3,1	2,9	0,12	0,15	0,12	1,6	1,5	1,6
Ecart-type	103	93	86	11,8	10,5	9,1	8,5	7,4	6,3	4,9	5,7	5,4	4,1	3,9	4,3	1,4	1,2	1,0	0,04	0,08	0,06	1,6	1,3	1,3
Effectif <sup>2</sup>	15	36	40	15	36	40	12	25	40	15	36	40	12	25	40	15	36	40	12	25	40	12	25	17
Moyenne ponderee	214	265	195	13,7	18,2	12,6	10,5	12,6	8,6	19,5	22,0	17,8	16,2	20,7	13,7	3,0	2,7	2,5	0,12	0,19	0,10	1,1	1,1	1,4

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

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

Desserts frais au soja nature non sucrés	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>	4	8	14	4	8	14	3	8	14	4	8	14	2	8	14	4	8	14	3	8	14	3	8	11
Minimum	42	41	40	1,7	2,0	2,0	0,2	0,3	0,3	1,0	0,7	0,0	0,0	0,3	0,0	3,5	3,7	3,7	0,08	0,08	0,01	0,0	0,3	0,1
Maximum	51	46	48	2,7	2,7	2,9	0,4	0,4	0,4	3,1	2,6	2,3	0,4	0,7	0,5	5,3	4,6	4,9	0,13	0,08	0,10	2,3	2,9	1,8
1er quartile	43	41	41	1,9	2,0	2,1	0,2	0,3	0,3	1,5	1,1	0,8	0,0	0,4	0,0	3,6	3,8	3,8	0,08	0,08	0,06	0,0	1,3	0,8
Mediane	47	42	41	2,3	2,1	2,1	0,3	0,4	0,4	2,3	1,3	1,1	0,2	0,4	0,3	4,2	3,8	3,8	0,08	0,08	0,08	2,1	1,3	1,3
3eme quartile	51	45	46	2,7	2,1	2,3	0,4	0,4	0,4	2,9	1,6	1,4	0,4	0,5	0,4	5,0	3,9	4,8	0,13	0,08	0,08	2,3	1,8	1,3
Moyenne	47	43	43	2,3	2,1	2,3	0,3	0,4	0,4	2,2	1,4	1,1	0,2	0,4	0,2	4,3	3,9	4,1	0,10	0,08	0,07	1,5	1,5	1,1
Ecart-type	5	2	3	0,5	0,2	0,3	0,1	0,1	0,05	0,9	0,6	0,6	0,3	0,1	0,2	0,8	0,3	0,5	0,03	0,00	0,03	1,3	0,8	0,5
Effectif <sup>2</sup>	4	7	13	4	7	13	3	7	13	4	7	13	2	7	13	4	7	13	3	7	13	3	7	10
Moyenne ponderee	50	46	42	2,6	2,6	2,2	0,4	0,4	0,4	2,0	0,8	1,1	0,2	0,7	0,3	4,6	4,5	3,9	0,13	0,08	0,08	0,2	0,5	1,3

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

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

Desserts frais au soja sucrés	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines		
----------------------------------	-----------------------------------	--	--	------------------------------	--	--	---------------------------------	--	--	----------------------	--	--	--------------------	--	--	-----------	--	--

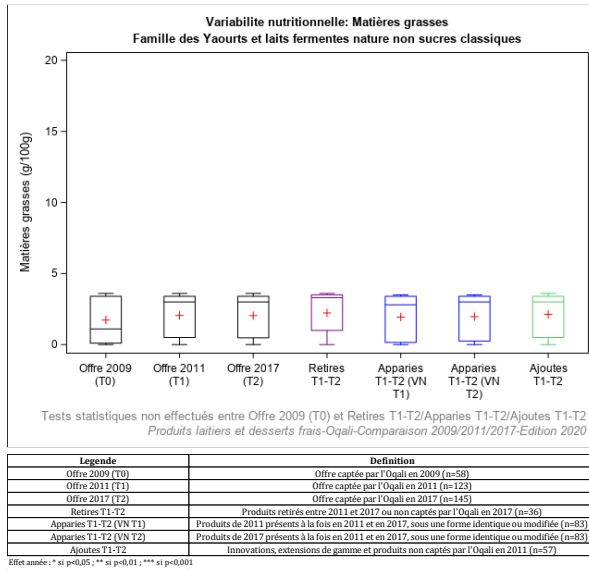
Autres desserts frais vegetaux	Valeur énergétique (kcal/100g)			Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Glucides (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)		
	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2	2009 T0	2011 T1	2017 T2
Effectif <sup>1</sup>			14			14			14			14			14			14			14			4
Minimum			104			3,3			0,5			5,8			2,5			0,8			0,01			0,0001
Maximum			234			14,0			13,0			23,0			22,0			2,7			2,00			1,3
1er quartile			130			7,2			6,5			8,2			4,9			1,1			0,03			0,0001
Mediane			158			10,5			9,7			14,0			8,6			1,4			0,05			0,2
3eme quartile			172			12,0			11,0			21,0			13,0			2,0			0,11			0,8
Moyenne			153			9,8			8,5			14,7			9,6			1,5			0,20			0,4
Ecart-type			33			3,5			3,8			6,4			5,5			0,6			0,52			0,6
Effectif <sup>2</sup>			13			13			13			13			13			13			13			4
Moyenne ponderee			150			8,2			6,9			17,1			9,6			1,7			0,30			0,4

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

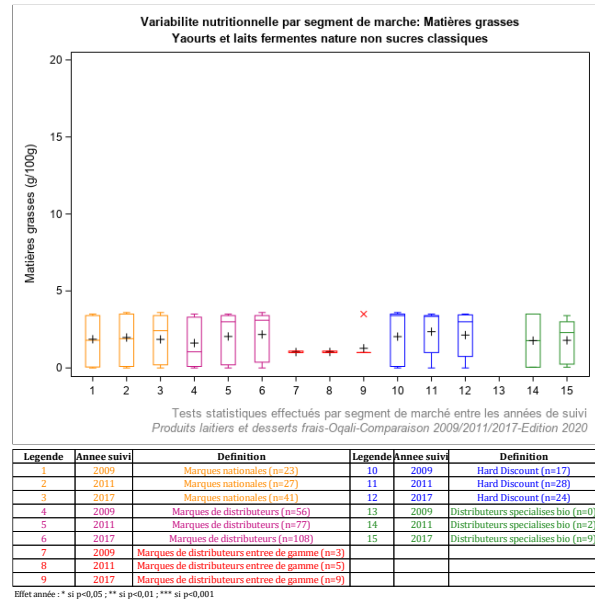
<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

# Annexe 6 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par année, sous-groupe et par segment de marché

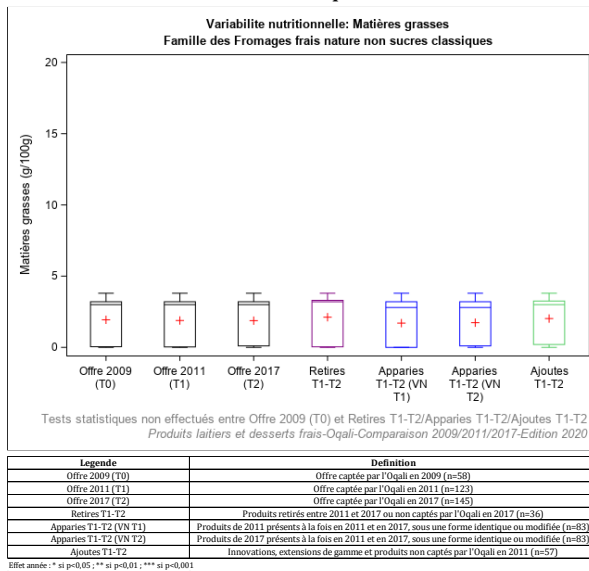
## Matières grasses : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



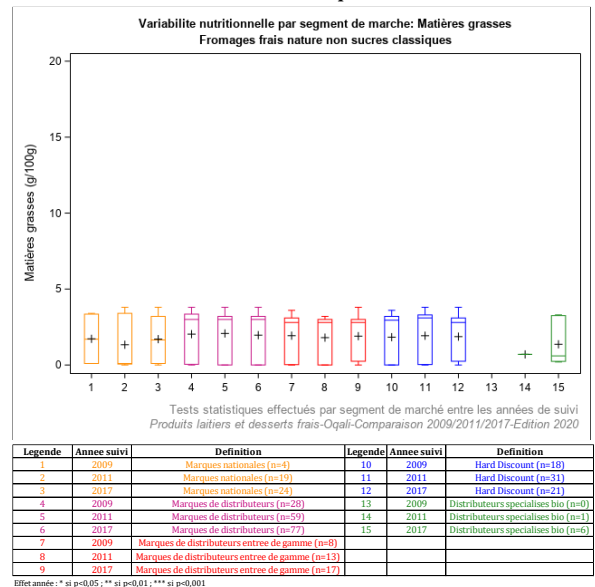
## Matières grasses : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



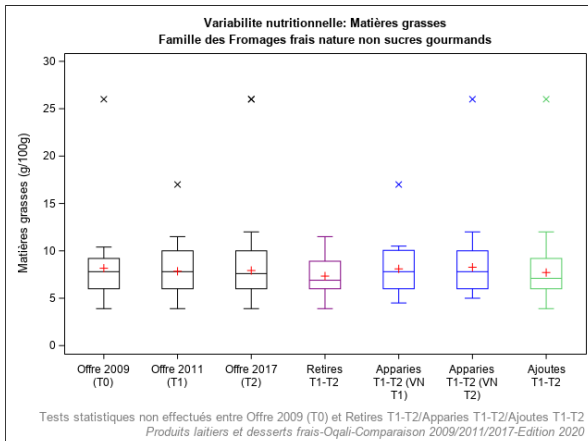
## Matières grasses : Fromages frais nature non sucrés classiques



## Matières grasses : Fromages frais nature non sucrés classiques



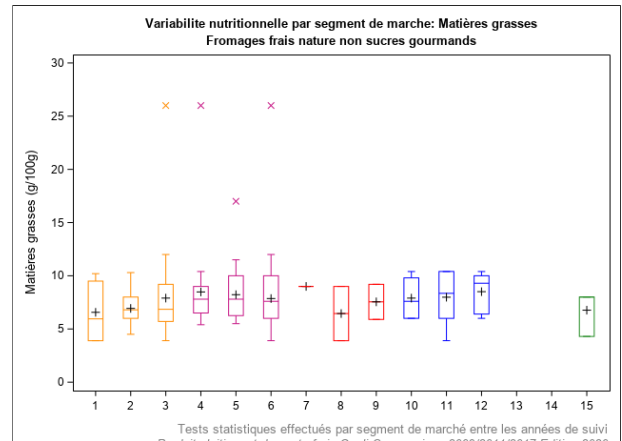
## Matières grasses : Fromages frais nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=58)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=123)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=145)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=36)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=83)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=83)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=57)

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

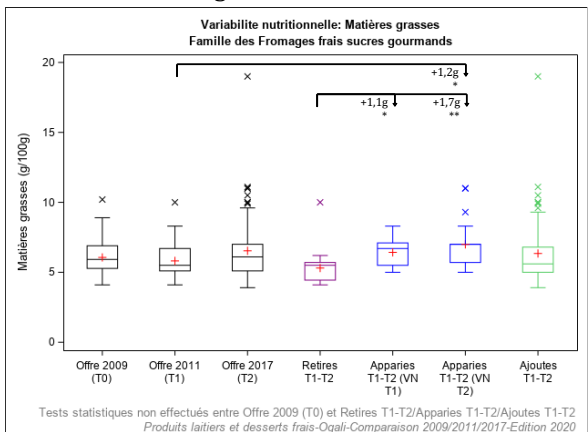
## Matières grasses : Fromages frais nature non sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=6)	10	2009	Hard Discount (n=4)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=14)
3	2017	Marques nationales (n=26)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=31)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=48)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=53)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

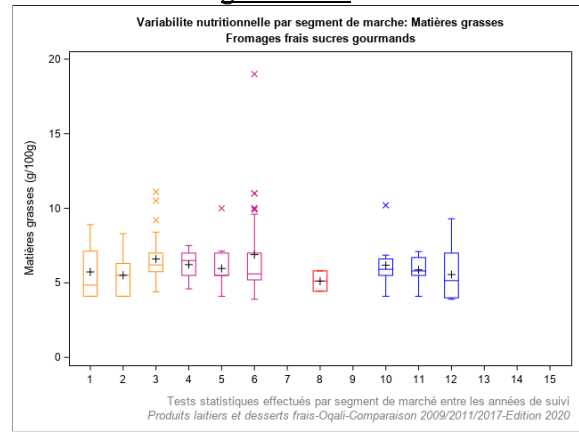
## Matières grasses : Fromages frais sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=33)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=47)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=75)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=22)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=22)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=53)

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

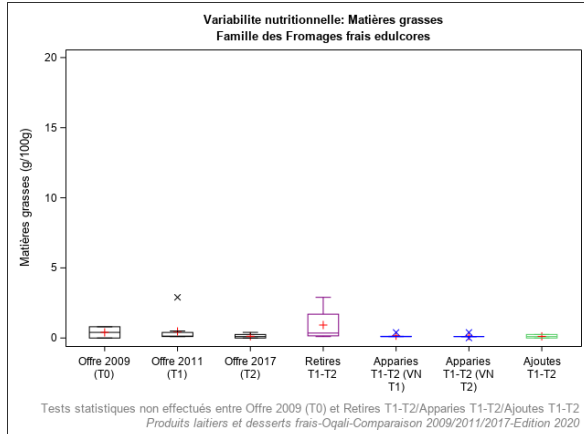
## Matières grasses : Fromages frais sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=10)	10	2009	Hard Discount (n=10)
2	2011	Marques nationales (n=10)	11	2011	Hard Discount (n=10)
3	2017	Marques nationales (n=20)	12	2017	Hard Discount (n=14)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=25)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=33)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

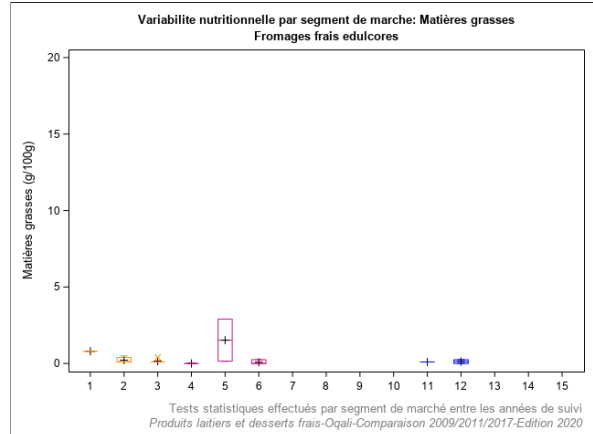
## Matières grasses : Fromages frais édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=10)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=11)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=4)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=6)

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

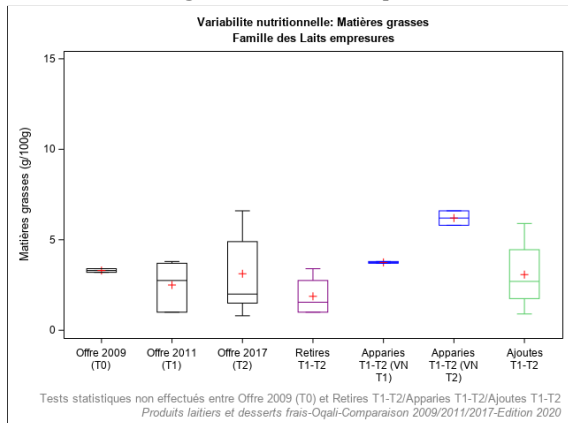
## Matières grasses : Fromages frais édulcorés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=1)
3	2017	Marques nationales (n=6)	12	2017	Hard Discount (n=2)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=2)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=3)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

