



# CONSERVES DE FRUITS

Evolution du secteur  
entre 2009, 2010 et 2017

**BILAN**



**EDITION 2019**



## SOMMAIRE

1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	4
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	4
3. EVOLUTION DE L'OFFRE .....	5
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE .....	8
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES MOYENNES .....	11

## 1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude a pour objectif de caractériser l'évolution du secteur des Conserve de fruits entre 2009 (T0), 2010 (T1) et 2017 (T2) en termes d'offre alimentaire, d'informations étiquetées et de composition nutritionnelle.

Elle porte sur 181 références de conserves de fruits recueillies en 2009<sup>1</sup>, 212 récoltées en 2010<sup>1</sup> et 245 en 2017. Ces références sont classées en :

- 6 familles<sup>2</sup>, définies, d'après le code des usages<sup>3</sup>, selon la nature et/ou la teneur en sucres du liquide de couverture : Fruits au naturel (aucun produit recueilli dans cette famille, elle ne sera donc pas étudiée) – Fruits au jus de fruits – Fruits au sirop très léger – Fruits au sirop léger – Fruits au sirop – Fruits au sirop lourd ;
- et selon 4 segments de marché<sup>2</sup> : marques nationales – marques de distributeurs – marques de distributeurs entrée de gamme – hard discount.

Les fruits les plus couramment présents dans ce secteur sont les abricots, les ananas, les pêches, les poires et les mélanges de fruits (cocktail, macédoine, salade de fruits par exemples).

Par convention, dans l'ensemble de ce bilan, 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).

## 2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

**En considérant le marché des « fruits au sirop » retracé par Kantar Worldpanel<sup>4</sup>, une diminution du volume de vente total du secteur de -18% est observée entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2). Entre 2009 et 2017 (T0-T2), une diminution globale du volume de vente du secteur de -20% est également observée.**

**Les conserves de fruits prises en compte lors de cette étude couvrent<sup>5</sup> au minimum 49% du marché du secteur en volume en 2009, 67% en 2010 et 76% en 2017.** La couverture du marché a augmenté entre les 3 années de suivi (+9 points entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 et +27 points entre 2009 et 2017).

A noter que la couverture<sup>5</sup> du secteur ainsi calculée 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 Worldpanel<sup>4</sup>. Ainsi, 35% des produits de 2009, 11% de ceux de

---

<sup>1</sup> Etude du secteur des Conserve de fruits-Oqali-Comparaison 2009/2010-Edition 2012, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

<sup>2</sup> Les définitions sont disponibles dans le rapport détaillé Etude du secteur des Conserve de fruits – Oqali – Comparaison 2009/2010/2017 – Edition 2019, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

<sup>3</sup> FIAC (septembre 2017). Catalogue des produits transformés à base de fruits.

<sup>4</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

<sup>5</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

2010 et 5% 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 Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

Dans la suite de ce bilan, ce sont uniquement les parts de marchés associées aux produits collectés par l'Oqali qui sont considérées.

**Globalement, au sein de l'échantillon Oqali, une amélioration de la représentativité en volume des différents segments de marché est observée entre les 3 suivis.** En 2009, la représentativité des produits de marques de distributeurs et issus du hard discount était sous-estimée au sein de l'échantillon Oqali du fait de l'absence de partenariats avec certains distributeurs. A noter également en 2017, une surestimation des marques de distributeurs et à l'inverse une légère sous-estimation des marques nationales (Tableau 1).

**Tableau 1 : Comparaison de la répartition des Conserves de fruits par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel, pour 2009, 2010 et 2017.**

Répartition en volume de vente selon les segments de marché	2009 (T0)			2010 (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 Worldpanel <sup>1</sup> (n=118 ; 49% 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 Worldpanel <sup>1</sup> (n=188 ; 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 Worldpanel <sup>1</sup> (n=232 ; 76% du marché en volume)	Delta (point)
Distributeurs specialises							0,01%		
Marques nationales	41%	48%	+7	37%	28%	-9	35%	29%	-6
Marques de distributeurs	30%	18%	-12	34%	39%	+5	36%	42%	+7
Marques de distributeurs entree de gamme	12%	21%	+9	9%	12%	+3	7%	8%	+2
Hard Discount	17%	13%	-5	20%	21%	+1	23%	20%	-3

