Observatoire

BARRES CEREALIERES

Evolution du secteur entre 2010 et 2016

BILAN

INRA SCIENCE & IMPACT

anses agence nationale de sécurité sanitaire alimentation, environnement, travail

Connaître, évaluer, protéger

EDITION 2017

Cette étude a pour objectif de comparer les paramètres d'étiquetage et la composition nutritionnelle (teneurs en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres) des échantillons de barres céréalières majoritairement[1] collectés en 2010 et en 2016 par l'Oqali.
Elle porte sur 172 références recueillies en 2010 et 181 en 2016. Il s'agit de références vendues dans les grandes et moyennes surfaces (GMS) de France et, pour quelques références de 2016, dans les distributeurs spécialisés bio.
Ces références sont classées en :

- **5 segments de marché** : les marques nationales (MN), les marques de distributeurs (MDD), les marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg), le hard discount (HD) et les distributeurs spécialisés bio (DS bio) ;
- **6 familles** : Autres barres céréalières, Barres céréalières aux fruits, Barres céréalières aux fruits à coque, Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat, Barres céréalières aux fruits et au chocolat et Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat.

A noter qu'aucune référence issue de distributeurs spécialisés bio n'a été collectée en 2010 : les évolutions de ce segment de marché ne sont donc pas analysées dans cette étude.

En considérant le marché des barres céréalières retracé par Kantar Worldpanel[2], une augmentation de 5% du volume de ventes en GMS, DS et DS bio est observée entre 2010 et 2016.

Les barres céréalières prises en compte dans cette étude couvrent[3] 79% du marché en volumes de ventes en 2010 et 82% en 2016. Les échantillons Oqali étudiés sont représentatifs du marché retracé par Kantar Worldpanel[2] en 2010 et 2016, en termes de segments de marché (cf. Figure 1).

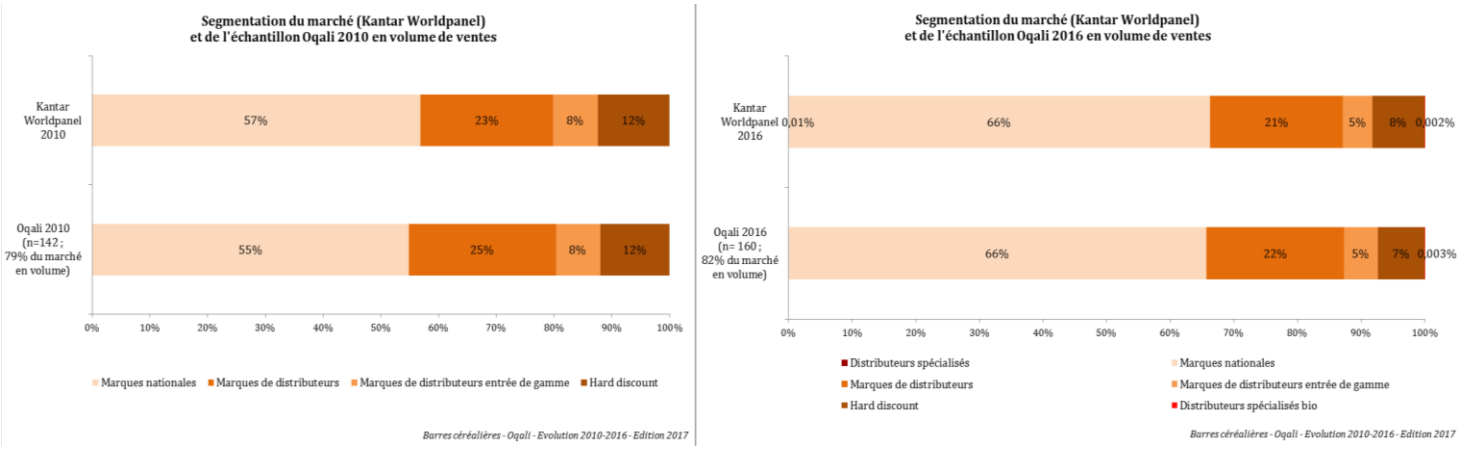

Figure 1 : Segmentation du marché (d'après Kantar Worldpanel[2]) et des échantillons Oqali 2010 et 2016 en volumes de ventes

