



HAL
open science

Etude du secteur des Confiseries – Oqali – Données 2017

Marine Landreau, Olivier Allais, Odeline Molle, Ghislaine Narayanane, Louis Georges Soler, Morgane Champion, Jade Dulieu, Solène Malfatto, Lara Martinovic, Goran Nikolic, et al.

► **To cite this version:**

Marine Landreau, Olivier Allais, Odeline Molle, Ghislaine Narayanane, Louis Georges Soler, et al.. Etude du secteur des Confiseries – Oqali – Données 2017. [0] INRAE ALISS - Oqali. 2020. hal-02999155

HAL Id: hal-02999155

<https://hal.inrae.fr/hal-02999155v1>

Submitted on 10 Nov 2020

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.



ÉTUDE DU SECTEUR DES CONFISERIES

Données 2017



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

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

EDITION 2020

Présentation des intervenants

Coordination de l'étude

Marine LANDREAU – INRAE

Coordination scientifique

Olivier ALLAIS – INRAE

Odeline MOLLE - INRAE

Ghislaine NARAYANANE – INRAE

Louis-Georges SOLER – INRAE

Contribution scientifique

Morgane CHAMPION – INRAE

Jade DULIEU – INRAE

Solène Malfatto – INRAE

Lara MARTINOVIC – INRAE

Goran NIKOLIC – INRAE

Louis TROCELLIER – INRAE

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage de l'Oqali le 17/09/2020.

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION.....	14
1.1 Contexte de l'analyse du secteur.....	14
1.2 Sources des données.....	14
1.3 Nomenclature.....	16
1.4 Segmentation du secteur.....	20
1.5 Couverture du marché.....	22
2. ÉTUDE DE L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS	23
2.1 Suivi des paramètres d'étiquetage.....	23
2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	24
2.3 Allégations nutritionnelles et de santé.....	27
2.3.1 Allégations nutritionnelles.....	27
2.3.1.1 Produits avec allégations nutritionnelles.....	27
2.3.1.2 Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles.....	29
2.3.2 Allégations de santé.....	30
2.4 Portions.....	33
2.4.1 Présence de portions indiquées.....	33
2.4.2 Taille des portions indiquées.....	35
2.4.3 Valeurs nutritionnelles par portion.....	37
2.5 Repères nutritionnels.....	40
2.5.1 Présence de repères nutritionnels.....	40
3. ANALYSE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE.....	42
3.1 Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits.....	42
3.2 Teneurs en nutriments.....	42
3.2.1 Résultats pour le secteur.....	42
3.2.2 Résultats par famille.....	43
3.3 Comparaison inter et intra familles de produits.....	43
3.4 Comparaison des teneurs moyennes en nutriments avec/sans pondération par les parts de marché.....	57
3.5 Combinaisons de nutriments.....	59
3.6 Comparaison de la composition nutritionnelle selon les segments de marché.....	69
4. CONCLUSIONS.....	74
4.1 Etude de l'étiquetage.....	74
4.2 Etude de la composition nutritionnelle.....	76
4.3 Perspectives.....	78

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Répartition des sources de données (en nombre de références) au sein du secteur	15
Figure 2 : Répartition des sources selon les segments de marché en 2017 (en %)	15
Figure 3 : Répartition des références par famille en % pour 2017	19
Figure 4 : Répartition des références par segment de marché détaillé en 2017 (en % et en nombre de références)	20
Figure 5 : Répartition des segments de marché par famille de produits (en %)	21
Figure 6 : Segmentation du marché (Kantar - Panel Worldpanel) et de l'échantillon (Oqali)	22
Figure 7 : Paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Confiseries (en %).....	23
Figure 8 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel sur l'ensemble du secteur (en % et en nombre de références)	25
Figure 9 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par segment de marché (en %)	25
Figure 10 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par famille (en %)	26
Figure 11 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par segment de marché (en %)	28
Figure 12 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par famille (en %).....	29
Figure 13 : Répartition des produits avec allégations de santé par segment de marché (en %) ..	31
Figure 14 : Répartition des produits avec allégations de santé par famille (en %).....	32
Figure 15 : Répartition des produits avec portions indiquées par segment de marché (en %)	33
Figure 16 : Répartition des produits avec portions indiquées par famille (en %).....	34
Figure 17 : Distribution de la taille des portions indiquées par famille (1/2)	36
Figure 18 : Distribution de la taille des portions indiquées par famille (2/2)	36
Figure 19 : Répartition des produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par segment de marché (en %)	37
Figure 20 : Répartition des produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par famille (en %)	38
Figure 21 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par segment de marché (en %) ..	40
Figure 22 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par famille (en %)	41
Figure 23 : Distribution des valeurs énergétiques par famille	49
Figure 24 : Distribution des teneurs en matières grasses par famille	50
Figure 25 : Distribution des teneurs en acides gras saturés par famille	51
Figure 26 : Distribution des teneurs en glucides par famille.....	52
Figure 27 : Distribution des teneurs en sucres par famille	53
Figure 28 : Distribution des teneurs en protéines par famille.....	54
Figure 29 : Distribution des teneurs en sel par famille	55

Figure 30 : Distribution des teneurs en fibres par famille.....	56
Figure 31 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Bonbons de sucre cuit	60
Figure 32 : Combinaison matières grasses/acides gras saturés pour les Bonbons de type sucre cuit sans sucres.....	61
Figure 33 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Bonbons gélifiés	62
Figure 34 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Caramels	63
Figure 35 : Combinaison matières grasses/acides gras saturés pour les Chewing-gums sans sucres	64
Figure 36 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Guimauves	65
Figure 37 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Nougats et pralines	66
Figure 38 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Pâtes à mâcher	67
Figure 39 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Réglisses	68
Figure 40 : Schéma d'une boîte à moustaches.....	83
Figure 41 : Positionnement des familles de Confiseries au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD	85
Figure 42 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Assortiments de confiseries	95
Figure 43 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Bonbons dextrose.....	95
Figure 44 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Bonbons dragéifiés	96
Figure 45 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Calissons.....	96
Figure 46 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Caramels au chocolat.....	97
Figure 47 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Chewing-gums.....	97
Figure 48 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Fruits confits et pâtes de fruits.....	98
Figure 49 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Guimauves au chocolat	98
Figure 50 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Pastilles	99
Figure 51 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Pastilles sans sucres	99
Figure 52 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Réglisses sans sucres	100
Figure 53 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Autres confiseries	100
Figure 54 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Autres confiseries sans sucres	101

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Description des familles de produits	16
Tableau 2 : Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles pour le secteur (en nombre d'apparition et en %).	30
Tableau 3 : Statistiques descriptives des tailles de portions indiquées par famille	35
Tableau 4 : Teneurs en nutriments du groupe INCO pour le secteur des Confiseries	43
Tableau 5 : Différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché, par famille	58
Tableau 6 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (1/3)	70
Tableau 7 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (2/3)	71
Tableau 8 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (3/3)	72
Tableau 9 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur	86
Tableau 10 : Statistiques descriptives des valeurs énergétiques par famille de produits	87
Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille de produits .	88
Tableau 12 : Statistiques descriptives des teneurs en AGS par famille de produits	89
Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en glucides par famille de produits	90
Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille de produits	91
Tableau 15 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille de produits	92
Tableau 16 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille de produits	93
Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille de produits.....	94

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1: Lexique.....	79
Annexe 2 : Aide à la lecture d'une boxplot ou « boîte à moustaches »	83
Annexe 3 : Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits - Analyse factorielle discriminante (AFD)	84
Annexe 4 : Statistiques descriptives des teneurs en nutriments du groupe INCO et des fibres, par famille de produits.....	87
Annexe 5 : Combinaison de nutriments.....	95

LISTE DES SIGLES

AFD : analyse factorielle discriminante
AGS : acides gras saturés
CE : Commission Européenne
CEE : Communauté Economique Européenne
CV : coefficient de variation
DS bio : distributeurs spécialisés biologiques
HD : hard discount
MDDeg : marques de distributeurs entrée de gamme
MDD : marques de distributeurs
MN : marques nationales
n : effectif
PDM : parts de marché
UE : Union Européenne
VN : valeurs nutritionnelles

SYNTHÈSE

L'étude du secteur des Confiseries porte sur 1255 références, collectées en 2017 et couvrant¹ au moins 78% du marché, en volumes de ventes.

Ces références se répartissent en **22 familles de produits**, listées dans le Tableau A ci-dessous.

Tableau A : Familles du secteur des Confiseries

Familles	Nombre de références en 2017	Répartition des références collectées en pourcentage
Assortiments de confiseries	53	4%
Bonbons de sucre cuit	175	14%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	6%
Bonbons dextrose	20	2%
Bonbons dragéifiés	14	1%
Bonbons gélifiés	349	28%
Calissons	10	1%
Caramels	30	2%
Caramels au chocolat	17	1%
Chewing-gums	28	2%
Chewing-gums sans sucres	126	10%
Fruits confits et pâtes de fruits	34	3%
Guimauves	32	3%
Guimauves au chocolat	23	2%
Nougats et pralines	27	2%
Pastilles	26	2%
Pastilles sans sucres	16	1%
Pâtes à mâcher	109	9%
Réglisses	25	2%
Réglisses sans sucres	10	1%
Autres confiseries	47	4%
Autres confiseries sans sucres	14	1%
Total général	1255	100%

Parmi les produits collectés en 2017, le segment des marques nationales est majoritaire en nombre de références (n=753 ; 60%), suivi par les marques de distributeurs (n=317 ; 25%), le hard discount (n=134 ; 11%), les marques de distributeurs entrée de gamme (n=28 ; 2%) et les distributeurs spécialisés biologiques (n=23 ; 2%) (Figure A).

¹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel

A noter qu'en termes de segment de marché, l'échantillon Oqali est représentatif du marché, en volumes de ventes².

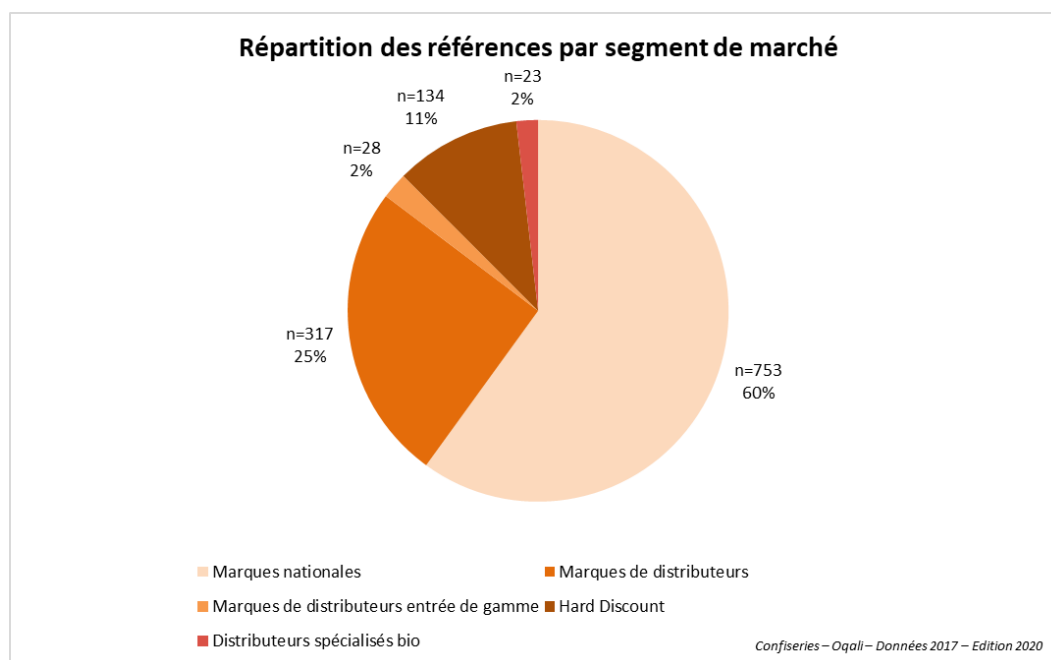


Figure A : Répartition des références par segment de marché détaillé en 2017 (en % et en nombre de références)

Etude des paramètres d'étiquetage

L'étude des paramètres d'étiquetage porte sur 1255 références des Confiseries pour lesquelles les données d'emballage ont été récoltées. Elle montre que les produits suivis sont bien renseignés pour la plupart des paramètres étudiés. En effet, **99% des produits de ce secteur présente un étiquetage nutritionnel** : 62% de type INCO et 37% de type INCO+.

A l'échelle du secteur (Figure B) :

- **261 produits (21% des produits considérés) affichent au moins une allégation nutritionnelle.** Parmi les 277 allégations relevées, 81% portent sur les sucres (« Sans sucres ») et les allégations « Sans sodium ou sans sel ajouté » et « Sans sucres ajoutés » sont les secondes plus importantes (5% dans les deux cas) ;
- **les allégations de santé sont peu présentes sur le secteur** en 2017 (83 produits concernés, soit 7%) ; les plus rencontrées portant sur les « PRODUIT SANS SUCRES ET DENTS » (produits concernés appartenant à la famille des Chewing-gums sans sucres) ;
- **45% des références indiquent des portions (n=561).** Les tailles de ces portions sont comprises entre 2 et 45 g et sont très variables d'une famille à l'autre ; ce qui peut s'expliquer par la multiplicité des formes des produits pour une même famille. En effet, au sein d'une même famille, une portion peut correspondre, selon les produits, à un bonbon (poids variable) ou à un sachet de plusieurs bonbons, consommables en une fois.
- **555 produits affichent des valeurs nutritionnelles par portion (soit 44%) ;**
- **23% des produits présentent des repères nutritionnels (n=291).**

² Comparaison des répartitions des volumes de ventes par segment de marché entre l'échantillon Oqali et le marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel en 2017.

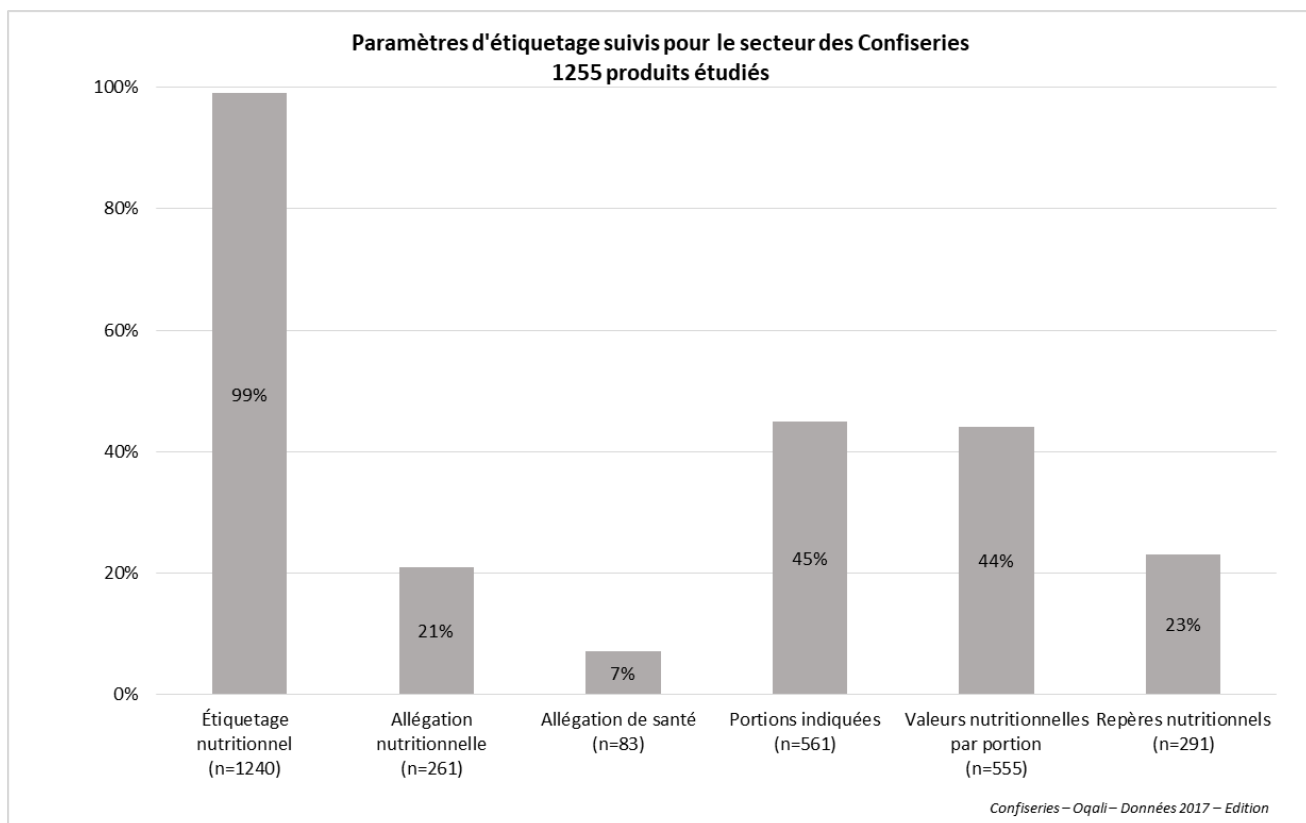


Figure B : Paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur (en %)

Au niveau des segments de marché, en proportion (Figure C) :

- les marques nationales correspondent au seul segment qui présente des produits avec des allégations de santé (11% des références à marques nationales) ;
- les marques de distributeurs présentent l'étiquetage nutritionnel le plus détaillé (65% de produits INCO+ vs. 26% pour les marques nationales, 36% pour les marques de distributeurs entrée de gamme, 35% pour le hard discount et 9% pour les distributeurs spécialisés bio). Elles affichent plus de portions (83% des références à marques de distributeurs vs. 23% pour les marques nationales, 68% pour les marques de distributeurs entrée de gamme et 80% pour le hard discount) et de valeurs nutritionnelles par portion (83% des références à marques de distributeurs vs. 22% pour les marques nationales, 68% pour les marques de distributeurs entrée de gamme et 80% pour le hard discount).
- le hard discount comprend les proportions les plus importantes de produits avec allégations nutritionnelles (37% des références issues du hard discount vs. 22% pour les marques nationales, 13% pour les marques de distributeurs et 4% pour les distributeurs spécialisés bio) et de produits avec repères nutritionnels (46% des références issues du hard discount vs. 10% pour les marques nationales, 44% pour les marques de distributeurs et 36% pour les marques de distributeurs entrée de gamme) ;

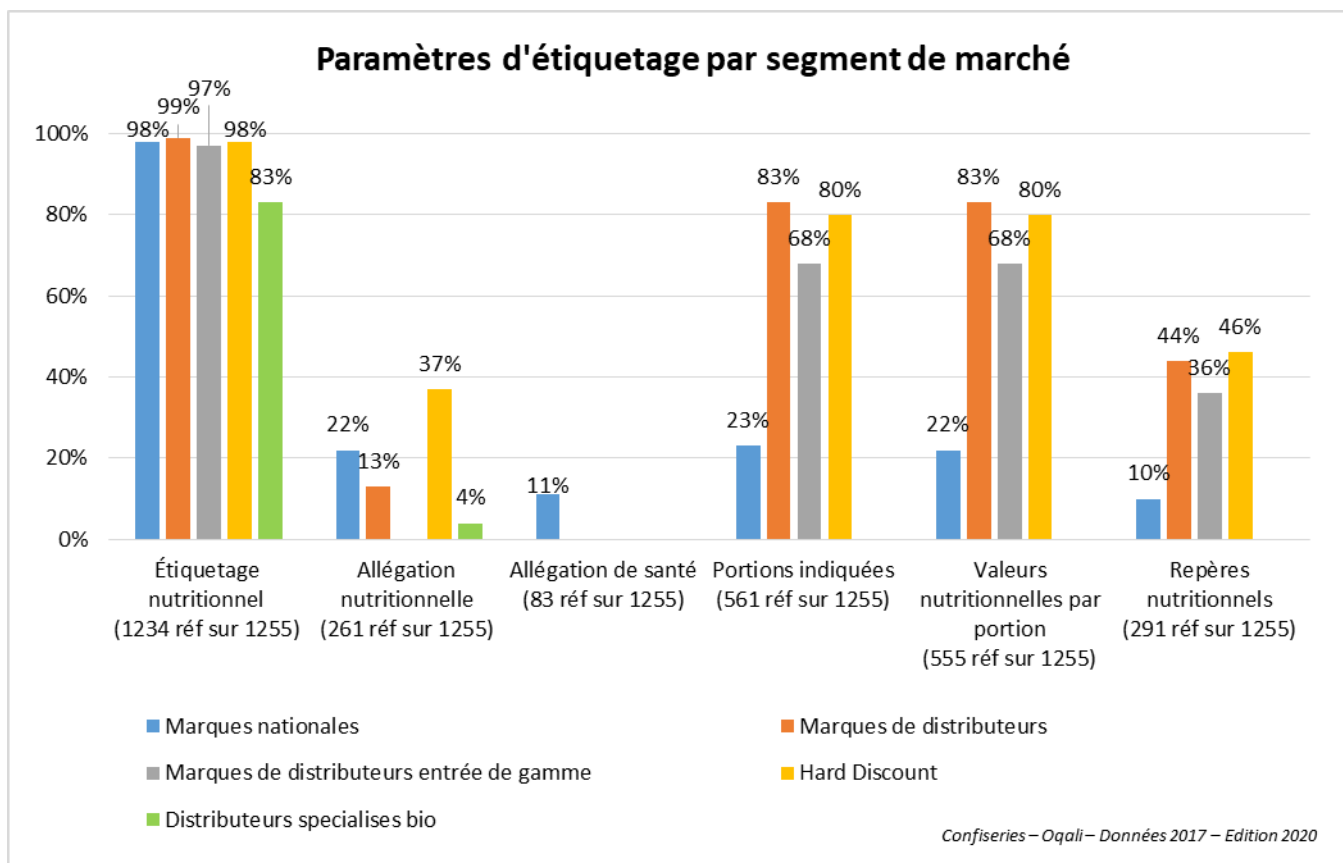


Figure C : Paramètres d'étiquetage étudiés par segment de marché (en %)

Hormis les familles des Autres confiseries, Autres confiseries sans sucres et Assortiments de confiseries qui regroupent des produits très hétérogènes, la famille des Chewing-gums sans sucres se distingue avec un étiquetage nutritionnel de type INCO+ sur 92% de ses produits et l'affichage d'allégations nutritionnelles et de santé dans respectivement 98% et 63% des cas. Les Bonbons dragéifiés indiquent le plus de portions et de valeurs nutritionnelles par portion, en proportion (respectivement 93% et 86%).

En revanche, la famille des Pâtes de fruits et fruits confits est la moins bien renseignée pour quatre des paramètres suivis :

- l'affichage d'un étiquetage nutritionnel avec 32% de ses produits de groupe INCO+ et 3% sans étiquetage nutritionnel ;
- les portions indiquées (21% de ses produits) ;
- les valeurs nutritionnelles par portion (21% de ses produits) ;
- les repères nutritionnels (9% de ses produits).

Etude de la composition nutritionnelle

L'étude de la composition nutritionnelle porte sur 1240 références présentant au moins une valeur nutritionnelle pour 100g, étiquetée sur leur emballage.

Au sein du secteur des Confiseries suivi par l'Oqali, une variabilité de composition nutritionnelle a été mise en évidence entre les familles de produits, en particulier pour les valeurs énergétiques, les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides, les sucres, les protéines, le sel et les fibres. Elles s'expliquent principalement par la diversité de produits et de recettes regroupés au sein de ce secteur.

En particulier, par rapport à l'ensemble des confiseries étudiées :

- les **valeurs énergétiques** moyennes sont plus élevées pour les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines (respectivement 452 ; 444 et 448 kcal/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des confiseries sans sucres (entre 165 et 277 kcal/100g). A noter que la valeur énergétique moyenne des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 338 kcal/100g ;
- les teneurs moyennes en **matières grasses** sont plus élevées pour les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines (respectivement 18,0 ; 16,7 et 15,9 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Guimauves (0,0 g/100g). A noter que la teneur moyenne en matières grasses des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 2,5 g/100g ;
- la teneur moyenne en **acides gras saturés** est plus élevée pour la famille des Caramels au chocolat (11,0 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celles des Bonbons de sucre cuit, des Bonbons dragéifiés et des Guimauves (0,0 g/100 g pour ces 3 familles). A noter que la teneur moyenne en acides gras saturés des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 1,3 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **glucides** sont plus élevées pour les familles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Pastilles, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres (respectivement 96,0 ; 96,6 ; 96,2 et 96,0 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Calissons (64,0 g/100g). A noter que la teneur moyenne en glucides des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 82,0 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **sucres** sont plus élevées pour les familles des Bonbons dextrose et des Pastilles (respectivement 85,6 et 93,7 g/100g) et, au contraire, plus basses pour les familles de confiseries sans sucres (entre 0,0 et 0,3 g/100g). A noter que la teneur moyenne en sucres des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 52,1 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **protéines** sont plus élevées pour les familles des Calissons et des Nougats et pralines (respectivement 8,0 et 7,5 g/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Bonbons dextrose, des Chewing-gums, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres (0,0 g/100g pour ces 5 familles). A noter que la teneur moyenne en protéines des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 2,1 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **sel** sont plus élevées pour les familles des Caramels et des Réglisses (respectivement 0,74 et 0,95 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Réglisses sans sucres (0,02 g/100g). A noter que la teneur moyenne en sel des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 0,15 g/100g ;

- les teneurs moyennes en **fibres** sont plus élevées pour les familles des Chewing-gums et des Autres confiseries (respectivement 4,0 et 4,2 g/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des Bonbons dragéifiés et des Autres confiseries sans sucres (0,0 g/100g pour ces familles). A noter que la teneur moyenne en fibres des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 1,7 g/100g.

Au sein du secteur des Confiseries, il existe également une grande variabilité intra-famille. Plus particulièrement, les Assortiments de confiseries et les Autres confiseries se caractérisent par une variabilité intra-famille importante pour les valeurs énergétiques, les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides, les sucres, les protéines, les fibres et le sel, comme attendu, du fait de la grande diversité de recettes regroupées au sein de ces familles.

Certaines familles regroupant des produits a priori homogènes, telles que les Caramels, les Nougats et pralines et les Réglisses, présentent également une variabilité intra-famille non négligeable pour certains nutriments comme les sucres, les protéines ou le sel. Ces variabilités peuvent être dues à la fois aux différentes recettes de base présentes dans les familles (nougats aromatisés, réglisses enrobés, etc...) mais également aux variantes autour d'une même recette de base (mise en œuvre d'ingrédients et de proportions d'ingrédients différentes). A l'inverse, la variabilité intra-famille des familles de Calissons et de Pastilles est plus faible.

A noter que les variabilités intra-famille sont dépendantes des nutriments étudiés. Par exemple, la famille des Caramels au chocolat présente une variabilité intra-famille faible pour les sucres mais importante pour les acides gras saturés.

Les variabilités nutritionnelles entre les familles et au sein des familles peuvent s'expliquer par la grande diversité des recettes mises en œuvre dans le secteur des confiseries. En effet, il existe des recettes de base (par exemple les bonbons gélifiés, les caramels, les guimauves, etc...) qui peuvent être enrichies de tout type d'ingrédients alimentaires simples ou composés (par exemple de chocolat, de crèmes, de café, de caramel, de fruits, de sucre acidulé, etc...). Ces différents composants du produit fini, pouvant être présents dans des proportions variables, ont une incidence sur la composition nutritionnelle des produits.

Ce rapport correspond à un état des lieux du secteur des Confiseries, en 2017. Depuis cette année-là, les professionnels du secteur ont indiqué avoir développé de nouvelles gammes de produits : ces évolutions seront étudiées lors d'un prochain rapport d'évolution de ce secteur.

1. INTRODUCTION

Ce rapport a pour objectif de présenter le secteur des Confiseries du point de vue de l'étiquetage et de la qualité de la composition nutritionnelle, en donnant une image représentative de l'offre disponible sur marché français en 2017.

1.1 Contexte de l'analyse du secteur

Des entreprises, fabriquant de Confiseries et adhérentes à l'Alliance 7, ont coopéré avec l'Oqali en 2017 pour effectuer un suivi de ce secteur.

La présente étude porte ainsi sur les confiseries et leurs déclinaisons sous différentes formes, textures et goûts (bonbons gélifiés aromatisés aux fruits, caramels, guimauves au chocolat, chewing-gums, etc..). En revanche, les bouchées chocolatées n'ont pas été prises en compte.

Cette étude porte sur 1 255 références collectées pour l'année 2017. Elle sera prise comme référence pour le suivi du secteur au cours du temps.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille et par segment de marché. Les produits de marques nationales, de marques de distributeurs, de hard discount et de distributeurs spécialisés biologiques (définis comme les produits à marque d'enseigne de la distribution spécialisée biologique) ont été pris en compte. Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premiers prix) seront également distingués (cf. Lexique en Annexe 1).

1.2 Sources des données

En 2017, l'Oqali a collecté les données du secteur via différentes sources : les données provenant des photos prises en magasin, des autres sources³ et des données emballages industriels sont en quantité quasiment similaire (Figure 1).

³ Achats de produits ou apports volontaires d'emballages

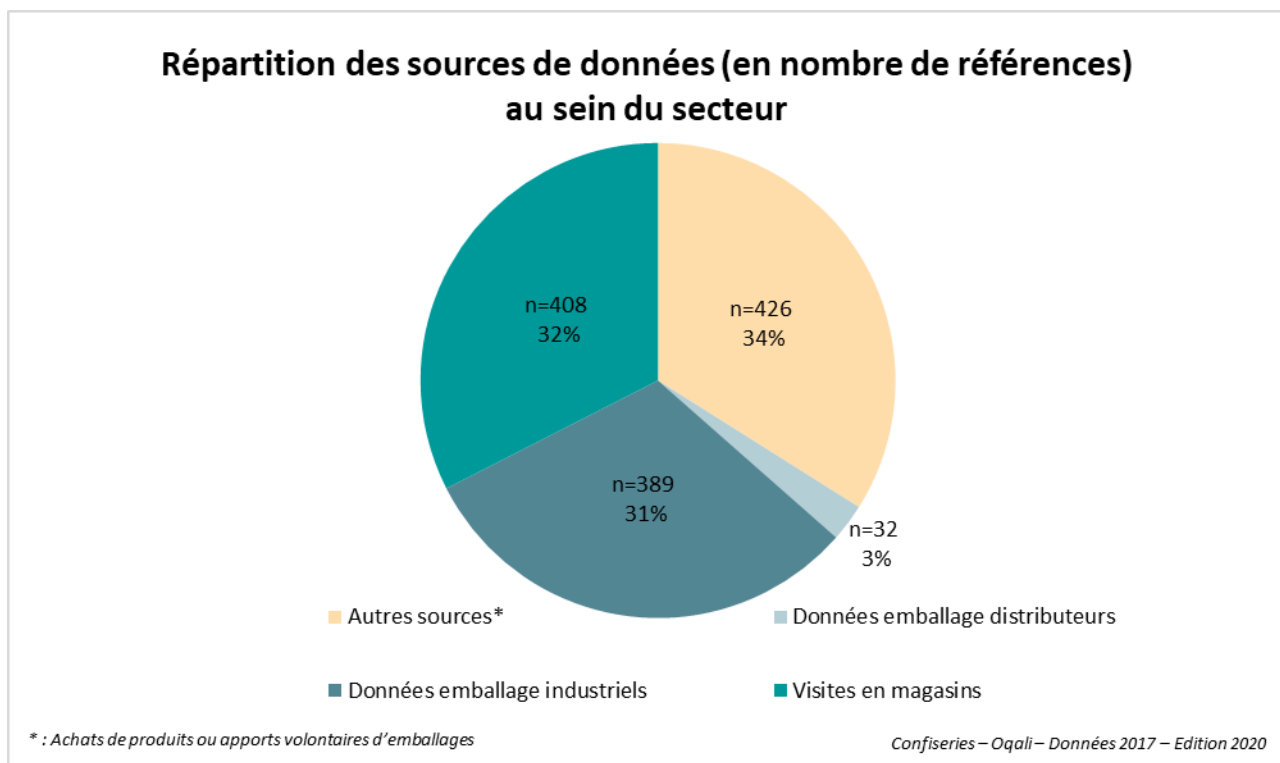


Figure 1 : Répartition des sources de données (en nombre de références) au sein du secteur

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

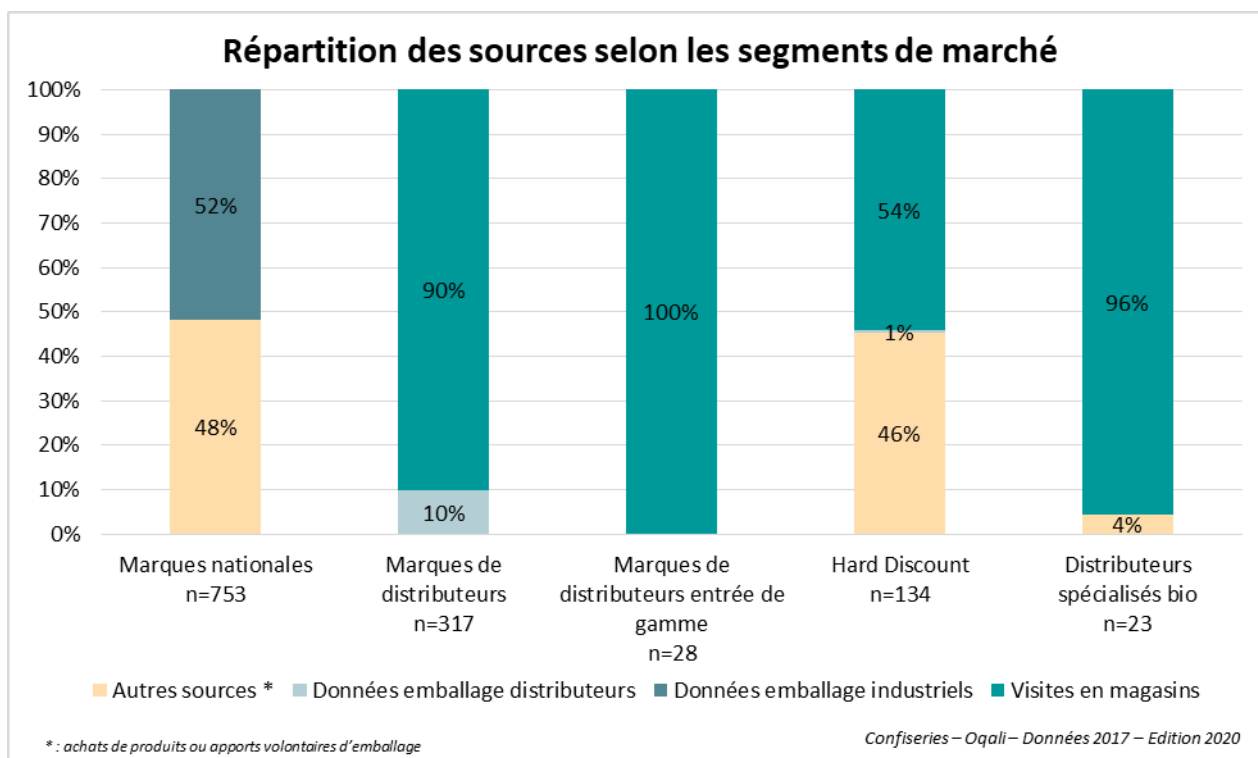


Figure 2 : Répartition des sources selon les segments de marché en 2017 (en %)

Les sources de données varient en fonction du segment marché :

- pour les marques nationales : 52% des données proviennent des envois industriels et 48% d'autres sources ;
- pour les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et les distributeurs spécialisés bio : la majorité des informations provient de photos prises en magasins (respectivement 90% ; 100% et 96%) ;
- pour le hard discount : 54% des informations sont issues de photos prises en magasins et 46% d'autres sources.