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

### 3. EVOLUTION DE L'OFFRE<sup>6</sup>

**Entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), la répartition des produits selon les familles a globalement évolué.** En nombre de références, des diminutions relatives sont observées pour les familles **Fruits au jus de fruits** (-4 points) et **Fruits au sirop** (-3 points ; famille correspondant aux produits présentant les teneurs en sucres parmi les plus élevées du secteur). A l'inverse, la proportion de produits de la famille **Fruits au sirop léger** augmente entre 2010 et 2017 (T1-T2 ; +6 points). **Des évolutions similaires sont observées pour ces familles en pondérant par les parts de marché sur la même période (T1-T2 ; respectivement -1 ; -16 et +16 points).**

<sup>6</sup> Pour l'étude de l'offre pondérée, 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.

Sur le plus long terme, entre 2009 et 2017 (T0-T2), et pour les données non pondérées, une diminution est également observée pour les Fruits au sirop (-9 points). En revanche, concernant les Fruits au jus de fruits et les Fruits au sirop léger, sur la même période, des augmentations sont observées (respectivement +6 points et +2 points).

La famille des Fruits au sirop léger reste, comme en 2009 et en 2010, la plus représentée en 2017 (66% des produits du secteur).

A noter également, l'apparition d'un produit dans les familles Fruits au sirop très léger et Fruits au sirop lourd, qui ne contenaient pas de produits en 2009 et 2010 parmi l'échantillon étudié.

Pour rappel, ces résultats sont à mettre en relation avec les fortes augmentations d'effectif et de couverture du marché (2009 : 49% du marché en volume ; 2010 : 67% ; 2017 : 76%).

**L'analyse par segment de marché montre également une modification de la répartition entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), tant en nombre de références qu'en volume.** Entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), la proportion de produits de **marques de distributeurs** augmente (+12 points) au détriment de celles des autres segments de marchés, notamment des produits de **marques de distributeurs entrée de gamme** (-9 points). Cette augmentation est à nuancer par l'amélioration de la récolte des données en 2017 par rapport à 2010. Sur la même période, la répartition des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à un volume de vente montre également **une augmentation pour les marques de distributeurs** (+4 points) **au détriment des marques de distributeurs entrée de gamme** notamment (-4 points) et dans une moindre mesure des **produits issus du hard discount** (-1 point). Sur le long terme, les évolutions constatées sont similaires, sauf en ce qui concerne les marques nationales pour lesquelles une forte diminution est mise en évidence entre 2009 et 2017 (-19 points). Pour rappel, l'ensemble de ces résultats sont à mettre en relation avec les fortes augmentations d'effectif et de couverture du marché (2009 : 49% du marché en volume ; 2010 : 67% ; 2017 : 76%).

**L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre de produits a globalement évolué** (Tableau 2). Cependant, la famille Fruits au sirop léger reste majoritaire en 2017 au sein de l'ensemble des segments de marché. Au sein des **marques nationales**, entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) la proportion de Fruits au sirop léger augmente (+18 points) au détriment des Fruits au jus de fruits (-10 points) et des Fruits au sirop (-9 points). Une diminution de -7 points de la proportion de Fruits au sirop est également observée entre 2009 et 2017 (T0-T2). En revanche, pour les Fruits au jus de fruits, c'est une augmentation qui est mise en évidence entre 2009 et 2017 (T0-T2 ; +3 points). Concernant les **marques de distributeurs**, entre 2010 et 2017 (T1-T2), la proportion de Fruits au sirop léger augmente (+6 points) au détriment notamment des Fruits au jus de fruits (-5 points). Entre 2009 et 2017 (T0-T2), c'est une augmentation qui est observée pour les Fruits au jus de fruits (+8 points). Sur cette période, la proportion de Fruits au sirop diminue de -10 points. Les **marques de distributeurs entrée de gamme** se caractérisent par l'offre la moins diversifiée avec une concentration de l'offre sur les Fruits au sirop léger. Enfin, au sein des **produits issus du hard discount**, l'offre est quasiment concentrée sur la famille des Fruits au sirop léger, dont la proportion augmente entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2010 à 2017 ; +15 points) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +18 points).