[1] Lors du bilan initial, 78% des produits ont été collectés en 2010 et 22% en 2011. Lors de la seconde collecte de l'Oqali, l'intégralité des produits a été collectée en 2016. Pour faciliter la lecture, dans la suite de ce bilan, l'année de collecte du bilan initial sera assimilée à 2010.
[2] Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française
[3] Ratio des volumes identifiés par l'Oqali *vs.* le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel

<u>En termes d'évolution de l'offre retracée par l'Oqali</u> (en nombre de références), l'étude montre qu'au sein des échantillons Oqali :

- **la répartition des références par famille reste similaire entre 2010 et 2016 :** les familles des Barres céréalières aux fruits (28% de l'offre 2010 et 30% de l'offre 2016) et des Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat (28% de l'offre 2010 et 33% de l'offre 2016) sont les plus représentées dans les échantillons Oqali ;
- **la répartition des références par segment de marché est similaire entre 2010 et 2016**, avec une majorité de références à marques de distributeurs les deux années (44% de l'offre en 2010 et 49% en 2016) ;
- **à l'exception des marques de distributeurs entrée de gamme, tous les segments de marché proposent une offre axée sur les 2 familles les plus représentées des échantillons Oqali.** Les marques de distributeurs entrée de gamme partagent leur offre sur les 3 familles suivantes : les Barres céréalières aux fruits, les Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat et les Barres céréalières aux fruits et au chocolat.

<u>En termes d'évolution de l'offre retracée par l'Oqali, pondérée par les parts de marché</u>, l'étude montre qu'au sein des échantillons Oqali :

- **la répartition en volumes de ventes par segment de marché reste globalement similaire entre 2010 et 2016, avec une prépondérance des marques nationales qui s'accentue entre les deux années d'étude** (44% des parts de marché en 2010 *vs.* 54% en 2016) ;
- **la répartition en volumes de ventes par famille reste relativement inchangée entre 2010 et 2016 : la famille des Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat, majoritaire en nombre de références, correspond également à la famille associée aux volumes de ventes les plus importants pour les deux années d'étude** (33% des parts de marché en 2010 et 37% en 2016).

Afin de caractériser **<u>le renouvellement de l'offre</u>**, les références ont été réparties en 4 sous-groupes :

- **les produits identiques (n=0)** : produits présents sur le marché les deux années d'étude et étant semblables en tous points (emballage et composition nutritionnelle identiques en 2010 et en 2016). Aucun produit n'a été retrouvé en 2016 sous une forme identique à celle collectée en 2010 : cela peut s'expliquer par l'application du règlement 1169/2011 dit « INCO[4] », à partir de décembre 2014, qui a engendré de nombreuses évolutions en matière d'étiquetage (information nutritionnelle, étiquetage des allergènes etc...) ;
- **les produits modifiés (n=84 soit 46% des produits de 2016)** : produits présents sur le marché les deux années d'étude et présentant des évolutions d'emballage (portions indiquées, repères nutritionnels, allégations etc...) et/ou de composition nutritionnelle entre

[4] 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.

2010 et 2016. Les modifications les plus fréquemment retrouvées[5] portent sur les ingrédients (n=82, 100%), les groupes d'étiquetage nutritionnel (n=82, 100%) et les valeurs nutritionnelles (n=81, 99%). Les évolutions relatives aux groupes d'étiquetage nutritionnel, aux listes d'ingrédients (spécification de la nature de l'huile mise en œuvre, étiquetage des allergènes) et aux valeurs nutritionnelles (mises à jour) peuvent être mises en relation avec l'entrée en vigueur du règlement INCO[4] en décembre 2014 et avec les mises en conformité des emballages effectuées à cette occasion. A l'inverse, les modifications les moins fréquentes portent sur les allégations nutritionnelles (n=16, 20%) et de santé (n=4, 5%), ce qui peut s'expliquer par leur faible présence sur les produits de ce secteur ;

- **les produits nouveaux ou non captés en 2010 (n=97 soit 54% des produits de 2016)** : produits nouvellement collectés en 2016 (innovations, extensions de gamme ou produits n'ayant pas été captés par l'Oqali en 2010) ;
- **les produits retirés ou non captés en 2016 (n=88 soit 51% des produits de 2010) :** produits collectés en 2010 mais qui n'ont pas été retrouvés, sous une forme identique ou modifiée, en 2016 (produits retirés du marché ou non captés par l'Oqali en 2016).