1.3 Nomenclature

La classification des Confiseries a été définie en concertation avec les professionnels du secteur (Tableau 1). Ce secteur comportant une diversité de recettes très importante, certaines familles correspondent à des recettes phares, comme par exemple les calissons, les caramels, les guimauves, etc., alors que d'autres regroupent différentes recettes présentant une base commune (bonbons gélifiés, bonbons dextrose par exemple) ou des propriétés nutritionnelles proches. A noter que les produits sont classés au sein des familles par recette, sans distinction sur le format (mini, individuel ou à partager).

Tableau 1 : Description des familles de produits

Familles	Définitions	Exemples
Assortiments de confiseries	Assortiments comportant des confiseries de familles différentes et des valeurs nutritionnelles moyennes. Les assortiments de confiseries de même famille (avec des goûts/saveurs différentes) sont classés dans la famille du produit.	Assortiment de gélifiés et réglisses, assortiment de caramel et caramel au chocolat
Bonbons de sucre cuit	Bonbons constitués de sucre et ne contenant pas de gélifiant (gélatine, pectines, carraghénanes, amidons (modifiés ou non pas), gomme arabique ou d'acacia, agar agar, alginates, gomme gellane, farine) dans la liste des ingrédients. Ces produits peuvent être acidulés et/ou aromatisés et/ou fourrés. Les caramels, réglisses, guimauves, chewing-gums ne sont pas inclus dans cette famille. ATTENTION ces produits peuvent contenir des carraghénanes en tant que stabilisant.	Bonbons acidulés, bonbons goût caramel, bonbons goût réglisse, Bêtises de cambrai, sucettes goûts fruits et cola
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	Bonbons constitués d'édulcorant et ne contenant pas de gélifiant (gélatine, pectines, carraghénanes, amidons (modifiés ou non pas), gomme arabique ou d'acacia, agar agar, alginates, gomme gellane, farine) dans la liste des ingrédients. Ces produits peuvent être acidulés et/ou aromatisés et/ou fourrés. Les pastilles sans sucres, réglisses sans sucres et chewing-gums sans sucres ne sont pas inclus dans cette famille.	Bonbons sans sucres, Bonbons parfums orange et citron sans sucres
Bonbons dextrose	Bonbons constitués de sucre et de dextrose, de texture dure. Contient le mot "dextrose" dans la liste des ingrédients. Ces bonbons ne peuvent ni être dragéifiés ni gélifiés. Les caramels, réglisses, guimauves, chewing-gums ne sont pas inclus dans cette famille.	Montre et collier, sifflets, sucettes messages

Familles	Définitions	Exemples
Bonbons dragéifiés	Bonbons dont le nom commercial ou la dénomination de vente contient le mot "dragéifié" mais pas les mots "à mâcher" ou "tendre". Les caramels, réglisses, guimauves, chewing-gums, dragées ne sont pas inclus dans cette famille.	
Bonbons gélifiés	Bonbons constitués de sucre et d'au moins un gélifiant de la liste suivante : gélatine, pectines, carraghénanes, amidons (modifiés ou non), gomme arabique ou d'acacia, agar agar, alginates, gomme gellane, farine. Ces produits peuvent être acidulés et/ou aromatisés et/ou fourrés. Les caramels, réglisses, guimauves, chewing-gums ne sont pas inclus dans cette famille.	Oursons, crocodiles, oeufs au plat, bouteilles cola, anneaux goût pêche, bandeaux et lacets fraise
Calissons	Confiseries faites d'une fine pâte de melon confit (ou d'autres fruits confits) et d'amandes broyées ensemble, nappées de glace royale et posées sur un fond de pain azyme. Contient le mot "calisson" dans le nom commercial et/ou la dénomination de vente.	Calisson d'Aix en Provence
Caramels	Caramels de texture dure ou tendre, qui peuvent être aromatisés et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "caramel" ou "toffee". Tous les bonbons de type carambar sont exclus de cette famille.	Caramels durs à la crème de Normandie, caramel tendre au beurre et à la fleur de sel de Guérande, bonbon tendre au caramel arôme vanille
Caramels au chocolat	Caramels de texture dure ou tendre qui sont fourrés et/ou enrobés de chocolat et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "caramel" ou "toffee" et "chocolat". Tous les bonbons de type carambar sont exclus de cette famille.	Caramels enrobés de chocolat noir
Chewing-gums	Chewing-gums dont la dénomination de vente contient les mots "Chewing-gums" ou "Bubble gum" ou "boule de gomme" ou "gomme à mâcher". Ils peuvent être dragéifiés, fourrés, colorés, aromatisés, acidulés. Les bonbons fourrés aux chewing-gums sont exclus de cette famille.	Chewing-gums chlorophylle
Chewing-gums sans sucres	Chewing-gums sans sucres et avec édulcorants, dont la dénomination de vente contient les mots "Chewing-gums" ou "Bubble gum" ou "boule de gomme" ou "gomme à mâcher". Ils peuvent être dragéifiés, fourrés, colorés, aromatisés, acidulés. Les bonbons fourrés aux chewing-gums sans sucres sont exclus de cette famille.	Chewing-gums menthe verte sans sucres
Fruits confits et pâtes de fruits	Confiseries à base de fruits dont le nom commercial du produit et/ou la dénomination de vente contient les mots "Fruit confit" ou "Pâtes de fruits". Les fruits cuits dans un sirop de sucres (saccharose, sirop de glucose, sirop de glucose-fructose,...) auquel du miel ou plus généralement du glucose peut être ajouté, pour empêcher la cristallisation, sont inclus dans cette famille.	Fruits confits, pâtes de fruits

Familles	Définitions	Exemples
Guimauves	Guimauves sans chocolat et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "Guimauve" ou "Marshmallow". Ces produits peuvent être acidulés et/ou aromatisés.	Marshmallow, guimauves à la vanille
Guimauves au chocolat	Guimauves avec chocolat et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "Guimauve" ou "Marshmallow". Ces produits peuvent être acidulés et/ou aromatisés et/ou enrobés.	Oursons guimauves au chocolat
Nougats et pralines	Confiseries dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "nougat" ou "praline".	Nougat, pralines
Pastilles	Pastilles aromatisées ou non et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient le mot "pastille"	Pastilles goût menthe, pastilles de Vichy
Pastilles sans sucres	Pastilles sans sucres et avec édulcorants, aromatisées ou non et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient le mot "pastille"	Pastilles sans sucres goût menthe
Pâtes à mâcher	Bonbons dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "tendre" ou "à mâcher". Ces produits peuvent être dragéifiés et/ou acidulés et/ou aromatisés et/ou fourrés. Tous les bonbons de type carambar sont inclus dans cette famille. Les caramels, réglisses, guimauves, chewing-gums, nougats et pralines ne sont pas inclus dans cette famille.	Bonbons tendres saveurs framboise
Réglisses	Réglisses dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient le mot "réglisse". Ces produits peuvent être aromatisés et/ou fourrés et/ou enrobés. Les bonbons goût réglisse ne sont pas inclus dans cette famille.	Rouleaux, assortiment réglisses
Réglisses sans sucres	Réglisses sans sucres et avec édulcorants dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient le mot "réglisse". Ces produits peuvent être aromatisés et/ou fourrés et/ou enrobés. Les bonbons goût réglisse sans sucres ne sont pas inclus dans cette famille	Réglisses bonbons aux plantes sans sucres
Autres confiseries	Confiseries dont la définition ne correspond à aucune des autres familles.	Croquants de sésame au miel, boules de coco, dragées, meringues, bonbons fourrés aux chewing-gums
Autres confiseries sans sucres	Pâtes à mâcher et bonbons de type "caramel", sans sucres et avec édulcorants, de texture dure ou tendre et dont le nom commercial et/ou la dénomination de vente contient les mots "caramel" ou "toffee" et "tendre" ou "à mâcher". Ces bonbons peuvent être aromatisés et/ou fourrés et/ou enrobés. Tous les bonbons de type carambar sans sucres sont inclus dans cette famille.	Bonbons goût caramel sans sucres à l'extrait de stévia, bonbons sans sucres goût caramel, bonbons tendres saveurs framboise

La Figure 3 présente la répartition des références, collectées en 2017, par famille.

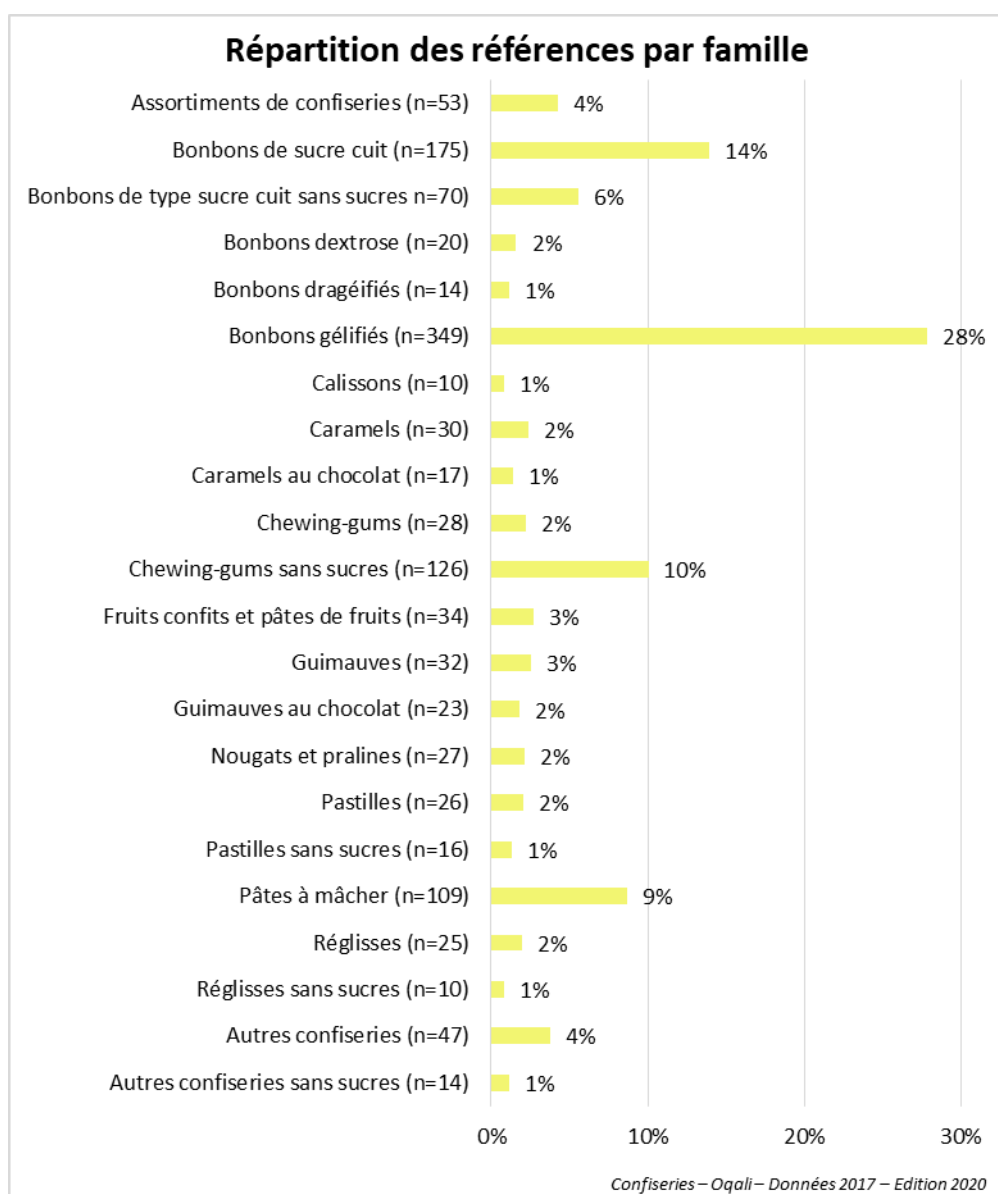


Figure 3 : Répartition des références par famille en % pour 2017

Dans l'échantillon Oqali, les familles les plus représentées, en nombre de références, sont celles des Bonbons gélifiés (349 produits, soit 28% de l'échantillon Oqali 2017), des Bonbons de sucre cuit (175 produits, soit 14% de l'échantillon Oqali 2017), les Chewing-gums sans sucres (126 produits, soit 10% de l'échantillon Oqali 2017) et les Pâtes à mâcher (109 produits, soit 9% de l'échantillon Oqali 2017).

En revanche, les familles des Bonbons dragéifiés (14 produits), des Calissons (10 produits), des Caramels au chocolat (17 produits), des Pastilles sans sucres (16 produits), des Réglisses sans sucres (10 produits) et des Autres confiseries sans sucres (14 produits) représentent, respectivement, 1% de l'échantillon Oqali 2017.

1.4 Segmentation du secteur

Le secteur est divisé en plusieurs segments de marché : marques nationales, marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme, hard discount et distributeurs spécialisés bio. Ainsi, les références se répartissent comme suit (Figure 4) :

- 60% de références à marques nationales;
- 25% des références à marques de distributeurs ;
- 2% des références à marques de distributeurs entrée de gamme ;
- 11% des références de hard discount ;
- 2% des références de distributeurs spécialisés bio.

Parmi les produits étudiés et en nombre de références, le segment des marques nationales est donc majoritaire (60%), suivi par les marques de distributeurs (25%).

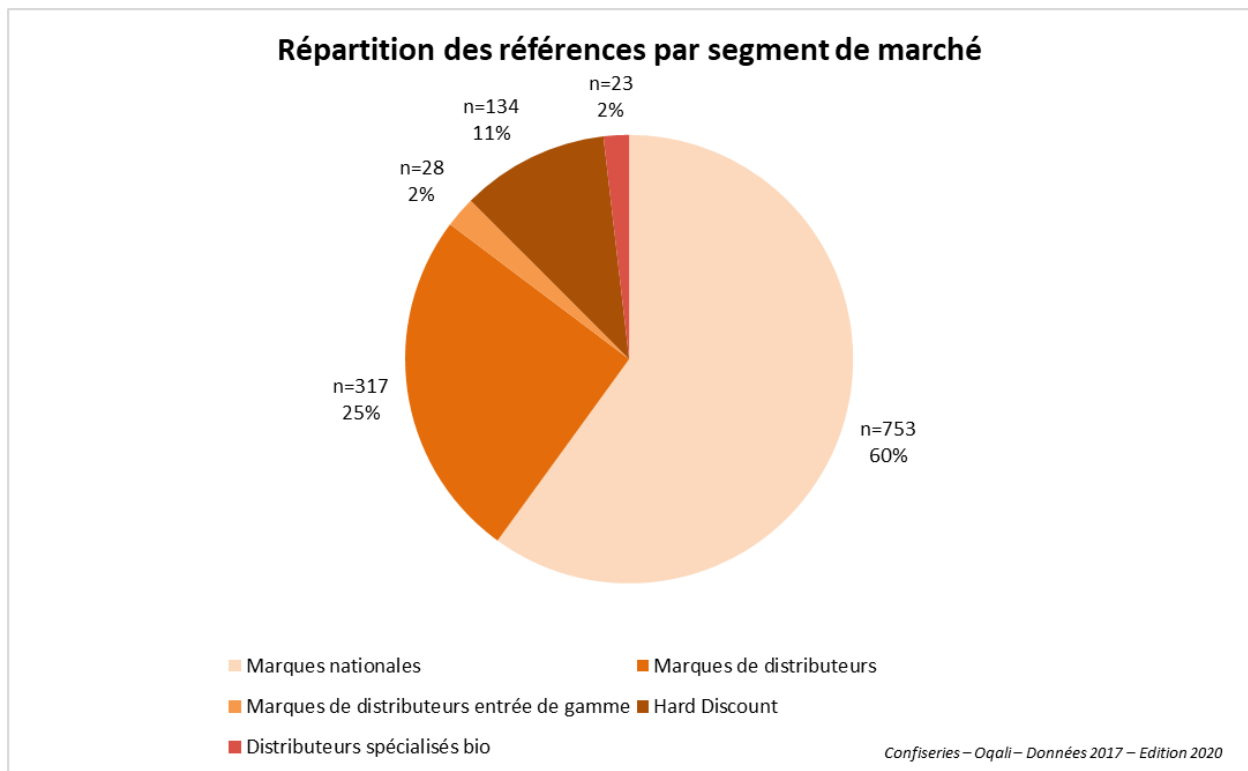


Figure 4 : Répartition des références par segment de marché détaillé en 2017 (en % et en nombre de références)

La Figure 5 présente la répartition des références par segment de marché et famille de produits.

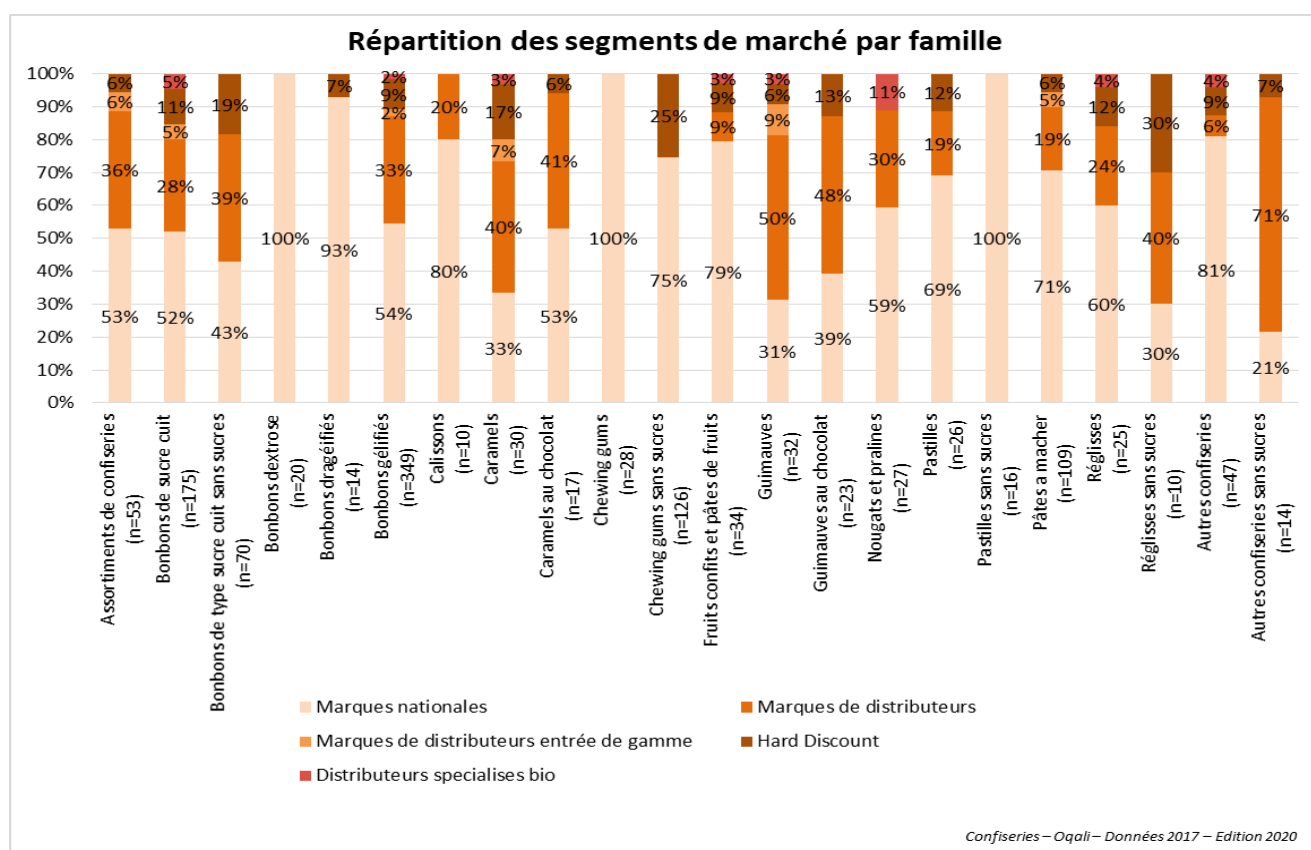


Figure 5 : Répartition des segments de marché par famille de produits (en %)

Au sein des différents segments de marché, la répartition du nombre de produits par familles étudiées est variable (Figure 5) :

- les marques nationales sont présentes sur les 22 familles étudiées. A noter que les Bonbons dextrose, les Chewing-gums et les Pastilles sans sucres comptent uniquement des produits à marques nationales et que les Bonbons dragéifiés, les Calissons, les Chewing-gums sans sucres, les Fruits confits et pâtes de fruits et les Autres confiseries ont une proportion de produits provenant des marques nationales plus importante que les autres familles (au moins 75% de leurs références vs. moins de 71% pour les autres familles) ;
- les marques de distributeurs sont présentes sur 17 familles. Les Autres confiseries ont une proportion de marques de distributeurs plus importante que les autres familles (71% des références de cette famille vs. maximum 50% pour les autres familles) ;
- les marques de distributeurs entrée de gamme proposent une offre plus réduite que les autres segments de marché (présence sur 6 familles) ;
- le hard discount est présent sur 17 familles ;
- les distributeurs spécialisés bio sont présents sur 8 familles.

1.5 Couverture⁴ du marché

En 2017, les références, prises en compte dans cette étude, couvrent⁴ au minimum 78% du marché des Confiseries, en volumes de ventes. Cette couverture⁴ est sous-estimée car :

- certains produits retrouvés sur le marché n'ont pas pu être précisément attribués à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel⁵. Ainsi, 9% des 1255 produits étudiés n'ont pas pu être associés à une part de marché (soit 107 produits) ;
- des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worldpanel⁵ n'ont pas été retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

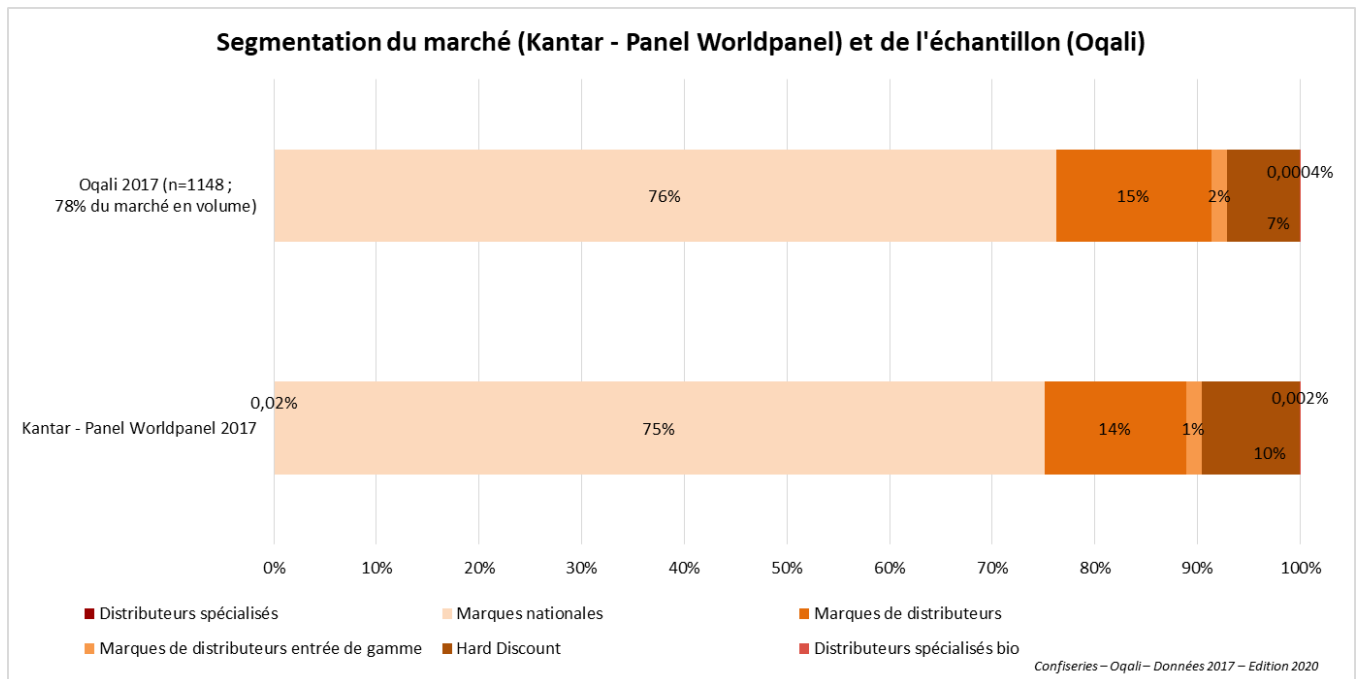


Figure 6 : Segmentation du marché (Kantar - Panel Worldpanel) et de l'échantillon (Oqali)

La répartition, en volumes de ventes, des segments de marché de l'échantillon Oqali est très proche de celle du marché (d'après Kantar - Panel Worldpanel⁵), malgré une légère sous-représentation du hard discount. Les distributeurs spécialisés sont présents uniquement chez Kantar - Panel Worldpanel⁵ (Figure 6).

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

⁵ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

2. ÉTUDE DE L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS

Dans cette partie, l'ensemble des produits collectés par l'Oqali en 2017 est pris en compte, soit 1 255 confiseries.

2.1 Suivi des paramètres d'étiquetage

Parmi les informations étiquetées, 6 paramètres ont été étudiés:

- les groupes d'étiquetage nutritionnel ;
- les allégations nutritionnelles ;
- les allégations de santé ;
- les portions indiquées ;
- les valeurs nutritionnelles par portion ;
- les repères nutritionnels.

Les définitions de ces paramètres d'étiquetage sont détaillées dans l'Annexe 1.

La Figure 7 présente les fréquences de chacun des paramètres étudiés pour les 1 255 confiseries collectées par l'Oqali.

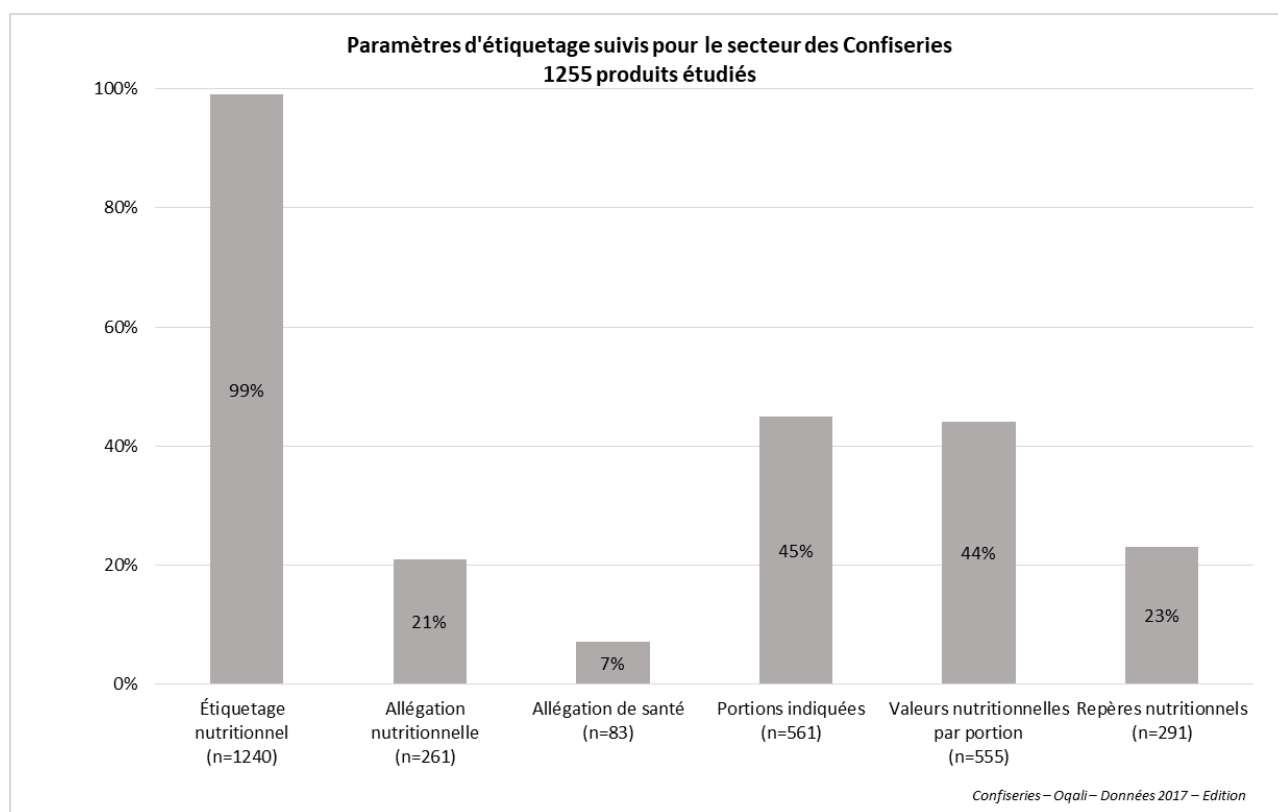


Figure 7 : Paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Confiseries (en %)

Parmi les 1255 confiseries étudiées, la quasi-totalité présente un étiquetage nutritionnel (99%).

De plus, 45% des produits indiquent une portion et 44% présentent des valeurs nutritionnelles par portion. En revanche, les repères nutritionnels et allégations nutritionnelles ont été relevés sur moins du quart des produits collectés (respectivement 23% et 21%). Enfin, les allégations de santé sont peu fréquentes sur le secteur (7%).

Ces paramètres ont été étudiés selon les segments de marché et les familles. Des tests du Khi-2 ont été réalisés afin de mettre en évidence les effets des segments de marché et des familles de produits sur les fréquences de présence de ces paramètres.

2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

Pour ce traitement, cinq types d'étiquetage ont été envisagés : groupe 0, groupe 1, groupe 1+, groupe INCO et groupe INCO+. Les définitions de ces groupes d'étiquetage sont détaillées dans le lexique de l'Annexe 1.

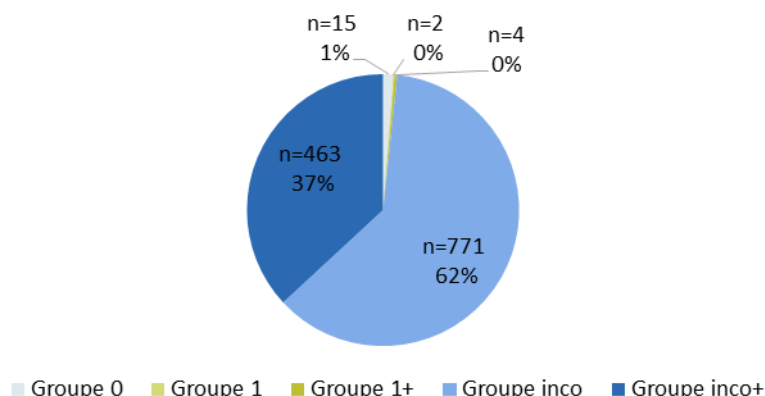
La quasi-totalité des produits (99%) présente un étiquetage nutritionnel de groupe INCO/INCO+ (dont 62% un étiquetage de groupe INCO). Les fibres sont le nutriment majoritairement ajouté dans les groupes INCO+ (étiquetées sur 59% des produits de groupe INCO+).

L'étiquetage des groupes 1/1+ est indiqué sur un très faible nombre de références (respectivement 2 et 4 produits) et 15 produits ne présentent pas d'étiquetage nutritionnel. Ces observations peuvent être mises en relation avec la date d'application du règlement (UE) n° 1169/2011⁶ (dit règlement INCO) concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. En effet, 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. De plus, il 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. (Figure 8). Par ailleurs, il existe deux cas dans lesquels, un étiquetage nutritionnel peut être exempté :

- les gommes à mâcher sauf si une allégation nutritionnelle est utilisée ;
- les denrées conditionnées dans des emballages dont la surface la plus grande est inférieure à 25 cm².

⁶ 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.

Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel sur le secteur

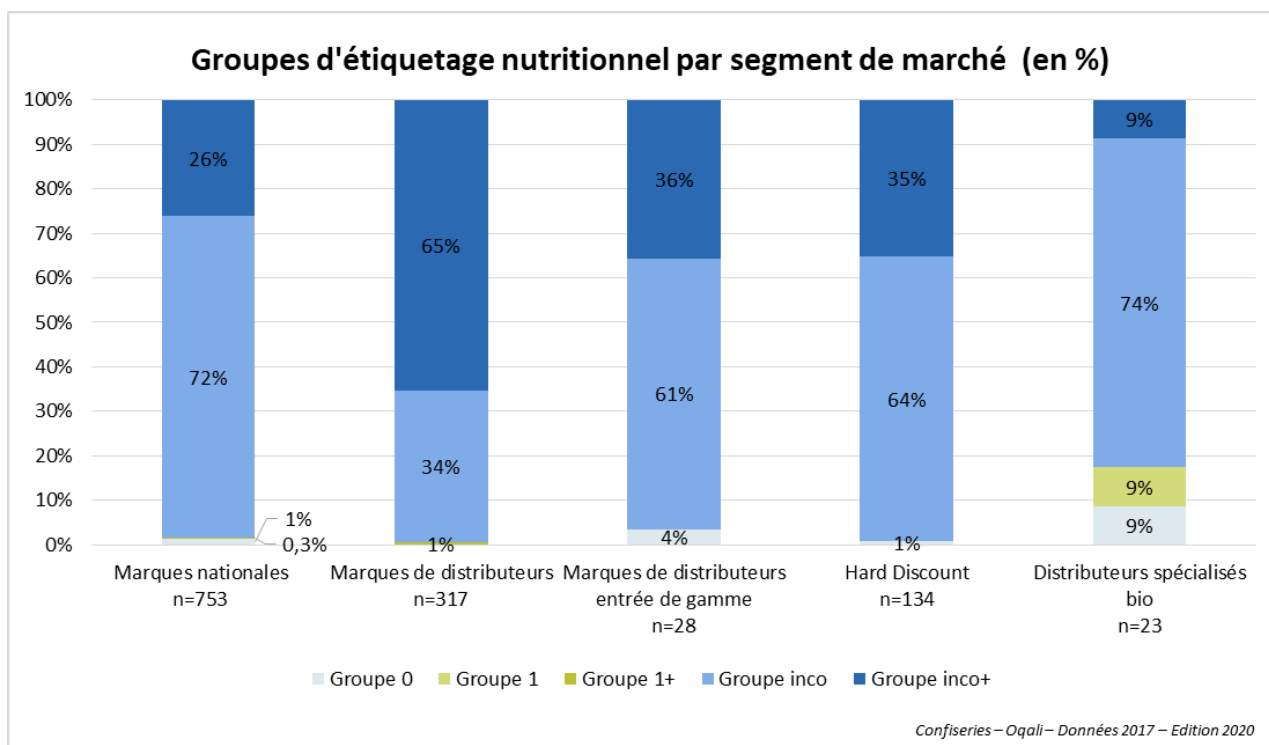


Confiseries – Oqali – Données 2017 – Edition 2020

Figure 8 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel sur l'ensemble du secteur (en % et en nombre de références)

Etiquetage nutritionnel par segment

Pour tous les segments de marché, les produits présentent majoritairement un étiquetage de type INCO/INCO+. On note, en particulier, que le groupe INCO prédomine pour tous les segments de marché, à l'exception des marques de distributeurs (72% pour les marques nationales, 61% pour les marques de distributeurs entrée de gamme, 64% pour le hard discount et 74% pour les distributeurs spécialisés bio). Les produits à marques de distributeurs sont principalement étiquetés avec un groupe INCO+ (65% des produits) (Figure 9).



Confiseries – Oqali – Données 2017 – Edition 2020

Figure 9 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur le groupe d'étiquetage nutritionnel. Ainsi, les marques nationales présentent significativement plus de produits d'étiquetage nutritionnel de type INCO et moins de type INCO+. Les marques de distributeurs présentent significativement plus de produits de groupe INCO+ et moins de groupe 0 et INCO. Les distributeurs spécialisés bio présentent significativement plus de produits non étiquetés ou de groupe 1 et moins de groupe INCO+.⁷

Etiquetage nutritionnel par famille

Parmi les 22 familles étudiées, celles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Chewing-gums sans sucres, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres présentent l'étiquetage nutritionnel le plus détaillé (respectivement 91%, 92%, 100% et 100% des références avec un étiquetage nutritionnel de groupe INCO+).

En revanche, la famille des Chewing-gums présente la proportion la plus élevée de produits sans étiquetage nutritionnel (14% des références sont de groupe 0). Les familles des Bonbons de sucre cuit, des Fruits confits et pâtes de fruits, des Nougats et pralines, des Pâtes à mâcher, des Réglisses et des Autres confiseries présentent également des produits non étiquetés (respectivement 3% ; 3% ; 4% ; 2% ; 4% et 2%). Cela peut être mis en relation avec le règlement INCO cité précédemment.

A noter également que les familles de Bonbons gélifiés, de Chewing-gums, de Fruits confits et pâtes de fruits et de Nougats et pralines présentent des produits de groupes 1/1+ (1% : 4% ; 3 et 4%) (Figure 10).

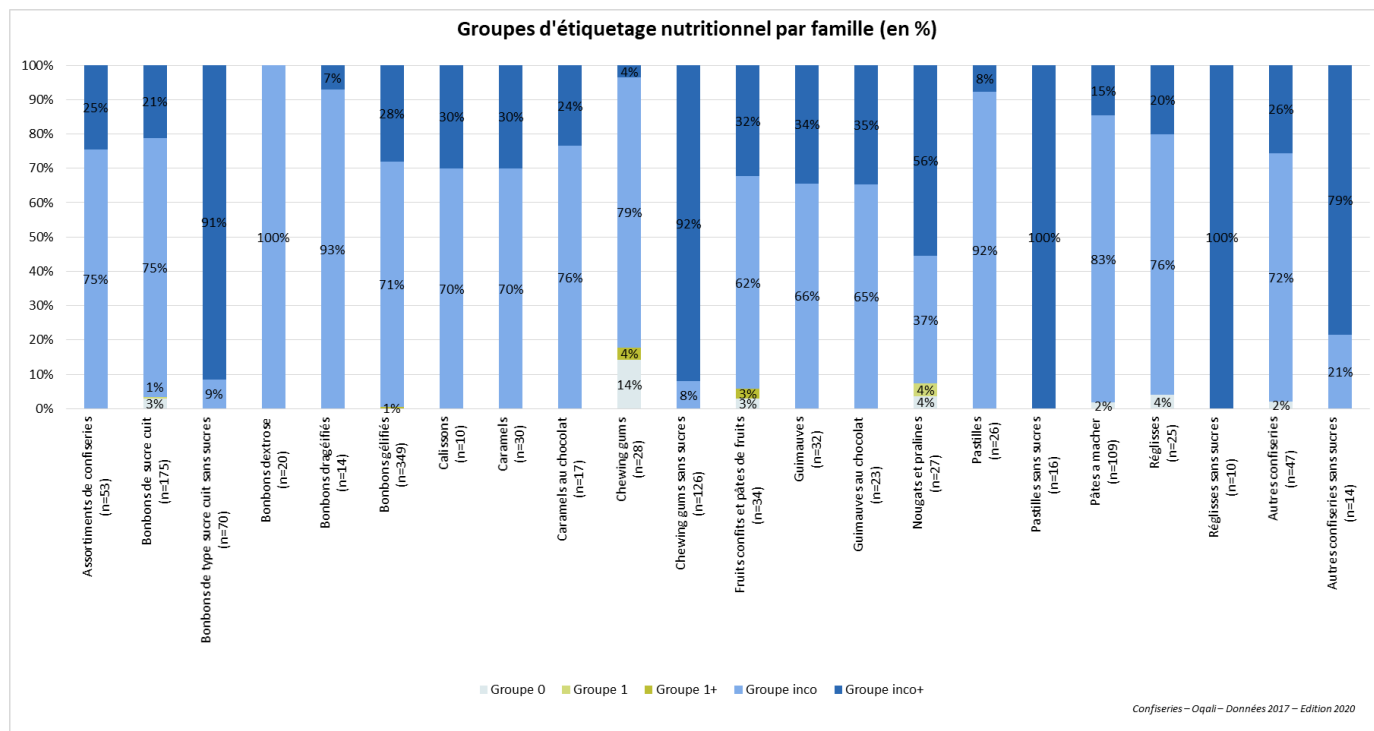


Figure 10 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par famille (en %)

⁷ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille sur le groupe d'étiquetage nutritionnel. Ainsi, les familles des Autres confiseries sans sucres, des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Chewing-gums sans sucres, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres présentent significativement plus de produits avec un étiquetage nutritionnel de type INCO+ contrairement aux familles des Bonbons de sucre cuit, des Bonbons dextrose, des Bonbons dragéifiés, des Bonbons gélifiés, des Chewing-gums, des Pastilles et des Pâtes à mâcher. Les familles des Bonbons de sucre cuit et des Chewing-gums présentent, quant à elles, significativement plus de produits non étiquetés contrairement celle des Bonbons gélifiés qui en contient significativement moins⁸.

Sur le secteur étudié, 99% des produits un étiquetage nutritionnel de type INCO/INCO+. Ainsi, 14 produits sont sans étiquetage nutritionnel en 2017.

A l'exception des marques de distributeurs, tous les segments présentent une majorité de produits avec un étiquetage nutritionnel de type INCO (72% pour les marques nationales, 61% pour les marques de distributeurs entrée de gamme, 64% pour le hard discount et 74% pour les distributeurs spécialisés bio). Les marques de distributeurs présentent 65% de produits avec un étiquetage nutritionnel de type INCO+.

Les familles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Chewing-gums sans sucres, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres sont les mieux renseignés avec 91% à 100% de produits de groupe INCO+.

2.3 Allégations nutritionnelles et de santé

2.3.1 Allégations nutritionnelles

Pour l'étude du secteur des Confiseries, les allégations nutritionnelles listées dans les annexes des règlements (CE) n°1924/2006 et (UE) n°116/2010 ont été relevées. Il s'agit à la fois des allégations correspondant au libellé exact de cette annexe et des allégations susceptibles d'avoir le même sens pour le consommateur (cf. lexique en Annexe 1).

2.3.1.1 Produits avec allégations nutritionnelles

Au niveau du secteur étudié, 261 produits sur 1255 (soit 21%) présentent au moins une allégation nutritionnelle en 2017.

Produits avec allégations nutritionnelles par segment

Sur l'échantillon Oqali 2017, 37% des produits du hard discount affichent au moins une allégation nutritionnelle contre 22% des marques nationales, 13% des marques de distributeurs et 4% des distributeurs spécialisés bio. Aucune allégation nutritionnelle n'a été relevée sur les produits à marques de distributeurs entrée de gamme (Figure 11).

⁸ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

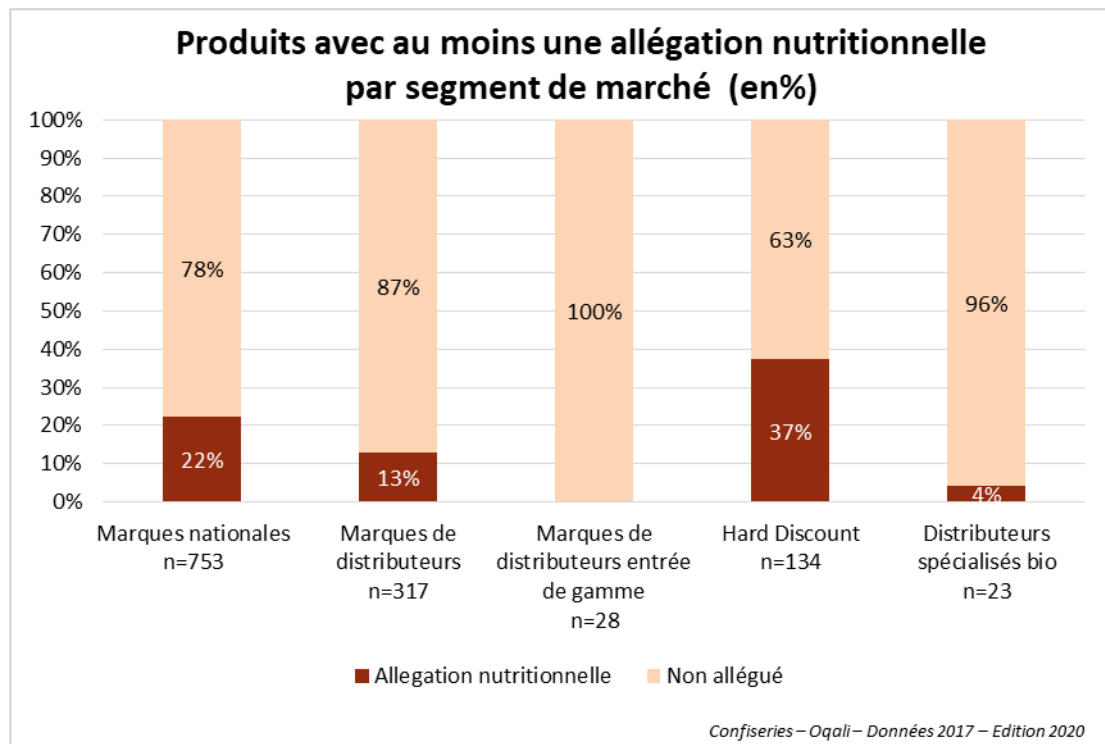


Figure 11 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur la présence d'allégations nutritionnelles. Ainsi, le hard discount présente significativement plus de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) alors que les marques de distributeurs et les marques de distributeurs entrée de gamme en présentent significativement moins⁹.

Produits avec allégations nutritionnelles par famille

Parmi les familles présentant des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s), les proportions de ces produits varient entre 1% pour la famille des Bonbons de sucre cuit à 100% pour celles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Réglisses sans sucres et des Autres confiseries sans sucres.

A noter que les familles des Chewing-gums sans sucres et des Pastilles sans sucres présentent une très large majorité de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) (respectivement 98% et 75%) (Figure 12).

⁹ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

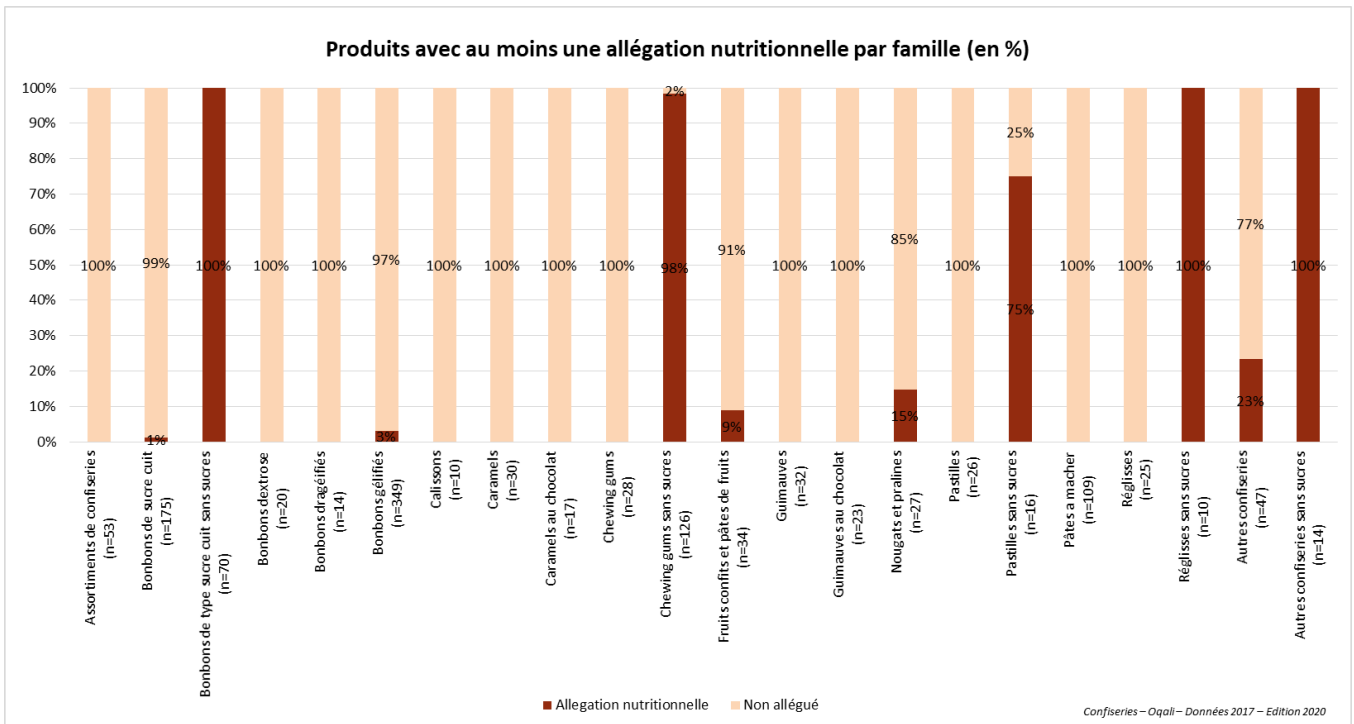


Figure 12 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par famille (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille sur la présence d'allégations nutritionnelles. Ainsi, les 5 familles de confiseries sans sucres présentent significativement plus de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) alors que celles des Assortiments de confiseries, des Bonbons de sucre cuit, des Bonbons dextrose, des Bonbons gélifiés, des Caramels, des Caramels au chocolat, des Chewing-gums, des Guimauves, des Guimauves au chocolat, des Pastilles, des Pâtes à mâcher et des Réglisses qui en présentent significativement moins¹⁰.

2.3.1.2 Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles

277 allégations nutritionnelles ont été relevées sur les 261 produits du secteur en possédant au moins une.

L'allégation nutritionnelle la plus fréquemment relevée sur le secteur des Confiseries est « Sans sucres », ce qui est cohérent avec les observations faites précédemment (cf. 2.3.1.1) (81% des allégations nutritionnelles). Les allégations « Sans sodium ou sans sel ajouté » et « Sans sucres ajoutés » sont les secondes plus importantes du secteur (5% dans les deux cas) (Tableau 2).

¹⁰ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

Tableau 2 : Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles pour le secteur (en nombre d'apparition et en %)

Allégations nutritionnelles rencontrées	Fréquence d'apparition	Fréquence d'apparition (%)
SANS SUCRES	225	81%
SANS SUCRES AJOUTES	15	5%
SANS SODIUM OU SANS SEL AJOUTE	13	5%
NATURELLEMENT SOURCE DE FIBRES	5	2%
RICHE EN FIBRES	4	1%
ALLEGE/LIGHT/REDUIT EN CALORIES	3	1%
CONTIENT DES VITAMINES ET/OU MINERAUX	3	1%
RICHE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	2	1%
SANS MATIERES GRASSES	2	1%
SOURCE DE FIBRES	2	1%
SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	2	1%
ALLEGE/LIGHT/REDUIT EN SUCRES	1	0,4%
Total	277	100%

2.3.2 Allégations de santé

Au niveau du secteur, 83 références sur 1255 (soit 7% du secteur) présentent au moins une allégation de santé.

L'indicateur présenté ici 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 d'autre part (telle que décrite dans le règlement (CE) n° 1924/2006), 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 (cf. lexique en Annexe 1).

Produits avec allégations de santé par segment

Sur l'échantillon Oqali 2017, 11% des produits à marques nationales affichent au moins une allégation de santé. A noter qu'il s'agit du seul segment qui présente des produits avec au moins une allégation de santé sur l'échantillon Oqali 2017 (Figure 13).

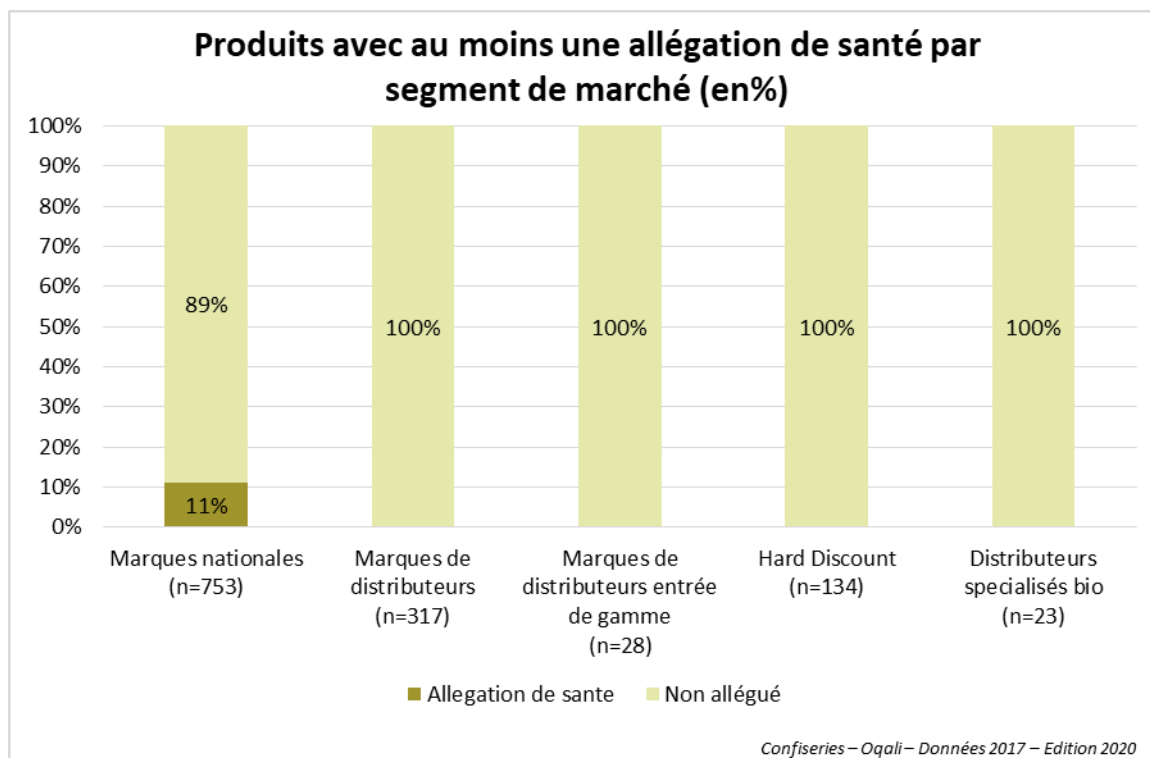


Figure 13 : Répartition des produits avec allégations de santé par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur la présence d'allégations de santé. Ainsi, les marques nationales présentent significativement plus de produits avec allégation(s) de santé alors que les marques de distributeurs et le hard discount en présentent significativement moins¹¹.

Produits avec allégations de santé par famille

Seules les familles des Chewing-gums sans sucres et des Fruits confits et pâtes de fruits présentent des produits avec allégation(s) de santé, à hauteur de respectivement 63% et 9% (Figure 14).

Les allégations rencontrées sur les produits de la famille des Chewing-gums sans sucres portent exclusivement sur les « PRODUIT SANS SUCRES ET DENTS » (80 produits).

Pour la famille des Fruits confits et pâtes de fruits, les allégations relevées sont :

- « AUTRE SUBSTANCE/PRODUIT ET PERFORMANCE PHYSIQUE/FONCTION COGNITIVE » (3 produits) ;
- « GLUCIDES ET/OU ELECTROLYTES ET PERFORMANCE PHYSIQUE » (1 produit) ;
- « VITAMINES OU MINERAUX ET FATIGUE » (4 produits) ;
- « VITAMINES OU MINERAUX ET METABOLISME » (2 produits) ;
- « VITAMINES OU MINERAUX ET STRESS OXYDATIF » (3 produits).

A noter que les produits des Fruits confits et pâtes de fruits, présentant au moins une allégation de santé, sont principalement à destination des sportifs et/ou correspondent à des préparations nutritionnelles spécifiques.

¹¹ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

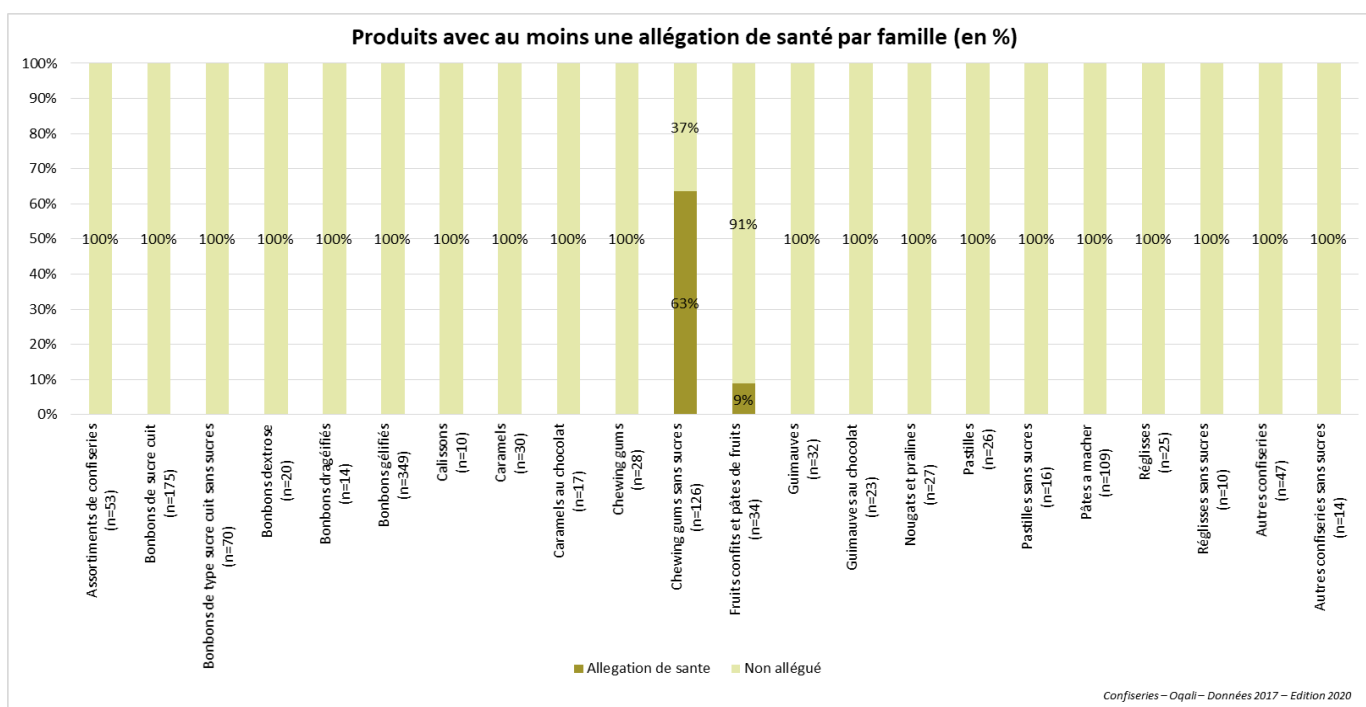


Figure 14 : Répartition des produits avec allégations de santé par famille (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille de produits sur la présence d'allégations de santé. Ainsi, la famille des Chewing-gums sans sucres présente significativement plus de produits avec allégation(s) de santé alors que celles des Assortiments de confiseries, des Bonbons de sucre cuit, des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Bonbons gélifiés et des Pâtes à mâcher en présentent significativement moins¹².

Sur les 1255 Confiseries étudiées, 261 références (soit 21% du secteur) présentent au moins une allégation nutritionnelle. 37% des produits du hard discount affichent au moins une allégation nutritionnelle contre 22% pour les marques nationales, 13% pour les marques de distributeurs et 4% pour les distributeurs spécialisés bio. Aucune allégation nutritionnelle n'a été relevée sur les produits de marques de distributeurs entrée de gamme.

A l'échelle des familles, celles sans sucres présentent une très large majorité de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) (respectivement 100% ; 98% ; 75% ; 100% et 100%). Sur ce secteur, 277 allégations nutritionnelles ont été comptabilisées. L'allégation nutritionnelle la plus fréquemment relevée est « Sans sucres » (81% des allégations nutritionnelles). Les allégations « Sans sodium ou sans sel ajouté » et « Sans sucres ajoutés » sont les secondes plus importantes (5% dans les deux cas).

83 produits (soit 7% du secteur) affichent des allégations de santé.

Les marques nationales sont le seul segment qui comporte des produits avec au moins une allégation de santé (11%).

A l'échelle des familles, seules celles des Chewing-gums sans sucres et des Fruits confits et pâtes de fruits présentent des produits avec allégation(s) de santé (respectivement 63% et 9%).

¹² Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

2.4 Portions

2.4.1 Présence de portions indiquées

Il est important de souligner que, dans le secteur des Confiseries, beaucoup de produits peuvent être présentés sous différentes formes et tailles au sein d'une même famille.

En 2017, 45% des produits du secteur suivi (soit 561 références) indiquent des portions.

Produits avec portions indiquées par segment

Pour les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount, une large majorité de produits présente une portion sur leur emballage (respectivement 83%, 68% et 80%). En revanche, 23% des produits à marques nationales et aucun de distributeurs spécialisés bio présentent une portion (Figure 15).

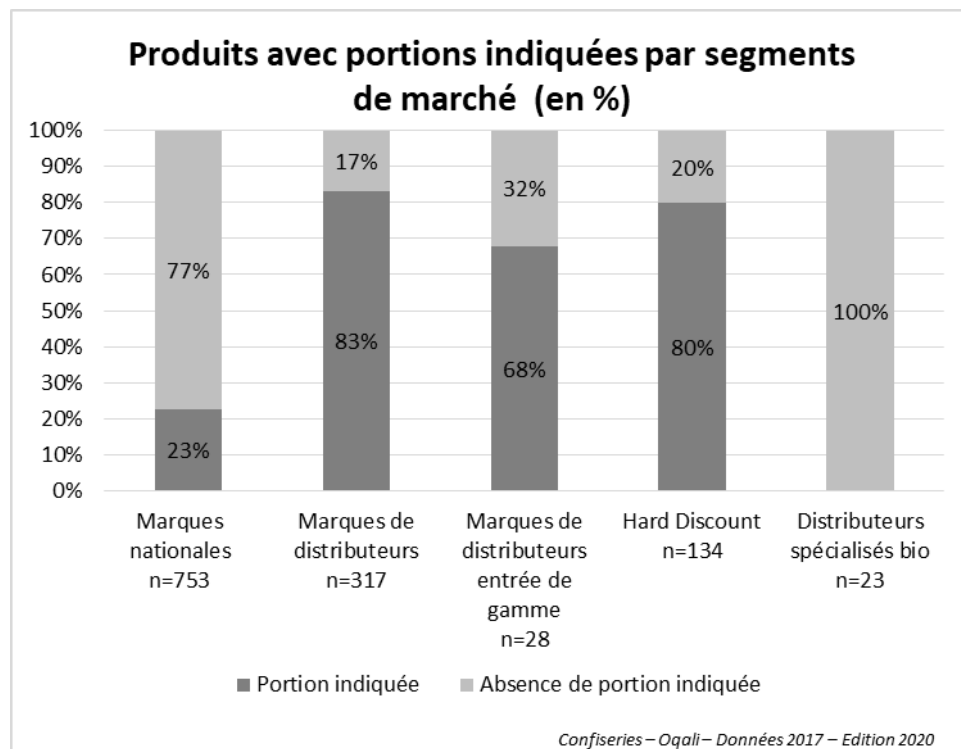


Figure 15 : Répartition des produits avec portions indiquées par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur la présence de portions indiquées. Ainsi, les marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et hard discount présentent significativement plus de produits indiquant une portion alors que les marques nationales et distributeurs spécialisés bio en présentent significativement moins.¹³

¹³ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

Produits avec portions indiquées par famille

Parmi les 22 familles étudiées, celle des Bonbons dragéifiés présente la plus forte proportion de produits indiquant une portion (93%). Les familles des Réglisses et des Autres confiseries sans sucres présentent également une part non négligeable de produits avec portions indiquées (respectivement 72% et 79%).

En revanche, la famille des Pastilles sans sucres ne présente aucun produit avec portion et seuls 10% des produits de la famille des Calissons indiquent une portion sur leur emballage (Figure 16).