**Tableau 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché et famille de produits en nombre de références, pour le secteur des Conserve de fruits entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et sur le long terme (2009-2017) : proportion par famille des références recueillies en 2017 pour un segment donné/tous segments confondus, proportion par segment des références recueillies en 2017 pour une famille donnée/toutes familles confondues ; et évolutions en points.**

Segment de marché / Famille de produits	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount			Répartition des familles tous segments de marché confondus		
	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Fruits au jus de fruits	17%	-10	+3	24%	-5	+8	0%	+0	+0	5%	-9	-4	17%	-4	+6
Fruits au sirop tres leger	0%	+0	+0	1%	+1	+1	0%	+0	+0	0%	+0	+0	0,4%	+0,4	+0,4
Fruits au sirop leger	56%	+18	+2	57%	+6	+1	100%	+5	+6	90%	+15	+18	66%	+6	+2
Fruits au sirop	25%	-9	-7	18%	-2	-10	0%	-5	-6	5%	-6	-14	16%	-3	-9
Fruits au sirop lourd	2%	+2	+2	0%	+0	+0	0%	+0	+0	0%	+0	+0	0,4%	+0,4	+0,4
Répartition des segments toutes familles confondues	24%	-2	-12	51%	+12	+16	9%	-9	-9	16%	-1	+4	100%		

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

Cases grisées : correspondent à la répartition des familles tous segments de marché confondus ou à la répartition des segments de marché toutes familles confondues

**Un renouvellement important de l'offre est à souligner entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2 ; Figure 1), avec :**

- **aucun produit identique<sup>7</sup> entre 2010 et 2017 ;**
- **49% des produits de 2017 modifiés<sup>8</sup> (n=121) correspondant à 64% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2017 et associés à un volume de vente (d'après les données Kantar Worldpanel<sup>9</sup>) ;**
- **51% des produits de 2017 ajoutés<sup>10</sup> (n=124) correspondant à 36% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2017 et associés à un volume de vente<sup>9</sup> ;**
- **43% des produits de 2010 retirés<sup>11</sup> (n=91) correspondant à 27% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2010 et associés à un volume de vente<sup>9</sup>.**

Ce fort renouvellement est également observé sur le plus long terme, entre 2009 (T0) et 2017 (T2).

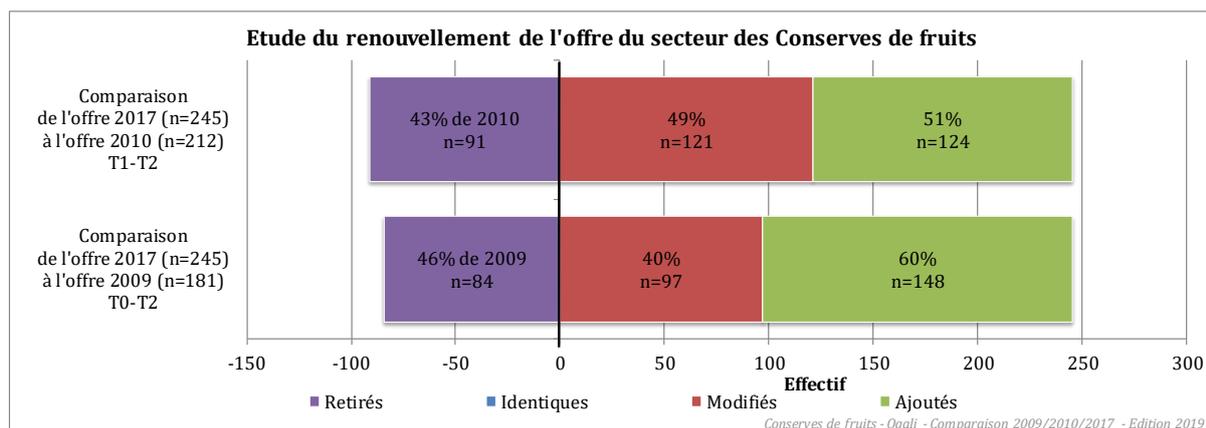
<sup>7</sup> Produits présents sur le marché à la fois en 2010 et en 2017, et semblables en tous points.