Les résultats de décomposition de l'offre en sous-groupes, observés sur le secteur entier, se retrouvent à l'échelle des segments de marché et des familles, à l'exception des marques de distributeurs entrée de gamme et des Barres céréalières aux fruits et au chocolat qui se caractérisent par une plus forte proportion de produits modifiés (respectivement 92% de l'offre MDDeg et 59% de l'offre de cette famille en 2016).

En termes de parts de marché associées aux produits Oqali, les références modifiées représentent 55% des volumes de ventes du marché retracé par Kantar Worldpanel[6] en 2016 (à mettre en regard de la couverture[7] de marché de 82% de l'échantillon Oqali en 2016)**.** Les produits nouveaux ou non captés en 2010 représentent 26% des volumes de ventes du marché retracé par Kantar Worldpanel[6] en 2016 et les produits retirés ou non captés en 2016 correspondent à 23% des volumes de ventes du marché retracé par Kantar Worldpanel[6] en 2010 (à mettre en regard de la couverture[7] de marché de 79% de l'échantillon Oqali en 2010).

Concernant les informations disponibles sur les emballages, le Tableau 1 récapitule les évolutions observées sur le secteur, par segment de marché et par famille, pour l'ensemble des paramètres d'étiquetage étudiés. A noter que les résultats par famille sont commentés pour 4 des 6 familles du secteur, compte tenu des faibles effectifs observés pour les Autres barres céréalières et les Barres céréalières aux fruits à coque.

[5] Seuls les produits modifiés pour lesquels on dispose d'un emballage complet en 2010 et en 2016 ont été pris en compte, soit 82 références parmi les 84 modifiées.
[6] Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française
[7] Ratio des volumes identifiés par l'Oqali *vs.* le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel

Tableau 1 : Evolution du niveau de détail de l'information nutritionnelle étiquetée sur le secteur, par segment de marché et par famille, entre 2010 et 2016

*Résultats présentés sous la forme « **présence 2010 vs. présence 2016** degré de significativité »*		Effectif		Etiquetage nutritionnel	Allégations nutritionnelles	Allégations de santé	Repères nutritionnels	Portions indiquées	Valeurs nutritionnelles par portion
		2010	2016						
Secteur		168	181	*100% vs. 100%*	**24% *vs.* 15%***	*0% vs. 5%*	**73% *vs.* 66%**	**91% *vs.* 96%**	**78% *vs.* 95%*** **
Segment de marché	Marques nationales	43	47	*100% vs. 100%*	**63% *vs.* 38%***	*0% vs. 19%*	*98% vs. 91%*	*100% vs. 98%*	*100% vs. 94%*
	Marques de distributeurs	75	88	*100% vs. 100%*	**16% *vs.* 7%**	*0% vs. 0%*	**85% *vs.* 60%*** **	*100% vs. 98%*	**71% *vs.* 98%*** **
	Marques de distributeurs entrée de gamme	18	13	*100% vs. 100%*	*0% vs. 0%*	*0% vs. 0%*	*17% vs. 46%*	**50% *vs.* 69%**	**50% *vs.* 69%**
	Hard Discount	32	31	*100% vs. 100%*	*6% vs. 3%*	*0% vs. 0%*	**41% *vs.* 55%**	*81% vs. 100%*	*81% vs. 100%*
	Distributeurs spécialisés bio	*-*	*2*	*- vs. 100%*	*- vs. 100%*	*- vs. 0%*	*- vs. 0%*	*- vs. 100%*	*- vs. 100%*
Famille	*Autres barres céréalières*	*11*	*5*	*100% vs. 100%*	*45% vs. 40%*	*0% vs. 20%*	*82% vs. 60%*	*100% vs. 100%*	*100% vs. 100%*
	Barres céréalières aux fruits	47	54	*100% vs. 100%*	*17% vs. 4%*	*0% vs. 0%*	**72% *vs.* 65%**	*89% vs. 96%*	**74% *vs.* 96%** **
	Barres céréalières aux fruits à coque	*7*	*14*	*100% vs. 100%*	*29% vs. 0%*	*0% vs. 0%*	*71% vs. 57%*	*100% vs. 100%*	*71% vs. 93%*
	Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat	29	32	*100% vs. 100%*	*7% vs. 6%*	*0% vs. 0%*	**52% *vs.* 56%**	*79% vs. 91%*	**66% *vs.* 88%***
	Barres céréalières aux fruits et au chocolat	26	17	*100% vs. 100%*	*23% vs. 0%*	*0% vs. 0%*	**62% *vs.* 71%**	*85% vs. 94%*	*62% vs. 94%*
	Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat	48	59	*100% vs. 100%*	**38% *vs.* 36%**	*0% vs. 14%*	**90% *vs.* 73%***	*100% vs. 98%*	*94% vs. 98%*