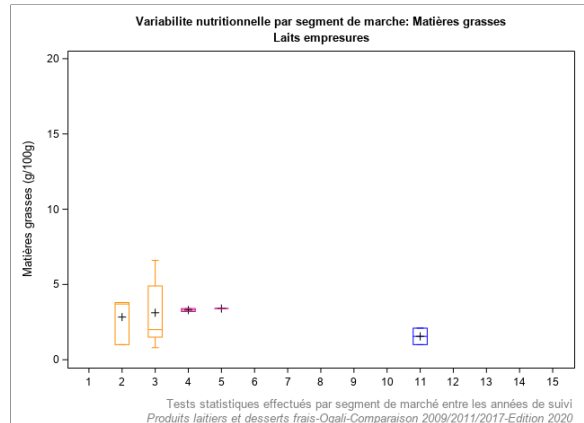
## Matières grasses : Laits emprésurés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=78)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=25)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=53)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

## Matières grasses : Laits emprésurés

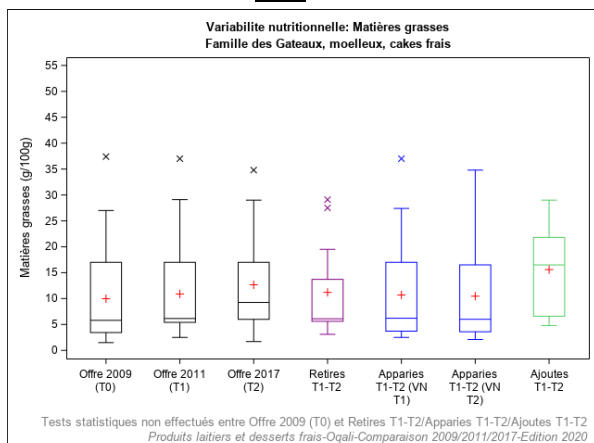


Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=0)
3	2017	Marques nationales (n=13)	11	2011	Hard Discount (n=2)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	12	2017	Hard Discount (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=0)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

## Matières grasses : Gâteaux, moelleux, cakes

### frais

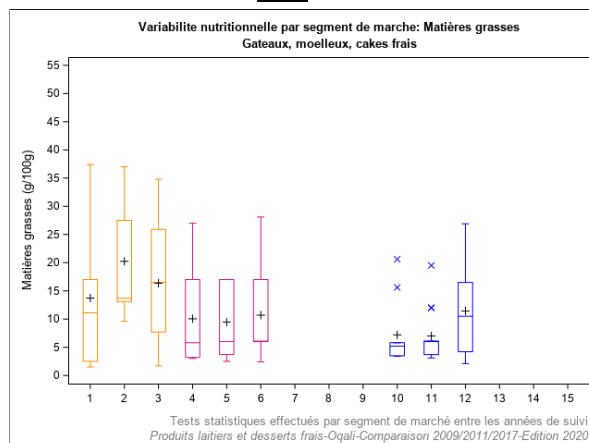


Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=36)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=44)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=52)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=17)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=27)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=27)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=21)

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

## Matières grasses : Gâteaux, moelleux, cakes

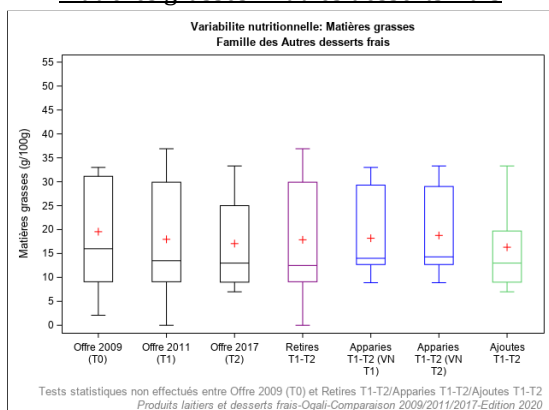
### frais



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=10)
2	2011	Marques nationales (n=9)	11	2011	Hard Discount (n=14)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=8)
4	2009	Marques de distributeurs (n=19)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=27)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

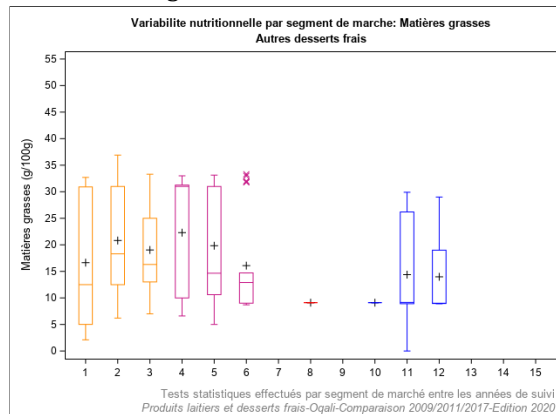
## Matières grasses : Autres desserts frais



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=20)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=42)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=42)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=29)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=29)

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

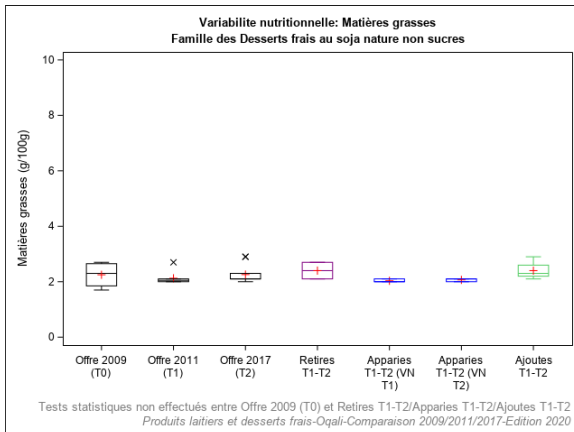
## Matières grasses : Autres desserts frais



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=9)	11	2011	Hard Discount (n=14)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=4)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=19)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=23)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

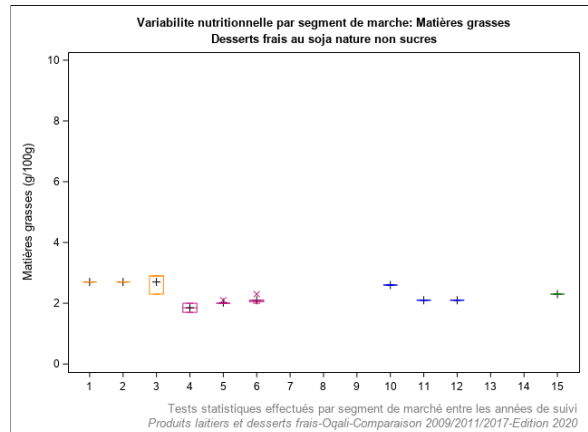
## Matières grasses : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=4)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=8)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=14)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=2)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

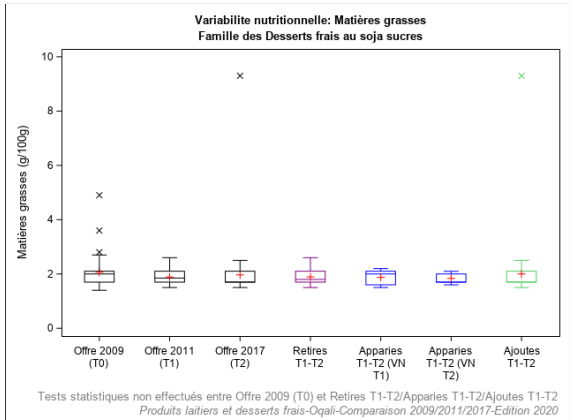
## Matières grasses : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=2)
3	2017	Marques nationales (n=3)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=5)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=8)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=2)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

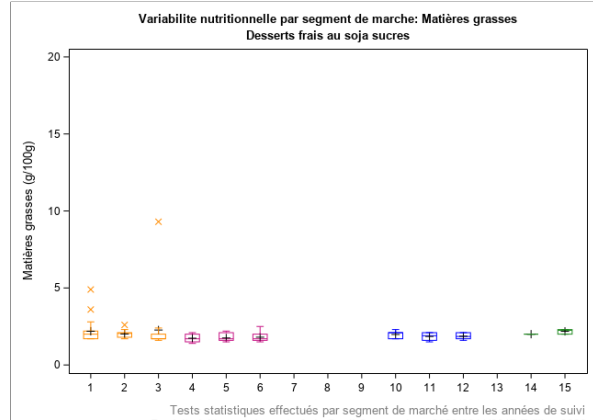
## Matières grasses : Desserts frais au soja sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=37)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=36)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=62)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

## Matières grasses : Desserts frais au soja sucrés

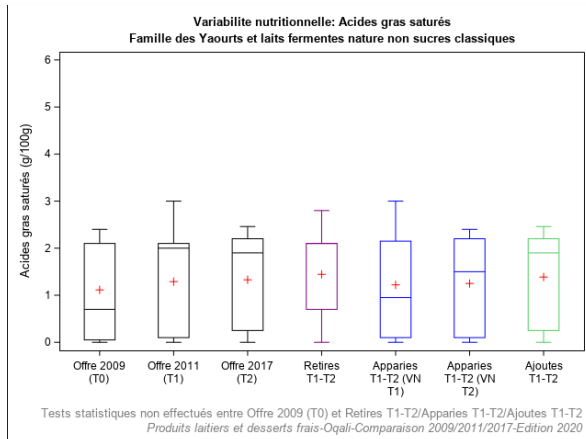


Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=24)	10	2009	Hard Discount (n=5)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=16)	12	2017	Hard Discount (n=6)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=15)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=34)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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



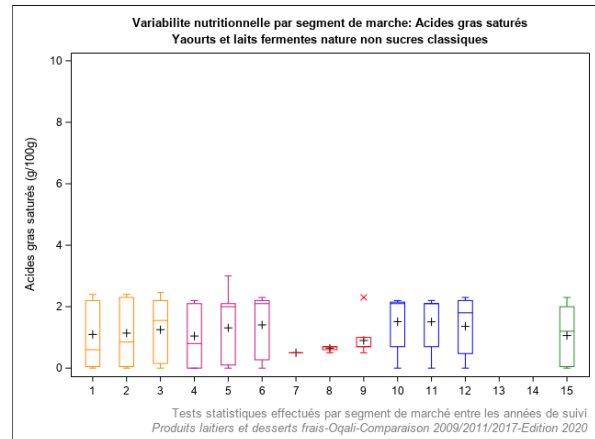
## Acides gras saturés : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=117)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=190)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=27)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=88)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=88)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=86)

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

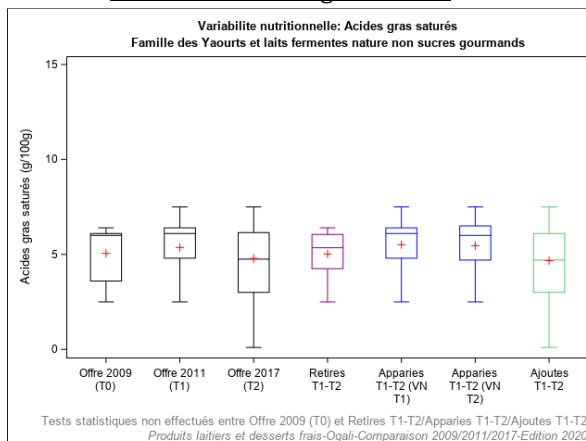
## Acides gras saturés : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=16)	10	2009	Hard Discount (n=8)
2	2011	Marques nationales (n=22)	11	2011	Hard Discount (n=20)
3	2017	Marques nationales (n=40)	12	2017	Hard Discount (n=24)
4	2009	Marques de distributeurs (n=34)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=71)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=108)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=9)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)			

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

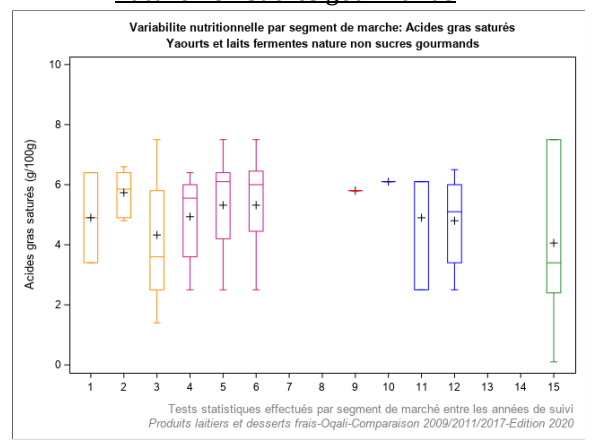
## Acides gras saturés : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=9)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=26)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=92)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=8)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=63)

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

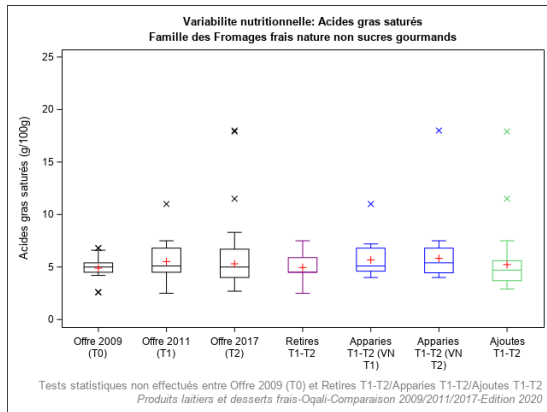
## Acides gras saturés : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=6)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=7)	12	2017	Hard Discount (n=7)
4	2009	Marques de distributeurs (n=6)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=40)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=7)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

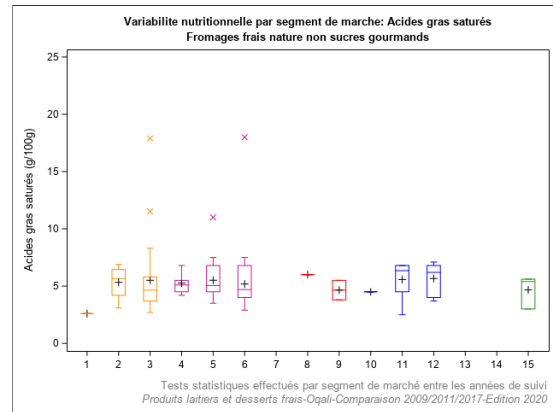
## Acides gras saturés : Fromage frais nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=26)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=57)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=199)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=13)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=44)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=44)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=41)

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

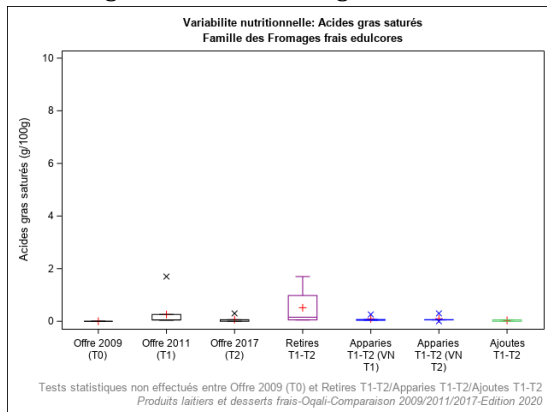
## Acides gras saturés : Fromage frais nature non sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=4)	11	2011	Hard Discount (n=8)
3	2017	Marques nationales (n=26)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=21)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=4)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=63)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