<sup>8</sup> Produits présents sur le marché en 2010 et également en 2017 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition.

<sup>9</sup> A noter que l'ensemble des produits recueillis par l'Oqali n'ont pas pu être attribués à une ligne de la base communiquée par Kantar Worlpanel.

<sup>10</sup> Produits captés par l'Oqali en 2017 mais pas en 2010 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2010).

<sup>11</sup> Produits captés par l'Oqali en 2010 mais pas en 2017 (produits retirés du marché entre 2010 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2010).



	Produits retirés	Produits identiques	Produits modifiés	Produits ajoutés
Comparaison offre 2017 - offre 2010 T1-T2	27% des volumes de vente des états des lieux	0% des volumes de vente des suivis	<b>64% des volumes de vente des suivis</b>	36% des volumes de vente des suivis
Comparaison offre 2017 - offre 2009 T0-T2	35% des volumes de vente des états des lieux	0% des volumes de vente des suivis	<b>62% des volumes de vente des suivis</b>	38% des volumes de vente des suivis

**Figure 1 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Conserve de fruits : comparaison des offres 2017-2010, 2017-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés, en nombre de références et en volume (pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente d'après les données Kantar Worldpanel).**

Entre 2010 et 2017 (T1-T2), les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur le groupe nutritionnel (n=120 ; 99% des produits modifiés entre 2010 et 2017) et sur les ingrédients (n=96 ; 79%). 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 2010 et 2017 (T1-T2) portent sur le poids d'une unité (n=5 ; 4%) et les allégations de santé (aucune dans ce secteur).

#### 4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

En termes d'informations disponibles sur les emballages (Tableau 3), des évolutions sont observées entre 2009, 2010 et 2017. Plus particulièrement, entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), une augmentation significative est observée concernant la présence de valeurs nutritionnelles à la portion (2010 : 30% ; 2017 : 49%). Une augmentation significative de ce paramètre est également observée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; +29 points). Ces augmentations sont notamment portées au niveau des familles par les Fruits au sirop léger (+31 points entre T1 et T2) et, au niveau des segments, par les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et les produits issus du hard discount (augmentations significatives respectivement de +33 ; +47 et +48 points entre 2010 : T1 et 2017 : T2). A l'inverse, de fortes diminutions significatives sont observées pour les marques nationales entre 2010 et 2017 (T1-T2 ; -49 points) allant jusqu'à quasiment disparaître en 2017 (n=1).

Une **augmentation significative de la présence de portion indiquée** est observée entre 2009 (T0) et 2017 (T2) (+18 points), principalement portée, au niveau des familles, par les Fruits au sirop léger et, au niveau des segments, par les marques de distributeurs (+23 points), les

marques de distributeurs entrée de gamme (+48 points) ainsi que les produits issus du hard discount (+57 points). Entre 2010 (T1) et 2017 (T2), au niveau du secteur, une augmentation est également observée mais sans être significative, ce qui s'explique par des évolutions contraires au sein des familles et des segments. Concernant la **taille des portions indiquées**, sur les 59 produits présentant une taille de portion indiquée en 2009, les tailles varient de 50g à 234g. Sur les 94 produits présentant une taille de portion indiquée en 2010, les tailles varient de 47g à 234g. Sur les 128 produits présentant une taille de portion indiquée en 2017, les tailles varient de 50g à 283,5g. **L'étude plus détaillée de ces tailles de portions indiquées n'a pas été effectuée pour ce secteur. En effet, il n'est pas systématiquement précisé sur l'emballage si la portion indiquée inclut ou non le liquide de couverture, ce qui pourrait expliquer les écarts de portions observés<sup>12</sup>.**

La fréquence de présence de **repères nutritionnels** diminue de manière non significative entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2 ; 2010 : 41% ; 2017 : 35%). L'absence d'effet significatif au niveau du secteur s'explique notamment par des évolutions significatives en sens contraire au niveau des familles et des segments de marché avec notamment une augmentation significative de +24 points pour les produits issus du hard discount et une diminution significative de -46 points pour les marques nationales.