Les pourcentages sont arrondis à l'entier, un pourcentage nul peut correspondre à un faible effectif

Chiffres grisés : secteur, segment de marché ou famille non testé(e)
« - » : aucune référence collectée
Chiffres en gras : secteur, segment de marché ou famille testé(e)
Case en orange : augmentation significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
Case en violet : diminution significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
*Effet année : *** si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05*

A l'échelle du secteur, des évolutions significatives ont été mises en évidence entre 2010 et 2016, pour 2 paramètres suivis par l'Oqali :

- **la proportion de produits présentant au moins une <u>allégation nutritionnelle</u> a significativement diminué à l'échelle du secteur entier** (24% en 2010 vs. 15% en 2016). Cette évolution est portée par tous les segments de marché et en particulier par celui des marques nationales qui connait une diminution significative de cette proportion (63% en 2010 vs. 38% en 2016). Cette diminution se retrouve également à l'échelle des familles étudiées mais aucune n'est significative (une seule famille testée). Ces observations peuvent potentiellement être expliquées par une évolution de la stratégie de communication des entreprises, moins axée sur l'aspect « santé » des produits et mettant plus en avant leur aspect « gourmand ». A noter que les allégations nutritionnelles les plus fréquemment relevées en 2010 et 2016 concernent les vitamines et minéraux (retrouvées sur 68% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2010 et 74% en 2016) et les fibres (retrouvées sur 29% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2010 et 26% en 2016) ;
- **l'affichage de <u>valeurs nutritionnelles par portion</u> a significativement augmenté à l'échelle du secteur** (78% en 2010 *vs.* 95% en 2016). Cette évolution est portée par le segment des marques de distributeurs pour lequel l'augmentation observée est significative (71% en 2010 *vs.* 98% en 2016), et dans une moindre mesure, par ceux des marques de distributeurs entrée de gamme (augmentation non significative) et du hard discount (non testé). A noter que la quasi-totalité des produits à marques nationales affiche des valeurs nutritionnelles par portion en 2010 et 2016. A l'échelle des familles, l'augmentation de la proportion de produits avec valeurs nutritionnelles par portion se retrouve sur les 4 familles étudiées et elle est significative pour les 2 testées, à savoir : les Barres céréalières aux fruits (74% en 2010 *vs.* 96% en 2016) et les Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat (66% en 2010 *vs.* 88% en 2016).

Pour les 4 autres paramètres d'étiquetage suivis par l'Oqali, on note que :

- **l'ensemble des barres céréalières collectées en 2010 et en 2016 présentent un <u>étiquetage nutritionnel</u>.** A noter qu'en 2016, 21% des produits étiquettent un groupe INCO et 79% un groupe INCO+ avec, pour la plupart, une teneur en fibres renseignée en supplément (143 produits de groupe INCO+ parmi lesquels 141 renseignent une teneur en fibres) ;
- **les <u>allégations de santé</u> sont peu fréquentes sur ce secteur** et sont retrouvées uniquement sur 9 produits à marques nationales collectés en 2016 (5% de l'échantillon 2016). L'ensemble de ces allégations de santé concerne le calcium et les os/la croissance osseuse. A noter que les barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat et les autres barres céréalières, porteuses de ces allégations de santé, se différencient notamment par leur positionnement santé et/ou ont la particularité d'avoir un talon au lait ;
- **la proportion de produits avec <u>repères nutritionnels</u> a diminué de manière non significative à l'échelle du secteur** (73% en 2010 *vs.* 66% en 2016). Cette évolution est portée par le segment des marques de distributeurs pour lequel la diminution observée est significative (85% en 2010 *vs.* 60% en 2016) et, dans une moindre mesure, par celui des marques nationales (évolution non testée) ; ces 2 segments de marché étant majoritairement

représentés dans les échantillons Oqali. En revanche, cette proportion a augmenté pour le hard discount (évolution non significative) et les marques de distributeurs entrée de gamme (non testé), ces 2 segments présentant moins de repères nutritionnels dès 2010. A l'échelle des familles, cette diminution se retrouve sur les 2 familles les plus représentées dans les échantillons Oqali : les Barres céréalières aux fruits et les Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat, l'évolution étant significative pour cette dernière famille (90% en 2010 *vs.* 73% en 2016).