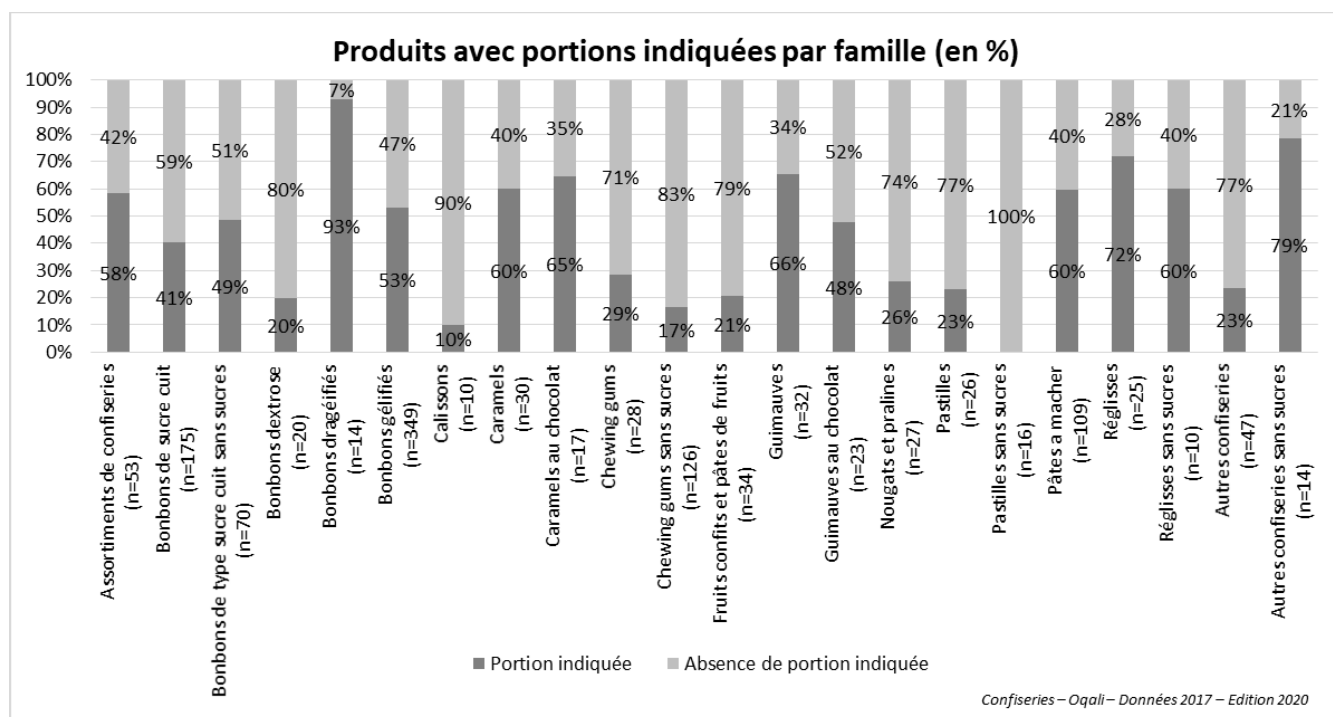


Figure 16 : Répartition des produits avec portions indiquées par famille (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille sur la présence de portions indiquées. Ainsi, les familles des Assortiments de confiseries, des Autres confiseries sans sucres, des Bonbons dragéifiés, des Bonbons gélifiés, des Guimauves, des Pâtes à mâcher et des Réglisses présentent significativement plus de produits avec des portions. En revanche, les familles des Autres confiseries, des Bonbons dextrose, des Calissons, des Chewing-gums sans sucres, des Fruits confits et pâtes de fruits, des Pastilles et des Pastilles sans sucres présentent significativement moins de produits avec des portions¹⁴.

¹⁴ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

2.4.2 Taille des portions indiquées

Sur le secteur des Confiseries suivi par l'Oqali, les tailles des portions indiquées sont comprises entre 2 et 45 g et sont variables d'une famille à l'autre : les tailles médianes des portions indiquées vont de 1,45 à 25 g, selon la famille (Tableau 3).

Tableau 3 : Statistiques descriptives des tailles de portions indiquées par famille

Familles	Nombre de produits avec une portion chiffrée	Minimum	1 ^{er} quartile	Médiane	Moyenne	3 ^{ème} quartile	Maximum	Ecart-type
Assortiments de confiseries	31	6	20	25	21,2	25	38,5	7,7
Bonbons de sucre cuit	71	2,5	5	6	7,6	11,85	25	4,1
Bonbons de type sucre cuit sans sucre	34	2,6	3,2	3,2	4,4	5	12	2,2
Bonbons dextrose	4	5	5,9	7,35	7,1	8,5	8,5	1,7
Bonbons dragéifiés	13	25	25	25	25,0	25	25	0,0
Bonbons gélifiés	186	1,3	4,6	20	15,2	25	30	9,9
Calissons	1	13,2	13,2	13,2	13,2	13,2	13,2	-
Caramels	18	5	5	6,1	8,0	8	25	5,1
Caramels au chocolat	11	6,8	7,2	7,5	8,1	8	15	2,3
Chewing-gums	8	1,4	2,8	5,7	4,8	6,7	6,7	2,2
Chewing-gums sans sucres	21	1,4	1,4	1,5	1,7	2,18	2,2	0,4
Fruits confits et pâtes de fruits	7	10	18,8	25	22,1	26	30	7,6
Guimauves	21	4,5	6	16,5	15,6	25	25	8,5
Guimauves au chocolat	11	9,4	11,3	13	14,7	15,9	25	5,4
Nougats et pralines	7	9	9	9	9,3	9,5	10	0,5
Pastilles	6	2,5	2,9	2,9	2,8	2,9	2,9	0,2
Pastilles sans sucres*	-	-	-	-	-	-	-	-
Pâtes à mâcher	65	3,6	6,8	7	13,2	17	45	12,0
Réglisses	18	0,1	4,5	20	16,1	25	27	10,3
Réglisses sans sucres	6	3,2	3,2	4,1	4,1	5	5	1,0
Autres confiseries	11	0,4	1,2	9	10,4	18	25	10,2
Autres confiseries sans sucres	11	5	5	5	5,3	5,5	6	0,5

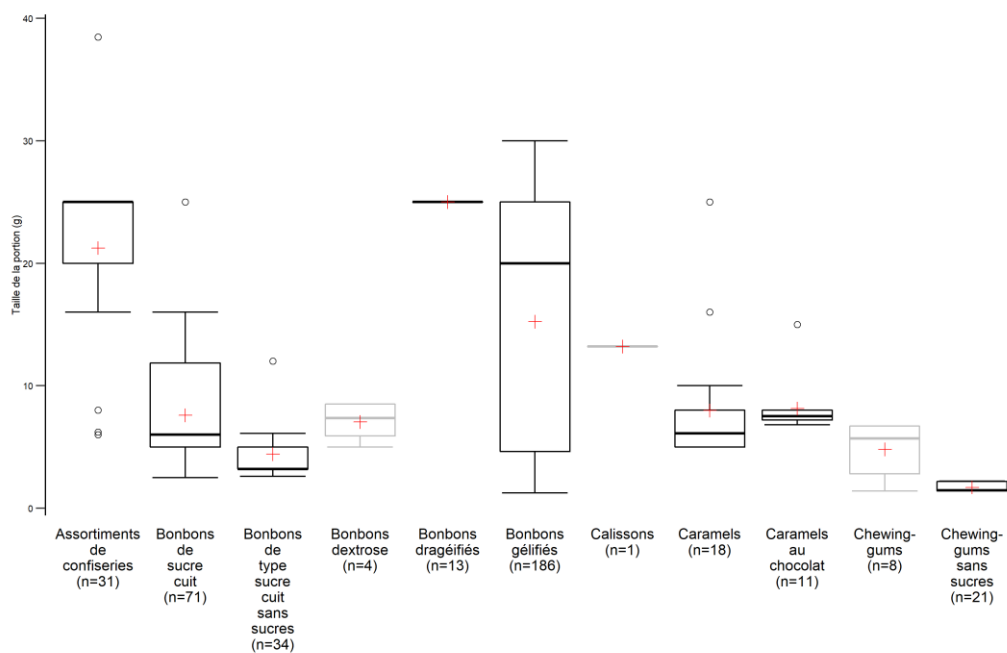
* = Famille qui ne présente pas de portion chiffrée renseignée

Les Figure 17 et Figure 18¹⁵ ci-après permettent d'apprécier la variabilité intra-famille des tailles de portions indiquées. Cette variabilité est plus marquée pour les familles des Bonbons gélifiés, des Fruits confits et pâtes de fruits, des Guimauves, des Pâtes à mâcher, des Réglisses et des Autres confiseries (la différence interquartile étant de respectivement 20,3g ; 7,2g ; 19g ; 10,2g ; 20,2g ; 16,8g pour ces 6 familles). Elle peut, en partie, s'expliquer par la multiplicité des formes des produits pour une même famille. En effet, au sein d'une même famille, une portion peut correspondre, selon les produits, à un bonbon (poids variable) ou à un sachet de plusieurs bonbons, consommable en une fois.

A noter que, dans les figures suivantes, la famille des Pastilles sans sucres n'est pas présente car celle-ci ne comporte pas de produits qui indiquent des portions.

¹⁵ Voir Annexe 2 pour une aide à la lecture des boxplots

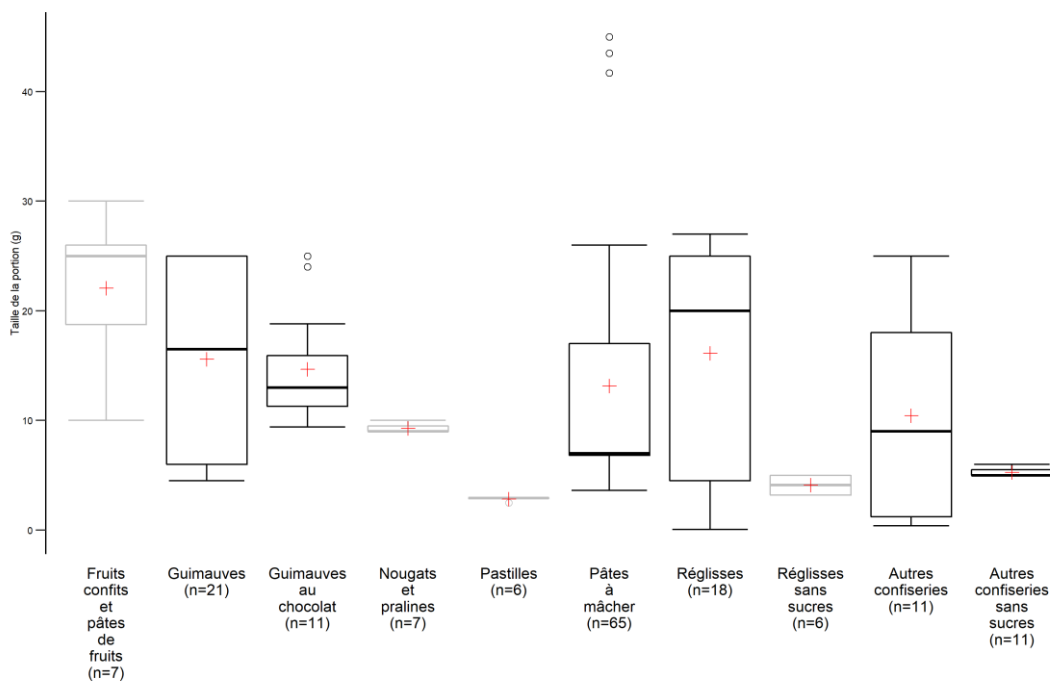
Taille des portions indiquées par famille (1/2)



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 17 : Distribution de la taille des portions indiquées par famille (1/2)

Taille des portions indiquées par famille (2/2)



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 18 : Distribution de la taille des portions indiquées par famille (2/2)

2.4.3 Valeurs nutritionnelles par portion

Sur le secteur étudié, 555 produits (soit 44%) affichent des valeurs nutritionnelles par portion.

Produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par segment

Pour les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount, une large majorité de produits présente des valeurs nutritionnelles par portion sur leur emballage (respectivement 83%, 68% et 80%). En revanche, 22% des produits à marques nationales et aucun de distributeurs spécialisés bio présentent de valeurs nutritionnelles par portion (Figure 19).

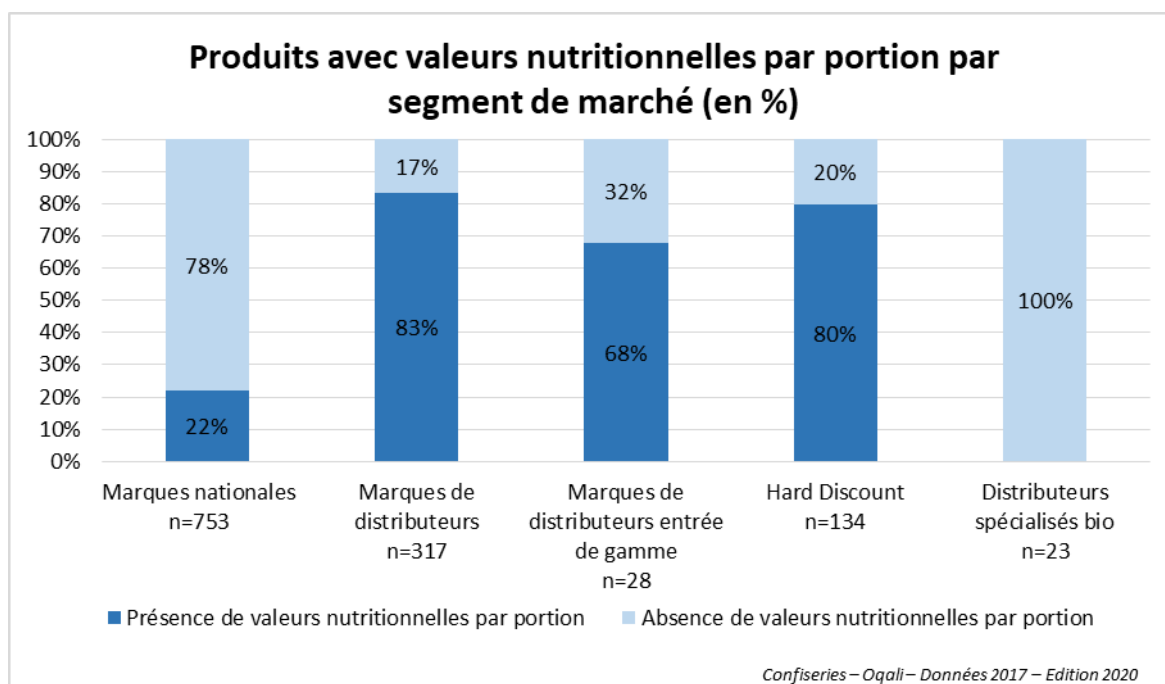


Figure 19 : Répartition des produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur la présence de valeurs nutritionnelles par portion. Ainsi, les marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et hard discount présentent significativement plus de produits avec des valeurs nutritionnelles par portion. En revanche, les marques nationales et distributeurs spécialisés bio présentent significativement moins de produits avec des valeurs nutritionnelles par portion.¹⁶

¹⁶ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

Produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par famille

Parmi les 22 familles étudiées, celle des Bonbons dragéifiés présente la plus forte proportion de produits avec des valeurs nutritionnelles par portion (86%). Les familles des Réglisses et des Autres confiseries sans sucres présentent également une part non négligeable de produits avec des valeurs nutritionnelles par portion (respectivement 72% et 79%).

En revanche, la famille des Pastilles sans sucres ne présente aucun produit avec des valeurs nutritionnelles par portion et seuls 10% des produits de la famille des Calissons affichent des valeurs nutritionnelles par portion sur leur emballage (Figure 20).

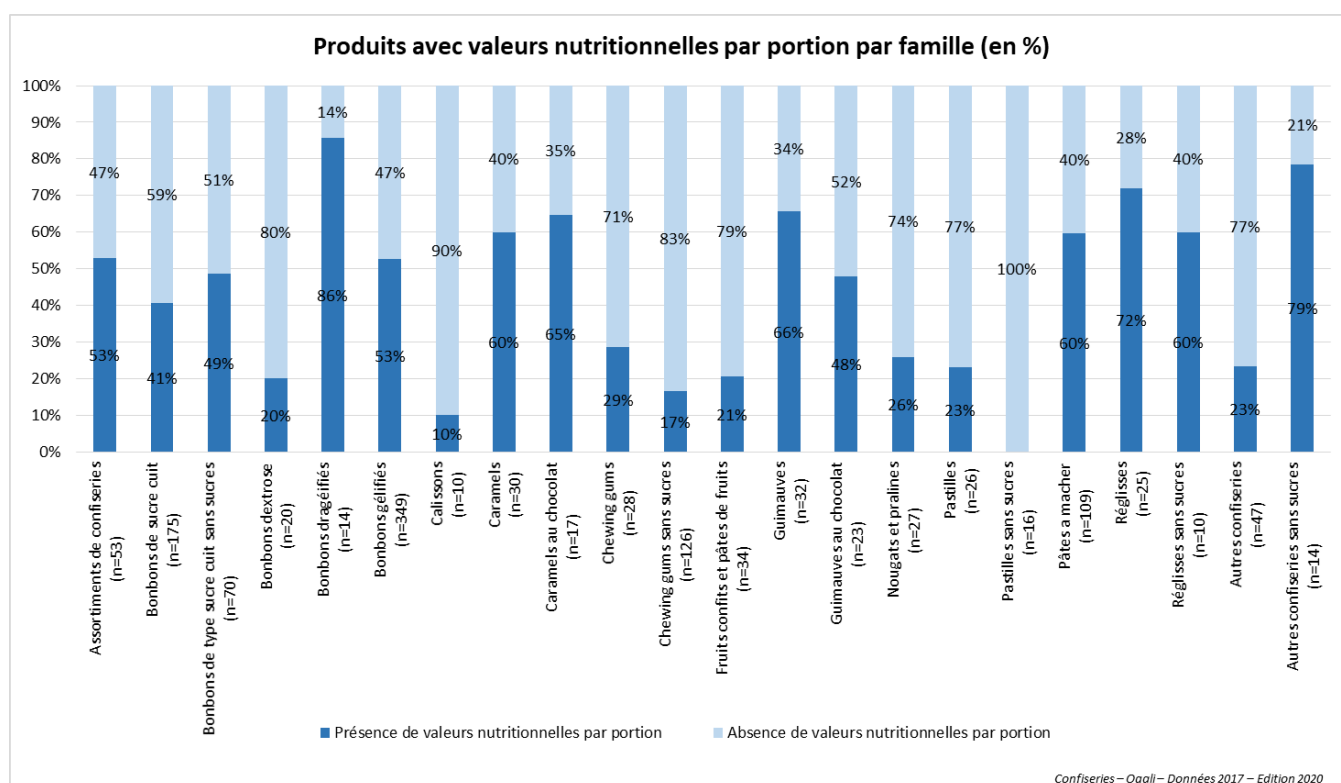


Figure 20 : Répartition des produits avec des valeurs nutritionnelles par portion par famille (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille sur la présence de valeurs nutritionnelles par portion. Ainsi, les familles des Autres confiseries sans sucres, des Bonbons dragéifiés, des Bonbons gélifiés, des Guimauves, des Pâtes à mâcher et des Réglisses présentent significativement plus de produits avec des valeurs nutritionnelles par portion alors que les familles des Autres confiseries, des Bonbons dextrose, des Calissons, des Chewing-gums sans sucres, des Fruits confits et pâtes de fruits, des Pastilles et des Pastilles sans sucres en présentent significativement moins¹⁷.

¹⁷ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

Sur le secteur étudié, 45% des références indiquent une portion et 44% affichent des valeurs nutritionnelles par portion en 2017.

Au niveau des segments de marché, les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount présentent une large majorité de produits avec portion et/ou valeurs nutritionnelles par portion (respectivement dans les deux cas 83%, 68% et 80%). En revanche, moins d'un tiers des produits à marques nationales affiche une portion (23%) et/ou des valeurs nutritionnelles par portion (22%). Concernant les distributeurs spécialisés bio, aucun produit collecté n'affiche ni de portion, ni des valeurs nutritionnelles par portion.

Au niveau des familles, celles des Autres confiseries sans sucres, des Bonbons dragéifiés, des Bonbons gélifiés, des Guimauves, des Pâtes à mâcher et des Réglisses présentent significativement plus de produits avec des portions et/ou des valeurs nutritionnelles par portion alors que les familles des Autres confiseries, des Bonbons dextrose, des Calissons, des Chewing-gums sans sucres, des Fruits confits et pâtes de fruits, des Pastilles et des Pastilles sans sucres en présentent significativement moins.

Sur le secteur des Confiseries, les tailles de portions sont comprises entre 2 et 45 g et sont variables d'une famille à l'autre : les tailles médianes des portions vont de 1,45 à 25 g, selon la famille.

2.5 Repères nutritionnels

2.5.1 Présence de repères nutritionnels

Sur l'ensemble du secteur étudié, 23% des produits (soit 291 références) affichent des repères nutritionnels.

A noter que les repères nutritionnels regroupent toutes les icônes de type pictogrammes, cadrans, RNJ, etc. (cf. lexique en Annexe 1).

Produits avec repères nutritionnels par segment

Les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount, présentent les proportions de produits avec des repères nutritionnels sur leur emballage les plus élevées (respectivement 44%, 36% et 46%). En revanche, 10% des produits à marques nationales et aucun de distributeurs spécialisés bio présentent de repères nutritionnels (Figure 21).

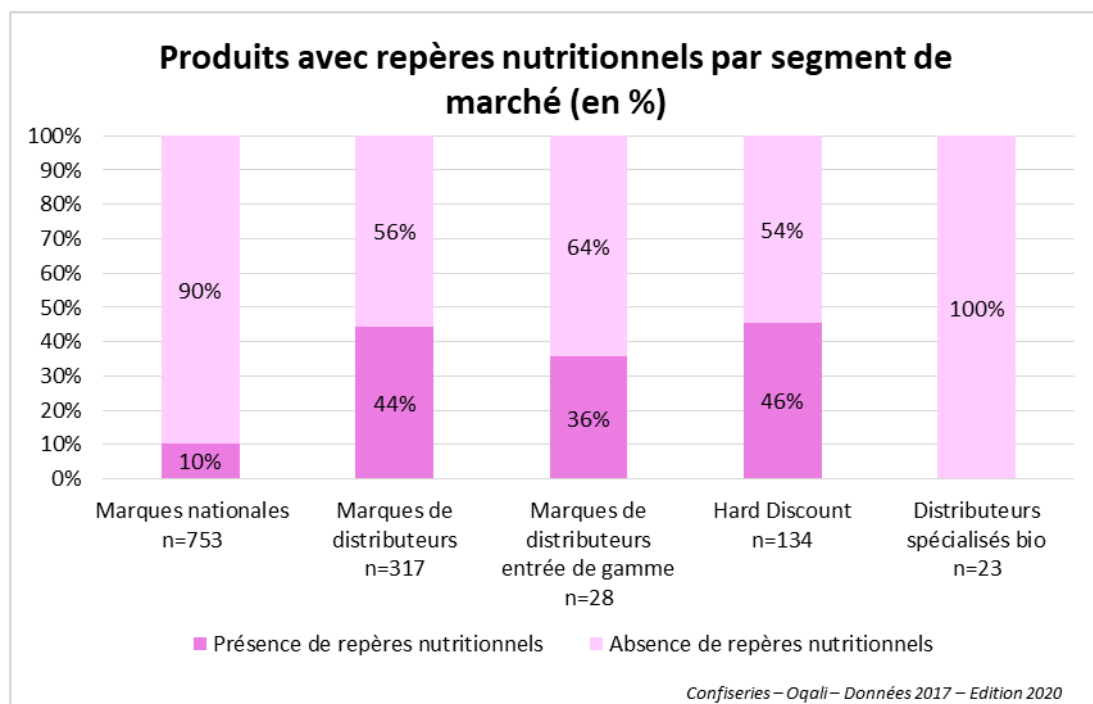


Figure 21 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par segment de marché (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet segment de marché sur la présence de repères nutritionnels. Ainsi, les marques de distributeurs et le hard discount proposent significativement plus de produits avec repères nutritionnels contrairement aux marques nationales et distributeurs spécialisés bio qui en proposent significativement moins¹⁸.

¹⁸ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des segments de marché sur le paramètre d'étiquetage étudié.

Produits avec repères nutritionnels par famille

Parmi les 22 familles étudiées, à l'exception de la famille des Autres confiseries sans sucres, toutes les familles présentent moins de la moitié de leurs produits avec des repères nutritionnels. Les familles des Pastilles sans sucres et des Calissons n'ont aucun produit avec des repères nutritionnels (Figure 22).

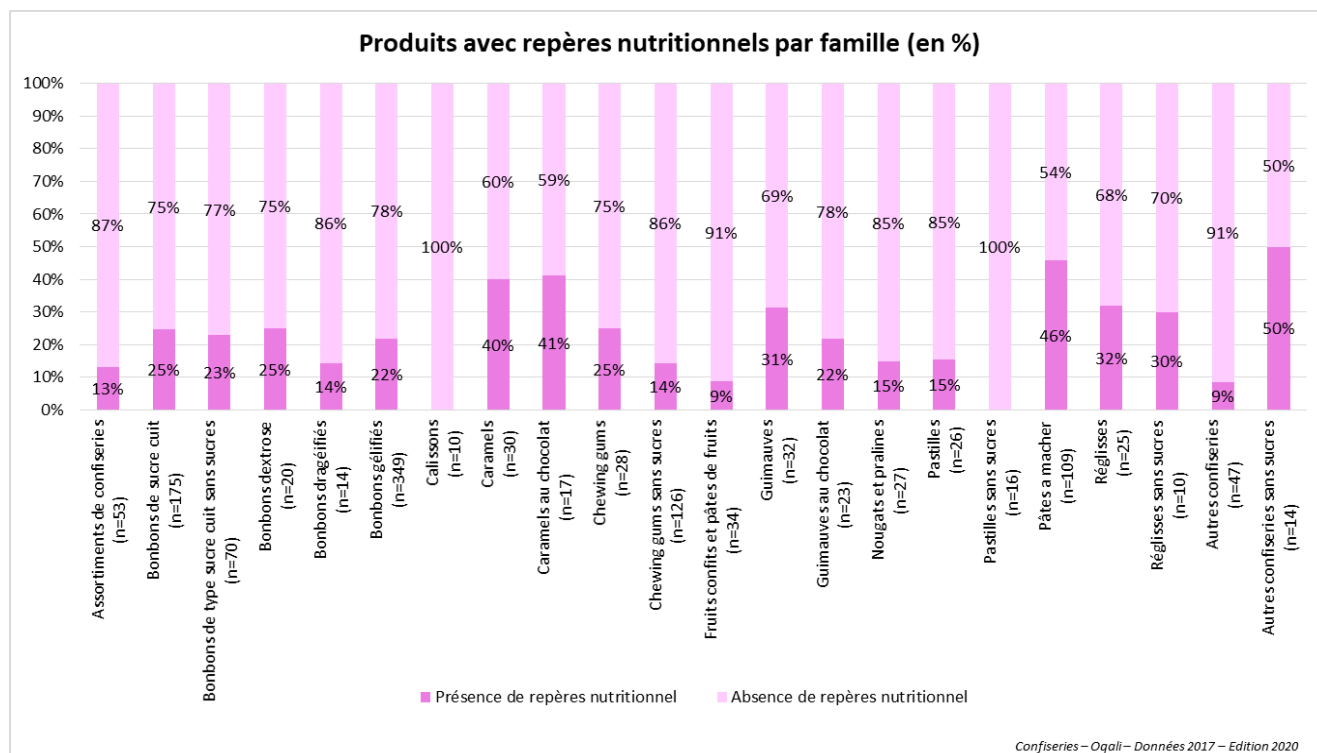


Figure 22 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par famille (en %)

L'application d'un test statistique montre qu'il existe un effet famille sur la présence de repères nutritionnels. Ainsi, les familles des Autres confiseries sans sucres, des Caramels et des Pâtes à mâcher présentent significativement plus de produits avec des repères nutritionnels alors que les familles des Autres confiseries, des Chewing-gums sans sucres et des Pastilles sans sucres en présentent significativement moins¹⁹.

23% des produits du secteur étudié présentent des repères nutritionnels en 2017.

Au niveau des segments de marché, les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount présentent les proportions de produits avec des repères nutritionnels les plus élevées (respectivement 44%, 36% et 46%). En revanche, 10% des produits à marques nationales et aucun de distributeurs spécialisés bio présentent de repères nutritionnels.

Parmi les 22 familles étudiées, à l'exception de la famille des Autres confiseries sans sucres, toutes les familles présentent moins de la moitié de leurs produits avec des repères nutritionnels. Les familles des Pastilles sans sucres et des Calissons n'ont aucun produit avec des repères nutritionnels.

¹⁹ Ces comparaisons ont été réalisées par rapport à une situation théorique, sans effet significatif des familles sur le paramètre d'étiquetage étudié.

3. ANALYSE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE

Dans cette étude, les valeurs énergétiques (en kcal), les nutriments étiquetés dans le cadre de la déclaration nutritionnelle obligatoire (selon le règlement INCO²⁰) et les fibres seront étudiés. Au vu du secteur étudié, une attention plus particulière sera portée aux sucres, matières grasses et acides gras saturés.

3.1 Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits

Afin d'étudier les caractéristiques nutritionnelles des produits du secteur des Confiseries, une analyse factorielle discriminante a été réalisée en prenant en compte la famille d'affectation des différents produits ainsi que leur composition nutritionnelle (valeurs énergétiques, teneurs en matières grasses, en acides gras saturés, en glucides, en sucres, en protéines et en sel). Le traitement détaillé est disponible en Annexe 3.

Au sein du secteur des Confiseries, la variabilité de composition nutritionnelle entre les familles est expliquée, en premier lieu, par les valeurs énergétiques et, en deuxième lieu, par les sucres.

En particulier, par rapport à l'ensemble des Confiseries étudiées :

- les Calissons et les Caramels au chocolat se caractérisent par de plus fortes teneurs en énergie ;
- les Pastilles et les Bonbons dextrose se caractérisent par de plus fortes teneurs en sucres.

3.2 Teneurs en nutriments

Des statistiques descriptives sur les teneurs en nutriments des Confiseries ont été calculées pour l'ensemble du secteur et pour chaque famille.

3.2.1 Résultats pour le secteur

Le calcul des coefficients de variation (CV) des teneurs en nutriments au sein du secteur permet de distinguer les nutriments avec les plus fortes dispersions. Le coefficient de variation se calcule comme le rapport de l'écart-type à la moyenne. Plus la valeur du CV est élevée, plus la dispersion autour de la moyenne, c'est-à-dire la tendance qu'ont les valeurs de la distribution à s'étaler de part et d'autre de la moyenne, est grande.

Sur l'ensemble du secteur, les CV s'étalent de 14% à 299%. Ils sont particulièrement élevés pour les matières grasses, les AGS, les protéines, les fibres et le sel : cela peut s'expliquer par la diversité des recettes des confiseries (certaines familles présentant, par définition, des teneurs basses pour ces nutriments et inversement) (Tableau 4).

²⁰ 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.

Tableau 4 : Teneurs en nutriments du groupe INCO pour le secteur des Confiseries

	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Valeur énergétique (kcal/100g)	1240	1240	142	590	325	350	388	338	78	23%	1140	348	3%
Matières grasses (g/100g)	1240	1239	0,0	42,6	0,0	0,25	1,7	2,5	5,5	216%	1139	2,2	-13%
Acides gras saturés (g/100g)	1240	1236	0,0	25,1	0,0	0,1	1,2	1,3	2,7	210%	1138	1,3	3%
Glucides (g/100g)	1240	1240	35,9	99,3	76,0	81,65	92,0	82,0	11,1	14%	1140	82,6	1%
Sucres (g/100g)	1240	1236	0,0	99,0	48,0	60,0	69,0	52,1	27,6	53%	1138	53,9	4%
Protéines (g/100g)	1240	1240	0,0	14,0	0,0	0,9	4,1	2,1	2,5	115%	1140	2,5	16%
Sel (g/100g)	1240	1235	0,00	2,50	0,01	0,03	0,15	0,15	0,29	192%	1137	0,16	5%
Fibres (g/100g)	1240	274	0,0	40,9	0,0	0,25	0,85	1,7	5,2	299%	258	0,7	-59%

3.2.2 Résultats par famille

Le Tableau 8 de l'Annexe 4 présente les statistiques descriptives, avec et sans pondération par les parts de marché, pour chaque nutriment du groupe INCO et pour chaque famille de Confiseries.

On observe une variabilité intra-famille des teneurs en nutriments. En effet, selon les nutriments et les familles considérés, les CV calculés sont compris entre 0% et 675%.

En particulier, au niveau de l'échantillon, les nutriments qui varient le plus sont :

- les matières grasses (les CV dépassent 90% pour 10 familles sur les 22 testées et varient entre 5% et 306%) ;
- les AGS (les CV dépassent 90% pour 12 familles sur les 22 testées et varient entre 11% et 401%) ;
- les protéines (les CV dépassent 90% pour 11 familles sur les 22 testées et varient entre 2% et 325%) ;
- le sel (les CV dépassent 90% pour 14 familles sur les 22 testées et varient entre 30% et 296%) ;
- les fibres (les CV dépassent 90% pour 10 familles sur les 22 testées et varient entre 0% et 554%).

A noter que certains CV élevés peuvent s'expliquer par l'hétérogénéité des familles, comme c'est le cas pour celle des Autres confiseries, mais également par la présence de points extrêmes (recettes particulières) ou par des teneurs en nutriment proches de 0,0 g/100g.

3.3 Comparaison inter et intra familles de produits

Cette partie présente, de manière détaillée, la variabilité nutritionnelle des teneurs en nutriments. La « boîte à moustache » ou boxplot²¹ permet de :

- comparer la distribution de ces nutriments entre les familles (variabilité inter-famille). Des tests non paramétriques de Kruskal Wallis ont été réalisés à cet effet.
- présenter graphiquement la distribution de chaque nutriment considéré au sein d'une famille de produits (variabilité intra-famille).

²¹ Voir Annexe 2 pour une aide à la lecture des boxplots

A la différence du coefficient de variation, qui mesure la dispersion autour de la moyenne, les boxplots permettent de visualiser l'ensemble de la distribution et notamment les paramètres de dispersion tels que les quartiles.

Les Figure 23 à Figure 30 présentent la distribution de chaque nutriment considéré (énergie, protéines, glucides, sucres, matières grasses, AGS, fibres et sel) par famille de Confiseries.

A noter que les familles des Assortiments de confiseries, des Autres confiseries et des Autres confiseries sans sucres sont, par définition, des familles hétérogènes car elles contiennent des produits de natures différentes : une grande variabilité intra-famille pourra donc être observée pour ces familles. Ce point ne sera pas détaillé par la suite.

Valeur énergétique (kcal/100g)

Sur le secteur des Confiseries, les valeurs énergétiques sont comprises entre 142 et 590 kcal/100g (Figure 23).