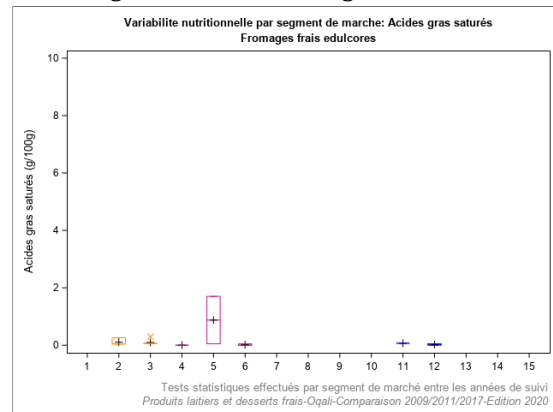
## Acides gras saturés : Fromage frais édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=10)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=11)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=4)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=6)

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

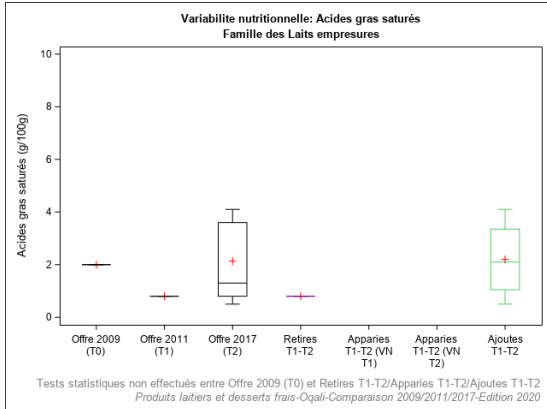
## Acides gras saturés : Fromage frais édulcorés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=1)
3	2017	Marques nationales (n=6)	12	2017	Hard Discount (n=2)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=2)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=3)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

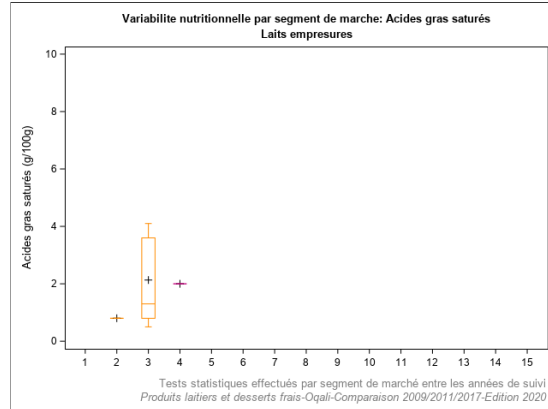
## Acides gras saturés : Laits emprésurés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Qqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Qqali en 2011 (n=1)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Qqali en 2017 (n=13)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Qqali en 2017 (n=1)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Qqali en 2011 (n=8)

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

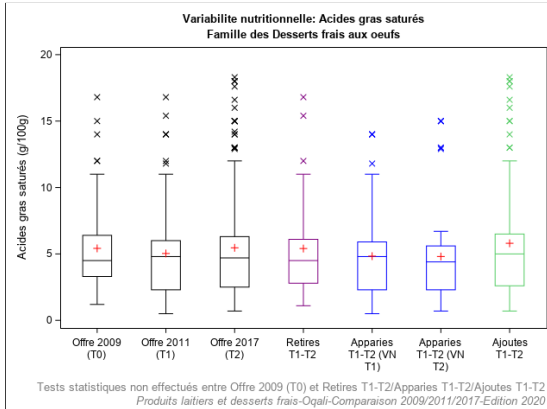
## Acides gras saturés : Laits emprésurés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=0)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=0)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=0)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=0)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

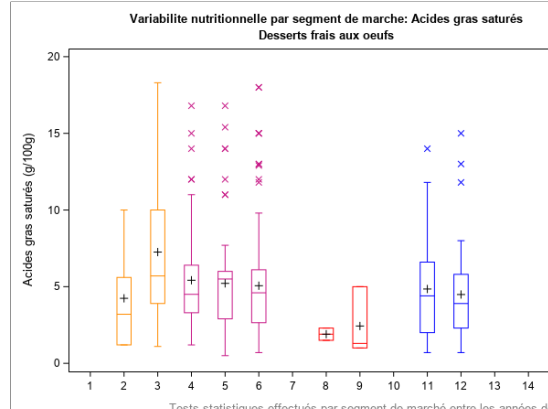
## Acides gras saturés : Desserts frais aux œufs



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Qqali en 2009 (n=49)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Qqali en 2011 (n=94)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Qqali en 2017 (n=209)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Qqali en 2017 (n=33)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=61)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Qqali en 2011 (n=105)

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

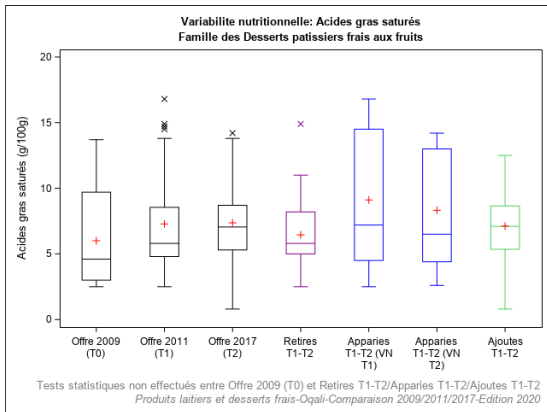
## Acides gras saturés : Desserts frais aux œufs



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=54)	12	2017	Hard Discount (n=33)
4	2009	Marques de distributeurs (n=49)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=72)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=116)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			

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

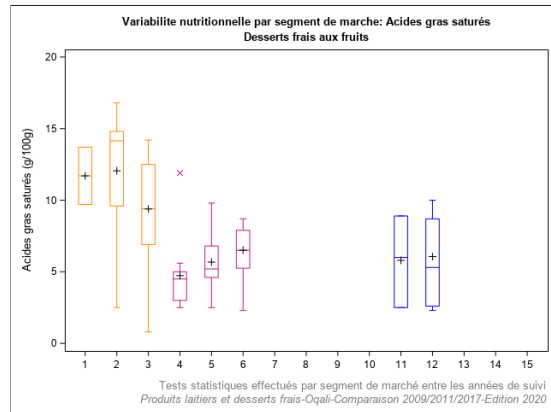
## Acides gras saturés : Desserts pâtisseries frais aux fruits



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=11)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=32)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=59)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=44)

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

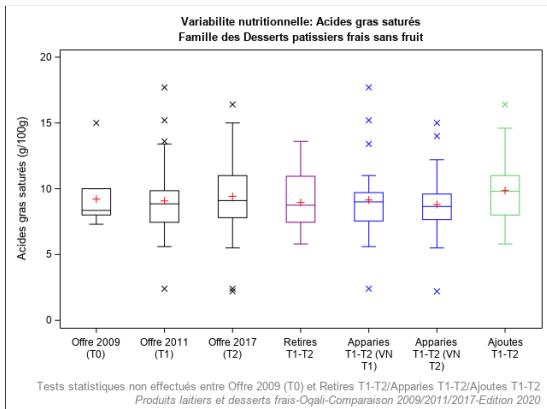
## Acides gras saturés : Desserts pâtisseries frais aux fruits



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=8)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=19)	12	2017	Hard Discount (n=11)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=28)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			

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

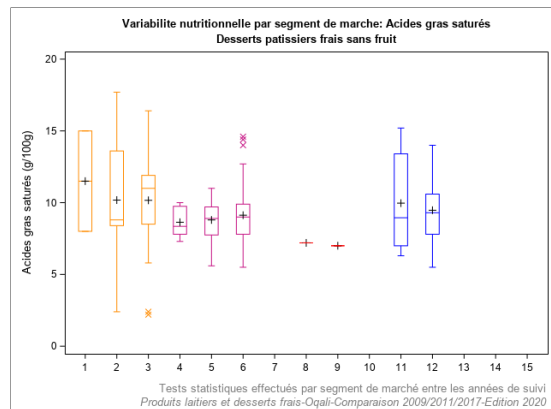
## Acides gras saturés : Desserts pâtisseries frais sans fruit



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=10)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=44)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=28)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=28)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

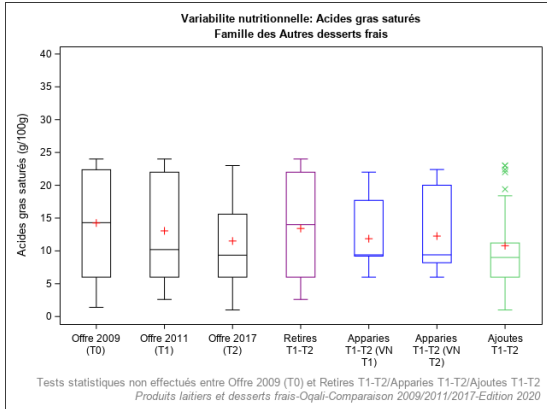
## Acides gras saturés : Desserts pâtisseries frais sans fruit



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=25)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=22)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=39)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=1)			

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

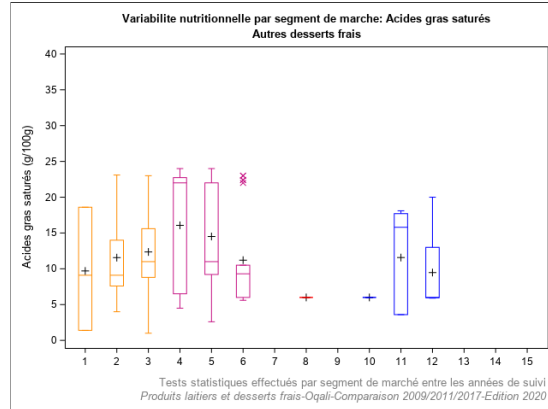
## Acides gras saturés : Autres desserts frais



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=30)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=42)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=29)

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

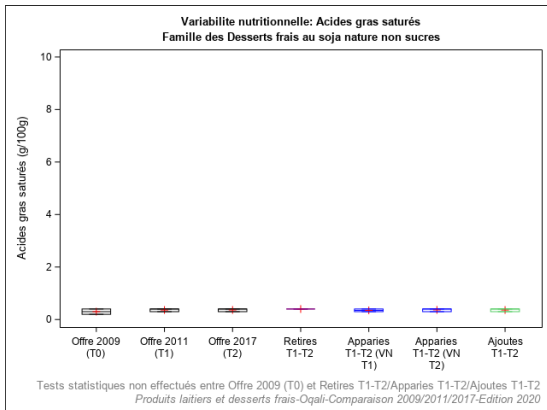
## Acides gras saturés : Autres desserts frais



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=7)
3	2017	Marques nationales (n=7)	12	2017	Hard Discount (n=4)
4	2009	Marques de distributeurs (n=12)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=21)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

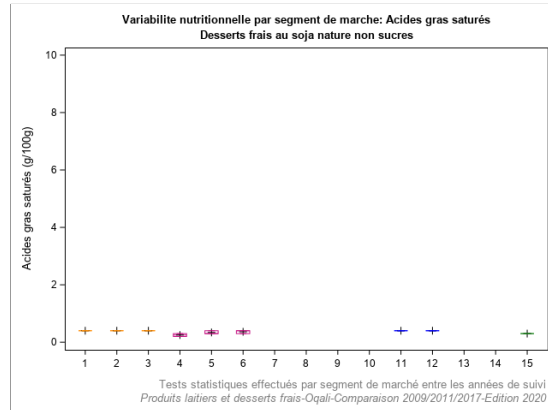
## Acides gras saturés : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=3)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=8)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=14)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=2)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

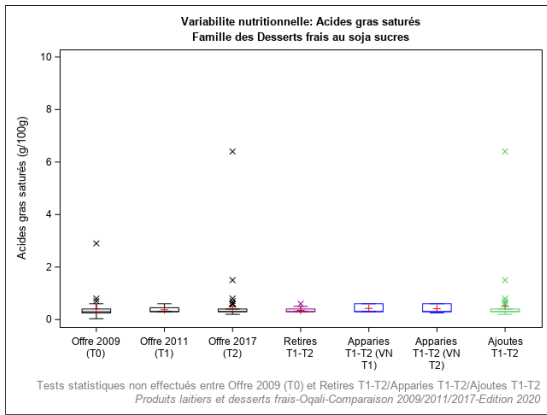
## Acides gras saturés : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=2)
3	2017	Marques nationales (n=3)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=5)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=8)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=2)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

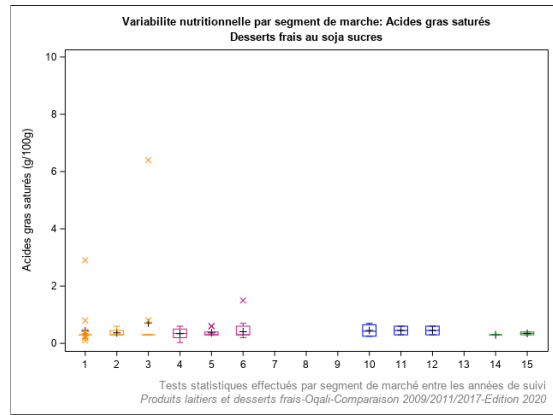
## Acides gras saturés : Desserts frais au soja sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=34)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=36)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=62)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

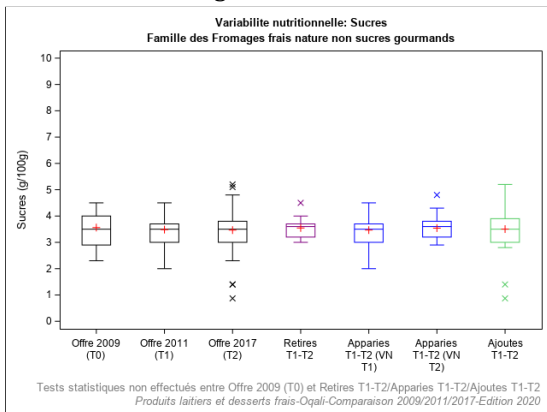
## Acides gras saturés : Desserts frais au soja sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=22)	10	2009	Hard Discount (n=6)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=14)	12	2017	Hard Discount (n=6)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=15)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=34)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

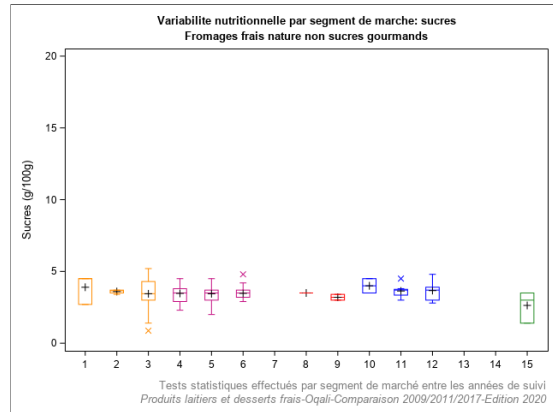
## Sucres : Fromages frais nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=26)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=57)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=109)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=13)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=44)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=44)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=41)