**La fréquence de présence des allégations nutritionnelles reste globalement stable entre 2009, 2010 et 2017 à l'échelle du secteur (2009 : 18% ; 2010 : 23% ; 2017 : 21%).** Elles portent principalement sur les fibres et les sucres ajoutés, avec une diminution de l'emploi des allégations relatives aux fibres (51% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009 et en 2010 et 37% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2017) et à l'inverse une augmentation des allégations relatives à l'absence de sucres ajoutés (19% en 2009, 44% en 2010 et en 2017). A noter que les allégations sans sucres ajoutés correspondent exclusivement à des produits de la famille Fruits au jus de fruits. Des allégations portant sur les vitamines et minéraux sont présentes les 3 années. A noter que des allégations portant sur l'absence de sel ou sodium ajouté apparaissent en 2017 (n=15 ; 23%).

Enfin, il n'y a pas d'allégation de santé dans ce secteur.

---

<sup>12</sup> D'après les professionnels du secteur, lorsque l'opérateur considère que le liquide de couverture n'est pas consommé, celui-ci a la possibilité de réaliser l'étiquetage nutritionnel uniquement sur le produit tel que consommé (c'est-à-dire sans le liquide de couverture), à condition que l'étiquetage indique clairement qu'il s'agit des valeurs nutritionnelles sur le produit égoutté. L'analyse des teneurs en sucres les plus faibles en 2017 ne permet pas de conclure sur l'impact de ce mode d'étiquetage sur l'étude des valeurs nutritionnelles : ces produits ne précisant pas la plupart du temps si les valeurs nutritionnelles sont exprimées avec ou sans le liquide de couverture.

**Tableau 3 : Evolution des fréquences de présence de paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Conserve de fruits en 2009, 2010 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 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 (T2)	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																									
Secteur (T0 : n=181 ; T1 : n=212 ; T2 : n=245)	18%	23%	21%	-2	+3	0%	0%	0%	+0	+0	28%	41%	35%	-6	+7	34%	45%	52%	+7	+18***	20%	30%	49%	+19***	+29***
<b>Famille de produits</b>																									
Fruits au jus de fruits (T0 : n=21 ; T1 : n=44 ; T2 : n=42)	67%	70%	64%	-6	-2	0%	0%	0%	+0	+0	29%	57%	26%	-31**	-2	33%	68%	40%	-28**	+7	14%	34%	38%	+4	+24
Fruits au sirop tres leger (T0 : n=0 ; T1 : n=0 ; T2 : n=1)			0%					0%					0%					100%					100%		
Fruits au sirop leger (T0 : n=115 ; T1 : n=126 ; T2 : n=161)	9%	7%	13%	+6	+4	0%	0%	0%	+0	+0	22%	30%	39%	+9	+17**	29%	32%	59%	+27***	+30***	17%	24%	55%	+31***	+38***
Fruits au sirop (T0 : n=45 ; T1 : n=42 ; T2 : n=40)	18%	21%	8%	-14	-10	0%	0%	0%	+0	+0	42%	57%	30%	-27*	-12	49%	60%	38%	-22*	-11	29%	43%	35%	-8	+6
Fruits au sirop lourd (T0 : n=0 ; T1 : n=0 ; T2 : n=1)			0%					0%					0%					0%					0%		
<b>Segment de marche</b>																									
Marques nationales (T0 : n=65 ; T1 : n=55 ; T2 : n=59)	40%	53%	34%	-19*	-6	0%	0%	0%	+0	+0	35%	53%	7%	-46***	-29***	45%	62%	7%	-55***	-38***	32%	51%	2%	-49***	-31***
Marques de distributeurs (T0 : n=63 ; T1 : n=83 ; T2 : n=125)	6%	19%	25%	+6	+18**	0%	0%	0%	+0	+0	40%	60%	48%	-12	+8	48%	63%	70%	+8	+23**	21%	34%	67%	+33***	+47***
Marques de distributeurs entree de gamme (T0 : n=32 ; T1 : n=39 ; T2 : n=22)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	3%	10%	36%	+26	+33	6%	13%	55%	+42***	+48***	3%	8%	55%	+47***	+51***
Hard discount (T0 : n=21 ; T1 : n=35 ; T2 : n=39)	10%	11%	0%	-11	-10	0%	0%	0%	+0	+0	5%	11%	36%	+24*	+31**	5%	11%	62%	+50***	+57***	5%	11%	59%	+48***	+54***

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

## 5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES MOYENNES

L'étude des valeurs nutritionnelles moyennes (pour 100g) par famille pour les conserves de fruits, avec et sans pondération par les parts de marché<sup>13</sup> a été réalisée pour les **sucre entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2)** (Tableau 4).