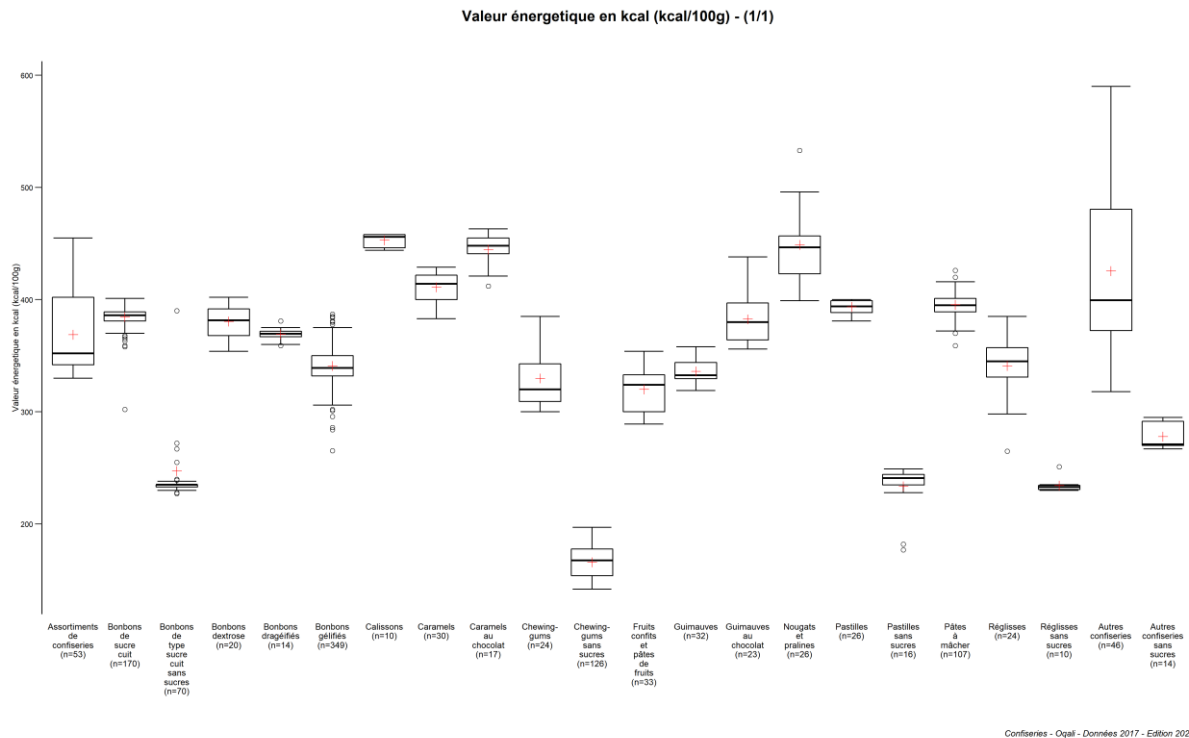


Figure 23 : Distribution des valeurs énergétiques par famille

Variabilité inter-famille

Les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines se distinguent par des valeurs énergétiques plus élevées que les autres familles de confiseries (médianes supérieures à 440 kcal/100g).

En revanche, toutes les familles des confiseries sans sucres se distinguent par des valeurs énergétiques moins élevées (médianes inférieures à 280 kcal/100g).

Des différences significatives des valeurs énergétiques moyennes sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles

Variabilité intra-famille

On note une dispersion des valeurs énergétiques plus marquée pour les familles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres (présence de points extrêmes) et des Nougats et pralines (écarts-types respectifs de 41 et 35 kcal/100g).

Les Bonbons dragéifiés, les Calissons, les Pastilles et les Réglesses sans sucres sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les valeurs énergétiques (écart-type de 6 kcal/100g pour ces 3 familles).

Matières grasses (g/100g)

Sur le secteur des Confiseries, les teneurs en matières grasses sont comprises entre 0,0 et 42,6 g/100g (Figure 24).

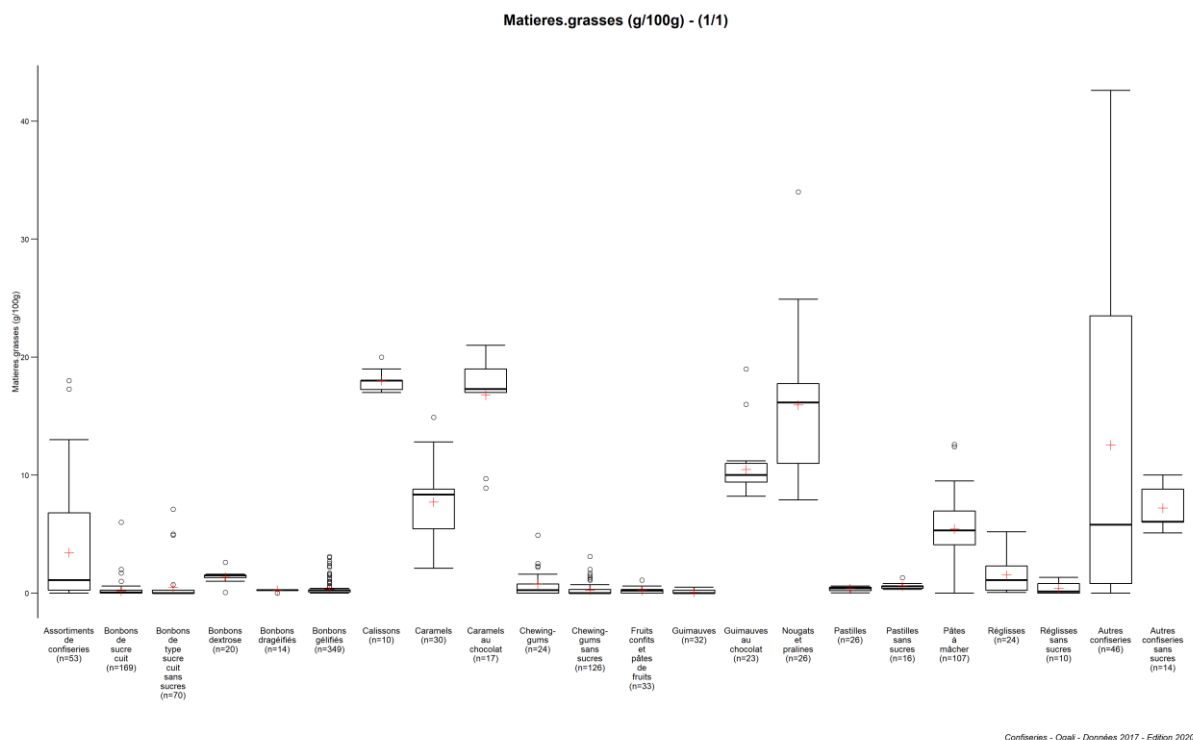


Figure 24 : Distribution des teneurs en matières grasses par famille

Variabilité inter-famille

Les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines présentent les plus fortes teneurs en matières grasses par rapport aux autres familles de confiseries (médianes supérieures à 10,0 g/100g). Ces teneurs en matières grasses expliquent les fortes valeurs énergétiques observées pour ces familles (cf. Figure 23).

Néanmoins, on constate que, sur ce secteur, un grand nombre de familles a des teneurs en matières grasses proches de 0,0 g/100g.

Des différences significatives des teneurs moyennes en matières grasses sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

Variabilité intra-famille

Les Bonbons dragéifiés, les Guimauves et les Pastilles sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en matières grasses (écarts-types respectifs 0,1 ; 0,1 et 0,2 g/100g).

Acides gras saturés (g/100g)

Sur le secteur des confiseries, les teneurs en AGS sont comprises entre 0,0 et 25,1 g/100g (Figure 25).

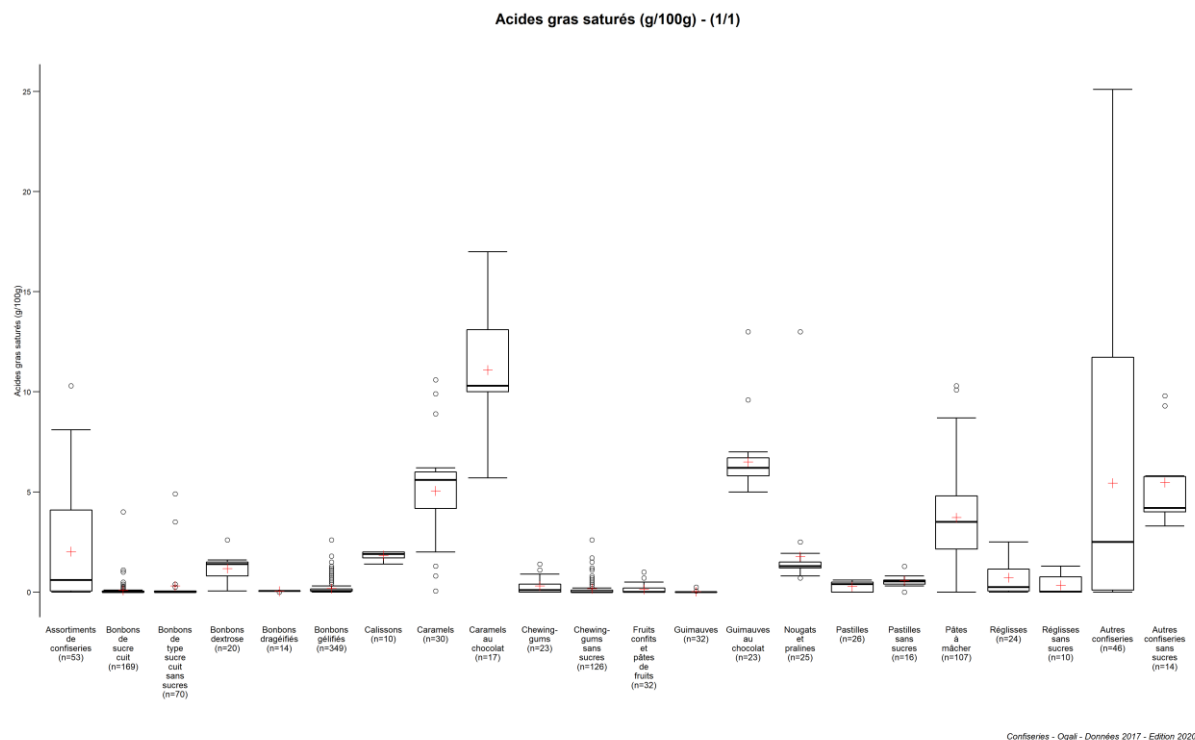


Figure 25 : Distribution des teneurs en acides gras saturés par famille

Variabilité inter-famille

La famille des Caramels au chocolat se distingue par des teneurs en AGS plus élevées (médiane supérieure à 7,0 g/100g). D'après les professionnels du secteur, cette observation peut s'expliquer par l'utilisation, pour des raisons technologiques (nécessité de points de fusion élevés), de matières grasses d'origine laitière et/ou beurre de cacao, riches en acides gras saturés. Par ailleurs, on constate que, sur ce secteur, la moitié des familles étudiées présente des teneurs en AGS proches de 0,0 g/100g.

Des différences significatives des teneurs moyennes en AGS sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus nette des teneurs en AGS pour les Caramels au chocolat (écart-type de 3,5 g/100g).

Les Bonbons dragéifiés et les Guimauves sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en AGS (écarts-types respectifs de 0,0 et 0,1 g/100g).

Glucides (g/100g)

Sur le secteur des confiseries les teneurs en glucides sont comprises entre 35,9 et 99,3 g/100g (Figure 26).

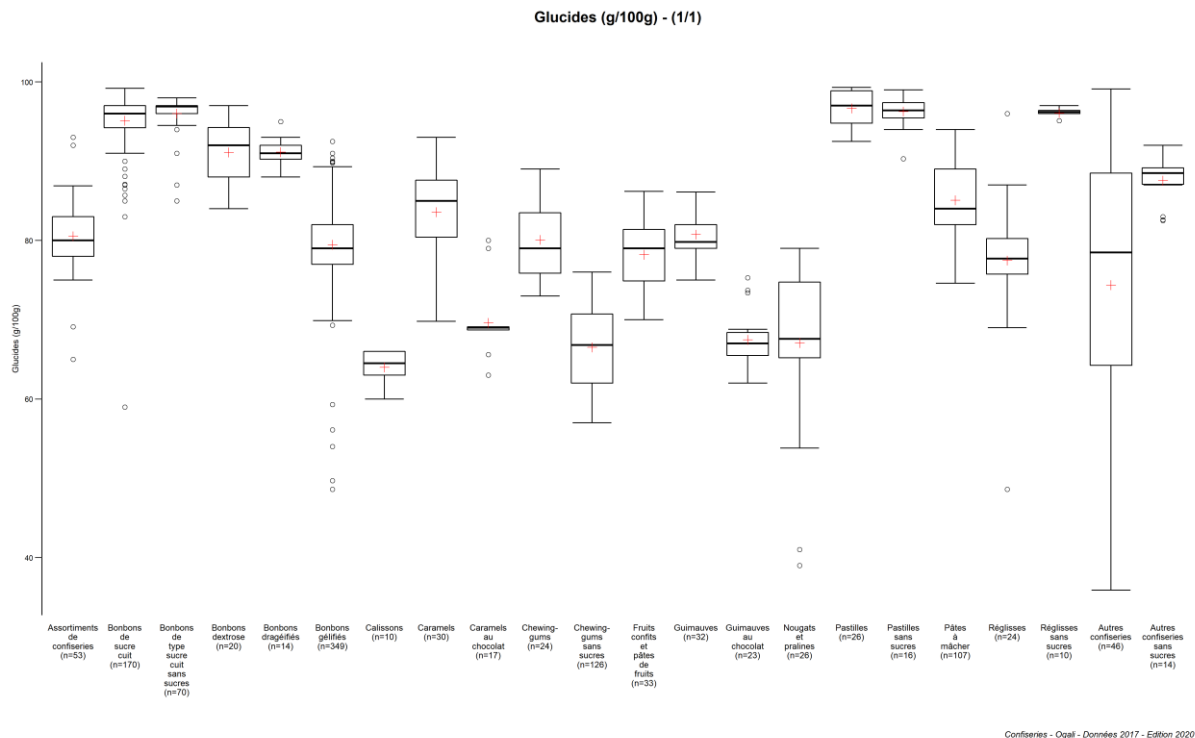


Figure 26 : Distribution des teneurs en glucides par famille

Variabilité inter-famille

Les Bonbons de sucre cuit, les Bonbons de type sucre cuit sans sucres, les Pastilles, les Pastilles sans sucres et les Régliasses sans sucres présentent les plus fortes teneurs en glucides (médianes supérieures à 95,0 g/100g).

Des différences significatives des teneurs moyennes en glucides sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus marquée des teneurs en glucides pour les Nougats et pralines (écart-type de 9,7 g/100g).

Les Bonbons dragéifiés et les Régliasses sans sucres sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en glucides (écarts-types respectifs de 1,8 et 0,6 g/100g).

Sucres (g/100g)

Sur le secteur des confiseries, les teneurs en sucres se situent entre 0,0 et 99,0 g/100g (Figure 27).

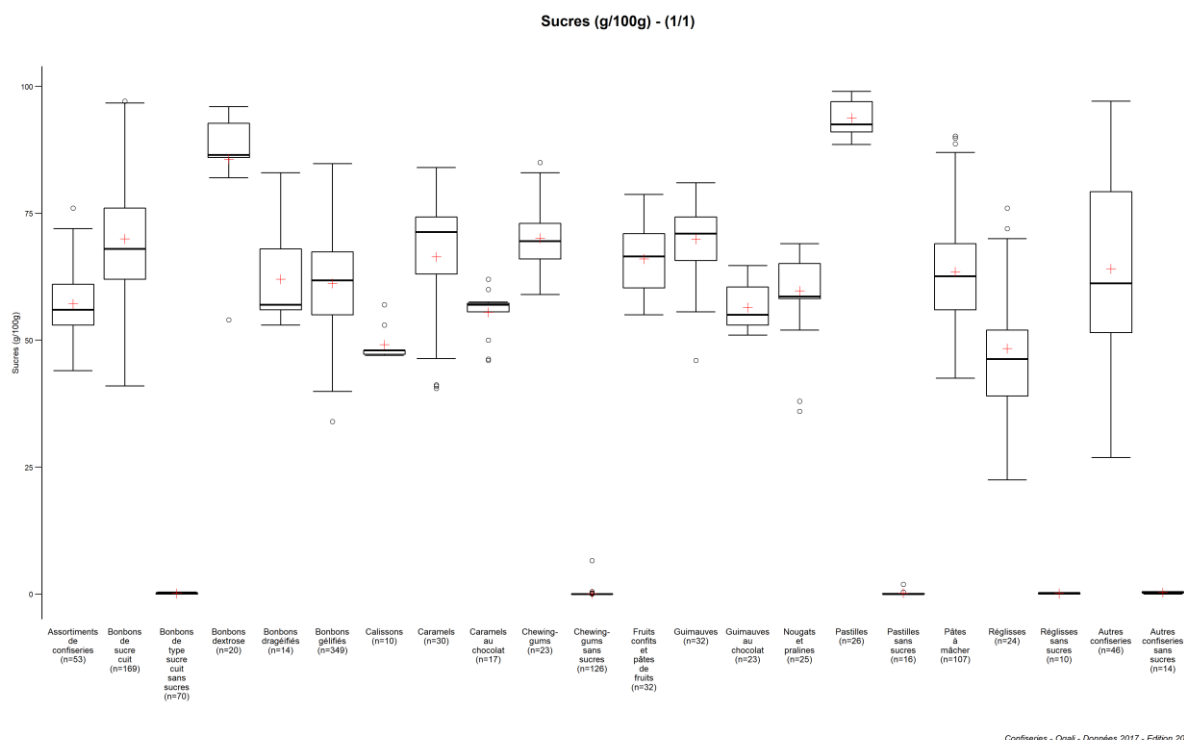


Figure 27 : Distribution des teneurs en sucres par famille

Variabilité inter-famille

Les familles des Bonbons dextrose et des Pastilles se distinguent par des teneurs en sucres plus élevées (médiane supérieure à 80,0 g/100g).

En revanche, les 5 familles de confiseries sans sucres se distinguent par des teneurs en sucres très faibles (médiane inférieure à 0,3 g/100g) ; ce qui est cohérent pour ces types de produits, la réglementation associée limitant leur teneur en sucres à moins de 0,5 g/100g.

Des différences significatives des teneurs moyennes en sucres sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus nette des teneurs en sucres pour les Bonbons de sucre cuit, les Bonbons dextrose, les Caramels et les Réglisses (écarts-types respectifs de 11,1 ; 11,6 ; 11,6 et 12,9 g/100g).

Les familles de confiseries sans sucres sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en sucres (écarts-types variant de 0,1 à 0,6 g/100g, selon les familles).

Protéines (g/100g)

Sur le secteur des confiseries, les teneurs en protéines se situent entre 0,0 et 14,0 g/100g (Figure 28).

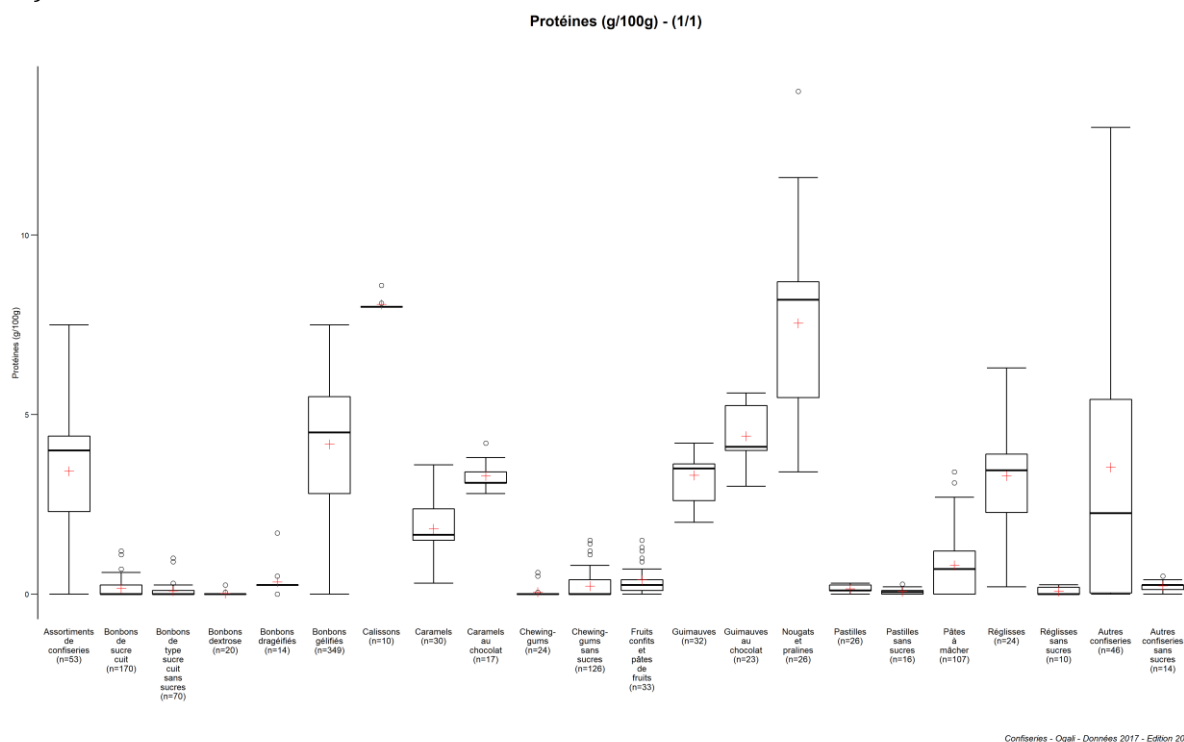


Figure 28 : Distribution des teneurs en protéines par famille

Variabilité inter-famille

Les familles des Calissons et des Nougats et pralines se distinguent par des teneurs en protéines plus élevées (médianes supérieures à 7,0 g/100g).

Des différences significatives des teneurs moyennes en protéines sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus nette des teneurs en protéines pour les Nougats et pralines et les Réglisses (écarts-types respectifs de 2,4 et 1,4 g/100g).

Les Bonbons dextrose, les Pastilles, les Pastilles sans sucres et les Réglisses sans sucres sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en protéines (écart-type de 0,1 g/100g pour ces 4 familles).

Sel (g/100g)

Sur le secteur des confiseries, les teneurs en sel se situent entre 0,00 et 2,50 g/100g (Figure 29).

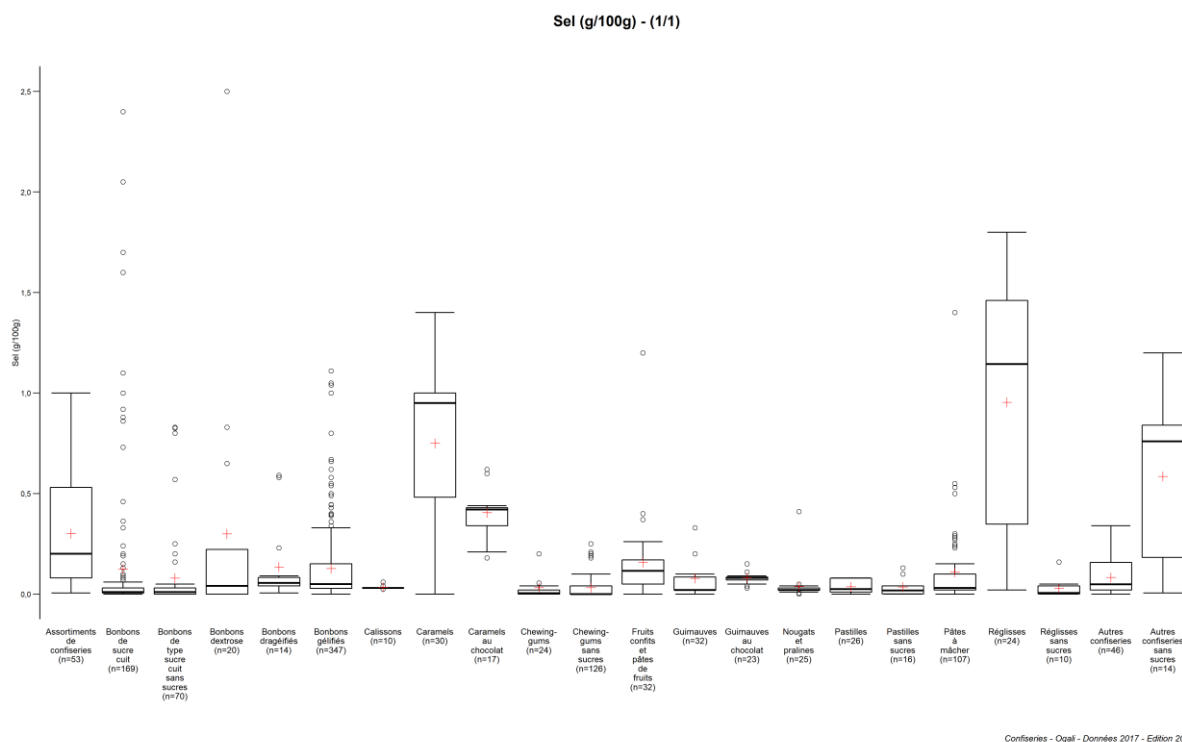


Figure 29 : Distribution des teneurs en sel par famille

Variabilité inter-famille

Les Caramels et les Régliasses présentent les plus fortes teneurs en sel (médianes supérieures à 0,50 g/100g).

Des différences significatives des teneurs moyennes en sel sont observées entre les familles ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus marquée des teneurs en sel pour les Bonbons dextrose et les Régliasses (écarts-types respectifs de 0,61 et 0,58 g/100g).

Les Calissons, les Pastilles, les Pastilles sans sucres et les Régliasses sans sucres sont des familles avec une très faible variabilité au sein de chacune d'elles, pour les teneurs en sel (écarts-types respectifs de 0,01 ; 0,03 ; 0,05 et 0,05 g/100g).

Les professionnels du secteur ont indiqué que certains ingrédients, utilisés dans la confection des confiseries, apportent du sodium (c'est le cas des citrates, de la pectine (avec des sels tampons), des sels d'acide comme les malates de sodium, très utilisés dans les bonbons gélifiés, etc...) et donc du sel. A l'exception des caramels, le sel est ainsi peu utilisé comme ingrédient dans les confiseries.

Fibres (g/100g)

Sur le secteur des confiseries, les teneurs en fibres se situent entre 0,0 et 40,9 g/100g (Figure 30).

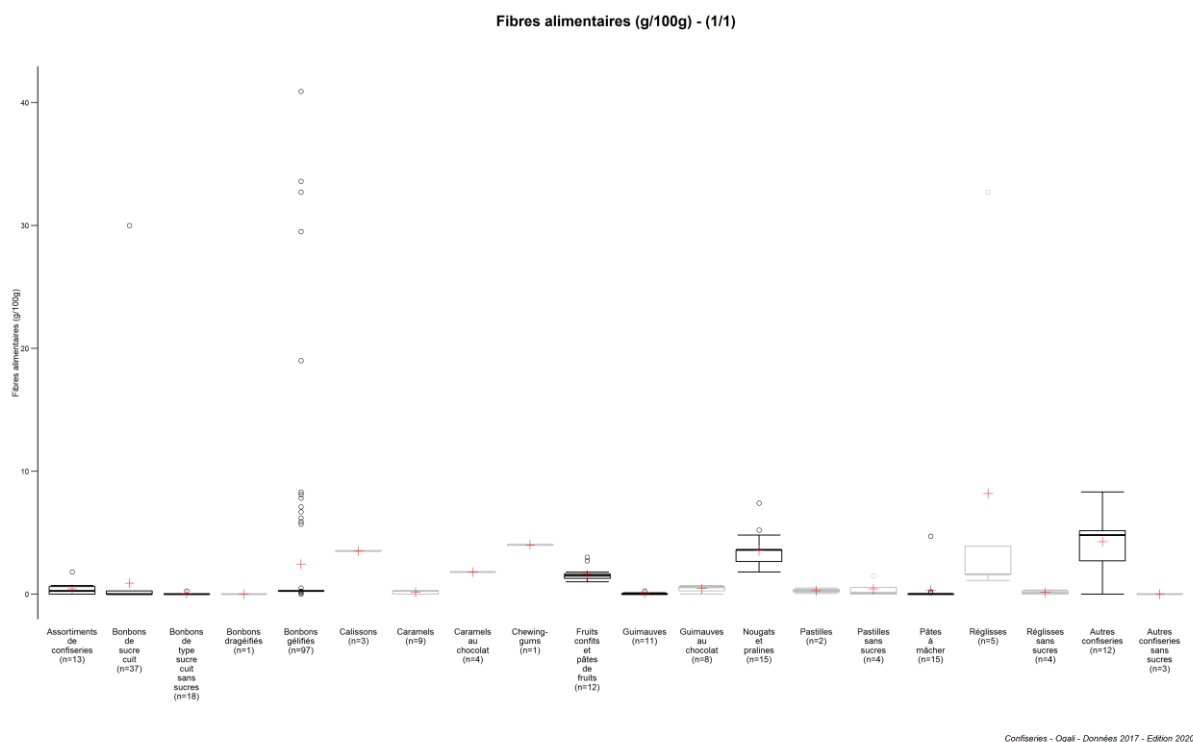


Figure 30 : Distribution des teneurs en fibres par famille

Variabilité inter-famille

Les Chewing-gums et les Réglisses présentent les plus fortes teneurs en fibres (médianes supérieures à 5,0 g/100g).

Des différences significatives des teneurs moyennes en fibres sont observées entre les familles, ce qui traduit des différences de compositions nutritionnelles entre les familles.

A l'exception de quelques familles, les teneurs en fibres des confiseries, collectées en 2017, sont très faibles.

Variabilité intra-famille

On note une dispersion plus marquée des teneurs en sel pour la famille des Réglisses (écart-type de 13,8 g/100g).

A noter également que la famille des Bonbons gélifiés présente les produits à plus fortes teneurs en fibres, mais ces derniers correspondent à des recettes isolées. Les professionnels du secteur ont indiqué que certaines gammes de bonbons gélifiés contiennent de la gomme arabique, ingrédient riche en fibres.

D'une manière générale, la grande majorité des familles de ce secteur a une très faible variabilité au niveau des teneurs en fibres.

En considérant l'échantillon suivi par l'Oqali dans son ensemble, des différences de composition nutritionnelle sont observées entre les familles : elles reflètent la diversité de produits et de recettes de ce secteur.

Au sein des familles, on note également une certaine dispersion des valeurs nutritionnelles. Celle-ci est particulièrement visible pour les familles et nutriments suivants :

- **Bonbons de sucre cuit : teneurs en sucres**
- **Bonbons de type sucre cuit sans sucres : valeurs énergétiques**
- **Bonbons dextrose : teneurs en sucres et sel**
- **Caramels : teneurs en sucres**
- **Caramels au chocolat : teneur en AGS**
- **Nougats et pralines : valeurs énergétiques, teneur en glucides et protéines**
- **Réglisses : teneurs en sucres, protéines, sel et fibres**

Ces variabilités intra-familles peuvent s'expliquer par la diversité des recettes au sein d'une même famille de produits. En effet, il existe des recettes de base qui peuvent être enrichies de tout type d'ingrédients, mis en œuvre dans des quantités plus ou moins importantes, c'est le cas par exemple, des familles de bonbons sans sucres ou qui comportent du chocolat.

A noter que les familles des Assortiments de confiseries, des Autres confiseries et des Autres confiseries sans sucres sont, par définition, des familles hétérogènes car elles contiennent des produits de natures différentes : une grande variabilité intra-famille pourra donc être observée pour ces familles.

3.4 Comparaison des teneurs moyennes en nutriments avec/sans pondération par les parts de marché

Afin d'évaluer la position des références les plus importantes en volumes de ventes, la différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché a été calculée pour chaque famille ayant au moins trois individus renseignés : les familles des Bonbons dextrose et des Chewing-gums sans sucres n'ont pas été prises en compte pour les fibres car elles ne présentent aucun produit renseigné pour ce nutriment. Le Tableau 10, présenté en Annexe 4, indique les couples famille-nutriment pour lesquels la différence entre moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché est supérieure à 10%. Ces couples sont repris dans le Tableau 5 ci-dessous.

Tableau 5 : Différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché, par famille

	Moyenne pondérée < Moyenne non pondérée	Moyenne pondérée > Moyenne non pondérée
Energie	Autres confiseries	
Matières grasses	Assortiments de confiseries Bonbons de sucre cuit Bonbons de type sucre cuit sans sucres Chewing-gums Chewing-gums sans sucres Fruits confits et pâtes de fruits Pastilles Autres confiseries	Bonbons dextrose Bonbons gélifiés Caramels Caramels au chocolat Guimauves Pâtes à mâcher Réglistes Réglistes sans sucres
Acides gras saturés	Assortiments de confiseries Bonbons de sucre cuit Bonbons de type sucre cuit sans sucres Chewing-gums Chewing-gums sans sucres Fruits confits et pâtes de fruits Nougats et pralines Pastilles Pastilles sans sucres Autres confiseries	Bonbons dextrose Bonbons gélifiés Caramels Caramels au chocolat Guimauves Réglistes Réglistes sans sucres
Glucides		Assortiments de confiseries
Sucres	Bonbons de type sucre cuit sans sucres Chewing-gums sans sucres Pastilles sans sucres Réglistes sans sucres	Réglistes
Protéines	Bonbons de sucre cuit Bonbons de type sucre cuit sans sucres Bonbons dextrose Caramels Chewing-gums sans sucres Réglistes Réglistes sans sucres Autres confiseries	Assortiments de confiseries Chewing-gums Pastilles Pastilles sans sucres Pâtes à mâcher
Sel	Bonbons de sucre cuit Bonbons gélifiés Caramels Nougat et pralines Pastilles Pastilles sans sucres Pâtes à mâcher Réglistes Autres confiseries	Bonbons de type sucre cuit sans sucres Guimauves Guimauves au chocolat Réglistes sans sucres
Fibres*	Assortiments de confiseries Bonbons de sucre cuit Bonbons de type sucre cuit sans sucres Bonbons dragéifiés Bonbons gélifiés Calissons Caramels au chocolat Chewing-gums Chewing-gums sans sucres Fruits confits et pâtes de fruits Guimauves Nougats et pralines Pastilles sans sucres Réglistes sans sucres	Bonbons dextrose Caramels Pastilles Pâtes à mâcher Autres confiseries Autres confiseries sans sucres

Différence supérieure ou égale à 10%

Différence supérieure ou égale à 20%

*les familles des Bonbons dextrose et des Chewing-gums sans sucres n'ont pas été prises en compte pour les fibres car elles ne présentent aucun produit renseigné pour ce nutriment

Sur le secteur étudié, on constate que:

- 65 cas sur 174 étudiés quand on considère une différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché supérieure à 20% ;
- 86 cas sur 174 étudiés quand on considère une différence supérieure à 10%.