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

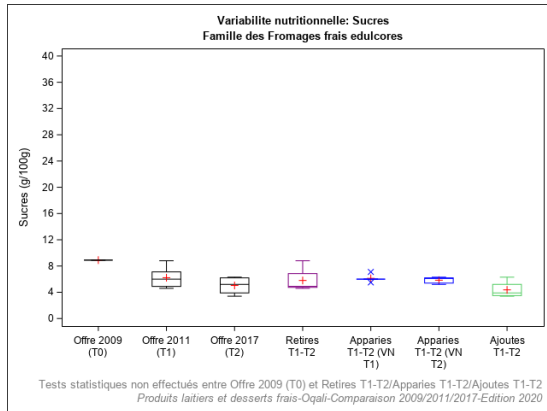
## Sucres : Fromages frais nature non sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=4)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=26)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=21)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=44)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=65)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

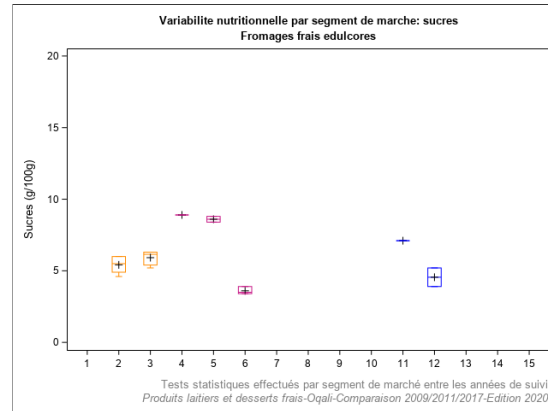
## Sucres : Fromages frais édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=10)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=11)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=4)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=6)

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

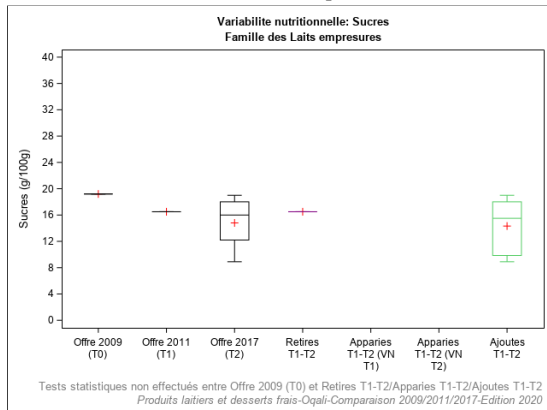
## Sucres : Fromages frais édulcorés



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=8)	12	2017	Hard Discount (n=2)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=2)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=3)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

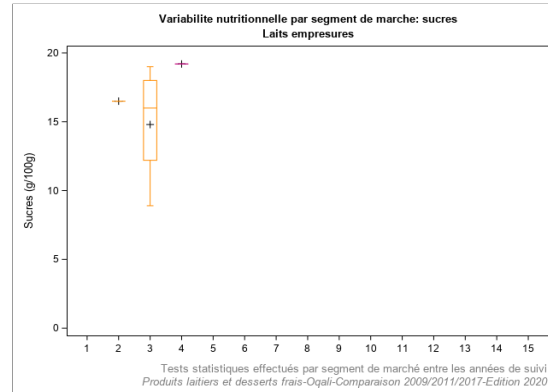
## Sucres : Laits emprésurés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=1)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=13)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=1)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

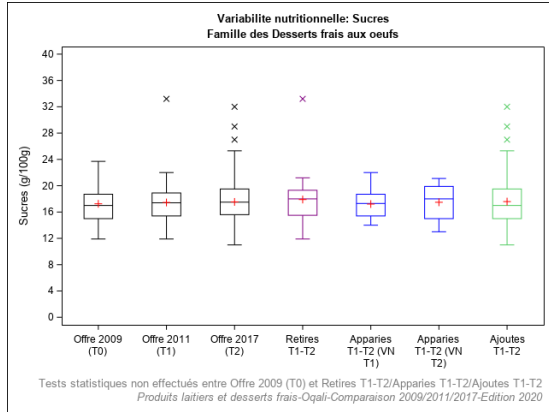
## Sucres : Laits emprésurés



Legende	Annee_suivi	Definition	Legende	Annee_suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=0)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=0)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=0)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=0)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

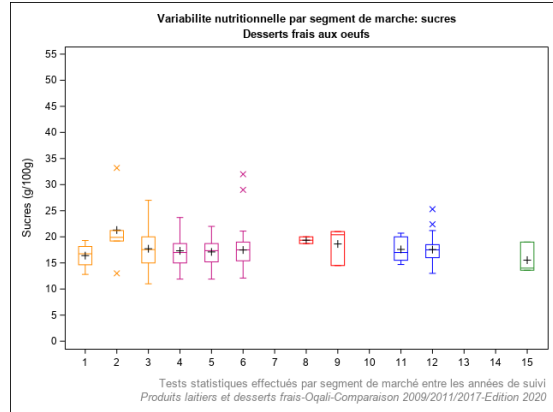
## Sucres : Desserts frais aux œufs



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=53)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=94)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=209)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=33)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=61)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=61)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=105)

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

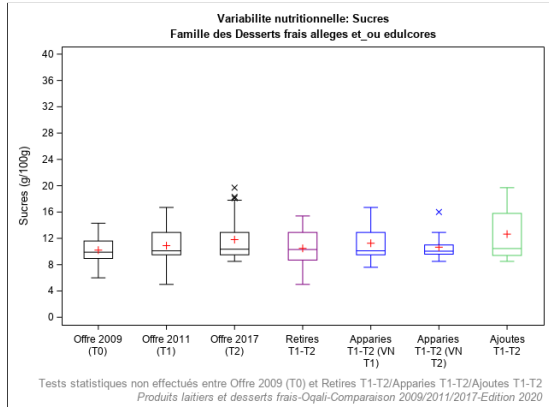
## Sucres : Desserts frais aux œufs



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=15)
3	2017	Marques nationales (n=59)	12	2017	Hard Discount (n=23)
4	2009	Marques de distributeurs (n=49)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=72)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=116)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			

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

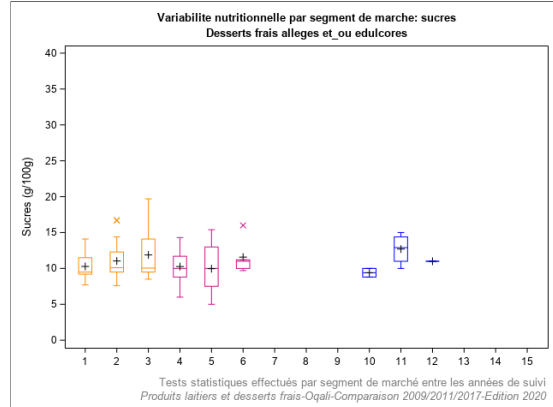
## Sucres : Desserts frais allégés et/ou édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=28)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=34)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=30)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=19)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=10)

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

## Sucres : Desserts frais allégés et/ou édulcorés

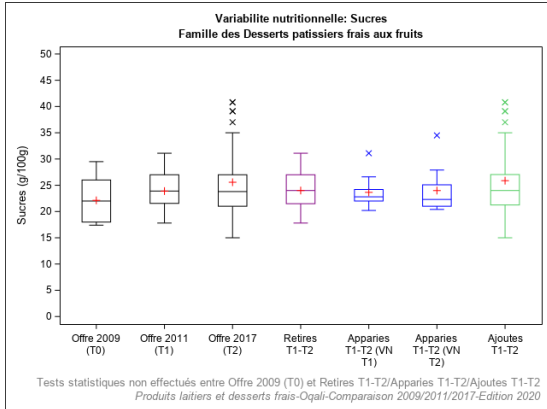


Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=13)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=11)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=5)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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



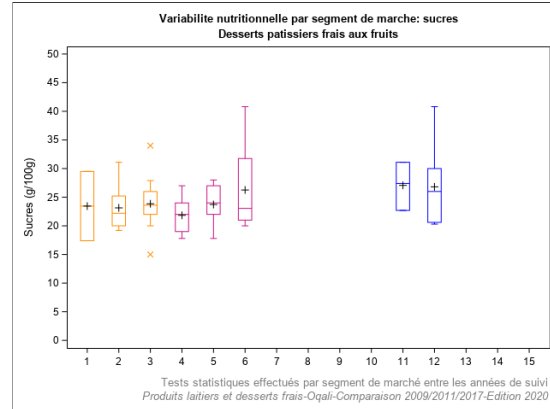
## Sucres : Desserts pâtisseries frais aux fruits



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=11)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=32)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=58)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=22)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=10)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=44)

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

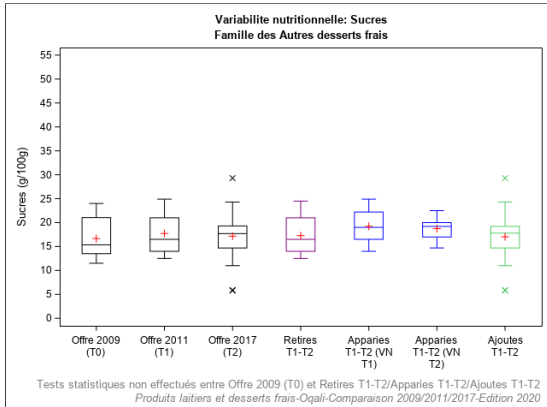
## Sucres : Desserts pâtisseries frais aux fruits



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=9)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=19)	12	2017	Hard Discount (n=11)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=28)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

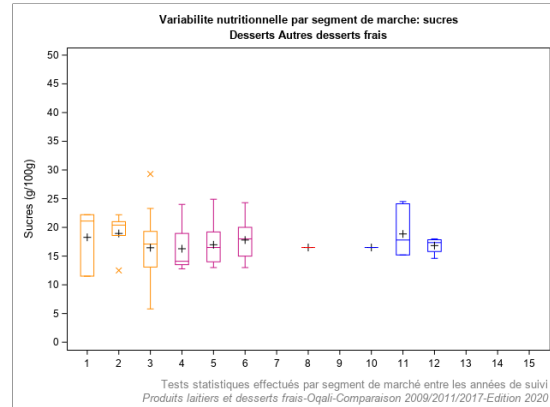
## Sucres : Autres desserts frais



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=30)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=42)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=29)

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

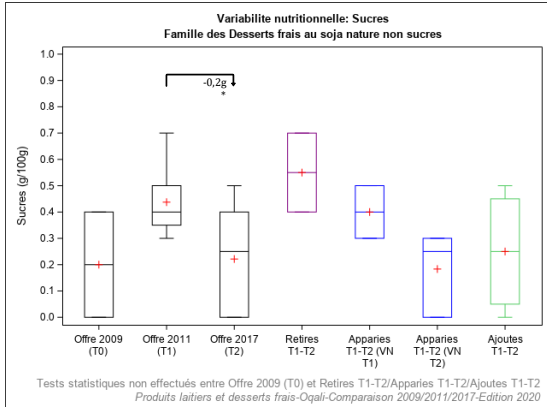
## Sucres : Autres desserts frais



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=7)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=4)
4	2009	Marques de distributeurs (n=12)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=21)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

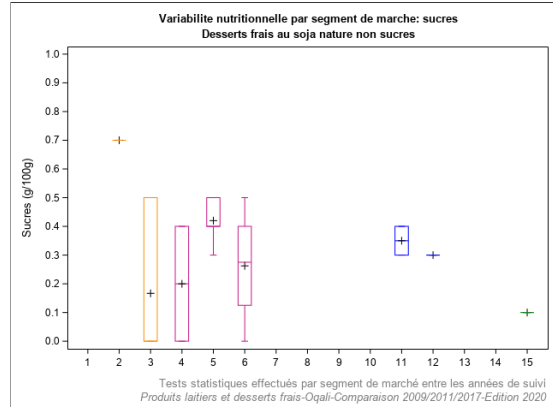
## Sucres : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=2)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=8)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=14)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=2)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

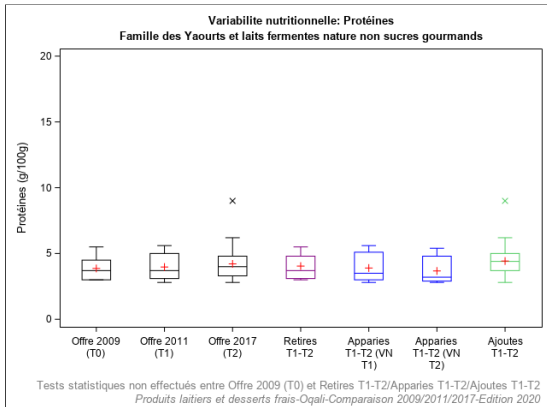
## Sucres : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=2)
3	2017	Marques nationales (n=3)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=5)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=6)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=2)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

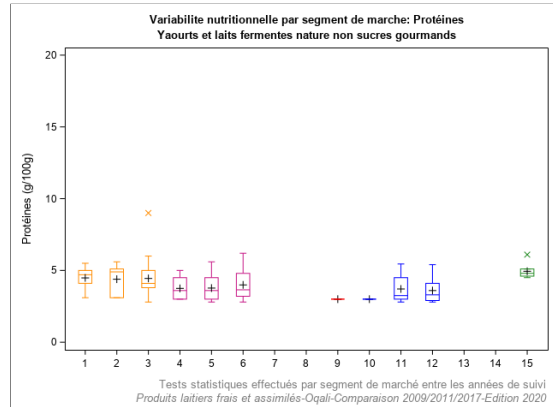
## Protéines : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=19)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=41)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=94)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=17)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=25)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=25)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=65)

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

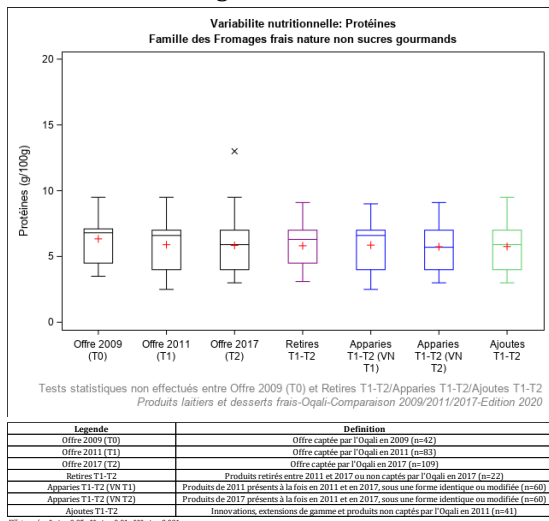
## Protéines : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



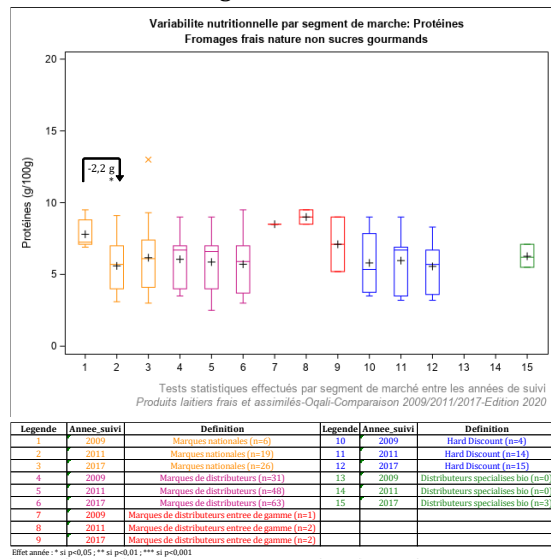
Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=14)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=59)	12	2017	Hard Discount (n=7)
4	2009	Marques de distributeurs (n=12)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=21)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=40)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=7)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