Elle met en évidence pour les 3 familles étudiées (Fruits au jus de fruits, Fruits au sirop léger et Fruits au sirop)<sup>14</sup> :

- au niveau de l'offre par famille **non pondérée** par les parts de marché, **aucune évolution significative** de la teneur moyenne ;
- au niveau de l'ensemble de l'offre par famille **pondérée** par les parts de marché :
  - o une diminution significative de la teneur moyenne en sucres entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) pour la famille **Fruits au jus de fruits** (-2,6g/100g ; -18%) ;
  - o une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017) pour la famille **Fruits au sirop léger** (+0,9g/100g ; +7%).

L'ensemble des évolutions observées, qu'elles soient significatives ou non, sont à nuancer par le **biais d'étiquetage des sucres** observé entre 2009 et 2017 (augmentation de la fréquence d'étiquetage des sucres de +62 points à l'échelle du secteur) ainsi que par la problématique de la **prise en compte ou non du liquide de couverture** dans les valeurs nutritionnelles. En effet, dans la mesure où cet aspect n'est pas précisé de manière réglementaire, certains produits indiquent clairement sur l'emballage prendre (ou ne pas prendre) en compte le liquide de couverture dans les valeurs nutritionnelles mais pour la plupart des produits, cette information n'est pas précisée sur l'emballage, ce qui peut en partie expliquer les évolutions constatées<sup>15</sup>.

Concernant en particulier les résultats obtenus en pondérant par les parts de marché, ils sont également à relativiser du fait de **l'augmentation importante de l'effectif de produits associés à une part de marché** entre les 2 suivis, notamment expliquée par une meilleure couverture du secteur.

---

<sup>13</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

<sup>14</sup> Les familles Fruits au sirop très léger et Fruits au sirop lourd ne présentant qu'un seul produit (en 2017), l'étude de l'évolution de leurs teneurs en sucres n'est pas possible.

<sup>15</sup> D'après les professionnels du secteur, lorsque l'opérateur considère que le liquide de couverture n'est pas consommé, celui-ci a la possibilité de réaliser l'étiquetage nutritionnel uniquement sur le produit tel que consommé (c'est-à-dire sans le liquide de couverture), à condition que l'étiquetage indique clairement qu'il s'agit des valeurs nutritionnelles sur le produit égoutté. L'analyse des teneurs en sucres les plus faibles en 2017 ne permet pas de conclure sur l'impact de ce mode d'étiquetage sur l'étude des valeurs nutritionnelles : ces produits ne précisant pas la plupart du temps si les valeurs nutritionnelles sont exprimées avec ou sans le liquide de couverture.

**Tableau 4 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein du secteur des Conserve de fruits étudié.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2010 (T1) et 2017 (T2)		Sucres (g/100g)		
		2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (7 ans)	T0-T2 (8 ans)
Fruits au jus de fruits	TOUS PRODUITS	11,9	+2%	-7%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES<sup>1</sup></i>	12,1	-3%	-18%***
Fruits au sirop tres léger	TOUS PRODUITS	11,0		
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES<sup>1</sup></i>	11,0		
Fruits au sirop léger	TOUS PRODUITS	13,7	+2%	+6%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES<sup>1</sup></i>	13,6	+5%	+7%**
Fruits au sirop	TOUS PRODUITS	16,0	+0%	-2%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES<sup>1</sup></i>	15,3	-1%	+4%
Fruits au sirop lourd	TOUS PRODUITS	18,5		
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES<sup>1</sup></i>	18,5		

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

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 Wilcoxon-Mann-Whitney pour les données non pondérées, test de Student pour les données pondérées

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

Case pointillée : non étudié

Le Tableau 5 récapitule les différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2) au sein du secteur des Conserve de fruits étudié pour les familles d'intérêts.