Plus particulièrement, à l'exception de la famille des Autres confiseries sans sucres, toutes les familles de confiseries sans sucres ont des teneurs moyennes pondérées en sucres plus faibles que leurs moyennes non pondérées : ce résultat est, néanmoins, à nuancer au vu des teneurs en sucres proches de 0,0 g/100g, observées pour ces familles.

Pour les 22 familles étudiées, les références à fortes parts de marché semblent se distinguer des autres références d'une même famille, en termes de composition nutritionnelle. Néanmoins, ce résultat est à nuancer car les écarts observés entre les moyennes pondérées et non pondérées peuvent être de faible ampleur pour une famille et un nutriment donnés.

3.5 Combinaisons de nutriments

Au sein des familles, des nuages de points ont été réalisés en pondérant chaque référence par sa part de marché.

Dans ces nuages de points, il est important de préciser que seules les références présentant des valeurs nutritionnelles pour les nutriments considérés et pour lesquelles une part de marché a pu être identifiée sont représentées. A noter que les sucres et les matières grasses ont été choisis comme nutriments pour l'ensemble des familles, sauf pour les familles de confiseries sans sucres pour lesquelles les matières grasses et les AGS ont été privilégiés.

Bonbons de sucre cuit

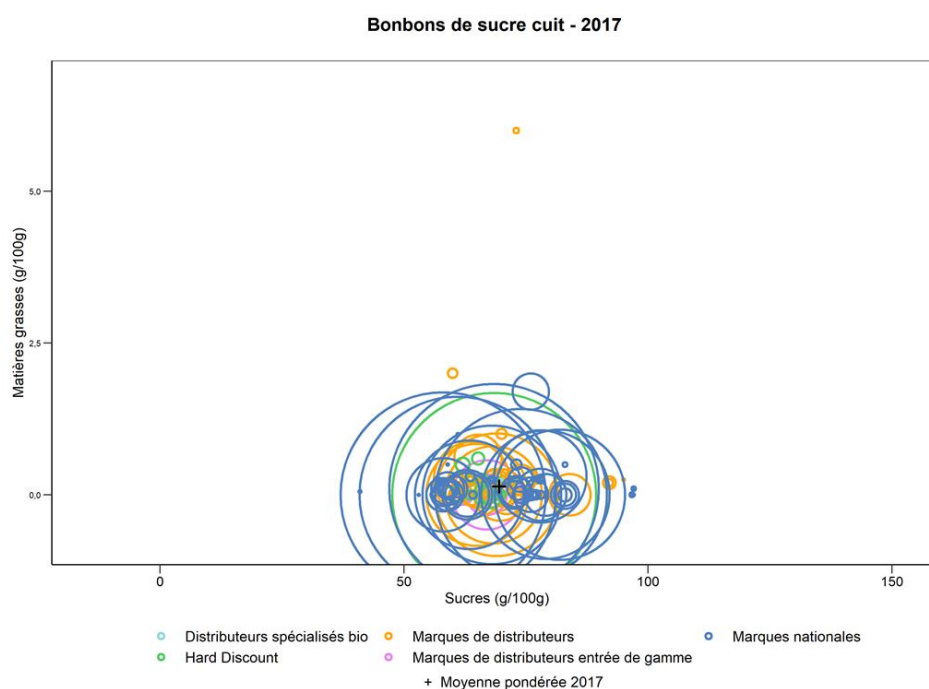


Figure 31 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Bonbons de sucre cuit
(N=150, soit 85% de la famille)

Les produits de cette famille ont des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Néanmoins, une référence à marque de distributeurs présente une teneur en matières grasses plus élevée pour cette famille (6,0 g/100g) et une petite part de marché : il s'agit d'une recette particulière comprenant de la crème.

Bonbons de type sucre cuit sans sucres

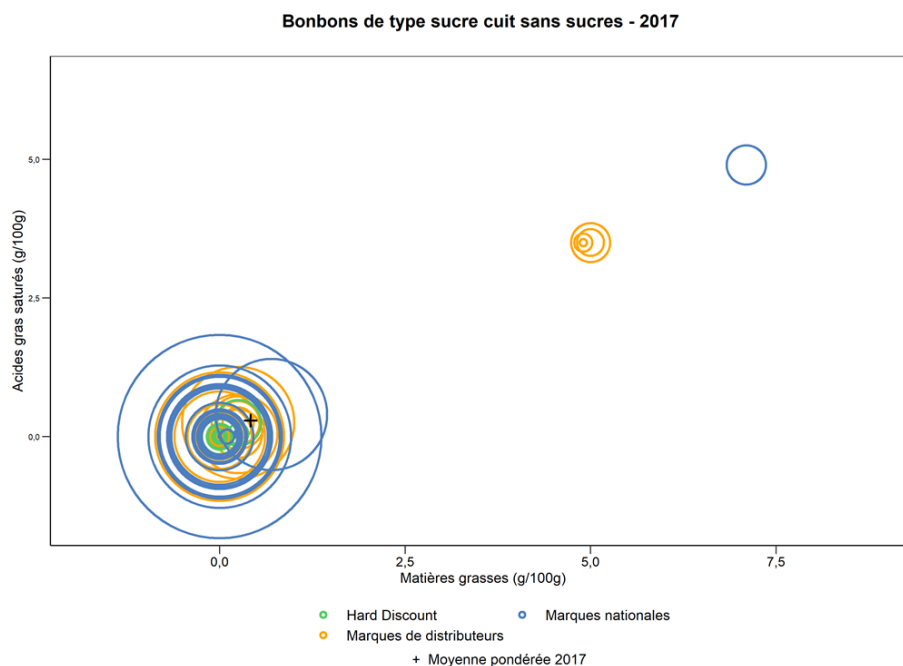
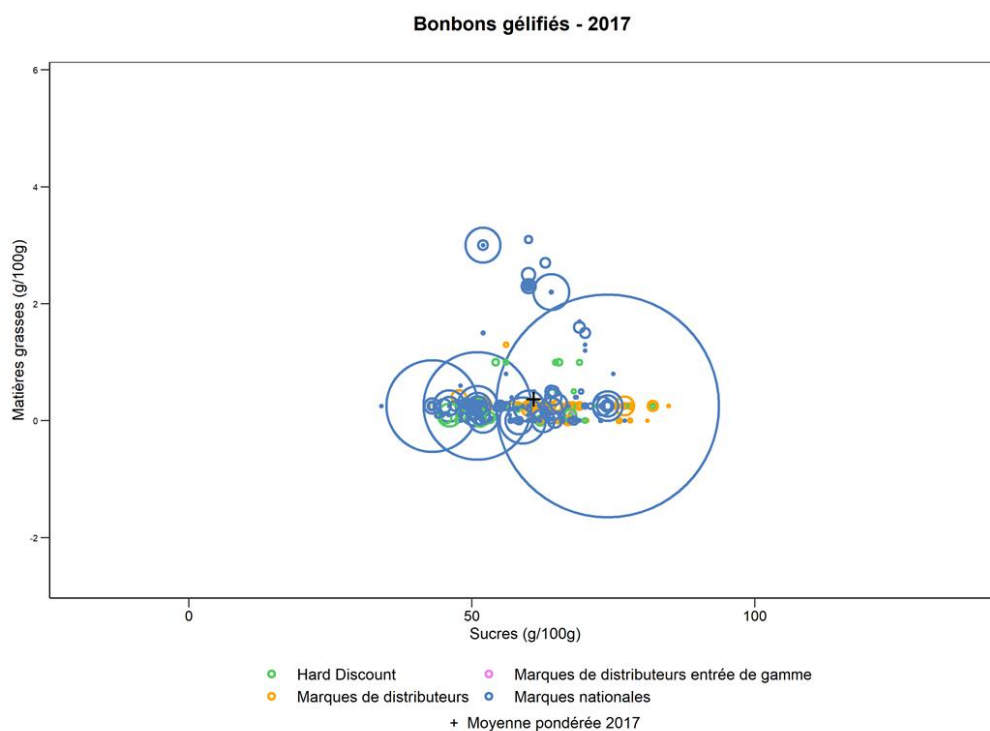


Figure 32 : Combinaison matières grasses/acides gras saturés pour les Bonbons de type sucre cuit sans sucres (N=70, soit 100% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en matières grasses et en AGS homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Quelques références à marques de distributeurs et une référence à marque nationale ont des teneurs en matières grasses et en AGS plus élevées (respectivement supérieures à 4,9 et 3,5 g/100g) et correspondent à des parts de marché moyennes en comparaison avec le reste des produits : il s'agit de recettes particulières comprenant de la crème.

Bonbons gélifiés



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 33 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Bonbons gélifiés
(N=322, soit 92% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché. Néanmoins, quelques références à marques nationales ont des teneurs en matières grasses plus élevées et correspondent à des petites parts de marché.

Concernant les teneurs en sucres de cette famille, elles sont comprises entre 34,0 et 84,8 g/100g et on note que la référence la plus vendue de cette famille (marque nationale) a une teneur en sucres plus élevée que la moyenne pondérée (74,0g vs. 59,7g/100g).

Caramels

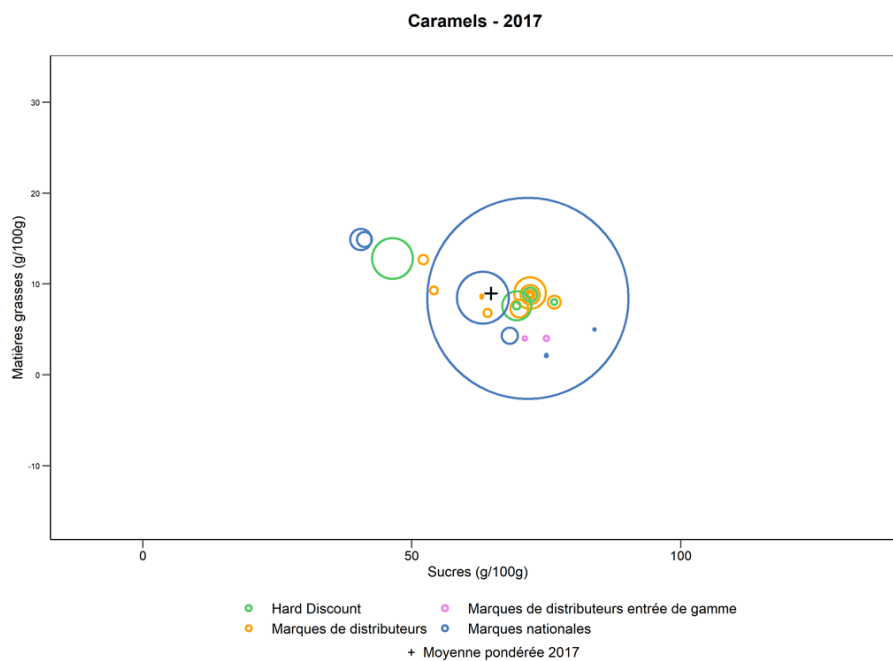


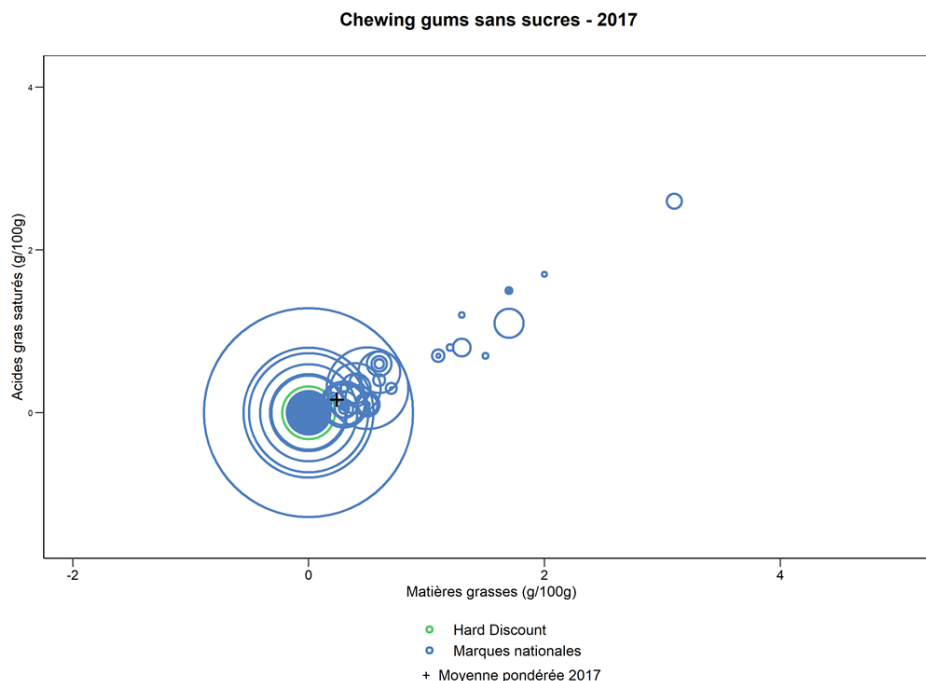
Figure 34 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Caramels
(N=27, soit 90% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Néanmoins, il est à noter que :

- au sein de cette famille, la référence la plus vendue (marque nationale) a une teneur en sucres plus élevée que la moyenne pondérée (71,6 g vs. 66,1 g/100g).
- 2 références à marques nationales, 1 référence à marque de distributeurs et 1 référence de hard discount ont des teneurs en sucres plus faibles (inférieures à 52,1 g/100g) et des teneurs en matières grasses plus élevées pour cette famille (supérieures à 12,7 g/100g). Elles correspondent à de petites parts de marché.

Chewing-gums sans sucres



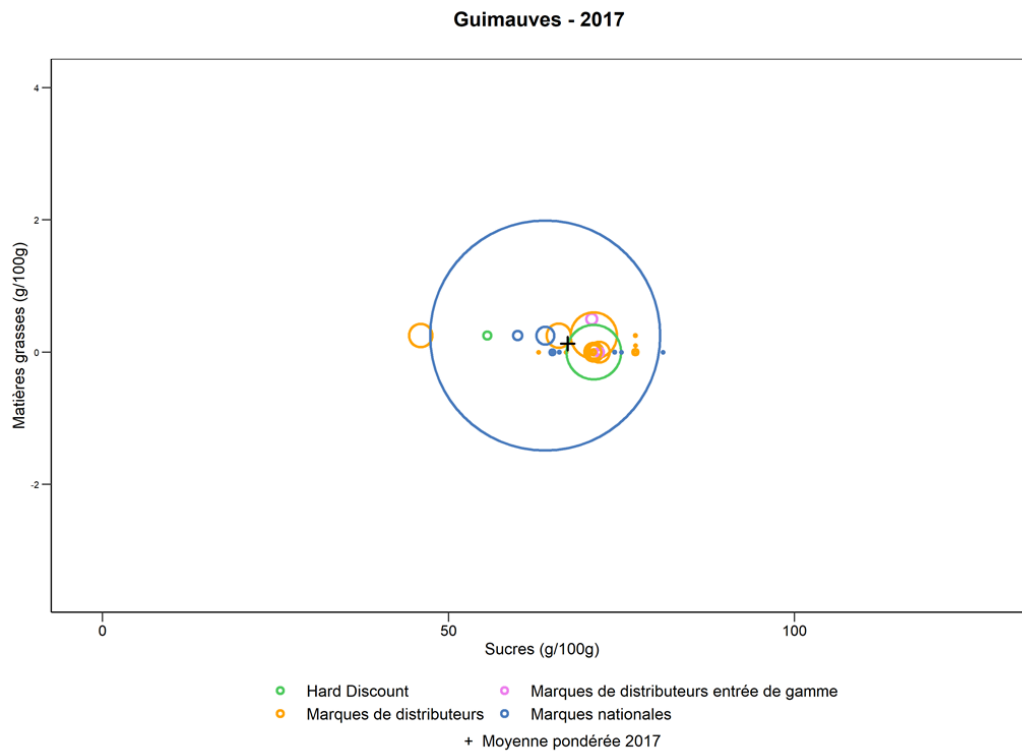
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 35 : Combinaison matières grasses/acides gras saturés pour les Chewing-gums sans sucres
(N=122, soit 96% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en matières grasses et AGS homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Quelques références à marques nationales présentent, néanmoins, des teneurs en matières grasses et en AGS plus élevées pour cette famille (supérieures à 1,2 g/100g pour les matières grasses et à 0,7 g/100g pour les acides gras saturés) ; elles correspondent à des petites parts de marché.

Guimauves



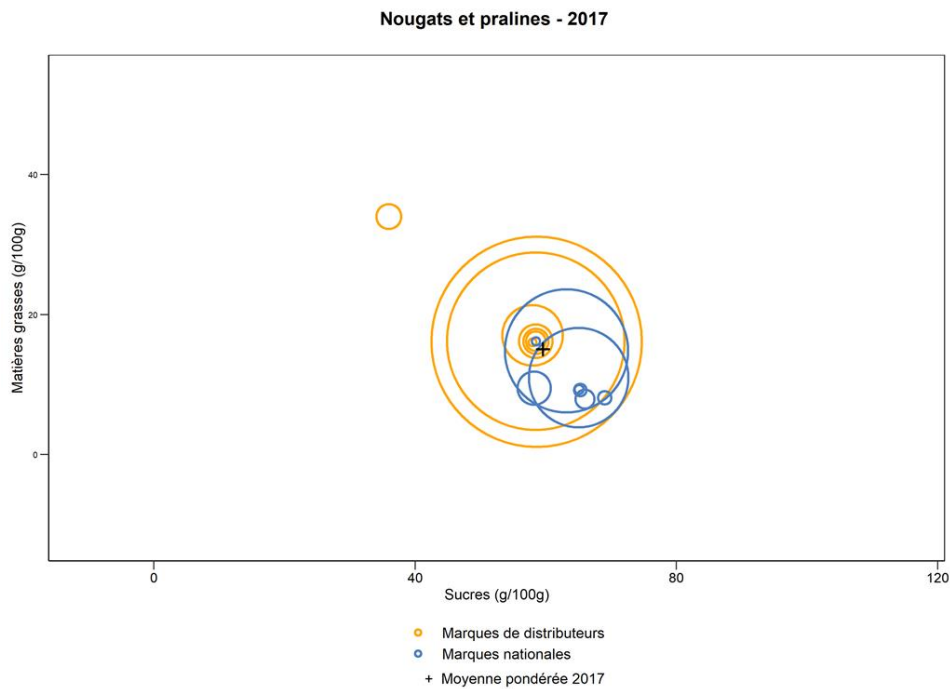
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 36 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Guimauves
(N=30, soit 93% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché

A noter, néanmoins, qu'au sein de cette famille, la référence la plus vendue (marque nationale) présente une teneur en sucres parmi les plus faibles (64,0 g/100g).

Nougats et pralines



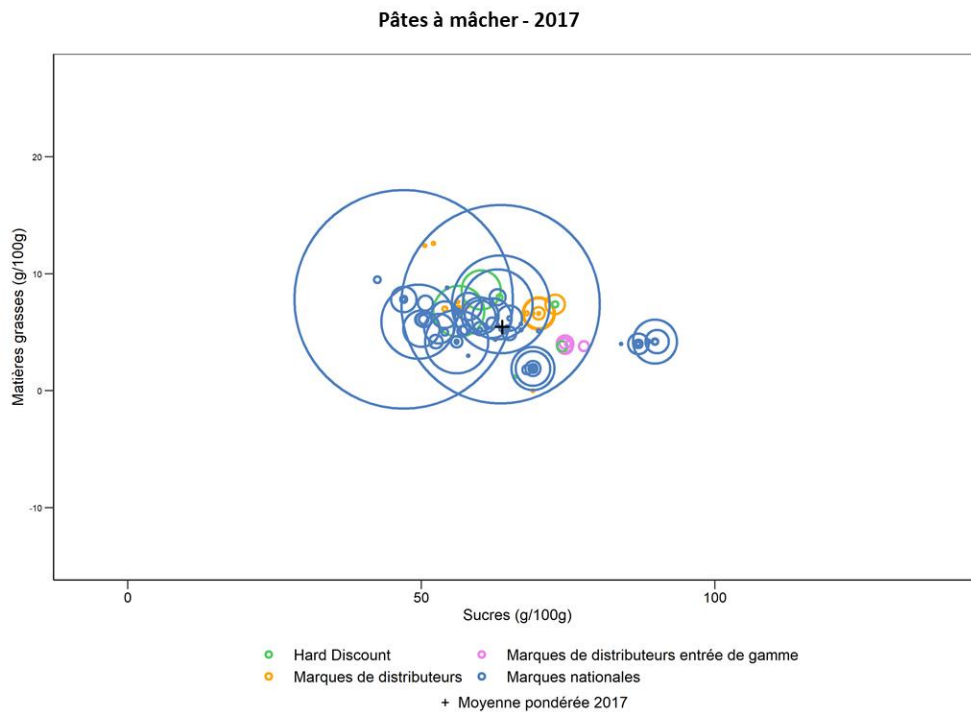
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 37 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Nougats et pralines
(N= 16, soit 59% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Néanmoins, parmi les parts de marché non négligeable de cette famille, une des références (marque nationale) présente une teneur en sucres plus élevée (65,0 g/100g) et une teneur en matières grasses plus faible (11,0 g/100g) que les moyennes pondérées (respectivement 59,7 g et 16,0 g/100g).

Pâtes à mâcher



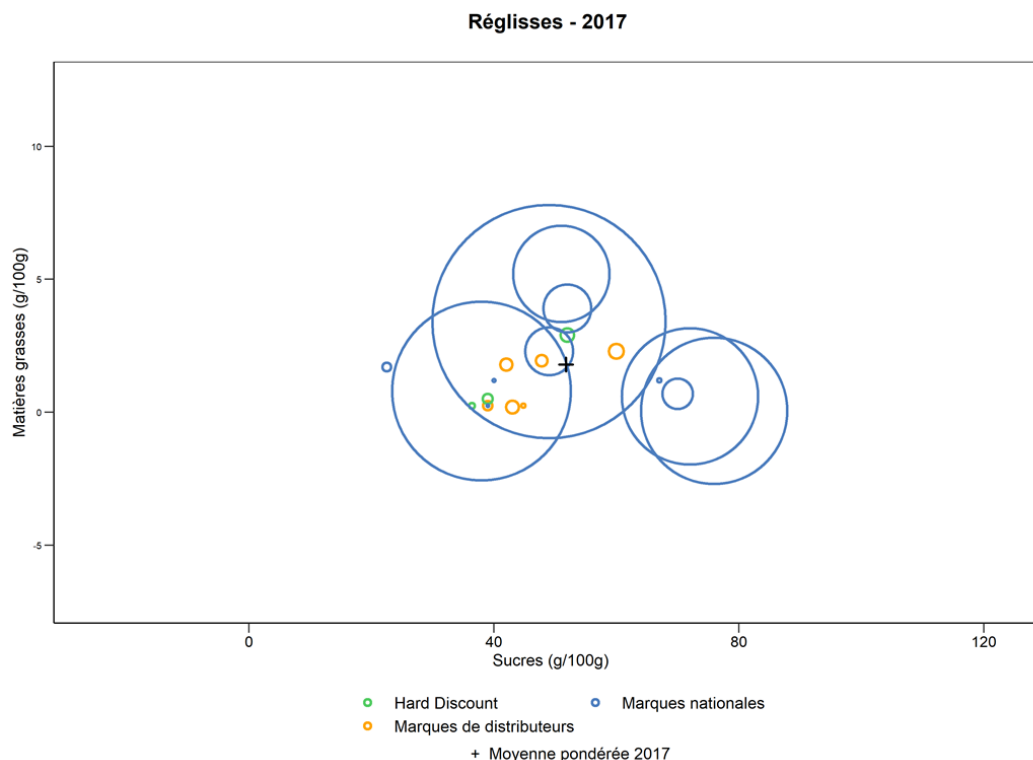
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 38 : Combinaison sucre/matières grasses pour les Pâtes à mâcher
(N= 49, soit 78% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Néanmoins, la référence la plus vendue de cette famille (marque nationale) présente une teneur en sucres plus faible que la moyenne pondérée (47,0 g vs. 60,9 g/100g).

Réglisses



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 39 : Combinaison sucres/matières grasses pour les Réglisses
(N=22, soit 88% de la famille)

La majorité des produits de cette famille a des teneurs en sucres et en matières grasses homogènes, quelle que soit leur part de marché.

Parmi les références les plus vendues de cette famille :

- 1 à marque nationale présente une teneur en sucres plus faible, par rapport à la moyenne pondérée de cette famille (38,0 g vs. 54,7 g/100g) ;
- 2 à marques nationales présentent des teneurs en sucres plus élevées, par rapport à la moyenne pondérée de cette famille (72,0 g et 76,0 g vs. 54,7 g/100g) ;
- 1 à marque nationale présente une teneur en matières grasses plus élevée, par rapport à la moyenne pondérée de cette famille (3,4 g vs. 1,9 g/100g).

Les familles des Bonbons dextrose, Bonbons dragéifiés, Calissons, Caramels au chocolat, Chewing-gums, Fruits confits et pâtes de fruits, Guimauves au chocolat, Pastilles, Autres confiseries présentent des teneurs en sucres et matières grasses similaires, quelle que soit leur part de marché. Pour les familles des Pastilles sans sucres, Réglisses sans sucres et Autres confiseries sans sucres, le même constat peut être fait pour les teneurs en matières grasses et en AGS. Les cartographies qui y sont associées sont présentées dans l'Annexe 5.

3.6 Comparaison de la composition nutritionnelle selon les segments de marché

Le test de Kruskal-Wallis permet de vérifier statistiquement s'il existe, à l'échelle d'une famille, des différences de composition nutritionnelle entre les segments de marché (marques nationales, marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme, hard discount et distributeurs spécialisés bio)

Ce test a été réalisé sur toutes les familles pour l'énergie, les matières grasses, les AGS, les glucides, les sucres, les protéines, le sel et les fibres (Tableau 6 à Tableau 8).

Lorsqu'une différence significative de composition nutritionnelle est mise en évidence (en bleu dans les Tableau 6 à Tableau 8), la teneur moyenne en nutriment par segment de marché est indiquée en g/100g et un test de comparaisons multiples par paires est réalisé (le groupe d'affectation de chaque segment est indiqué entre parenthèses).

Tableau 6 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (1/3)

	Energie (Kcal/100g)	Matière grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Sel (g/100g)	Fibres (g/100g)
Assortiments de confiseries	Pas de différence significative	Différence significative** MN : 2,0 (A) MDD : 5,7 (B) MDDeg : 1,4 (A,B) HD : 4,1 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative** MN : 0,9 (A) MDD : 3,7 (B) MDDeg : 0,7 (A,B) HD : 2,2 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 79,8 (A,B,C) MDD : 79,8 (B) MDDeg : 92,6 (C) HD : 78,9 (A,B,C) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 54,7 (A) MDD : 59,3 (B,C) MDDeg : 72,0 (B) HD : 52,6 (A,C) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 4,2 (A) MDD : 2,7 (B) MDDeg : 0,1 (B) HD : 2,9 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative** MN : 0,20 (A) MDD : 0,43 (B) MDDeg : 0,20 (A,B) HD : 0,46 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Pas de différence significative
Bonbons de sucre cuit	Pas de différence significative	Différence significative** MN : 0,1 (A,B) MDD : 0,2 (A,B) MDDeg : 0,0 (A) HD : 0,1 (A,B) DS bio : 0,2 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative* MN : 0,0 (A) MDD : 0,1 (A) MDDeg : 0,0 (A) HD : 0,0 (A,B) DS bio : 0,1 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 0,1 (A) MDD : 0,0 (A) MDDeg : 0,0 (A) HD : 0,1 (A,B) DS bio : 0,4 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative* MN : 0,19 (A) MDD : 0,07 (A) MDDeg : 0,00 (B) HD : 0,01 (A,B) DS bio : 0,00 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative* MN : 0,25 (A) MDD : 0,0 (B) MDDeg : 0,0 (A,B) HD : 0,0 (A,B) DS bio : 30,0 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	Différence significative*** MN : 262 (A) MDD : 237 (B) HD : 232 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 96,4 (A) MDD : 95,2 (B) HD : 96,6 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative** MN : 0,0 (A) MDD : 0,2 (B) HD : 0,1 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Pas de différence significative	Différence significative*** MN : 0,03 (A) MDD : 0,14 (B) HD : 0,04 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative*** MDD : 0,0 (A) HD : 0,1 (B) <i>Segments pris en compte : MDD, HD</i>
Bonbons dextrose	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	x
Bonbons dragéifiés	Pas de différence significative	Différence significative*** MN : 0,2 (A) HD : 0,0 (B) <i>Segments pris en compte : MN, HD</i>	Différence significative** MN : 0,0 (A) HD : 0,0 (B) <i>Segments pris en compte : MN, HD</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Bonbons gélifiés	Différence significative** MN : 342 (A) MDD : 339 (A) MDDeg : 331 (A) HD : 344 (A) DS bio : 334 (A) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative** MN : 59,1 (A) MDD : 65,3 (B) MDDeg : 63,9 (A,B) HD : 58,8 (A) DS bio : 55,4 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative* MN : 3,9 (A) MDD : 4,2 (A) MDDeg : 4,9 (A,B) HD : 5,1 (B) DS bio : 3,3 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative*** MN : 0,19 (A) MDD : 0,10 (B) MDDeg : 0,03 (A,B) HD : 0,15 (A,B) DS bio : 0,07 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio</i>	Différence significative** MN : 10,7 (A) MDD : 0,5 (B) MDDeg : 0,2 (A,B) HD : 7,8 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>

***si p<0,001; ** si p<0,01; * si p<0,05

Les moyennes sans aucune lettre commune sont statistiquement et significativement différentes

Tous les segments ont été testés même ceux avec un très faible effectif

Tableau 7 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (2/3)

	Energie (Kcal/100g)	Matière grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Sel (g/100g)	Fibres (g/100g)
Calissons	Différence significative* MN : 455 (A) MDD : 444 (B) Segments pris en compte : MN, MDD	Différence significative* MN : 18,2 (A) MDD : 17,0 (B) Segments pris en compte : MN, MDD	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 49,6 (A) MDD : 47,0 (B) Segments pris en compte : MN,	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Caramels	Différence significative* MN : 406 (A) MDD : 416 (A) MDDeg : 383 (A) HD : 419 (A) DS bio : 407 (A) Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 0,52 (A) MDD : 1,00 (B) MDDeg : 0,41 (A,B) HD : 0,87 (A,B) DS bio : 0,00 (A,B) Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD, DS bio	Pas de différence significative
Caramels au chocolat	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Chewing gums	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Chewing gums sans sucres	Différence significative*** MN : 168 (A) HD : 158 (B) Segments pris en compte : MN, HD	Différence significative*** MN : 0,3 (A) HD : 0,0 (B) Segments pris en compte : MN, HD	Différence significative*** MN : 0,2 (A) HD : 0,0 (B) Segments pris en compte : MN, HD	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	x
Fruits confits et pâtes de fruits	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Guimauves	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Guimauves au chocolat	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Nougats et pralines	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 69,4 (A) MDD : 62,1 (B) DS bio : 67,5 (A,B) Segments pris en compte : MN, MDD, DS bio	Différence significative* MN : 62,2 (A) MDD : 55,5 (B) DS bio : 52,0 (A,B) Segments pris en compte : MN, MDD, DS bio	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 2,8 (A) MDD : 4,1 (A) DS bio : 4,8 (A) Segments pris en compte : MN, MDD, DS bio

***si p<0,001; ** si p<0,01; * si p<0,05

Les moyennes sans aucune lettre commune sont statistiquement et significativement différentes

Tous les segments ont été testés même ceux avec un très faible effectif

Tableau 8 : Comparaison de la composition nutritionnelle selon le segment de marché (3/3)

	Energie (Kcal/100g)	Matière grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Sel (g/100g)	Fibres (g/100g)
Pastilles	Différence significative** MN : 391 (A) MDD : 398 (A,B) HD : 399 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 0,4 (A) MDD : 0,2 (B) HD : 0,2 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 0,3 (A) MDD : 0,0 (B) HD : 0,0 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative** MN : 95,6 (A) MDD : 98,9 (B) HD : 99,2 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 91,9 (A) MDD : 98,0 (B) HD : 97,6 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 0,0 (A) MDD : 0,2 (B) HD : 0,2 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 0,01 (A) MDD : 0,07 (B) HD : 0,08 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Pas de différence significative
Pastilles sans sucres	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Pâtes a macher	Pas de différence significative	Différence significative** MN : 5,0 (A) MDD : 7,0 (B) MDDeg : 3,9 (A) HD : 5,9 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative** MN : 3,3 (A) MDD : 5,4 (B) MDDeg : 2,2 (A) HD : 3,7 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 85,5 (A) MDD : 82,2 (B) MDDeg : 89,2 (A) HD : 85,6 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 63,1 (A) MDD : 61,2 (A) MDDeg : 75,2 (B) HD : 65,4 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 0,7 (A) MDD : 1,0 (B) MDDeg : 0,2 (A,B) HD : 1,0 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Différence significative* MN : 0,13 (A) MDD : 0,06 (B) MDDeg : 0,00 (B) HD : 0,00 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, MDDeg, HD</i>	Pas de différence significative
Réglisses	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Réglisses sans sucres	Différence significative* MN : (A) MDD : (A) HD : (A) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 1,1 (A) MDD : 0,0 (B) HD : 0,0 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Différence significative* MN : 1,0 (A) MDD : 0,0 (B) HD : 0,0 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative
Autres confiseries	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 60,74 (A) MDD : 70,9 (A,B) HD : 90,0 (B) DS bio : 63,8 (A,B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD, HD, DS bio</i>	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Différence significative* MN : 5,1 (A) MDD : 1,6 (B) <i>Segments pris en compte : MN, MDD</i>
Autres confiseries sans sucres	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative	Pas de différence significative

***si p<0,001; ** si p<0,01; * si p<0,05

Les moyennes sans aucune lettre commune sont statistiquement et significativement différentes

Tous les segments ont été testés même ceux avec un très faible effectif

Au sein des familles étudiées, des différences significatives de composition nutritionnelle selon les segments de marché ont été mises en évidence, pour 52 couples famille-nutriment parmi les 176 testés. Les différences intra-familles de composition nutritionnelle sont donc plutôt fréquentes mais peuvent être de plus ou moins grande ampleur.