A noter que les diminutions significatives des proportions de produits avec repères nutritionnels peuvent en partie être liées :

- **à une modification de l'offre** se traduisant d'une part, par le retrait ou l'absence de collecte en 2016 de produits qui présentaient un repère nutritionnel en 2010 (pour l'offre MDD : 89% des produits retirés ou non captés en 2016 présentaient un repère nutritionnel ; pour la famille des Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat, ce chiffre est également de 89%) et d'autre part, par l'apparition, dans l'échantillon 2016, de produits nouvellement collectés ne présentant pas de repère nutritionnel, notamment au sein du segment des marques de distributeurs (51% des produits MDD nouveaux ou non captés en 2010 n'affichent pas de repère nutritionnel) ;
- **au retrait des repères nutritionnels affichés sur l'emballage de certains produits collectés en 2010 et 2016** (pour l'offre MDD : 82% des références appariées affichaient un repère nutritionnel en 2010 *vs.* 74% en 2016 ; pour la famille des Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat, ces chiffres sont respectivement de 90% *vs.* 72%).

- **la présence de <u>portions indiquées</u> a augmenté de manière non significative à l'échelle du secteur** (91% en 2010 *vs.* 96% en 2016) ainsi que pour les marques de distributeurs entrée de gamme (seul segment testé) et le hard discount. A noter que la quasi-totalité des produits à marques nationales et à marques de distributeurs indiquent une portion en 2010 et 2016. A l'échelle des familles, les proportions de produits indiquant une portion sont élevées les deux années d'étude (entre 79% et 100%).

  Quatre familles ont fait l'objet d'un test statistique concernant l'évolution de la taille moyenne des portions indiquées mais aucune évolution significative n'a été mise en évidence. En se plaçant au niveau des références appariées indiquant une portion chiffrée en 2010 et en 2016 (n=62), 76% d'entre elles ont une taille de portion identique les deux années de suivi (n=47).

<u>L'étude des valeurs nutritionnelles pour 100g avec ou sans pondération par les parts de marché</u>, pour les 5 nutriments d'intérêt du secteur des barres céréalières (matières grasses, AGS, sucres, sel et fibres), a montré des évolutions significatives. En particulier, des baisses significatives des teneurs moyennes en AGS et en sel sont observées pour plusieurs familles.

Les Tableau 2 et Tableau 3 récapitulent les résultats obtenus sur l'évolution de la composition nutritionnelle, entre 2010 et 2016, pour chaque nutriment d'intérêt du secteur des barres céréalières et pour chaque famille qui présente une évolution significative pour au moins une des 5 analyses réalisées (étude de l'évolution des teneurs moyennes à l'échelle des familles, des segments de marché, des sous-groupes, des références appariées et des références avec parts de marché).

Tableau 2 : Synthèse des évolutions significatives de composition nutritionnelle par famille et par nutriment d'intérêt du secteur des barres céréalières entre 2010 et 2016 – (1/2)