**Tableau 5 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et sur le long terme (2009 et 2017) au sein du secteur des Conserve de fruits étudié.**

<i>Evolutions des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis de 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés de 2009 et 2017 (T0-T2)</i>		Sucres (g/100g)				
		2017 T2	Différences moyennes T1-T2 (7 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)	
			Moy	g/100g	%	g/100g
<b>Fruits au jus de fruits</b>						
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	11,9	+0,2	+2%	-0,9	-7%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	12,1	-0,4	-3%	-2,6***	-18%
T1-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	11,2	-1,2	-10%		
T1-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	12,0	+0,3	+3%		
	Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	11,9	+0,4	+4%		
	Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	12,0	+0,5	+5%		
T0-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	11,7			-2,5	-18%
T0-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	11,8			-1,0	-8%
	Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	11,9			+0,5	+4%
	Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	11,8			+0,4	+3%
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN	11,8	-0,7	-5%	-1,1	-9%
	MDD	11,8	+0,4	+4%	-1,5*	-11%
	MDDeg					
	HD	13,6	+2,3	+20%	+2,5	+23%
<b>Fruits au sirop tres leger</b>						
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	11,0				
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	11,0				
T1-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2					
T1-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	11,0				
	Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	11,0				
	Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	11,0				
T0-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2					
T0-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	11,0				
	Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	11,0				
	Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	11,0				
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN					
	MDD	11,0				
	MDDeg					
	HD					
<b>Fruits au sirop leger</b>						
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	13,7	+0,3	+2%	+0,8	+6%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	13,6	+0,6	+5%	+0,9**	+7%
T1-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	13,5	-0,4	-3%		
T1-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	13,9	+0,5	+4%		
	Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	13,7	+0,8	+6%		
	Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	13,9	+1,0	+8%		
T0-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	13,7			+0,03	+0,2%
T0-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	13,8			+0,9*	+7%
	Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	13,7			+1,2*	+9%
	Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	13,8			+1,2*	+10%
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)	MN	13,6	+1,1*	+8%	+1,4*	+11%
	MDD	13,6	-0,6**	-4%	-0,01	-0,1%
	MDDeg	13,8	+1,2	+10%	+0,8	+6%
	HD	13,9	+1,7	+14%	+4,3	+45%

<i>Evolutions des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis de 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés de 2009 et 2017 (T0-T2)</i>		Sucres (g/100g)				
		2017 T2	Différences moyennes T1-T2 (7 ans)		Différences moyennes T0-T2 (8 ans)	
			Moy	g/100g	%	g/100g
<b>Fruits au sirop</b>						
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	16,0	+0,04	+0,2%	-0,3	-2%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	15,3	-0,1	-1%	+0,6	+4%
T1-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	15,4	-0,6	-4%		
T1-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	16,3	+0,4	+2%		
	Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	16,0	-0,5	-3%		
	Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	16,3	-0,1	-1%		
T0-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	15,4			-1,5	-9%
T0-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	16,3			+0,04	+0,2%
	Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	16,0			-1,2*	-7%
	Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	16,3			-0,8	-5%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	15,8	+0,3	+2%	+0,3	+2%
	MDD	16,1	-0,2	-1%	-1,2*	-7%
	MDDeg					
	HD	15,3				
<b>Fruits au sirop lourd</b>						
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre	18,5				
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché <sup>1</sup>	18,5				
T1-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2					
T1-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	18,5				
	Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	18,5				
	Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	18,5				
T0-T2 : REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2					
T0-T2 : RENOUELEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	18,5				
	Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	18,5				
	Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	18,5				
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)	MN	18,5				
	MDD					
	MDDeg					
	HD					

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

Moy=Moyenne ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; 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 Wilcoxon-Mann-Whitney pour les données non pondérées, test des rangs signés de Wilcoxon pour les données appariées non pondérées, test de Student pour les données pondérées

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

Case en pointillés : non étudié

L'ensemble des résultats de l'étude est présenté dans le rapport détaillé *Etude du secteur des Conserves de fruits – Oqali – Comparaison 2009/2010/2017 – Edition 2019*<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.