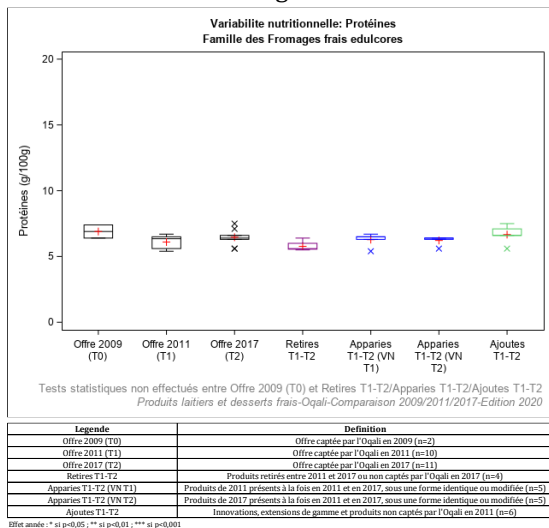
## Protéines : Fromages frais nature non sucrés gourmands



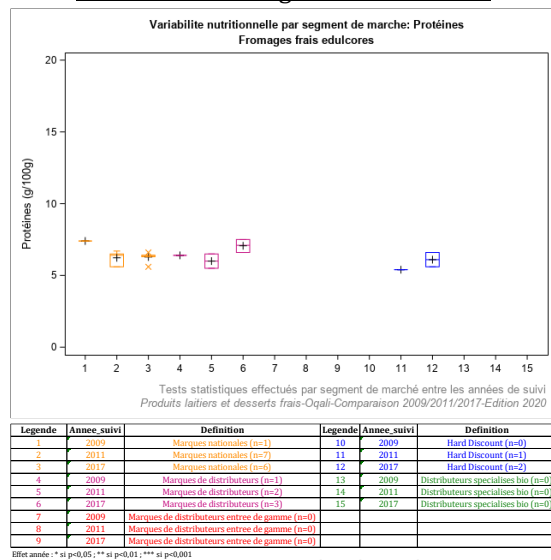
## Protéines : Fromages frais nature non sucrés gourmands



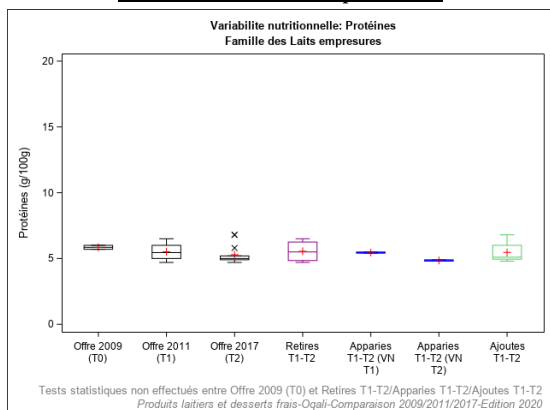
## Protéines : Fromages frais édulcorés



## Protéines : Fromages frais édulcorés



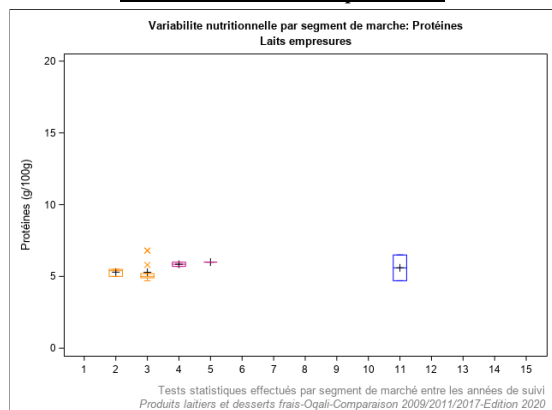
## Protéines : Laits emprésurés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=2)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=6)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=13)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=4)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=2)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=2)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

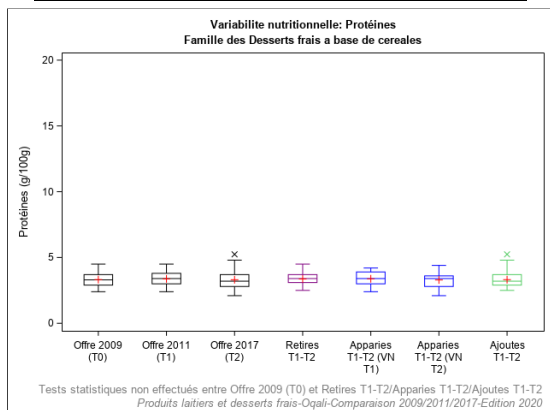
## Protéines : Laits emprésurés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=2)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=9)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=1)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=0)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

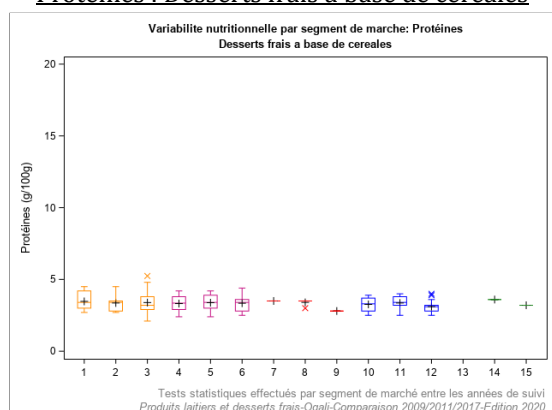
## Protéines : Desserts frais à base de céréales



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=61)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=101)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=131)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=38)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=63)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=62)

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

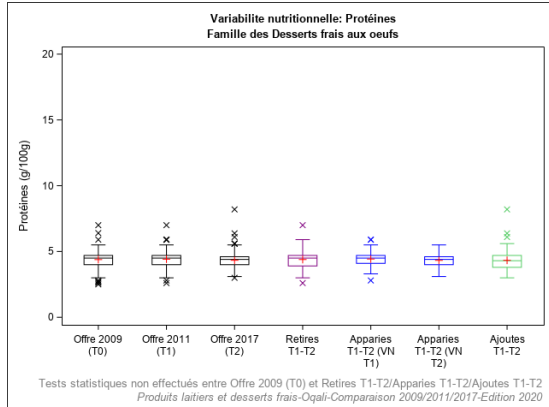
## Protéines : Desserts frais à base de céréales



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=19)
2	2011	Marques nationales (n=10)	11	2011	Hard Discount (n=25)
3	2017	Marques nationales (n=45)	12	2017	Hard Discount (n=22)
4	2009	Marques de distributeurs (n=34)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=60)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=61)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

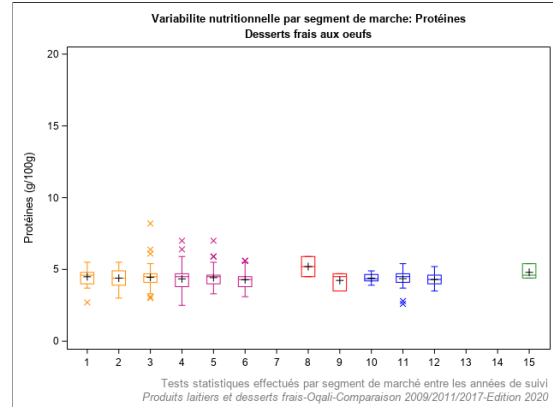
## Protéines : Desserts frais aux œufs



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=122)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=152)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=209)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=51)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=101)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=101)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=195)

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

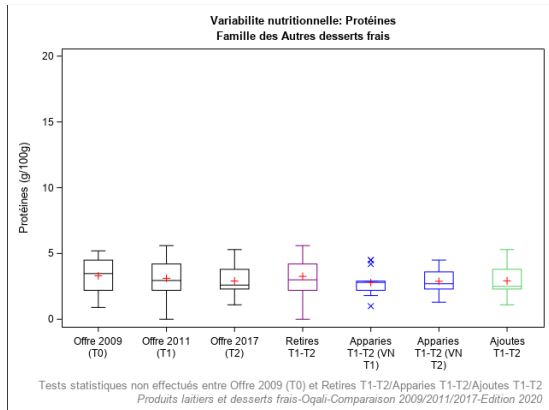
## Protéines : Desserts frais aux œufs



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=29)	10	2009	Hard Discount (n=16)
2	2011	Marques nationales (n=26)	11	2011	Hard Discount (n=38)
3	2017	Marques nationales (n=54)	12	2017	Hard Discount (n=33)
4	2009	Marques de distributeurs (n=77)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=86)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=116)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=3)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=3)			

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

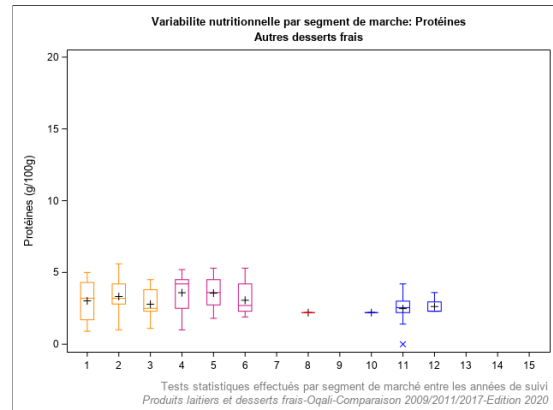
## Protéines : Autres desserts frais



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=20)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=42)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=42)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=29)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=29)

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

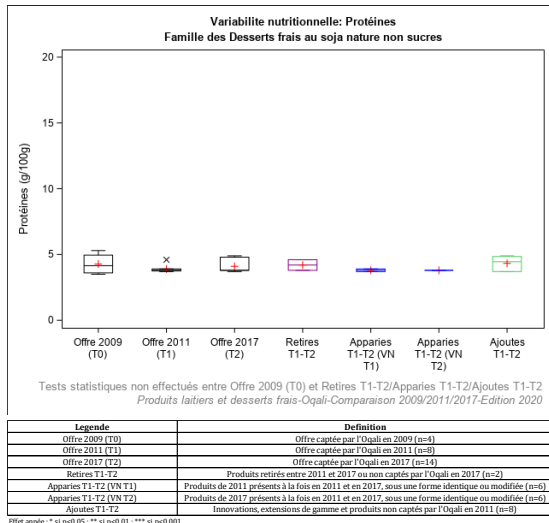
## Protéines : Autres desserts frais



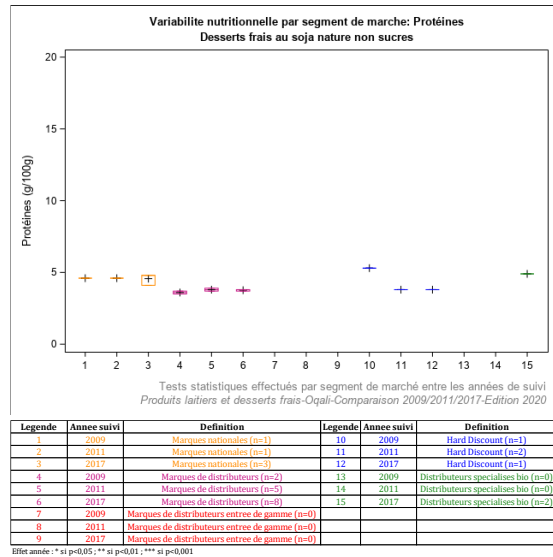
Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=9)	11	2011	Hard Discount (n=14)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=4)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=18)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=21)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

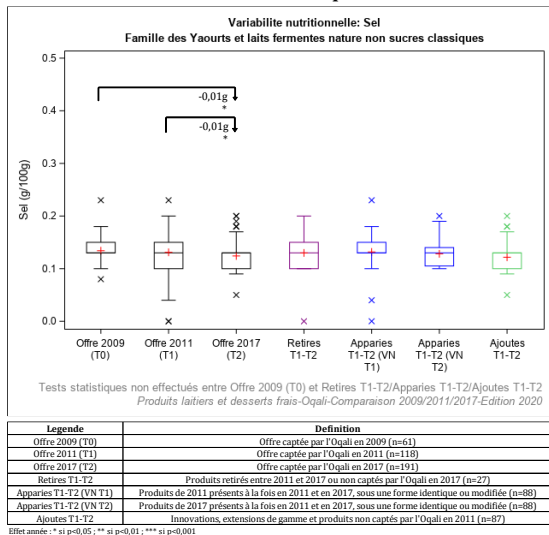
## Protéines : Desserts frais au soja nature non sucrés



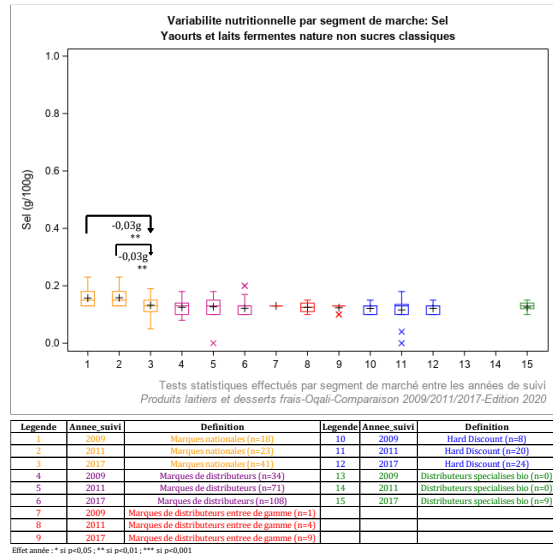
## Protéines : Desserts frais au soja nature non sucrés



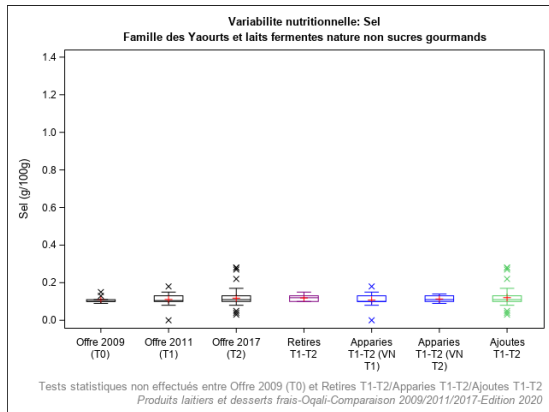
## Sel : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



## Sel : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés classiques



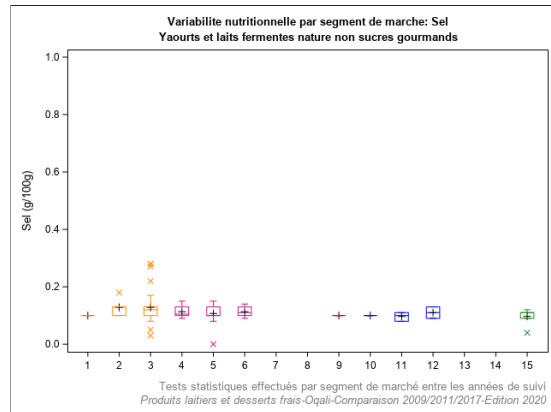
## Sel : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=9)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=26)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=92)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=8)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=64)

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

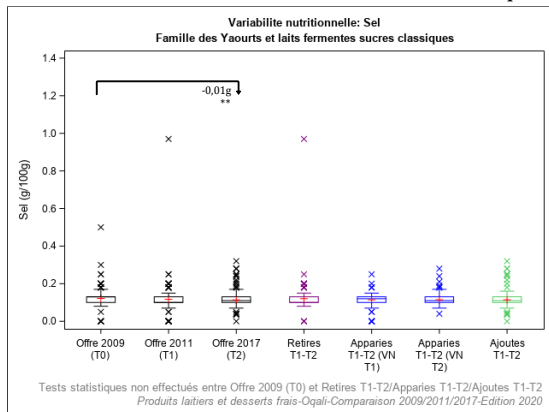
## Sel : Yaourts et laits fermentés nature non sucrés gourmands