	MATIERES GRASSES	AGS	SUCRES	SEL	FIBRES
Barres céréalières aux fruits	**Famille totale :** 7,2 *vs.* 6,3 g/100g **	**Famille totale :** 3,6 *vs.* 1,7 g/100g ***		**Famille totale :** 0,63 *vs.* 0,45 g/100g ***	
	Segment de marché : MDD 6,1 *vs.* 5,4 g/100g **	**Segment de marché : MDD** 3,1 *vs.* 1,2 g/100g ***			
	Références appariées : 7,2 *vs.* 6,8g/100g *	**Références appariées :** 3,5 *vs.* 2,3g/100g **		**Références appariées :** 0,66 *vs.* 0,54g/100g ***	
	Sous-groupes : produits nouveaux ou non captés en 2010 (5,8 g/100g) *vs.* échantillon 2010 (7,2 g/100g) ***	**Sous-groupes** : produits nouveaux ou non captés en 2010 (1,4 g/100g) *vs.* échantillon 2010 (3,6 g/100g) ***		**Sous-groupes** : produits nouveaux ou non captés en 2010 (0,40 g/100g) *vs.* échantillon 2010 (0,63 g/100g) ***	
	Sous-groupes : échantillon 2016 (6,3 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (7,1 g/100g) *	**Sous-groupes** : échantillon 2016 (1,7 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (3,7 g/100g) ***		**Sous-groupes** : échantillon 2016 (0,45 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (0,60 g/100g) *	
Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat		**Famille totale :** 7,6 *vs.* 6,7 g/100g *		**Famille totale :** 0,52 *vs.* 0,35 g/100g **	
				Sous-groupes : produits nouveaux ou non captés en 2010 (0,33 g/100g) *vs.* échantillon 2010 (0,52 g/100g) **	

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne
Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne
*Significativité : *** si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05*

Tableau 3 : Synthèse des évolutions significatives de composition nutritionnelle par famille et par nutriment d'intérêt du secteur des barres céréalières entre 2010 et 2016 – (2/2)

	MATIERES GRASSES	AGS	SUCRES	SEL	FIBRES
Barres céréalières aux fruits et au chocolat			**Famille totale :** 35,4 *vs.* 29,5 g/100g **	**Famille totale :** 0,57 *vs.* 0,40 g/100g *	
			Sous-groupes : échantillon 2016 (29,5 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (36,5 g/100g) **	**Sous-groupes** : échantillon 2016 (0,40 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (0,57 g/100g) *	
Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat					**Famille totale :** 4,2 *vs.* 5,3 g/100g *
				Sous-groupes : échantillon 2016 (0,48 g/100g) *vs.* produits retirés ou non captés en 2016 (0,61 g/100g) *	
					Références avec parts de marché : 3,9 *vs.* 6,2 g/100g *

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne
Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne
*Significativité : *** si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05*

Entre 2010 et 2016, l'évolution de la composition nutritionnelle a été testée sur 4 des 6 familles de produits pour les 5 nutriments étudiés.
Les 4 familles étudiées présentent une évolution significative de la teneur moyenne pour au moins un des 5 nutriments d'intérêt, entre 2010 et 2016, à l'échelle de la famille entière : toutes ces évolutions vont dans le sens des recommandations nutritionnelles.

La famille des <u>Barres céréalières aux fruits</u> présente une diminution significative de la teneur moyenne en matières grasses (7,2 *vs.* 6,3 g/100g) et en AGS (3,6 *vs.* 1,7 g/100g) entre 2010 et 2016. Ces évolutions sont portées par tous les segments étudiés et en particulier par celui des marques de distributeurs (seul segment testé) pour lequel les diminutions observées sont significatives (-0,6 g/100g pour les matières grasses et -1,9 g/100g pour les AGS).
Les évolutions de la teneur moyenne en matières grasses et en AGS, visibles à l'échelle de la famille entière, peuvent en partie s'expliquer par :

- **une modification de l'offre** se traduisant, d'une part, par le retrait ou l'absence de collecte en 2016 de produits présentant des teneurs en matières grasses et en AGS significativement plus élevées (respectivement +0,9 et +1,9 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2016) et d'autre part, par l'apparition, dans l'échantillon 2016, de produits nouvellement captés présentant des teneurs en matières grasses et en AGS significativement plus faibles (-1,4 et -2,2 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2010) ;
- **des reformulations** allant dans le sens d'une diminution des teneurs en matières grasses et en AGS (au sein des produits appariés, les teneurs moyennes en matières grasses et en AGS ont significativement diminué de, respectivement, 0,4 et 1,2 g/100g entre 2010 et 2016).