Au sein des familles, des différences de composition nutritionnelle ont été mises en évidence selon les segments de marché.

Parmi les 22 familles étudiées, 13 d'entre elles présentent des différences significatives de composition nutritionnelle entre segments de marché, en particulier pour :

- les Assortiments de confiseries : des différences significatives entre les marques nationales et les marques de distributeurs ont été relevées pour 5 nutriments. Celles-ci peuvent être liées à l'hétérogénéité de cette famille ;**
- les Bonbons de type sucre cuit sans sucres : des différences significatives entre les marques nationales et les marques de distributeurs et/ou le hard discount ont été relevées pour 4 nutriments ;**
- les Bonbons gélifiés : des différences significatives entre les marques nationales et les marques de distributeurs ont été relevées pour 4 nutriments ;**
- les Pastilles : des différences significatives entre les marques nationales et les marques de distributeurs et/ou le hard discount ont été relevées pour 6 nutriments ;**
- les Pâtes à mâcher : des différences significatives entre les marques nationales et les marques de distributeurs ont été relevées pour 5 nutriments.**

4. CONCLUSIONS

L'étude du secteur des Confiseries porte sur 1255 références, collectées en 2017 et couvrant²² au moins 78% du marché, en volumes de ventes.

La classification utilisée par l'Oqali décompose le secteur suivi en **22 familles de produits** :

- Assortiment de confiseries (4%)
- Bonbons de sucre cuit (14%)
- Bonbons de type sucre cuit sans sucres (6%)
- Bonbons dextrose (2%)
- Bonbons dragéifiés (1%)
- Bonbons gélifiés (28%)
- Calissons (1%)
- Caramels (2%)
- Caramels au chocolat (1%)
- Chewing-gums (2%)
- Chewing-gums sans sucres (10%)
- Fruits confits et pâtes de fruits (3%)
- Guimauves (3%)
- Guimauves au chocolat (2%)
- Nougats et pralines (2%)
- Pastilles (2%)
- Pastilles sans sucres (1%)
- Pâtes à mâcher (9%)
- Réglisses (2%)
- Réglisses sans sucres (1%)
- Autres confiseries (4%)
- Autres confiseries sans sucres (1%)

Parmi les produits collectés en 2017, **le segment des marques nationales est majoritaire en nombre de références** (n=753 ; 60%), suivi par les marques de distributeurs (n=317 ; 25%), le hard discount (n=134 ; 11%), les marques de distributeurs entrée de gamme (n=28 ; 2%) et les distributeurs spécialisés biologiques (n=23 ; 2%).

A noter qu'en termes de segment de marché, l'échantillon Oqali est représentatif du marché, en volumes de ventes²³.

4.1 Etude de l'étiquetage

L'étude des paramètres d'étiquetage porte sur 1255 références de Confiseries pour lesquelles les données d'emballage ont été récoltées.

²² Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel

²³ Comparaison des répartitions des volumes de ventes par segment de marché entre l'échantillon Oqali et le marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel en 2017.

Au niveau du secteur

La quasi-totalité des produits de ce secteur présente un étiquetage nutritionnel (99%) : 62% de type INCO et 37% de type INCO+.

Concernant les 5 autres paramètres d'étiquetage suivis par l'Oqali :

- **261 produits (21% du secteur) affichent au moins une allégation nutritionnelle.** Parmi les 277 allégations relevées, 81% portent sur les sucres (« Sans sucres ») et les allégations « Sans sodium ou sans sel ajouté » et « Sans sucres ajoutés » sont les secondes plus importantes (5% dans les deux cas) ;
- **les allégations de santé sont peu présentes sur le secteur en 2017** (83 produits concernés, soit 7% du secteur) ;
- **561 références indiquent des portions (45% du secteur).** Les tailles de ces portions sont comprises entre 2 et 45g et sont variables d'une famille à l'autre ;
- **555 produits affichent des valeurs nutritionnelles par portion (44% du secteur) ;**
- **291 produits présentent des repères nutritionnels (23% du secteur).**

Au niveau des segments de marché

En termes de proportion :

- **les marques nationales correspondent au seul segment qui présente des produits avec des allégations de santé** (11% des références à marques nationales) ;
- **les marques de distributeurs présentent l'étiquetage nutritionnel le plus détaillé** (65% de produits INCO+ vs. 26% pour les marques nationales, 36% pour les marques de distributeurs entrée de gamme, 35% pour le hard discount et 9% pour les distributeurs spécialisés bio). Elles affichent plus de **portions** (83% des références à marques de distributeurs vs. 23% pour les marques nationales, 68% pour les marques de distributeurs entrée de gamme et 80% pour le hard discount) et de **valeurs nutritionnelles par portion** (83% des références à marques de distributeurs vs. 22% pour les marques nationales, 68% pour les marques de distributeurs entrée de gamme et 80% pour le hard discount) ;
- **le hard discount comprend les proportions les plus importantes de produits avec allégations nutritionnelles** (37% des références issues du hard discount vs. 22% pour les marques nationales, 13% pour les marques de distributeurs et 4% pour les distributeurs spécialisés bio) et de produits avec **repères nutritionnels** (46% des références issues du hard discount vs. 10% pour les marques nationales, 44% pour les marques de distributeurs et 36% pour les marques de distributeurs entrée de gamme).

Au niveau des familles

Hormis les familles des Autres confiseries, des Autres confiseries sans sucres et des Assortiments de confiseries qui regroupent des produits très hétérogènes, celle des **Chewing-gums sans sucres se distingue avec un étiquetage nutritionnel de type INCO+ sur 92% de ses produits et l'affichage d'allégations nutritionnelles et de santé** dans respectivement 98% et 63% des cas. **Les Bonbons dragéifiés indiquent le plus de portions et de valeurs nutritionnelles par portion, en proportion** (respectivement 93% et 86%).

En revanche, **la famille des Pâtes de fruits et fruits confits est la moins bien renseignée pour quatre des paramètres suivis :**

- l'affichage d'un étiquetage nutritionnel avec 32% de ses produits de groupe INCO+ et 3% sans étiquetage nutritionnel ;
- les portions indiquées (21% de ses produits) ;
- les valeurs nutritionnelles par portion (21% de ses produits) ;
- les repères nutritionnels (9% de ses produits).

4.2 Etude de la composition nutritionnelle

L'étude de la composition nutritionnelle porte sur 1240 références pour lesquelles les données de composition nutritionnelle ont été recueillies.

Variabilité inter-famille

Sur le secteur des Confiseries, des différences entre familles sont observées pour les valeurs énergétiques, les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides, les sucres, les protéines, les fibres et le sel. **Elles s'expliquent principalement par une grande diversité de produits et de recettes sur le secteur.**

En particulier, par rapport à l'ensemble des Confiseries étudiées :

- les **valeurs énergétiques** moyennes sont plus élevées pour les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines (respectivement 452 ; 444 et 448 kcal/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des confiseries sans sucres (entre 165 et 277 kcal/100g). A noter que la valeur énergétique moyenne des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 338 kcal/100g ;
- les teneurs moyennes en **matières grasses** sont plus élevées pour les familles des Calissons, des Caramels au chocolat et des Nougats et pralines (respectivement 18,0 ; 16,7 et 15,9 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Guimauves (0,0 g/100g). A noter que la teneur moyenne en matières grasses des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 2,5 g/100g ;
- la teneur moyenne en **acides gras saturés** est plus élevée pour la famille des Caramels au chocolat (11,0 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celles des Bonbons de sucre cuit, des Bonbons dragéifiés et des Guimauves (0,0 g/100 g pour ces 3 familles). A noter que la teneur moyenne en acides gras saturés des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 1,3 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **glucides** sont plus élevées pour les familles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Pastilles, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres (respectivement 96,0 ; 96,6 ; 96,2 et 96,0 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Calissons (64,0 g/100g). A noter que la teneur moyenne en glucides des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 82,0 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **sucres** sont plus élevées pour les familles des Bonbons dextrose et des Pastilles (respectivement 85,6 et 93,7 g/100g) et, au contraire, plus basses pour les familles de confiseries sans sucres (entre 0,0 et 0,3 g/100g). A noter que la teneur moyenne en sucres des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 52,1 g/100g ;

- les teneurs moyennes en **protéines** sont plus élevées pour les familles des Calissons et des Nougats et pralines (respectivement 8,0 et 7,5 g/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des Bonbons de type sucre cuit sans sucres, des Bonbons dextrose, des Chewing-gums, des Pastilles sans sucres et des Réglisses sans sucres (0,0 g/100g pour ces 5 familles). A noter que la teneur moyenne en protéines des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 2,1 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **sel** sont plus élevées pour les familles des Caramels et des Réglisses (respectivement 0,74 et 0,95 g/100g) et, au contraire, plus basse pour celle des Réglisses sans sucres (0,02 g/100g). A noter que la teneur moyenne en sel des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 0,15 g/100g ;
- les teneurs moyennes en **fibres** sont plus élevées pour les familles des Chewing-gums et des Autres confiseries (respectivement 4,0 et 4,2 g/100g) et, au contraire, plus basses pour celles des Bonbons dragéifiés et des Autres confiseries sans sucres (0,0 g/100g pour ces familles). A noter que la teneur moyenne en fibres des produits du secteur, toutes familles confondues, est de 1,7 g/100g.

Variabilité intra-famille

Au sein du secteur des Confiseries, il existe également une grande variabilité intra-famille.

Plus particulièrement, les Assortiments de confiseries et les Autres confiseries se caractérisent par une variabilité intra-famille importante pour les valeurs énergétiques, les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides, les sucres, les protéines, les fibres et le sel, comme attendu, du fait de la grande diversité de recettes regroupées au sein de ces familles.

Certaines familles regroupant des produits a priori homogènes, telles que les Caramels, les Nougats et pralines et les Réglisses, présentent également une variabilité intra-famille non négligeable pour certains nutriments comme les sucres, les protéines ou le sel. Ces variabilités peuvent être dues à la fois aux différentes recettes de base présentes dans les familles (nougats aromatisés, réglisses enrobés, etc...) mais également aux variantes autour d'une même recette de base (mise en œuvre d'ingrédients et de proportions d'ingrédients différentes). A l'inverse, la variabilité intra-famille des familles de Calissons et de Pastilles est plus faible.

A noter que les variabilités intra-famille sont dépendantes des nutriments étudiés. Par exemple, la famille des Caramels au chocolat présente une variabilité intra-famille faible pour les sucres mais importante pour les acides gras saturés.

Les variabilités nutritionnelles entre les familles et au sein des familles peuvent s'expliquer par la grande diversité des recettes mises en œuvre dans le secteur des confiseries. En effet, il existe des recettes de base (par exemple les bonbons gélifiés, les caramels, les guimauves, etc...) qui peuvent être enrichies de tout type d'ingrédients alimentaires simples ou composés (par exemple de chocolat, de crèmes, de café, de caramel, de fruits, de sucre acidulé, etc...). Ces différents composants du produit fini, pouvant être présents dans des proportions variables, ont une incidence sur la composition nutritionnelle des produits.

4.3 Perspectives

Cette étude constitue un état des lieux à T₀ des caractéristiques nutritionnelles et des paramètres d'étiquetage des produits du secteur. Ainsi, ce bilan servira de référence pour le suivi des évolutions des indicateurs étudiés pour ce secteur.

Annexe 1: Lexique

Allégation

La réglementation²⁴ 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° 1924/2006²⁴) 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°432/2012²⁵ 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.

²⁴ 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.

²⁵ Règlement (UE) n° 432/2012 de la Commission du 16 mai 2012 établissant une liste des allégations de santé autorisées portant sur les denrées alimentaires, autres que celles faisant référence à la réduction du risque de maladie ainsi qu'au développement et à la santé infantiles.

En particulier, dans les rapports effectués par l'Oqali, ont été considérées comme « allégations nutritionnelles » toutes les allégations remplissant les conditions d'utilisation des annexes du règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010²⁶ actuellement en vigueur, ainsi que celles pouvant avoir le même sens pour le consommateur.

Etiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle

A partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011²⁷ 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 Conseil²⁸, 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 ;

²⁶ 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.

²⁷ 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.

²⁸ 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 consommation²⁹ 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)³⁰ ou des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal).

²⁹ 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.

³⁰ 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 (cadrons, 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.

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 : Aide à la lecture d'une boxplot ou « boîte à moustaches »

La boîte à moustaches (figure 39) présente les informations suivantes :

- l'échelle des valeurs de la variable, située sur l'axe vertical ;
- le premier et le troisième quartile, q_1 et q_3 , représentés par la base et le chapeau du rectangle central ;
- la médiane, représentée par la ligne horizontale située entre q_1 et q_3 ;
- la moyenne, représentée par une croix rouge ;
- la barre horizontale du bas indique la valeur adjacente inférieure, c'est-à-dire la valeur immédiatement supérieure à $q_1 - 1,5(q_3 - q_1)$;
- la barre horizontale du haut indique la valeur adjacente supérieure, c'est-à-dire la plus grande observation inférieure à $q_3 + 1,5(q_3 - q_1)$;
- les observations extrêmes sont les points au-delà de ces valeurs adjacentes.

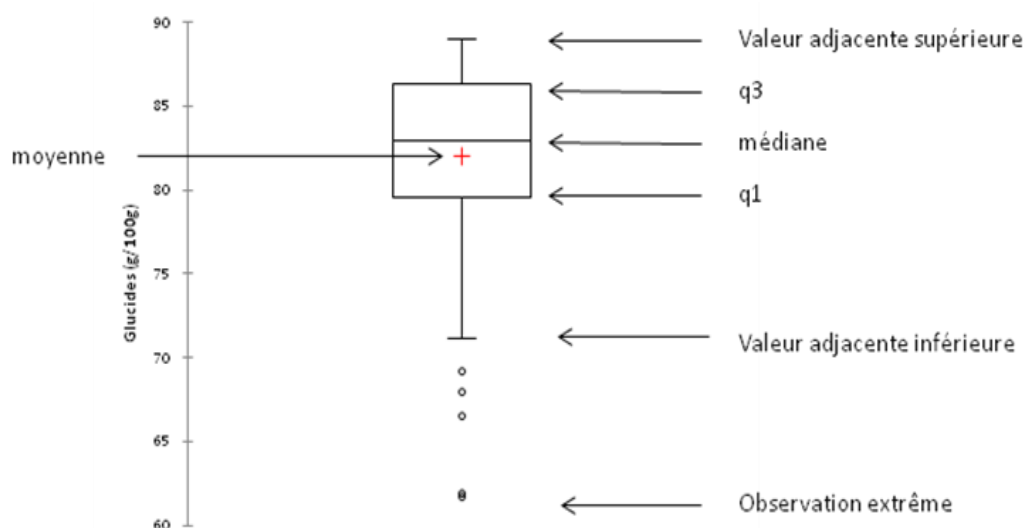


Figure 40 : Schéma d'une boîte à moustaches

Annexe 3 : Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits - Analyse factorielle discriminante (AFD)

Ce traitement permet de mettre en évidence les indicateurs nutritionnels qui expliquent au mieux l'affectation des références au sein des différentes familles. Il permet également d'étudier l'homogénéité intra-famille de la composition nutritionnelle.

Une AFD sur les données 2017 a été réalisée pour l'ensemble des familles du secteur des Confiseries (en excluant les familles des Autres confiseries et des Autres confiseries sans sucres trop hétérogène). Les variables prises en compte sont les suivantes : famille d'affectation, teneurs en énergie (en kcal), matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (seuls les nutriments INCO ont été pris en compte).

Sur les 1194 références appartenant aux familles concernées, 1173 ont été prises en compte dans le traitement. Il s'agit des produits pour lesquels l'ensemble des nutriments impliqués dans l'AFD est renseigné, c'est-à-dire les références présentant un étiquetage nutritionnel de groupe INCO/INCO+.

Résultats de l'AFD descriptive

Les deux premiers axes factoriels construits par l'AFD permettent d'expliquer 99,7% de la variance totale observée (95,4% pour le premier axe et 4,3% pour le deuxième).

La Figure 41 schématise le positionnement relatif des différentes familles prises en compte dans l'AFD, dans le repère construit par les axes 1 et 2.

Le premier axe est majoritairement construit par la variable énergie (kcal). Il oppose d'une part les confiseries sans sucres, caractérisées par de plus faibles valeurs énergétiques, et d'autre part, les autres familles de confiseries.

Le deuxième axe est construit principalement par la variable sucres.

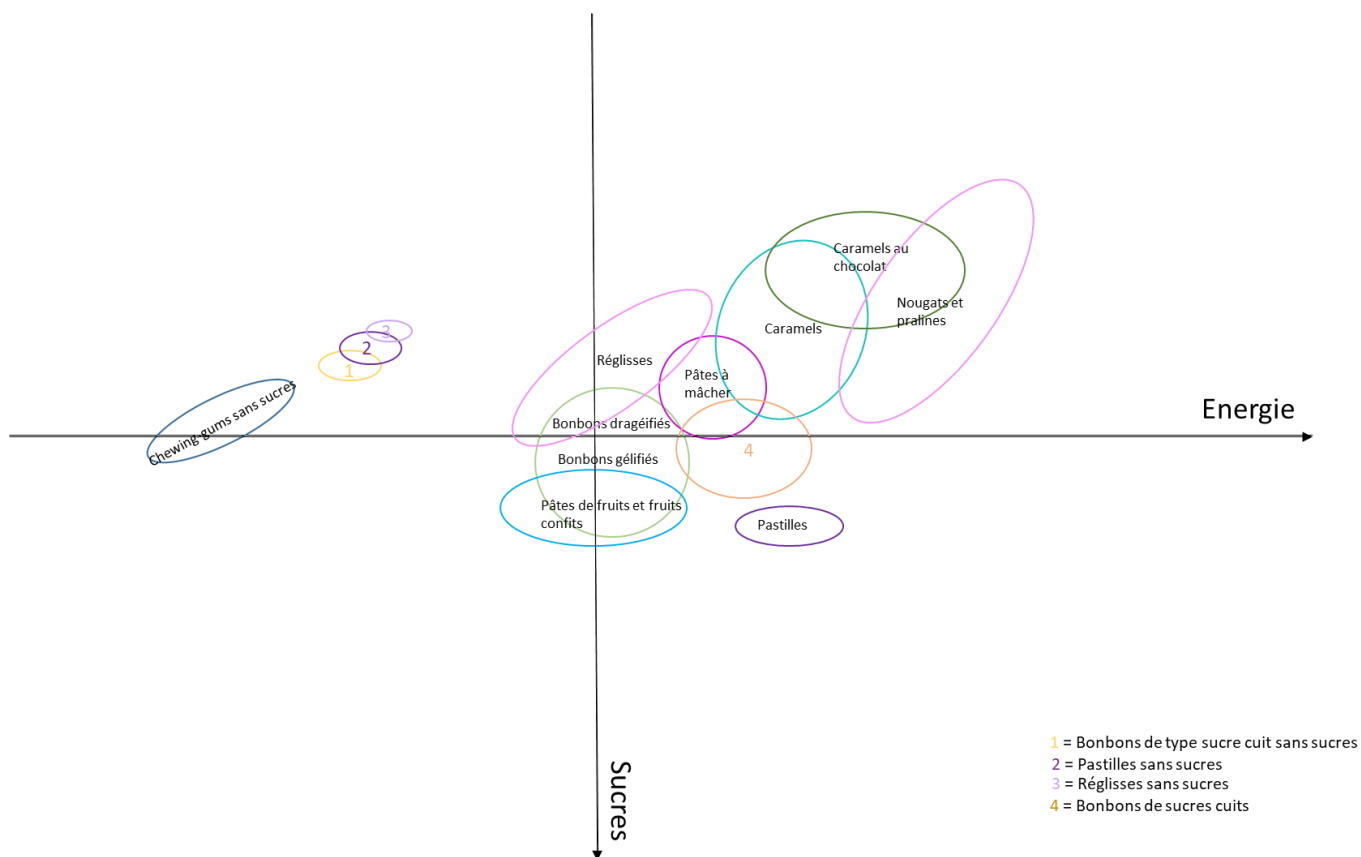


Figure 41 : Positionnement des familles de Confiseries au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD³¹

Résultat du test de prédiction des familles

Le Tableau 9 indique le taux de références correctement classées selon les indicateurs nutritionnels mis en évidence par l'AFD. Quelques erreurs de prédiction sont logiquement décelées entre les familles de Confiseries.

³¹ Les 22 familles ne sont pas représentées sur cette cartographie car elles ne se distinguent pas, de manière marquée, du nuage de points des autres familles de confiseries.

Tableau 9 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur

Famille	Nombre d'individus pris en compte dans l'AFD	Proportion de références « bien classées »	Famille d'affectation si prédiction incorrecte
Assortiments de confiseries	53	0%	Bonbons de sucre cuit, Bonbons gélifiés, Caramels, Caramels au chocolat, Nougats et pralines, Pâtes à mâcher, Réglisses
Bonbons de sucre cuit	168	85%	
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	93%	
Bonbons dextrose	12	100%	Bonbon de sucre cuit
Bonbons dragéifiés	14	0%	
Bonbons gélifiés	347	88%	
Calissons	10	100%	
Caramels	30	57%	
Caramels au chocolat	17	82%	
Chewing-gums	23	9%	Bonbons de sucre cuit, Bonbons dextrose, Fruits confits et pâtes de fruits
Chewing-gums sans sucres	126	100%	
Fruits confits et pâtes de fruits	32	84%	
Guimauves	32	0%	Bonbons gélifiés
Guimauves au chocolat	23	91%	
Nougats et pralines	25	64%	
Pastilles	26	100%	
Pastilles sans sucres	16	6%	Bonbons de type sucre cuit sans sucres
Pâtes à mâcher	107	70%	
Réglisses	24	63%	
Réglisses sans sucres	10	0%	Bonbons de type sucre cuit sans sucres

Annexe 4 : Statistiques descriptives des teneurs en nutriments du groupe INCO et des fibres, par famille de produits

Tableau 10 : Statistiques descriptives des valeurs énergétiques par famille de produits

Energie (kcal/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	330	455	342	352	402	369	34	9%	51	351	-5%
Bonbons de sucre cuit	170	170	302	401	381	386	389	385	11	3%	151	384	0%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	227	390	233	235	235	247	41	16%	70	236	-4%
Bonbons dextrose	20	20	354	402	368	382	392	381	15	4%	20	384	1%
Bonbons dragéifiés	14	14	359	381	367	370	372	369	6	2%	14	371	0%
Bonbons gélifiés	349	349	265,4	387	332	339	350	341	16	5%	322	346	1%
Calissons	10	10	444	458	446	456	458	453	6	1%	6	444	-2%
Caramels	30	30	383	429	400	414	422	411	13	3%	27	419	2%
Caramels au chocolat	17	17	412	463	441	448	455	445	15	3%	16	454	2%
Chewing-gums	24	24	300	385	309	320	343	330	28	9%	24	313	-5%
Chewing-gums sans sucres	126	126	142	197	154	168	178	166	15	9%	122	161	-3%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	33	289	354	300	324	333	320	20	6%	30	328	2%
Guimauves	32	32	319	358	330	333	344	336	10	3%	30	331	-2%
Guimauves au chocolat	23	23	356	438	364	380	397	382	23	6%	23	378	-1%
Nougats et pralines	26	26	399	533	423	447	457	449	35	8%	16	444	-1%
Pastilles	26	26	381	400	389	394	399	394	6	1%	26	394	0%
Pastilles sans sucres	16	16	177	249	235	241	244	234	22	9%	16	244	4%
Pâtes à mâcher	107	107	359	426	389	395	401	395	11	3%	103	398	1%
Réglisses	24	24	265	385	331	345	357	341	27	8%	22	348	2%
Réglisses sans sucres	10	10	230	251	231	233	235	234	6	3%	10	235	0%
Autres confiseries	46	46	318	590	373	400	481	426	80	19%	27	369	-13%
Autres confiseries sans sucres	14	14	267	295	270	271	292	278	12	4%	14	276	-1%

Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille de produits

Matières grasses (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	0,0	18,0	0,3	1,1	6,8	3,4	4,6	133%	51	1,2	-64%
Bonbons de sucre cuit	170	169	0,0	6,0	0,0	0,1	0,3	0,2	0,5	284%	150	0,1	-58%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	0,0	7,1	0,0	0,0	0,3	0,5	1,4	306%	70	0,3	-38%
Bonbons dextrose	20	20	0,1	2,6	1,3	1,5	1,5	1,3	0,5	40%	20	1,5	11%
Bonbons dragéifiés	14	14	0,0	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	29%	14	0,2	5%
Bonbons gélifiés	349	349	0,0	3,1	0,1	0,3	0,3	0,3	0,6	159%	322	0,4	14%
Calissons	10	10	17,0	20,0	17,3	18,0	18,0	18,0	0,9	5%	6	17,0	-5%
Caramels	30	30	2,1	14,9	5,5	8,4	8,8	7,7	3,4	44%	27	9,0	17%
Caramels au chocolat	17	17	8,9	21,0	17,0	17,3	19,0	16,8	3,8	23%	16	19,1	14%
Chewing-gums	24	24	0,0	4,9	0,0	0,3	0,8	0,8	1,2	155%	24	0,3	-58%
Chewing-gums sans sucres	126	126	0,0	3,1	0,0	0,0	0,3	0,3	0,5	196%	122	0,2	-29%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	33	0,0	1,1	0,0	0,2	0,3	0,2	0,3	122%	30	0,2	-26%
Guimauves	32	32	0,0	0,5	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	164%	30	0,2	132%
Guimauves au chocolat	23	23	8,2	19,0	9,4	10,0	11,0	10,5	2,4	23%	23	10,1	-3%
Nougats et pralines	26	26	7,9	34,0	11,0	16,2	17,8	15,9	6,8	43%	16	15,2	-4%
Pastilles	26	26	0,02	0,6	0,2	0,4	0,5	0,4	0,2	46%	26	0,3	-16%
Pastilles sans sucres	16	16	0,3	1,3	0,4	0,6	0,6	0,6	0,3	49%	16	0,6	-1%
Pâtes à mâcher	107	107	0,0	12,6	4,1	5,3	7,0	5,4	2,3	42%	103	6,2	14%
Réglisses	24	24	0,1	5,2	0,3	1,1	2,3	1,5	1,4	93%	22	2,0	30%
Réglisses sans sucres	10	10	0,0	1,3	0,0	0,1	0,8	0,4	0,5	135%	10	0,7	87%
Autres confiseries	46	46	0,0	42,6	0,8	5,8	23,5	12,5	14,8	118%	27	3,1	-75%
Autres confiseries sans sucres	14	14	5,1	10,0	6,0	6,1	8,8	7,2	1,8	25%	14	6,9	-4%

Tableau 12 : Statistiques descriptives des teneurs en AGS par famille de produits

Acides gras saturés (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	0,0	10,3	0,1	0,6	4,1	2,0	2,6	131%	51	0,7	-67%
Bonbons de sucre cuit	170	169	0,0	4,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	401%	151	0,04	-53%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	0,0	4,9	0,0	0,0	0,1	0,3	1,0	320%	70	0,2	-36%
Bonbons dextrose	20	20	0,1	2,6	0,8	1,4	1,5	1,2	0,6	52%	20	1,5	24%
Bonbons dragéifiés	14	14	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,05	0,01	29%	14	0,05	5%
Bonbons gélifiés	349	349	0,0	2,6	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	194%	322	0,2	3%
Calissons	10	10	1,4	2,0	1,7	1,9	2,0	1,8	0,2	11%	6	1,7	-7%
Caramels	30	30	0,1	10,6	4,2	5,6	6,0	5,1	2,6	52%	27	6,2	23%
Caramels au chocolat	17	17	5,7	17,0	10,0	10,3	13,1	11,1	3,5	32%	16	14,2	28%
Chewing-gums	24	23	0,0	1,4	0,0	0,1	0,4	0,3	0,4	139%	23	0,1	-57%
Chewing-gums sans sucres	126	126	0,0	2,6	0,0	0,0	0,1	0,2	0,4	230%	122	0,1	-31%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	32	0,0	1,0	0,0	0,01	0,2	0,1	0,2	172%	29	0,1	-35%
Guimauves	32	32	0,0	0,3	0,0	0,0	0,01	0,03	0,1	249%	30	0,04	79%
Guimauves au chocolat	23	23	5,0	13,0	5,8	6,2	6,7	6,5	1,7	26%	23	6,2	-4%
Nougats et pralines	26	25	0,7	13,0	1,2	1,3	1,5	1,8	2,4	134%	16	1,2	-30%
Pastilles	26	26	0,0	0,6	0,00003	0,4	0,5	0,3	0,2	91%	26	0,2	-27%
Pastilles sans sucres	16	16	0,0	1,3	0,4	0,5	0,6	0,6	0,3	58%	16	0,1	-85%
Pâtes à mâcher	107	107	0,0	10,3	2,2	3,5	4,8	3,7	1,9	52%	103	3,7	-1%
Réglisses	24	24	0,0	2,5	0,1	0,3	1,2	0,7	0,8	109%	22	0,9	28%
Réglisses sans sucres	10	10	0,0	1,3	0,0	0,03	0,8	0,3	0,5	156%	10	0,7	103%
Autres confiseries	46	46	0,0	25,1	0,1	2,5	11,7	5,4	6,3	116%	27	2,4	-57%
Autres confiseries sans sucres	14	14	3,3	9,8	4,0	4,2	5,8	5,5	2,4	43%	14	5,2	-5%

Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en glucides par famille de produits

Glucides (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	65,0	93,0	78,0	80,0	83,0	80,5	4,9	6%	51	80,2	0%
Bonbons de sucre cuit	170	170	59,0	99,2	94,2	96,0	97,0	95,1	4,0	4%	151	95,3	0%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	85,0	98,0	96,0	96,9	97,0	96,0	2,5	3%	70	96,5	1%
Bonbons dextrose	20	20	84,0	97,0	88,0	92,0	94,3	91,1	3,5	4%	20	91,7	1%
Bonbons dragéifiés	14	14	88,0	95,0	90,3	91,0	92,0	91,1	1,8	2%	14	91,7	1%
Bonbons gélifiés	349	349	48,6	92,5	77,0	79,0	82,0	79,5	5,3	7%	322	80,3	1%
Calissons	10	10	60,0	66,0	63,0	64,5	66,0	64,0	2,3	4%	6	63,1	-1%
Caramels	30	30	69,8	93,0	80,4	85,0	87,6	83,6	6,1	7%	27	83,5	0%
Caramels au chocolat	17	17	63,0	80,0	68,7	69,0	69,1	69,6	5,3	8%	16	66,1	-5%
Chewing-gums	24	24	73,0	89,0	75,9	79,0	83,5	80,1	5,0	6%	24	77,4	-3%
Chewing-gums sans sucres	126	126	57,0	76,0	62,0	66,8	70,7	66,5	4,8	7%	122	65,3	-2%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	33	70,0	86,2	74,9	79,0	81,4	78,2	4,3	6%	30	80,0	2%
Guimauves	32	32	75,0	86,1	79,0	79,8	82,0	80,7	2,6	3%	30	80,0	-1%
Guimauves au chocolat	23	23	62,0	75,3	65,5	67,0	68,4	67,5	3,2	5%	23	67,2	0%
Nougats et pralines	26	26	39,0	79,0	65,2	67,6	74,8	67,1	9,7	15%	16	67,5	1%
Pastilles	26	26	92,5	99,3	94,8	97,0	98,9	96,7	2,1	2%	26	97,3	1%
Pastilles sans sucres	16	16	90,3	99,0	95,5	96,4	97,4	96,3	2,2	2%	16	98,2	2%
Pâtes à mâcher	107	107	74,6	94,0	82,0	84,0	89,0	85,1	4,5	5%	103	83,8	-2%
Réglisses	24	24	48,6	96,0	75,8	77,7	80,3	77,5	8,5	11%	22	80,0	3%
Réglisses sans sucres	10	10	95,1	97,0	96,0	96,2	96,4	96,1	0,6	1%	10	96,0	0%
Autres confiseries	46	46	35,9	99,1	64,3	78,5	88,5	74,4	18,3	25%	27	83,7	13%
Autres confiseries sans sucres	14	14	82,5	92,0	87,1	88,5	89,2	87,6	2,9	3%	14	87,9	0%

Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille de produits

Sucres (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	44,0	76,0	53,0	56,0	61,0	57,2	6,7	12%	51	53,1	-7%
Bonbons de sucre cuit	170	169	41,0	97,1	62,0	68,0	76,0	69,9	11,1	16%	151	68,4	-2%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	0,0	0,4	0,0	0,2	0,3	0,1	0,1	97%	70	0,1	-36%
Bonbons dextrose	20	20	54,0	96,0	86,0	86,5	92,8	85,6	11,6	14%	20	90,6	6%
Bonbons dragéifiés	14	14	53,0	83,0	56,0	57,0	68,0	62,0	10,0	16%	14	62,7	1%
Bonbons gélifiés	349	349	34,0	84,8	55,0	61,8	67,4	61,2	9,0	15%	322	59,7	-2%
Calissons	10	10	47,0	57,0	47,3	48,0	48,0	49,1	3,3	7%	6	47,0	-4%
Caramels	30	30	40,5	84,0	63,1	71,3	74,3	66,4	11,6	17%	27	66,1	0%
Caramels au chocolat	17	17	46,0	62,0	55,6	57,0	57,3	55,5	4,7	9%	16	52,8	-5%
Chewing-gums	24	23	59,0	85,0	66,0	69,5	73,0	70,1	7,3	10%	23	69,2	-1%
Chewing-gums sans sucres	126	126	0,0	6,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,6	675%	122	0,03	-64%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	32	55,0	78,7	60,3	66,5	71,0	66,0	6,9	10%	29	67,5	2%
Guimauves	32	32	46,0	81,0	65,7	71,0	74,3	69,9	7,4	11%	30	65,8	-6%
Guimauves au chocolat	23	23	51,0	64,7	53,0	55,0	60,5	56,4	4,2	8%	23	56,3	0%
Nougats et pralines	26	25	36,0	69,0	58,2	58,6	65,1	59,7	8,1	14%	16	59,7	0%
Pastilles	26	26	88,6	99,0	91,0	92,5	97,0	93,8	3,4	4%	26	94,5	1%
Pastilles sans sucres	16	16	0,0	1,9	0,0	0,0	0,1	0,2	0,5	252%	16	0,03	-84%
Pâtes à mâcher	107	107	42,5	90,2	56,0	62,6	69,0	63,5	10,7	17%	103	60,9	-4%
Réglisses	24	24	22,5	76,0	39,0	46,3	52,0	48,4	12,9	27%	22	54,7	13%
Réglisses sans sucres	10	10	0,0	0,3	0,00003	0,2	0,2	0,1	0,1	88%	10	0,1	-46%
Autres confiseries	46	46	26,9	97,1	51,5	61,2	79,3	64,1	19,1	30%	27	64,1	0%
Autres confiseries sans sucres	14	14	0,0001	0,5	0,3	0,3	0,5	0,3	0,2	47%	14	0,3	-3%

Tableau 15 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille de produits

Protéines (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	0,0	7,5	2,3	4,0	4,4	3,4	1,7	49%	51	4,2	24%
Bonbons de sucre cuit	170	170	0,0	1,2	0,0	0,0001	0,3	0,2	0,3	168%	151	0,1	-68%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	0,0	1,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	216%	70	0,04	-47%
Bonbons dextrose	20	20	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,02	0,1	325%	20	0,0008	-96%
Bonbons dragéifiés	14	14	0,0	1,7	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	122%	14	0,4	5%
Bonbons gélifiés	349	349	0,0	7,5	2,8	4,5	5,5	4,2	1,8	44%	322	4,5	7%
Calissons	10	10	8,0	8,6	8,0	8,0	8,0	8,1	0,2	2%	6	8,0	-1%
Caramels	30	30	0,3	3,6	1,5	1,7	2,4	1,8	0,9	50%	27	1,1	-38%
Caramels au chocolat	17	17	2,8	4,2	3,1	3,1	3,4	3,3	0,3	10%	16	3,4	4%
Chewing-gums	24	24	0,0	0,6	0,0	0,0	0,01	0,1	0,2	285%	24	0,1	36%
Chewing-gums sans sucres	126	126	0,0	1,5	0,0	0,0	0,4	0,2	0,4	186%	122	0,2	-18%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	33	0,0	1,5	0,1	0,3	0,4	0,4	0,4	104%	30	0,4	-9%
Guimauves	32	32	2,0	4,2	2,6	3,5	3,6	3,3	0,7	20%	30	3,1	-7%
Guimauves au chocolat	23	23	3,0	5,6	4,0	4,1	5,3	4,4	0,8	17%	23	4,5	2%
Nougats et pralines	26	26	3,4	14,0	5,5	8,2	8,7	7,5	2,4	32%	16	7,3	-3%
Pastilles	26	26	0,0	0,3	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	67%	26	0,2	13%
Pastilles sans sucres	16	16	0,0	0,3	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	119%	16	0,2	165%
Pâtes à mâcher	107	107	0,0	3,4	0,0	0,7	1,2	0,8	0,8	103%	103	1,3	67%
Réglisses	24	24	0,2	6,3	2,3	3,5	3,9	3,3	1,4	44%	22	2,4	-27%
Réglisses sans sucres	10	10	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	161%	10	0,05	-40%
Autres confiseries	46	46	0,0	13,0	0,03	2,3	5,4	3,5	3,8	109%	27	0,9	-74%
Autres confiseries sans sucres	14	14	0,0	0,5	0,1	0,3	0,3	0,2	0,2	73%	14	0,2	-4%

Tableau 16 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille de produits

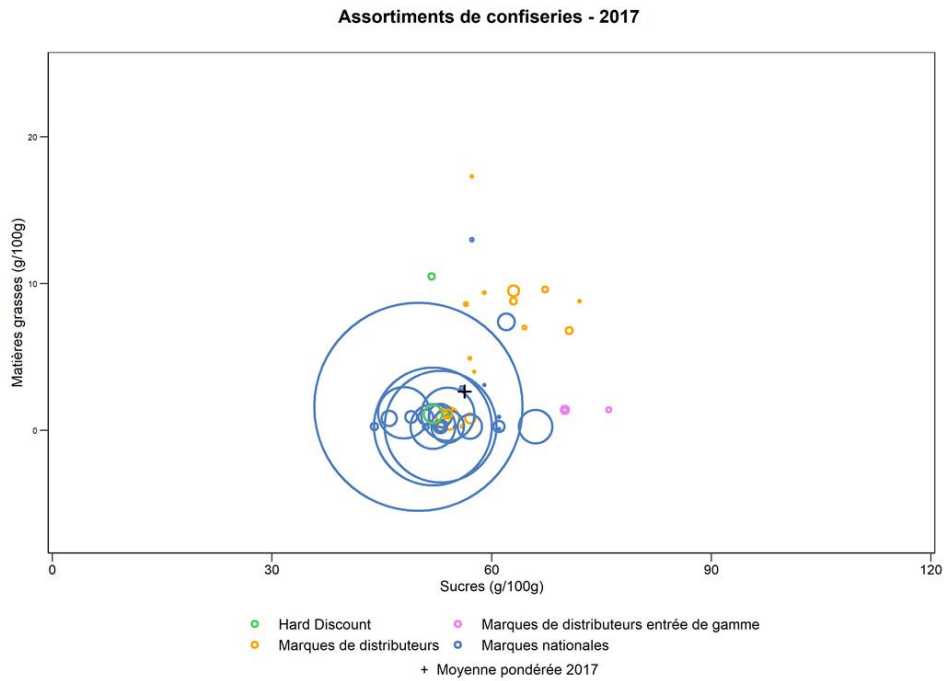
Sel (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	53	0,01	1,00	0,08	0,20	0,53	0,30	0,26	86%	51	0,26	-12%
Bonbons de sucre cuit	170	169	0,00	2,40	0,01	0,01	0,03	0,12	0,37	296%	151	0,07	-42%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	70	0,00	0,83	0,00	0,01	0,03	0,08	0,20	255%	70	0,05	-39%
Bonbons dextrose	20	20	0,00	2,50	0,00	0,04	0,22	0,30	0,61	202%	20	0,42	40%
Bonbons dragéifiés	14	14	0,01	0,59	0,04	0,06	0,08	0,13	0,20	148%	14	0,08	-37%
Bonbons gélifiés	349	347	0,00	1,11	0,03	0,05	0,15	0,13	0,18	141%	320	0,10	-22%
Calissons	10	10	0,03	0,06	0,03	0,03	0,03	0,03	0,01	30%	6	0,03	-14%
Caramels	30	30	0,00	1,40	0,48	0,95	1,00	0,75	0,37	49%	27	0,89	18%
Caramels au chocolat	17	17	0,18	0,62	0,34	0,42	0,43	0,40	0,13	32%	16	0,30	-26%
Chewing-gums	24	24	0,00	0,20	0,00	0,005	0,02	0,03	0,07	207%	24	0,004	-89%
Chewing-gums sans sucres	126	126	0,00	0,25	0,00	0,00	0,04	0,03	0,06	185%	122	0,03	-14%
Fruits confits et pâtes de fruits	33	32	0,00	1,20	0,05	0,12	0,17	0,16	0,22	138%	29	0,12	-23%
Guimauves	32	32	0,00	0,33	0,02	0,02	0,08	0,08	0,11	140%	30	0,02	-70%
Guimauves au chocolat	23	23	0,03	0,15	0,07	0,08	0,09	0,08	0,03	32%	23	0,09	9%
Nougats et pralines	26	25	0,0009	0,41	0,02	0,02	0,03	0,04	0,08	209%	16	0,02	-34%
Pastilles	26	26	0,00	0,08	0,01	0,03	0,08	0,04	0,03	86%	26	0,04	24%
Pastilles sans sucres	16	16	0,00	0,13	0,001	0,02	0,04	0,04	0,05	138%	16	0,01	-86%
Pâtes à mâcher	107	107	0,00	1,40	0,02	0,03	0,10	0,11	0,20	181%	103	0,15	36%
Réglisses	24	24	0,02	1,80	0,35	1,14	1,46	0,95	0,58	61%	22	0,88	-7%
Réglisses sans sucres	10	10	0,00	0,16	0,001	0,01	0,04	0,03	0,05	176%	10	0,01	-57%
Autres confiseries	46	46	0,00	0,34	0,02	0,05	0,16	0,08	0,08	102%	27	0,19	129%
Autres confiseries sans sucres	14	14	0,01	1,20	0,18	0,76	0,84	0,59	0,40	68%	14	0,66	13%

Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille de produits

Fibres (g/100g)	Nombre d'individus	Nombre d'observations	Minimum	Maximum	1er Quartile	Médiane	3ème Quartile	Moyenne	Ecart-type	Coefficient de variation (CV)	Nombre d'individus (avec PDM)	Moyenne pondérée par les PDM sur 2017	Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)
Assortiments de confiseries	53	13	0,0	1,8	0,0	0,3	0,6	0,4	0,5	120%	13	0,4	2%
Bonbons de sucre cuit	170	37	0,0	30,0	0,0	0,0	0,3	0,9	4,9	554%	32	0,02	-98%
Bonbons de type sucre cuit sans sucres	70	18	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0001	0,1	0,1	192%	18	0,1	28%
Bonbons dextrose*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bonbons dragéifiés	14	1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			1	0,0	
Bonbons gélifiés	349	97	0,0	40,9	0,3	0,3	0,3	2,4	7,2	295%	97	1,3	-48%
Calissons	10	3	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	0,0	0%	3	3,5	0%
Caramels	30	9	0,0	0,3	0,0	0,3	0,3	0,1	0,1	87%	7	0,03	-83%
Caramels au chocolat	17	4	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	0,0	0%	4	1,8	0%
Chewing-gums	24	1	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0			1	4,0	0%
Chewing-gums sans sucres*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fruits confits et pâtes de fruits	33	12	1,0	3,0	1,3	1,5	1,7	1,6	0,6	39%	10	1,7	4%
Guimauves	32	11	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	185%	11	0,1	124%
Guimauves au chocolat	23	8	0,0	0,7	0,3	0,6	0,6	0,5	0,3	57%	8	0,6	27%
Nougats et pralines	26	15	1,8	7,4	2,7	3,6	3,6	3,5	1,4	40%	13	3,2	-10%
Pastilles	26	2	0,1	0,5	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	115%	2	0,2	-27%
Pastilles sans sucres	16	4	0,0	1,5	0,004	0,1	0,5	0,4	0,7	168%	4	0,03	-92%
Pâtes à mâcher	107	15	0,0	4,7	0,0	0,0	0,03	0,3	1,2	359%	15	0,1	-59%
Réglisses	24	5	1,1	32,7	1,6	1,6	3,9	8,2	13,8	168%	5	3,9	-52%
Réglisses sans sucres	10	4	0,0	0,3	0,00008	0,1	0,3	0,1	0,2	117%	4	0,2	17%
Autres confiseries	46	12	0,0	8,3	2,7	4,8	5,2	4,3	2,5	59%	7	2,6	-38%
Autres confiseries sans sucres	14	3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		3	0,0	

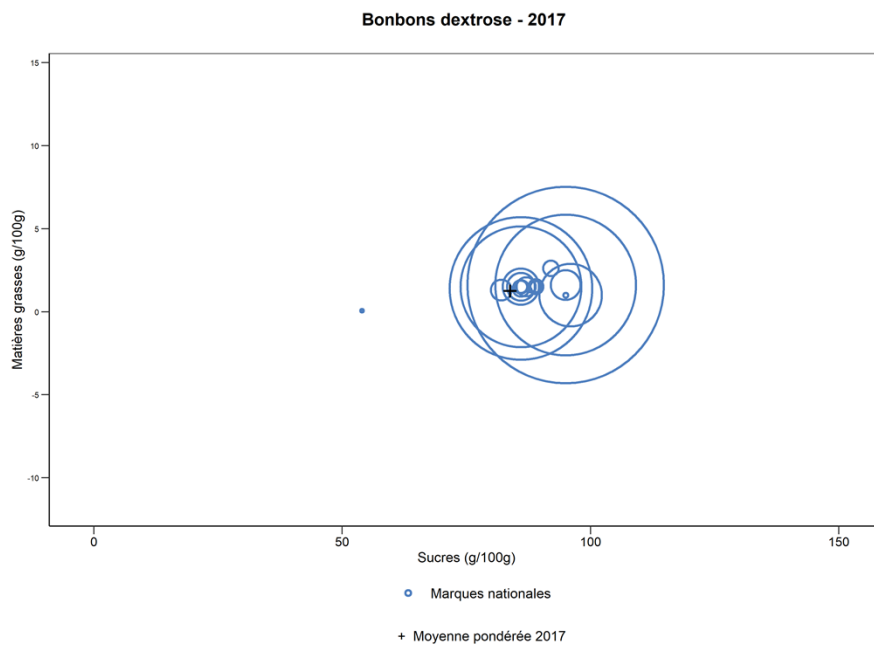
* = Familles qui ne présentent aucun produit renseigné en fibres

Annexe 5 : Combinaison de nutriments



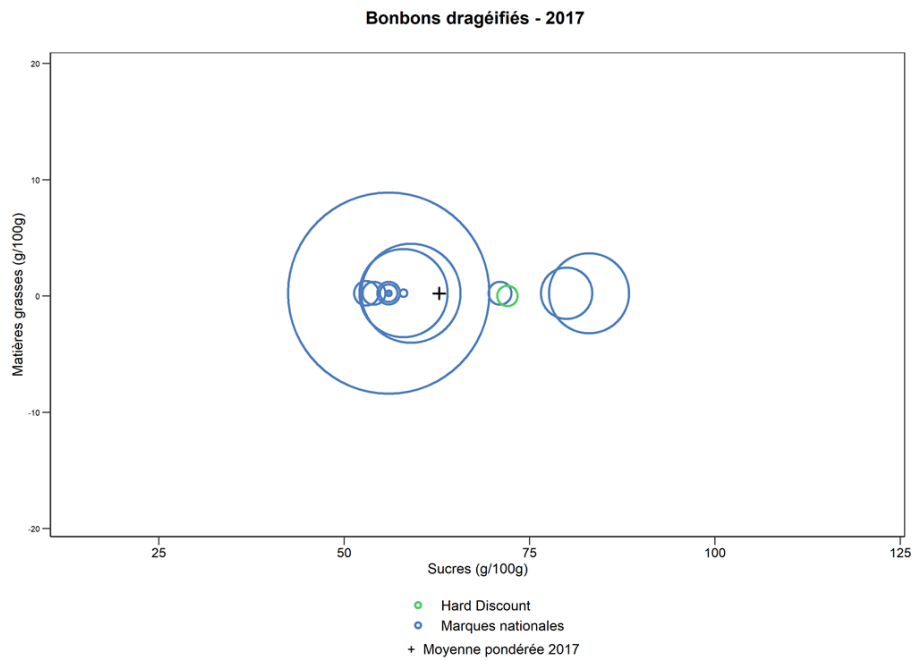
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 42 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Assortiments de confiseries



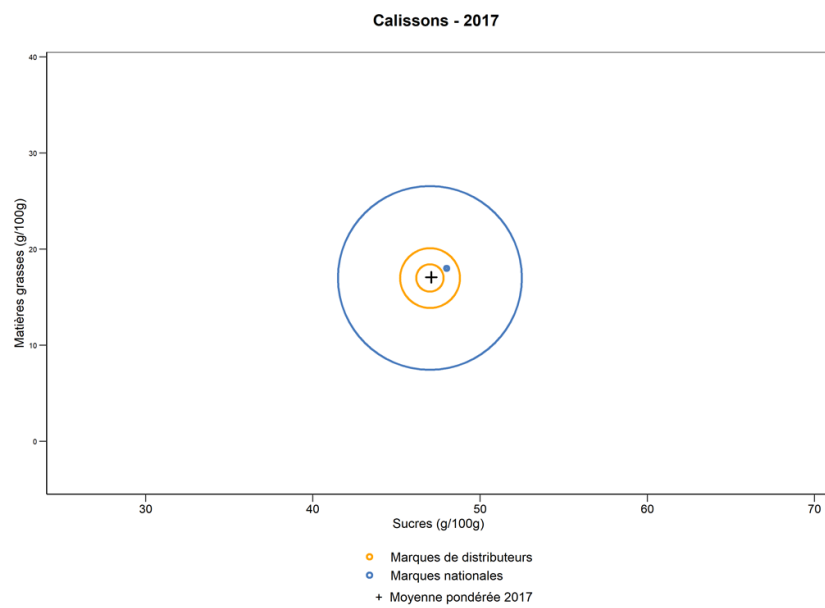
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 43 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Bonbons dextrose



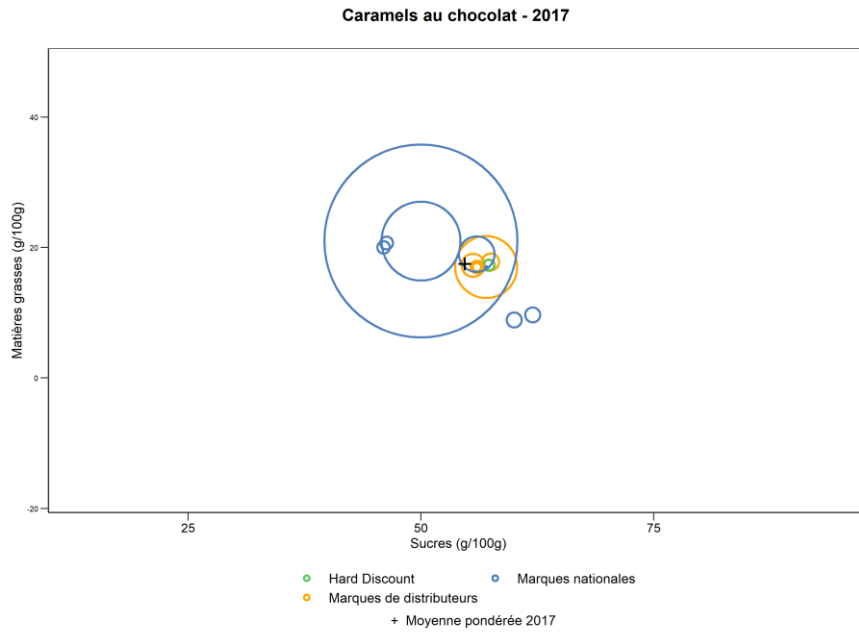
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 44 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Bonbons dragéifiés



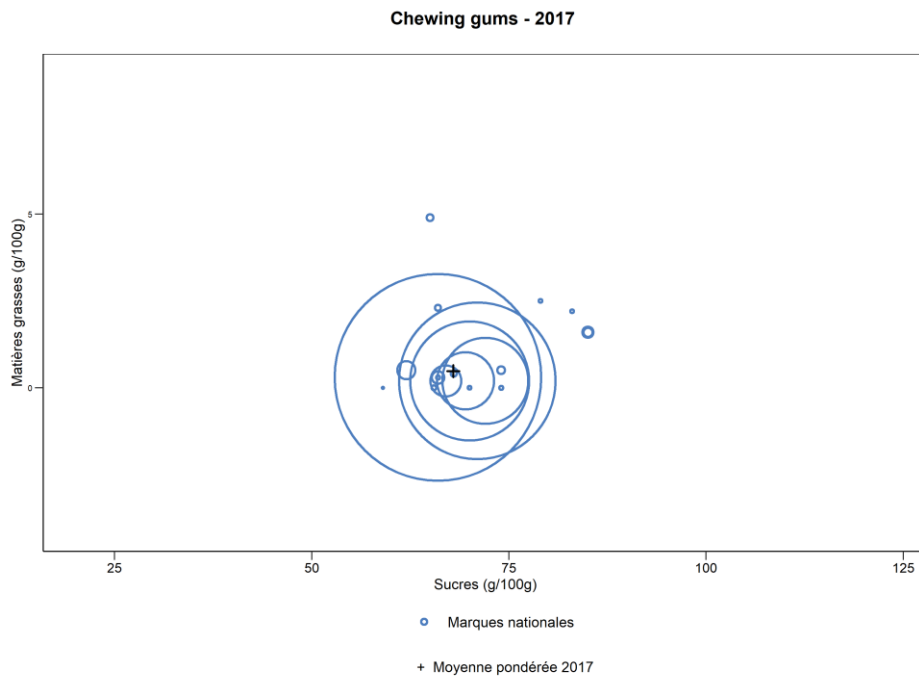
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 45 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Calissons



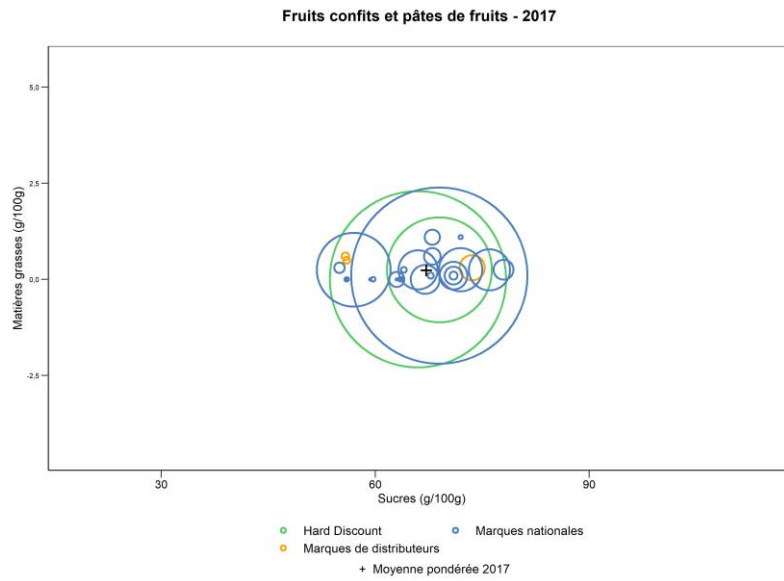
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 46 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Caramels au chocolat



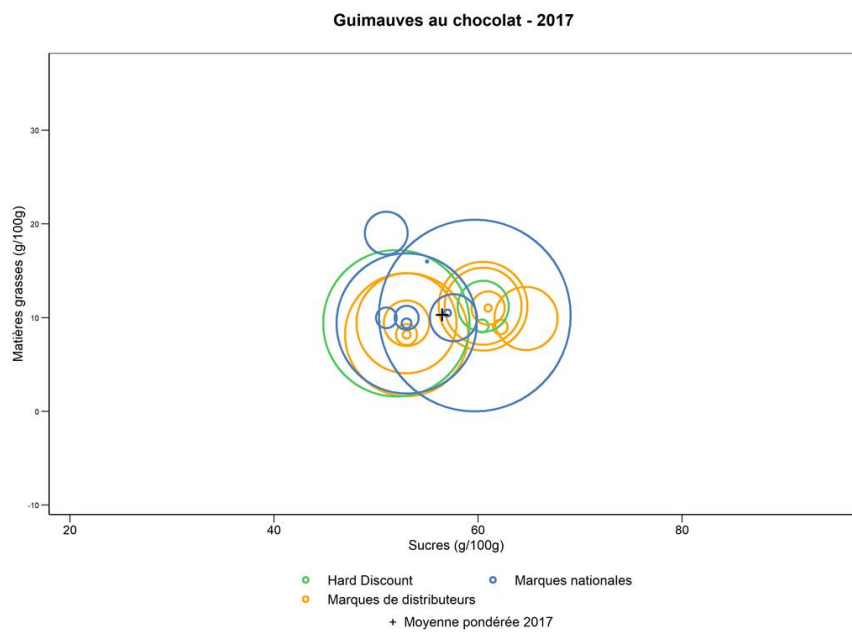
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 47 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Chewing-gums



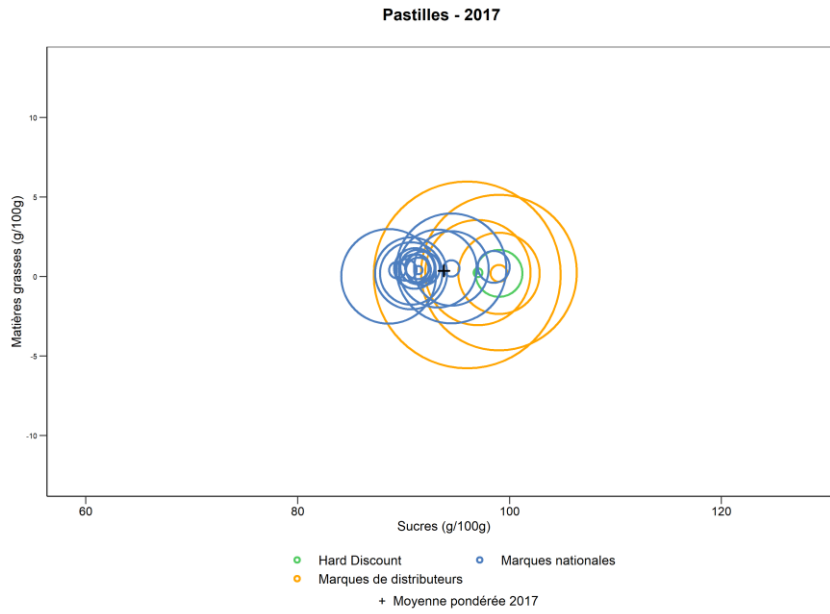
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 48 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Fruits confits et pâtes de fruits



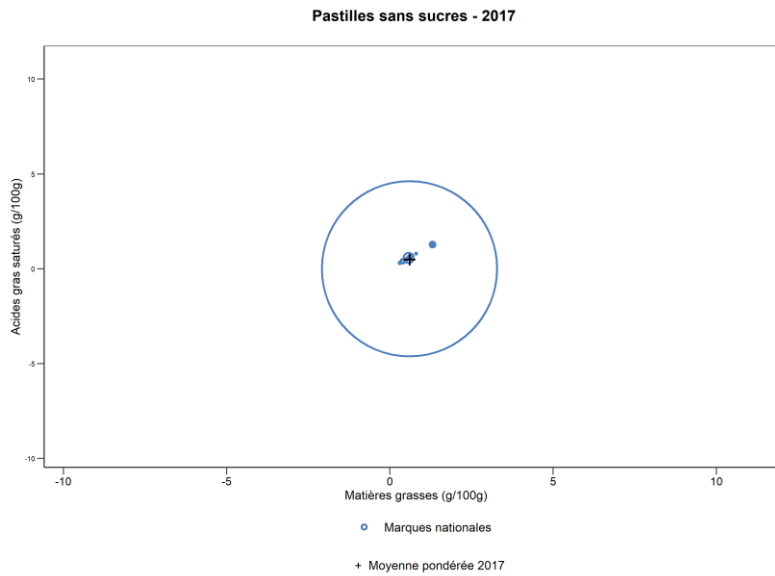
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 49 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Guimauves au chocolat



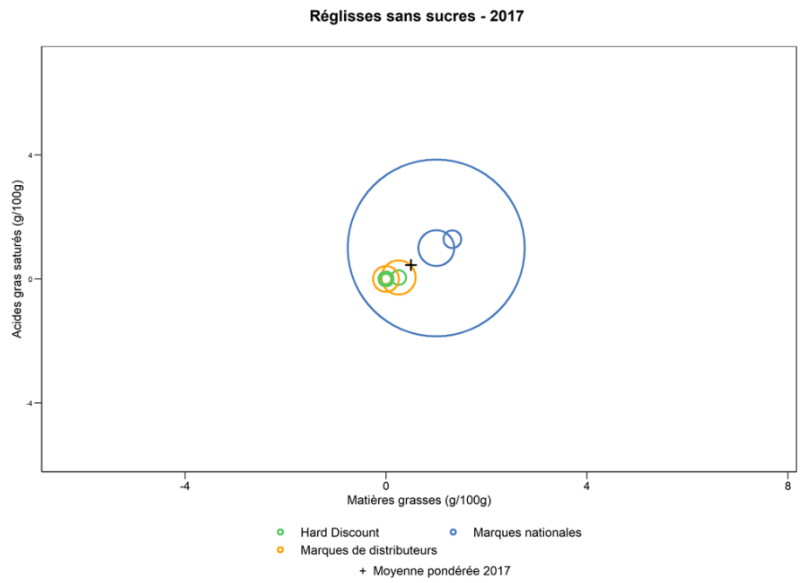
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 50 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Pastilles



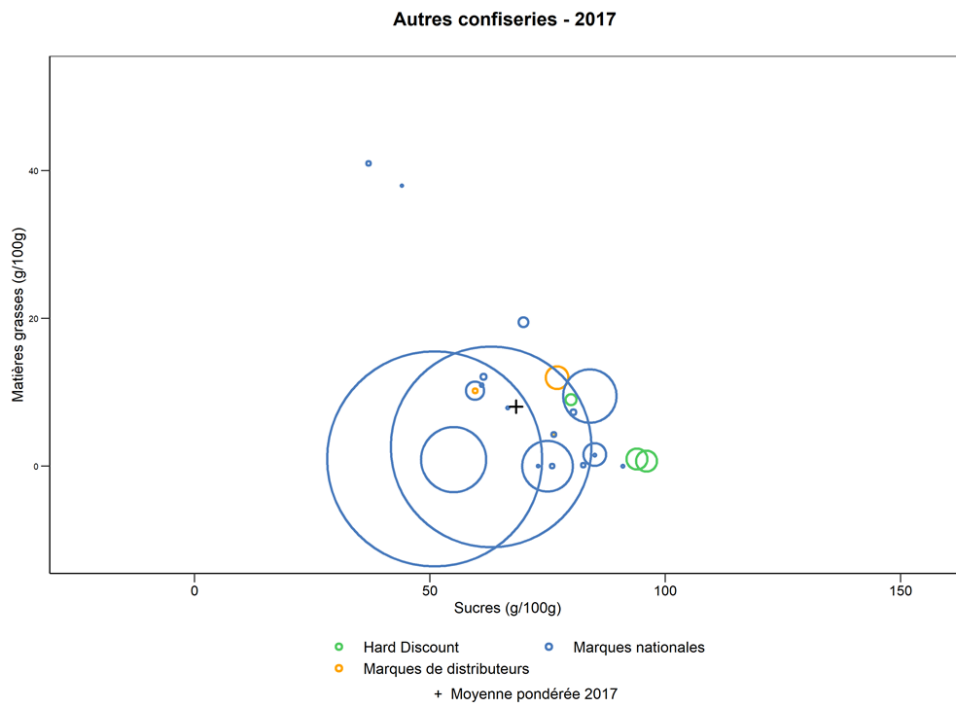
Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 51 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Pastilles sans sucres



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

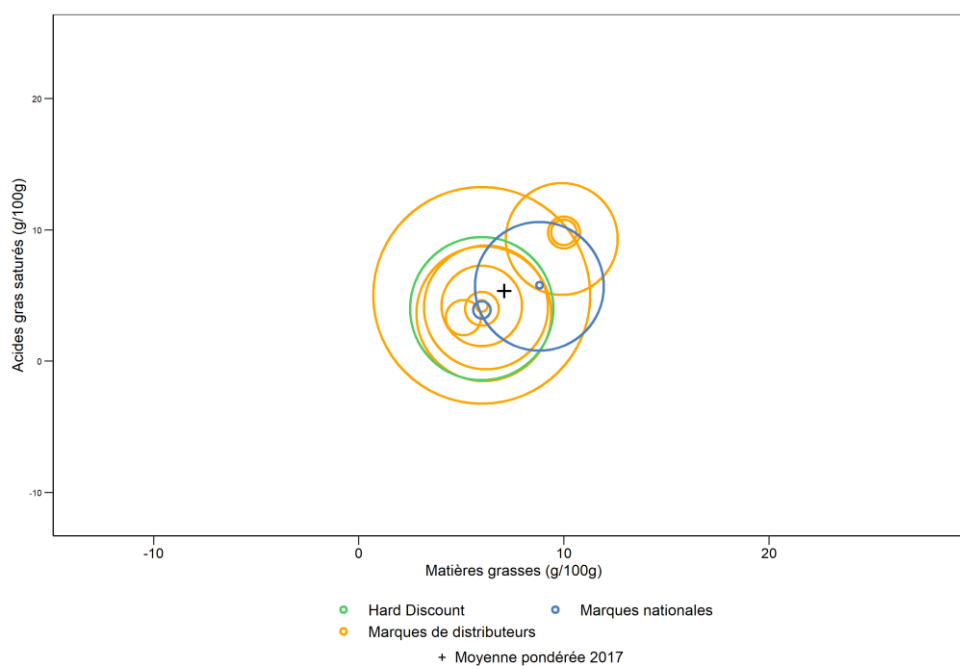
Figure 52 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Réglisses sans sucres



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 53 : Combinaison matières grasses/sucres pour les Autres confiseries

Autres confiseries sans sucres - 2017



Confiseries - Oqali - Données 2017 - Edition 2020

Figure 54 : Combinaison AGS/matières grasses pour les Autres confiseries sans sucres