Legende	Année suivi	Definition	Legende	Année suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=6)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=38)	12	2017	Hard Discount (n=7)
4	2009	Marques de distributeurs (n=6)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=40)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=7)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=1)			

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

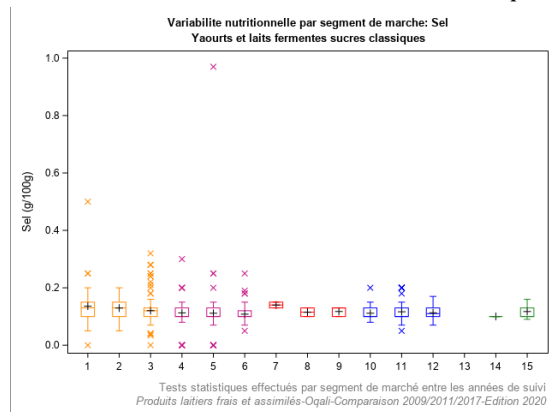
## Sel : Yaourts et laits fermentés sucrés classiques



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=239)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=445)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=741)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=204)
Appariés T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Appariés T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=239)
Ajoutés T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=454)

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

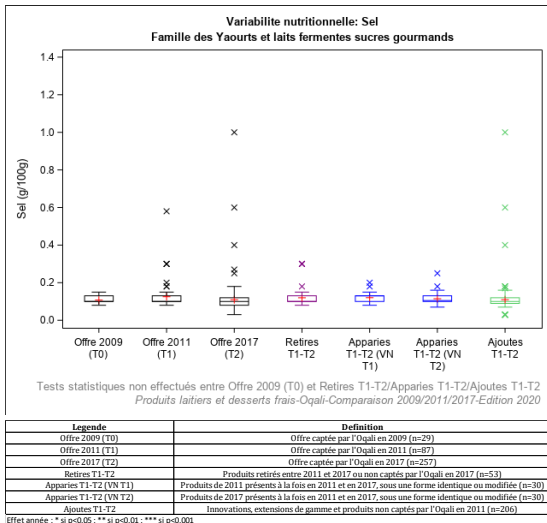
## Sel : Yaourts et laits fermentés sucrés classiques



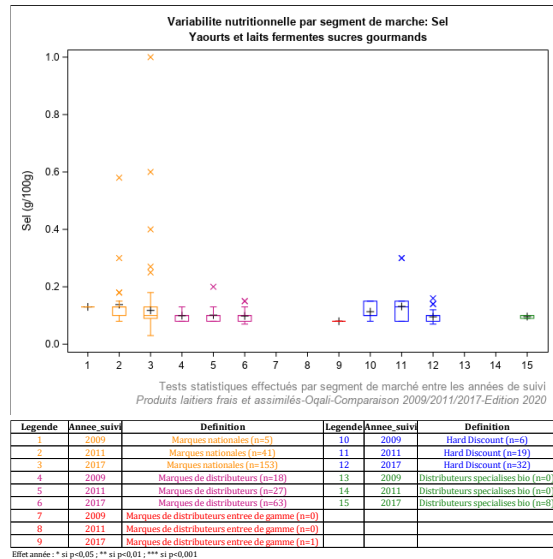
Legende	Année suivi	Definition	Legende	Année suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=94)	10	2009	Hard Discount (n=21)
2	2011	Marques nationales (n=113)	11	2011	Hard Discount (n=91)
3	2017	Marques nationales (n=293)	12	2017	Hard Discount (n=95)
4	2009	Marques de distributeurs (n=122)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=216)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=326)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=15)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=2)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=4)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=12)			

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

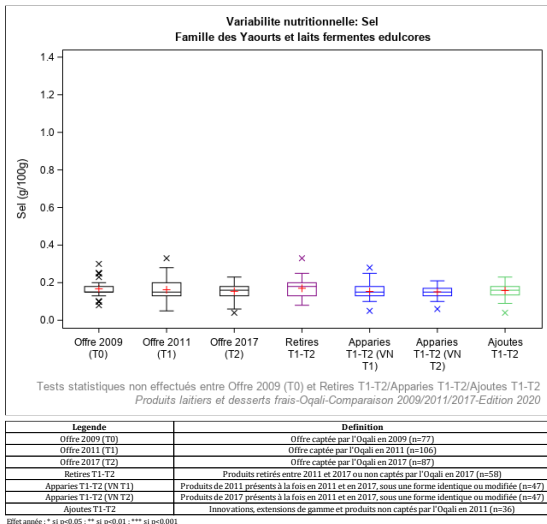
## Sel : Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands



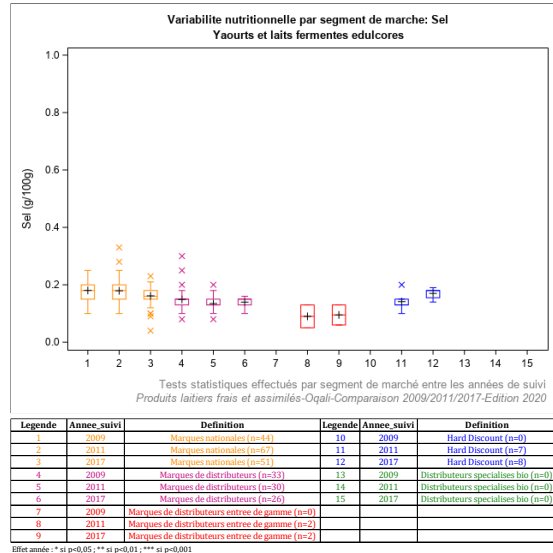
## Sel : Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands



## Sel : Yaourts et laits fermentés édulcorés

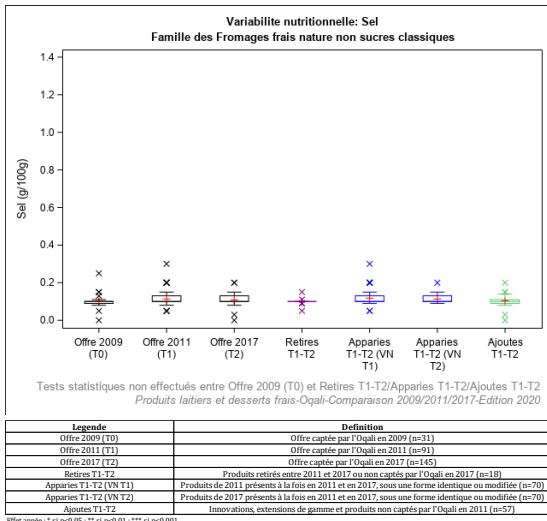


## Sel : Yaourts et laits fermentés édulcorés

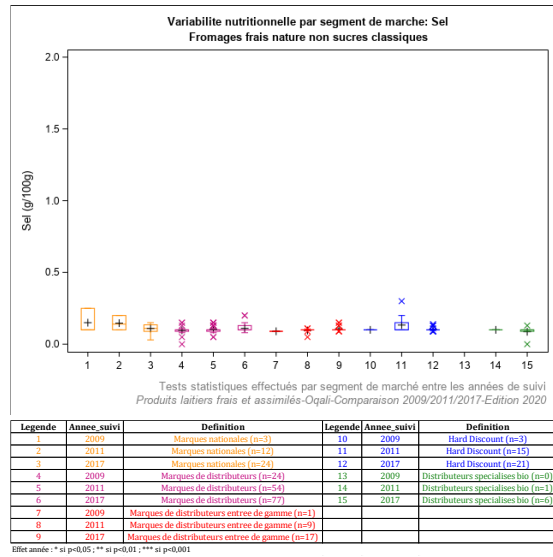




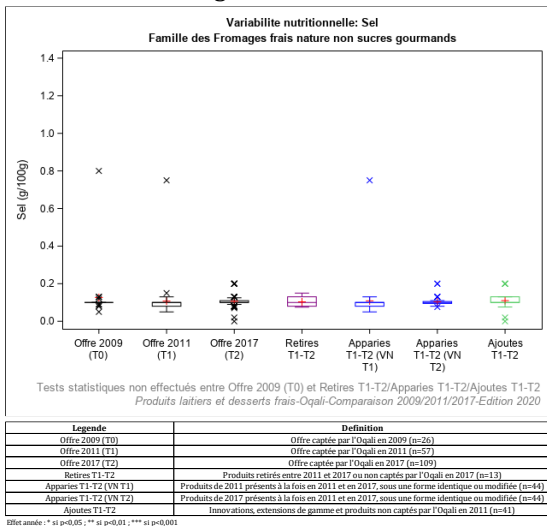
## Sel : Fromages frais nature non sucrés classiques



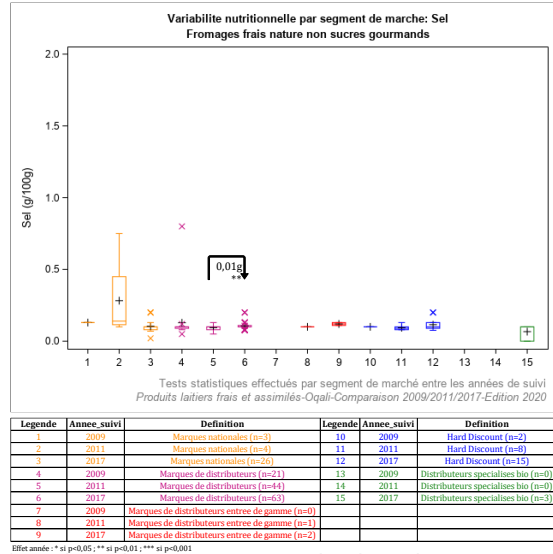
## Sel : Fromages frais nature non sucrés classiques



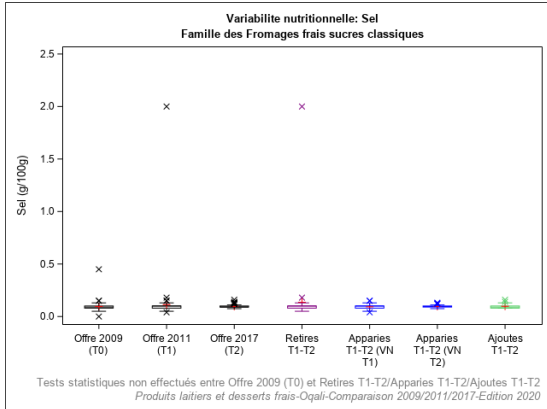
## Sel : Fromages frais nature non sucrés gourmands



## Sel : Fromages frais nature non sucrés gourmands



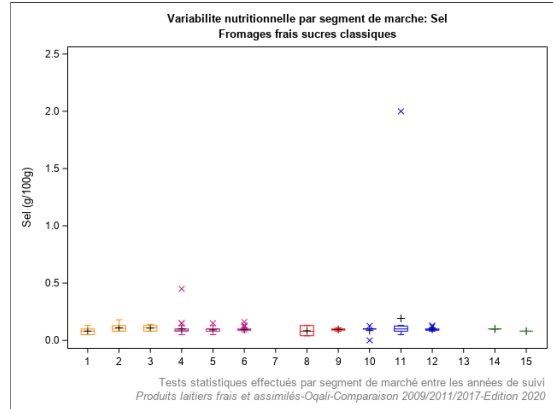
### Sel : Fromages frais sucrés classiques



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=45)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=99)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=110)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=52)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

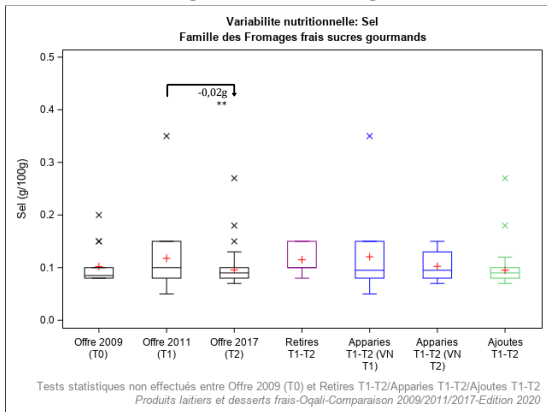
### Sel : Fromages frais sucrés classiques



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=7)	10	2009	Hard Discount (n=5)
2	2011	Marques nationales (n=14)	11	2011	Hard Discount (n=19)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=27)
4	2009	Marques de distributeurs (n=3)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=6)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=7)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=3)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=6)			

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

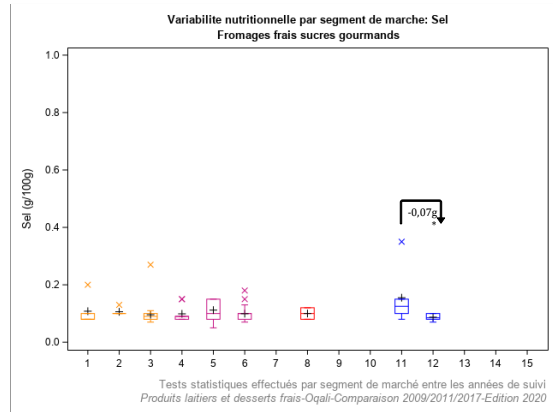
### Sel : Fromages frais sucrés gourmands



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=14)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=35)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=75)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=18)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=16)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=53)

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

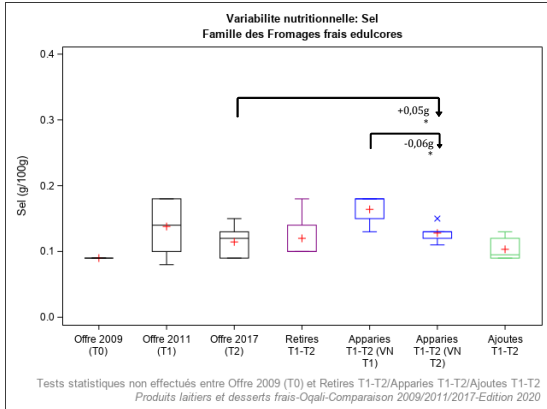
### Sel : Fromages frais sucrés gourmands



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=5)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=20)	12	2017	Hard Discount (n=14)
4	2009	Marques de distributeurs (n=9)	13	2009	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=2)	14	2011	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=3)	15	2017	Distributeurs spécialisés bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=2)			
9	2017	Marques de distributeurs entrée de gamme (n=0)			

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

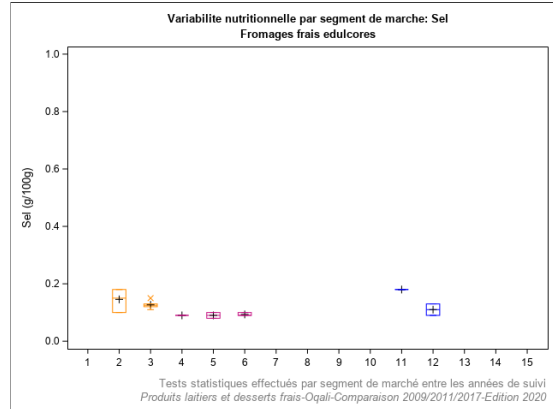
## Sel : Fromages frais édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=10)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=11)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=4)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=5)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=6)