Les évolutions des teneurs en AGS sont liées à celles observées pour les matières grasses mais peuvent également s'expliquer en partie par **une mise en œuvre moins fréquente d'huile de palme**. En effet, parmi les références pour lesquelles on dispose d'une liste d'ingrédients et d'une teneur en AGS renseignée (soit toutes les références étudiées, à l'exception d'un produit de 2010), l'analyse des matières grasses mentionnées dans les listes des ingrédients montre que 58% des barres céréalières aux fruits collectées en 2010 présentent de l'huile de palme *vs*. 41% en 2016. A noter également, qu'avec l'entrée en vigueur du règlement INCO[8], la nature des huiles mises en œuvre est systématiquement indiquée dans la liste d'ingrédients, ce qui n'était pas le cas en 2010 pour 30% des barres céréalières aux fruits collectées par l'Oqali.
Pour cette même famille, **on observe une diminution significative de la teneur moyenne en sel à l'échelle de la famille entière (0,63 *vs.* 0,45 g/100g).** Cette évolution peut en partie s'expliquer par :

- **une modification de l'offre** se traduisant, d'une part, par le retrait ou l'absence de collecte en 2016 de produits présentant des teneurs en sel significativement plus élevées (+0,15 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2016) et d'autre part, par l'apparition, dans l'échantillon 2016, de produits nouvellement captés présentant des teneurs en sel significativement plus faibles (-0,23 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2010) ;

[8] 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.

- **des reformulations** allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sel (au sein des produits appariés, la teneur moyenne en sel a significativement diminué de 0,12 g/100g entre 2010 et 2016).

La famille des <u>Barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat</u> présente une diminution significative de la teneur moyenne en AGS (7,6 *vs*. 6,7 g/100g) entre 2010 et 2016. Cette évolution peut en partie s'expliquer par **une mise en œuvre moins fréquente d'huile de palme**. En effet, l'analyse des matières grasses mentionnées dans les listes des ingrédients disponibles (soit pour toutes les références étudiées) montre que 60% des barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat collectées en 2010 présentent de l'huile de palme *vs*. 41% en 2016. A noter également, qu'avec l'entrée en vigueur du règlement INCO[9], la nature des huiles mises en œuvre est systématiquement indiquée dans la liste d'ingrédients, ce qui n'était pas le cas en 2010 pour 30% des barres céréalières aux fruits à coque et au chocolat collectées par l'Oqali.
Pour cette même famille, **on observe une diminution significative de la teneur moyenne en sel à l'échelle de la famille entière (0,52 *vs*. 0,35 g/100g).** Cette évolution peut en partie s'expliquer par **une modification de l'offre** se traduisant par l'apparition, dans l'échantillon 2016, de produits nouvellement collectés présentant des teneurs en sel significativement plus faibles (-0,19 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2010).
Toutefois, ces résultats sont à considérer avec précaution car, en 2010, 69% des produits de cette famille renseignaient une teneur en AGS et/ou sel alors que ces informations sont étiquetées pour la totalité des produits collectés en 2016.

La famille des <u>Barres céréalières aux fruits et au chocolat</u> présente une diminution significative de la teneur moyenne en sucres (35,4 *vs*. 29,5 g/100g) et en sel (0,57 *vs*. 0,40 g/100g) entre 2010 et 2016. Ces évolutions peuvent en partie s'expliquer par **une modification de l'offre** se traduisant notamment par le retrait ou l'absence de collecte en 2016 de produits présentant des teneurs en sucres et en sel significativement plus élevées (respectivement +7,0 et +0,18 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2016).
Toutefois, ces résultats sont à considérer avec précaution car, en 2010, 74% des produits de cette famille renseignaient une teneur en sucres et/ou sel alors que ces informations sont étiquetées pour la totalité des produits collectés en 2016.

La famille des <u>Barres céréalières avec pépites, nappage ou fourrage au chocolat</u> présente une augmentation significative de la teneur moyenne en fibres (4,2 *vs*. 5,3 g/100g) entre 2010 et 2016. L'intégration des parts de marché dans l'analyse amplifie cette augmentation qui reste significative entre les deux années d'étude (3,9 *vs*. 6,2 g/100g).
A noter également que, pour cette même famille, les produits retirés ou non captés en 2016 présentent des teneurs en sel significativement plus élevées (+0,13 g/100g en moyenne par rapport à l'offre 2016) : cela n'a toutefois pas d'impact significatif à l'échelle de la famille entière.

[9] 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.

Enfin, lorsque l'on intègre les parts de marché aux analyses, la majorité des évolutions observées vont dans le même sens mais sont de moins grande ampleur que les évolutions significatives observées sur les données sans pondération.

L'ensemble des résultats de l'étude figure dans le rapport détaillé *Etude d'évolution du secteur des barres céréalières – Oqali – Données 2010 et 2016 – Edition 2017.*