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

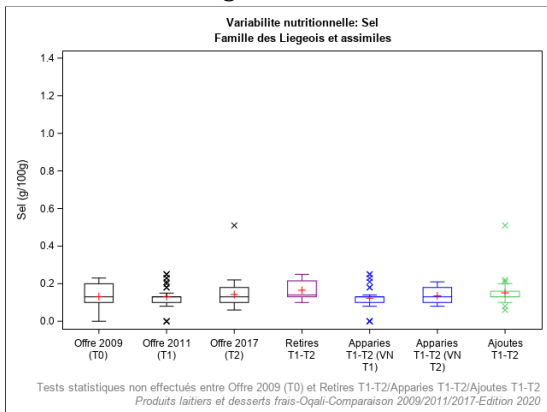
## Sel : Fromages frais édulcorés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=3)
3	2017	Marques nationales (n=0)	12	2017	Hard Discount (n=2)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=2)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=3)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

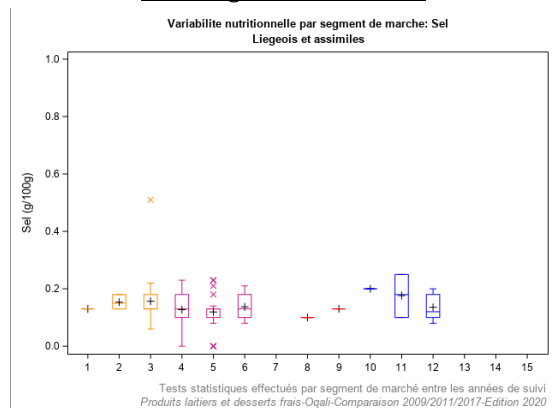
## Sel : Liégeois et assimilés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=19)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=57)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=12)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=45)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=45)

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

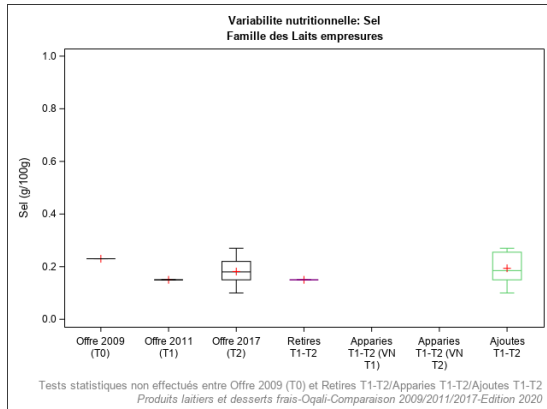
## Sel : Liégeois et assimilés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=3)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=30)	12	2017	Hard Discount (n=18)
4	2009	Marques de distributeurs (n=17)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=42)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=50)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

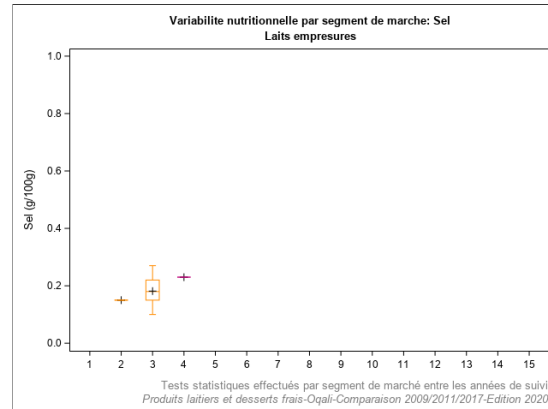
## Sel : Laits emprésurés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=1)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=1)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=13)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=1)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

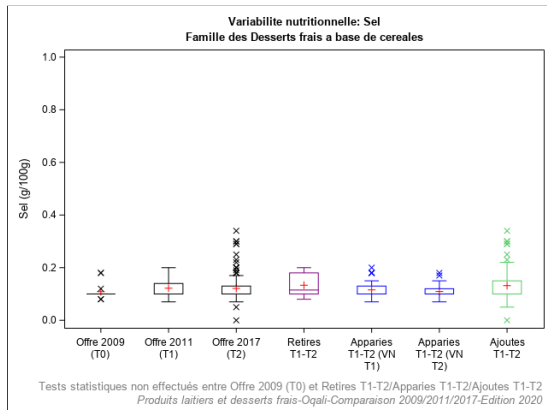
## Sel : Laits emprésurés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=0)
3	2017	Marques nationales (n=13)	12	2017	Hard Discount (n=0)
4	2009	Marques de distributeurs (n=1)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=0)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=0)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

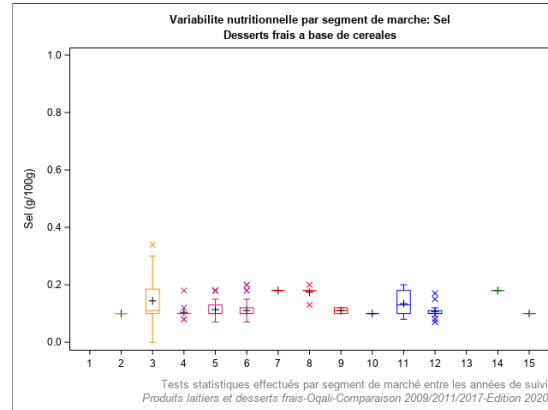
## Sel : Desserts frais à base de céréales



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=67)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=130)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=24)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=43)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=61)

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

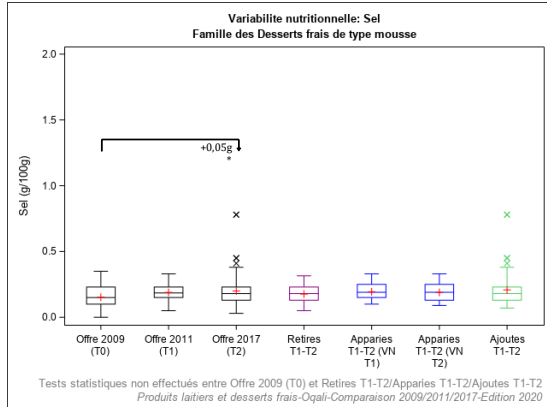
## Sel : Desserts frais à base de céréales



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=0)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=2)	11	2011	Hard Discount (n=1)
3	2017	Marques nationales (n=44)	12	2017	Hard Discount (n=22)
4	2009	Marques de distributeurs (n=14)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=47)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=61)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=1)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=5)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=2)			

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

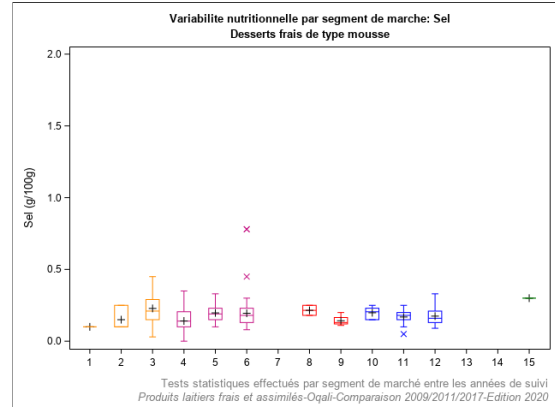
## Sel : Desserts frais de type mousse



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=27)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=66)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=147)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=19)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=47)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=78)

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

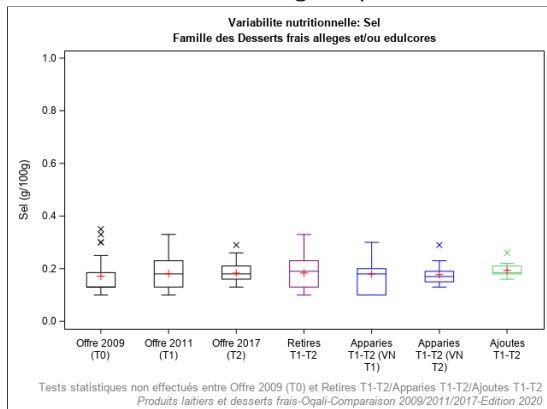
## Sel : Desserts frais de type mousse



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=6)	10	2009	Hard Discount (n=3)
2	2011	Marques nationales (n=7)	11	2011	Hard Discount (n=11)
3	2017	Marques nationales (n=25)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=15)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=37)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=58)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

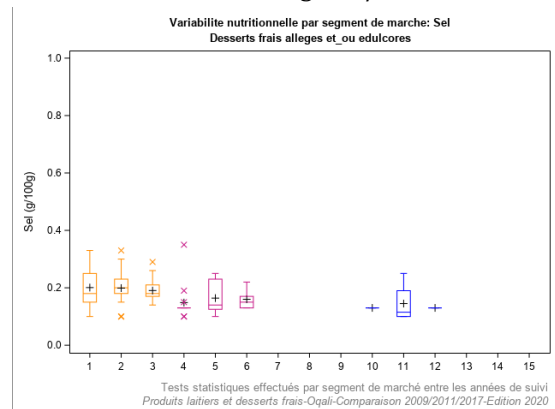
## Sel : Desserts frais allégés et/ou édulcorés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=28)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=34)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=30)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=19)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=18)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=10)

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

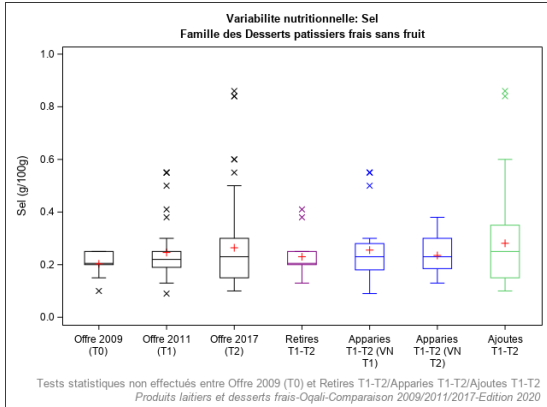
## Sel : Desserts frais allégés et/ou édulcorés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=13)	10	2009	Hard Discount (n=2)
2	2011	Marques nationales (n=19)	11	2011	Hard Discount (n=4)
3	2017	Marques nationales (n=24)	12	2017	Hard Discount (n=3)
4	2009	Marques de distributeurs (n=13)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=11)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=5)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

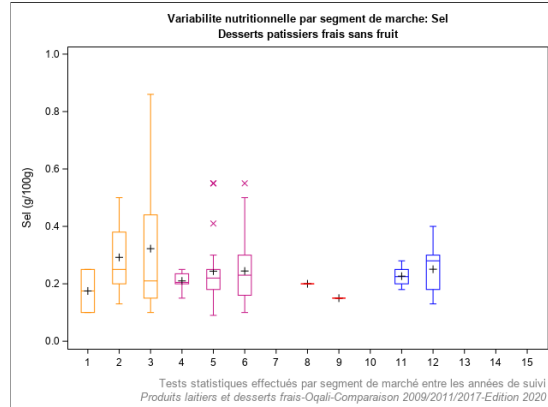
## Sel : Desserts pâtisseries frais sans fruit



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=10)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=44)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=99)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=16)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=28)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=39)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=59)

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

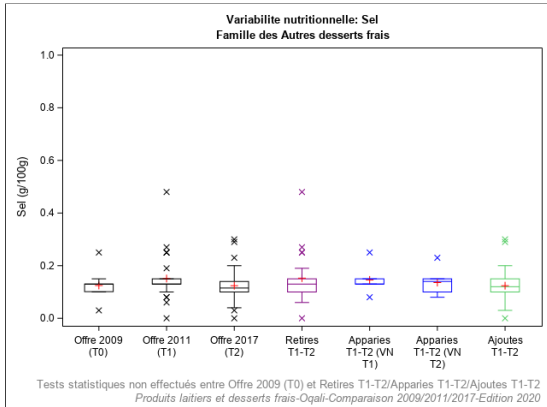
## Sel : Desserts pâtisseries frais sans fruit



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=2)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=6)
3	2017	Marques nationales (n=25)	12	2017	Hard Discount (n=15)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=32)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=58)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			

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

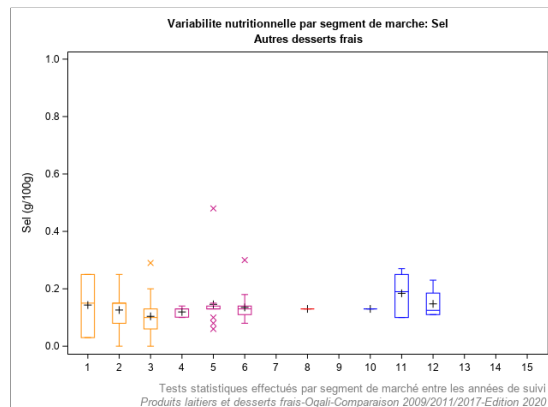
## Sel : Autres desserts frais



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=16)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=30)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=42)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=7)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=29)

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

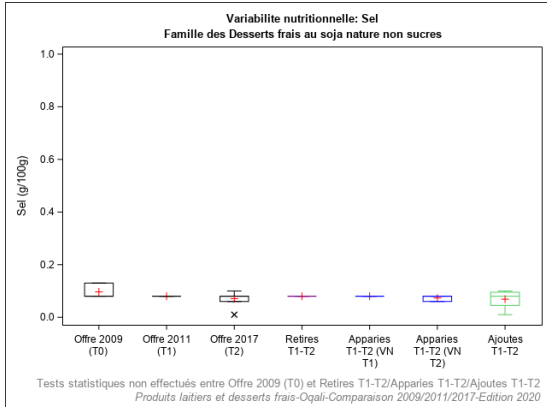
## Sel : Autres desserts frais



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=3)	10	2009	Hard Discount (n=1)
2	2011	Marques nationales (n=5)	11	2011	Hard Discount (n=7)
3	2017	Marques nationales (n=17)	12	2017	Hard Discount (n=4)
4	2009	Marques de distributeurs (n=12)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=17)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=21)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=0)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=1)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

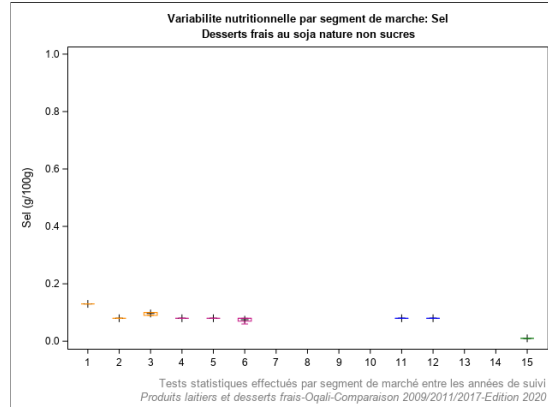
## Sel : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=3)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=9)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=14)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=2)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=6)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=0)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=8)

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

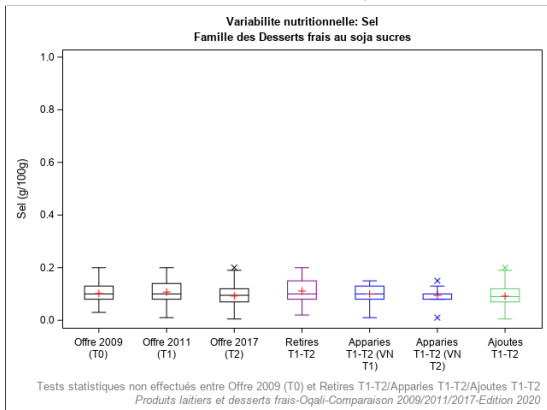
## Sel : Desserts frais au soja nature non sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=1)	10	2009	Hard Discount (n=0)
2	2011	Marques nationales (n=1)	11	2011	Hard Discount (n=2)
3	2017	Marques nationales (n=3)	12	2017	Hard Discount (n=1)
4	2009	Marques de distributeurs (n=2)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=5)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=0)
6	2017	Marques de distributeurs (n=8)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=2)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

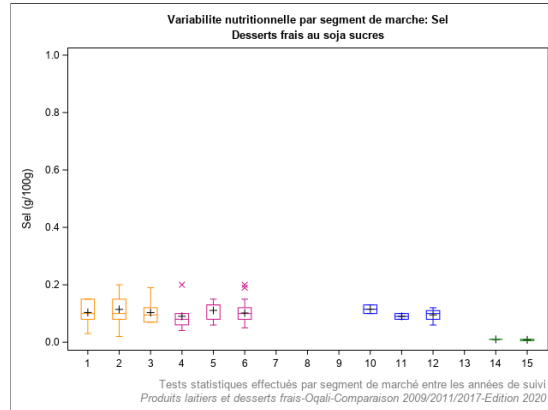
## Sel : Desserts frais au soja sucrés



Legende	Definition
Offre 2009 (T0)	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=34)
Offre 2011 (T1)	Offre captée par l'Oqali en 2011 (n=36)
Offre 2017 (T2)	Offre captée par l'Oqali en 2017 (n=62)
Retires T1-T2	Produits retirés entre 2011 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017 (n=23)
Apparies T1-T2 (VN T1)	Produits de 2011 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Apparies T1-T2 (VN T2)	Produits de 2017 présents à la fois en 2011 et en 2017, sous une forme identique ou modifiée (n=13)
Ajoutes T1-T2	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2011 (n=49)

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

## Sel : Desserts frais au soja sucrés



Legende	Annee suivi	Definition	Legende	Annee suivi	Definition
1	2009	Marques nationales (n=22)	10	2009	Hard Discount (n=9)
2	2011	Marques nationales (n=16)	11	2011	Hard Discount (n=8)
3	2017	Marques nationales (n=16)	12	2017	Hard Discount (n=6)
4	2009	Marques de distributeurs (n=8)	13	2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
5	2011	Marques de distributeurs (n=15)	14	2011	Distributeurs specialises bio (n=1)
6	2017	Marques de distributeurs (n=14)	15	2017	Distributeurs specialises bio (n=6)
7	2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
8	2011	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			
9	2017	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)			

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

## Annexe 7 : Evolution des moyennes pondérées entre 2011 et 2017 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2

Produits laitiers et desserts frais	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
	2011	2017				
Matières grasses	3,2	3,7	+14%	-1%	+9%	+6%
Acides gras saturés	2,1	2,4	+16%	+0,2%	+9%	+7%
Sucres	10,0	10,7	+7%	-1%	+3%	+5%
Protéines	4,3	4,1	-5%	-1%	-2%	-2%
Sel	0,14	0,13	-4%	-2%	-1%	-1%

Cases en bleu foncé : Augmentation de la teneur en nutriment

Cases en bleu clair : Diminution de la teneur en nutriment



## Annexe 8 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur des Produits laitiers et desserts frais 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 T1-T2 (méthode 1)

Familles	PDM groupe X en 2011	PDM groupe C en 2011	PDM groupe C en 2017	PDM groupe N en 2017	PDM en 2011	PDM en 2017
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	3%	17%	13%	3%	20%	16%
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	0,5%	2%	3%	1%	3%	4%
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	6%	18%	20%	9%	24%	29%
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	1%	1%	2%	2%	2%	3%
Yaourts et laits fermentés edulcores	3%	5%	3%	1%	8%	5%
Fromages frais nature non sucres classiques	2%	9%	6%	1%	11%	8%
Fromages frais nature non sucres gourmands	1%	3%	3%	1%	4%	4%
Fromages frais sucres classiques	1%	2%	2%	1%	3%	4%
Fromages frais sucres gourmands	0,1%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	1%
Fromages frais edulcores	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%
Crèmes dessert et laits gelifiés	3%	8%	9%	3%	11%	11%
Liegeois et assimilés	0,3%	3%	2%	2%	3%	4%
Laits empiresures	0,05%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Desserts frais a base de cereales	0,3%	2%	2%	1%	2%	2%
Desserts frais de type mousse	0,4%	2%	1%	1%	2%	2%
Desserts frais aux oeufs	0,4%	3%	3%	1%	3%	3%
Desserts frais allégés et/ou edulcores	0,3%	1%	1%	0,4%	1%	1%
Gateaux, moelleux, cakes frais	0,01%	0,3%	0,3%	0,1%	0,3%	0,5%
Desserts pâtisseries frais aux fruits	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%
Desserts pâtisseries frais sans fruit	0,1%	0,4%	0,3%	0,2%	0,5%	1%
Autres desserts frais	0,1%	0,05%	0,03%	0,1%	0,2%	0,1%
Desserts frais au soja nature non sucres	0,3%	0,03%	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%
Desserts frais au soja sucres	1%	0,1%	0,1%	0,4%	1%	0,5%
Autres desserts frais vegetaux	0%	0%	0%	0,02%	0%	0,02%
<b>Total</b>	<b>23%</b>	<b>77%</b>	<b>72%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

PDM : Part de marché

"-": aucun produit dans l'échantillon étudié

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits apparus

Groupe N : produits nouveaux

### Parts de marché par famille et par sous-groupe T1-T2 (méthode 2)

Familles	PDM groupe X en 2011	PDM groupe C en 2011	PDM groupe C en 2017	PDM groupe N en 2017	PDM en 2011	PDM en 2017
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	2%	14%	11%	3%	16%	14%
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	0,4%	2%	2%	1%	2%	3%
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	5%	14%	18%	7%	19%	25%
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	1%	1%	1%	2%	2%	3%
Yaourts et laits fermentés edulcores	2%	4%	3%	1%	7%	4%
Fromages frais nature non sucres classiques	2%	8%	5%	1%	9%	7%
Fromages frais nature non sucres gourmands	1%	2%	3%	1%	3%	3%
Fromages frais sucres classiques	1%	2%	2%	1%	3%	3%
Fromages frais sucres gourmands	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	1%
Fromages frais edulcores	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,3%	0,2%
Crèmes dessert et laits gelifiés	2%	6%	7%	2%	9%	10%
Liegeois et assimilés	0,2%	2%	2%	2%	2%	4%
Laits empiresures	0,04%	0,05%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Desserts frais a base de cereales	0,2%	1%	1%	1%	2%	2%
Desserts frais de type mousse	0,4%	1%	1%	1%	2%	2%
Desserts frais aux oeufs	0,4%	2%	2%	1%	2%	3%
Desserts frais allégés et/ou edulcores	0,2%	1%	0,5%	0,4%	1%	1%
Gateaux, moelleux, cakes frais	0,01%	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,4%
Desserts pâtisseries frais aux fruits	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
Desserts pâtisseries frais sans fruit	0,1%	0,3%	0,3%	0,2%	0,4%	0,5%
Autres desserts frais	0,1%	0,04%	0,03%	0,1%	0,2%	0,1%
Desserts frais au soja nature non sucres	0,2%	0,02%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
Desserts frais au soja sucres	0,4%	0,1%	0,1%	0,3%	0,5%	0,4%
Autres desserts frais vegetaux	0%	0%	0%	0,02%	0%	0,02%
<b>Total</b>	<b>18%</b>	<b>62%</b>	<b>62%</b>	<b>25%</b>	<b>81%</b>	<b>87%</b>

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 apparus

Groupe N : produits nouveaux

## Annexe 9 : 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 T1-T2 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	Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2011	Moy.2011	Moy.2017	Moy.2017	Moy.2011	Moy.2011	Moy.2017	Moy.2017	Moy.2011	Moy.2011	Moy.2017	Moy.2017
Yaourts et laits fermentés nature non sucres classiques	34	103	85	2,2	2,0	2,0	2,1	1,4	1,3	1,3	1,4	4,9	4,7	4,4	4,3
Yaourts et laits fermentés nature non sucres gourmands	15	29	63	7,5	7,4	7,2	7,0	5,4	5,1	5,0	4,8	3,9	3,8	3,6	3,6
Yaourts et laits fermentés sucres classiques	213	287	451	2,3	2,3	2,4	2,5	1,5	1,5	1,6	1,6	12,9	12,8	12,5	12,5
Yaourts et laits fermentés sucres gourmands	71	51	191	6,1	6,5	6,4	6,2	4,2	4,2	4,2	4,0	14,1	14,0	13,4	12,8
Yaourts et laits fermentés edulcorés	56	51	34	0,1	0,1	0,2	0,1	0,04	0,04	0,05	0,1	6,2	6,0	5,6	5,6
Fromages frais nature non sucres classiques	36	87	56	2,0	1,8	1,8	2,1	1,4	1,1	1,1	1,3	4,0	4,0	4,1	3,7
Fromages frais nature non sucres gourmands	22	67	39	7,2	7,9	8,1	7,2	5,1	5,2	5,3	4,9	3,5	3,4	3,4	3,6
Fromages frais sucres classiques	47	61	49	2,7	2,5	2,3	2,4	1,8	1,6	1,5	1,6	12,6	12,2	12,1	12,0
Fromages frais sucres gourmands	18	22	50	5,3	6,4	7,0	6,5	3,6	4,2	4,7	4,3	14,3	13,4	13,3	12,9
Fromages frais edulcorés	2	5	6	1,7	0,2	0,1	0,1	1,0	0,1	0,1	0,04	6,7	6,1	5,8	4,4
Crèmes dessert et laits gelifiés	94	168	159	3,4	3,7	3,5	4,3	2,0	2,4	2,3	2,8	16,8	16,4	16,3	17,0
Liegeois et assimilés	25	53	45	6,0	5,9	6,1	7,8	4,1	4,0	4,0	5,2	16,2	15,9	16,0	15,5
Laits empressés	4	5	7	1,9	2,2	3,2	2,9	0,8	2,0	2,0	2,1	16,5	15,6	15,6	14,9
Desserts frais à base de céréales	34	68	62	2,9	3,4	3,3	3,9	2,0	2,2	2,1	2,5	14,1	15,1	14,4	13,4
Desserts frais de type mousse	28	69	76	8,7	9,3	8,8	13,2	5,9	6,1	5,9	8,1	19,8	19,9	19,4	20,4
Desserts frais aux œufs	46	104	102	9,1	8,7	8,3	9,4	5,0	5,1	5,1	5,9	18,0	17,3	17,5	17,6
Desserts frais allégés et/ou edulcorés	15	20	10	0,9	2,6	2,5	6,0	0,6	1,7	1,6	3,9	10,1	11,9	11,4	12,6
Gateaux, moelleux, cakes frais	9	31	20	10,7	10,9	10,7	15,0	6,0	6,9	6,5	8,3	24,4	25,1	26,4	27,2
Desserts pâtisseries frais aux fruits	23	14	42	9,2	14,3	13,4	11,3	6,4	8,7	8,1	7,1	24,8	24,4	24,6	25,2
Desserts pâtisseries frais sans fruit	23	40	58	11,8	12,8	12,2	15,5	9,2	9,0	8,8	9,8	22,8	22,6	21,3	24,9
Autres desserts frais	25	13	29	18,1	18,2	18,8	16,3	13,4	12,9	13,1	10,8	18,3	17,7	17,4	17,0
Desserts frais au soja nature non sucres	2	6	7	2,4	2,0	2,1	2,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,4	0,2	0,3
Desserts frais au soja sucres	18	13	48	1,9	1,9	1,8	2,0	0,3	0,4	0,4	0,5	12,1	12,1	12,4	11,9
Autres desserts frais végétaux	0	0	13	0,0	0,0	0,0	9,7	0,0	0,0	0,0	8,4	0,0	0,0	0,0	9,1
<b>Total</b>	<b>860</b>	<b>1367</b>	<b>1702</b>	<b>4,5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,6</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,0</b>	<b>3,6</b>	<b>13,3</b>	<b>12,8</b>	<b>12,6</b>	<b>13,2</b>

Moy : Moyenne

Eff : Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées par la moyenne de la famille à l'année T. 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	Protéines				Sel			
				Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2011	Moy.2011	Moy.2017	Moy.2017	Moy.2011	Moy.2011	Moy.2017	Moy.2017
Yaourts et laits fermentes nature non sucres classiques	34	103	85	4,1	4,3	4,2	4,5	0,13	0,13	0,13	0,12
Yaourts et laits fermentes nature non sucres gourmands	15	29	63	3,9	3,9	3,7	4,4	0,12	0,11	0,11	0,12
Yaourts et laits fermentes sucres classiques	213	287	451	3,4	3,3	3,3	3,7	0,12	0,11	0,11	0,11
Yaourts et laits fermentes sucres gourmands	71	51	191	3,2	3,1	3,0	3,1	0,12	0,11	0,11	0,11
Yaourts et laits fermentes edulcores	56	51	34	4,3	4,2	4,2	5,2	0,17	0,15	0,15	0,16
Fromages frais nature non sucres classiques	36	87	56	7,1	7,6	7,4	7,6	0,11	0,11	0,11	0,11
Fromages frais nature non sucres gourmands	22	67	39	5,7	6,0	5,9	5,8	0,13	0,11	0,10	0,11
Fromages frais sucres classiques	47	61	49	6,2	6,4	6,2	6,3	0,14	0,09	0,09	0,10
Fromages frais sucres gourmands	18	22	50	5,4	5,5	5,1	5,1	0,11	0,11	0,10	0,09
Fromages frais edulcores	2	5	6	6,0	6,3	6,2	6,7	0,14	0,16	0,13	0,10
Crèmes dessert et laits gelifiés	94	168	159	3,1	3,0	2,9	3,1	0,14	0,14	0,15	0,16
Liegeois et assimilés	25	53	45	2,8	2,9	2,7	2,9	0,13	0,13	0,14	0,15
Laits empresures	4	5	7	5,6	5,3	5,0	5,5	0,15	0,16	0,16	0,20
Desserts frais à base de céréales	34	68	62	3,4	3,4	3,3	3,3	0,13	0,12	0,11	0,13
Desserts frais de type mousse	28	69	76	4,4	4,5	4,5	5,1	0,17	0,19	0,19	0,21
Desserts frais aux œufs	46	104	102	4,4	4,4	4,3	4,3	0,12	0,14	0,14	0,16
Desserts frais allégés et/ou edulcores	15	20	10	4,2	4,0	3,9	4,0	0,19	0,18	0,18	0,19
Gateaux, moelleux, cakes frais	9	31	20	5,5	5,0	4,6	5,7	0,28	0,19	0,18	0,22
Desserts pâtisseries frais aux fruits	23	14	42	3,8	3,3	3,4	3,7	0,14	0,21	0,21	0,20
Desserts pâtisseries frais sans fruit	23	40	58	4,8	4,6	4,5	4,9	0,23	0,25	0,24	0,28
Autres desserts frais	25	13	29	3,1	2,8	2,9	2,9	0,15	0,13	0,12	0,12
Desserts frais au soja nature non sucres	2	6	7	4,2	3,8	3,8	4,2	0,08	0,08	0,07	0,08
Desserts frais au soja sucres	18	13	48	3,4	3,4	3,3	3,2	0,12	0,10	0,09	0,09
Autres desserts frais végétaux	0	0	13	0,0	0,0	0,0	1,5	0,00	0,00	0,00	0,22
<b>Total</b>	<b>860</b>	<b>1367</b>	<b>1702</b>	<b>4,0</b>	<b>4,2</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>	<b>0,14</b>	<b>0,13</b>	<b>0,13</b>	<b>0,14</b>

Moy : Moyenne

Eff : Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C: produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées par la moyenne de la famille à l'année T. Pour les produits appariés les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées si possible par celles du père ou du fils.