HAL
open science

Étude d'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse - Oqali - Données 2009, 2012 et 2019

Blandine Giraudeau, Ghislaine Narayanane, Odeline Molle, Olivier Allais, Louis Georges Soler, Jade Dulieu, Elsa Gorgery, Mathilde Holler, Solène Malfatto, Marianne Trichard, et al.

To cite this version:

Blandine Giraudeau, Ghislaine Narayanane, Odeline Molle, Olivier Allais, Louis Georges Soler, et al.. Étude d'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse - Oqali - Données 2009, 2012 et 2019 : Bilan. Edition 2022. [Rapport de recherche] INRAE PSAE - Oqali. 2022, 24 p. hal-03796172

HAL Id: hal-03796172

https://hal.inrae.fr/hal-03796172

Submitted on 4 Oct 2022

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.

Oqali
Observatoire de l'alimentation

PANIFICATION CROUSTILLANTE ET MOELLEUSE

ÉVOLUTION DU SECTEUR
ENTRE 2009, 2012 ET 2019

BILAN

ÉDITION 2022

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité
anses
INRAE

SOMMAIRE

1. PRESENTATION DU SECTEUR 2
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI 3
3. EVOLUTION DE L'OFFRE 4
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE 8
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES 11
6. CONTRIBUTION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONNELLE 23

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude a pour objectif de caractériser l'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse, entre 2009 (T0), 2012 (T1) et 2019 (T2), en termes d'offre alimentaire, d'informations étiquetées et de composition nutritionnelle (matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres).

Elle porte sur 587 références recueillies en 2009, 1035 en 2012 et 1740 en 2019. Il s'agit de références vendues dans les grandes et moyennes surfaces (GMS) de France et, pour quelques références de 2019, dans les distributeurs spécialisés biologiques.

Ces références sont classées en :

- **33 familles** de produits[1] : Biscottes briochées, Biscottes complètes, céréales et graines, Biscottes nature, Brioches au chocolat_pépites, Brioches aux fruits, Brioches complètes, céréales et graines, Brioches fourrées à la crème, Brioches nature, Chapelure, Crackers de table, Croûtons, Galettes soufflées nappées ou fourrées, Galettes soufflées nature, Pains azymes, Pains de mie briochés, Pains de mie complets, céréales et graines, Pains de mie nature, Pains de mie_hamburger_hot dog_autres, Pains hamburger_hot dog complets, céréales et graines, Pains hamburger_hot dog nature, Pains exotiques, Pains grillés_toasts briochés, Pains grillés_toasts complets, céréales et graines, Pains grillés_toasts nature, Pains précuits, Pains tortilla, Pancakes, Spécialités céréalières, Spécialités céréalières fourrées, Viennoiseries autres, Viennoiseries croissants, Viennoiseries pains au chocolat ;
- **5 segments de marché**[1] : les marques nationales (MN), les marques de distributeurs (MDD), les marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg), le hard discount (HD) et les distributeurs spécialisés bio (DS bio).

[1] Les définitions de ces familles et des segments de marché sont disponibles dans le rapport détaillé « *Etude d'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse– Oqali – Données 2009, 2012 et 2019 – Edition 2022* », disponible sur le site de l'Oqali https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

En considérant le marché de la Panification croustillante et moelleuse retracé par Kantar - Panel Worldpanel[2], une diminution de 0,2% du volume de ventes en GMS et DS bio est observée entre 2012 et 2019 et une augmentation de 8% entre 2009 et 2019.

Les produits de Panification croustillante et moelleuse pris en compte dans l'étude couvrent[3] au minimum 55% du marché du secteur, en volumes de ventes, en 2009, 73% en 2012 et 86% en 2019. A noter que ces couvertures[3] sont sous-estimées du fait que certains produits collectés par l'Oqali n'ont pas pu être précisément attribués à une ligne de la base communiquée par Kantar Worldpanel[2]. En effet, aucune part de marché n'a pu être attribuée pour 16% des produits de 2009 (92 références), 14% de ceux de 2012 (144 références) et 9% de ceux de 2019 (160 références).
Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car certains produits présents dans la base de données Kantar – Panel Worldpanel[2] ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.
Les répartitions des volumes de ventes, par segment de marché, des échantillons Oqali et du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel[2] sont similaires pour les trois années de suivi : **les échantillons Oqali sont donc représentatifs du marché en 2009, 2012 et 2019, en termes de segment de marché.** A noter néanmoins, une légère sous-estimation des marques nationales en 2009 (-9pp par rapport au marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel[2], Tableau 1).

Tableau 1 : Segmentation du marché (d'après Kantar - Panel Worldpanel[2] et des échantillons Oqali 2009, 2012 et 2019 en volumes de ventes)

Répartition en volumes de ventes selon les segments de marché	2009 (T0)			2012 (T1)			2019 (T2)		
	Secteur entier selon Kantar Worldpanel[1]	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel[1] (n=495; 55% du marché en volume)	Delta (pp)	Secteur entier selon Kantar Worldpanel[1]	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel[1] (n=891; 73% du marché en volume)	Delta (pp)	Secteur entier selon Kantar Worldpanel[1]	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel[1] (n=1580; 86% du marché en volume)	Delta (pp)
Distributeurs spécialisés	0,0002%	-	-	0,001%	-	-	0,01%	-	-
Marques nationales	48%	39%	-9	49%	46%	-3	51%	50%	-1
Marques de distributeurs	33%	35%	+2	33%	34%	+1	36%	36%	+1
Marques de distributeurs entrée de gamme	5%	7%	+3	5%	6%	+1	1%	1%	-0,04
Hard discount	14%	18%	+4	13%	14%	+1	12%	13%	+0,3
Distributeurs spécialisés bio	-	-	-	-	-	-	0,02%	0,02%	-0,00002
Tous segments confondus	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-

« - » : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Worldpanel[1]
[1]Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

[2] Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.
[3] Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali *vs.* volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

3. EVOLUTION DE L'OFFRE

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

- **<u>au niveau des familles</u>** (Tableau 2) **: les familles les plus représentées dans les échantillons Oqali, sur les trois années d'étude, en nombre de références, concernent des produits nature** : en 2009 et 2019 il s'agit de la famille des **Brioches nature** (respectivement 13% et 9%) et en 2012 de celle des **Pains de mie nature** (11%). En termes de proportions, la répartition des références par famille reste globalement stable les 3 années d'étude ;

- **<u>au niveau des segments de marché</u>** (Tableau 2) **:** quelle que soit l'année considérée, les marques de distributeurs correspondent au segment de marché majoritaire, en nombre de références (38% de l'échantillon 2009, 44% en 2012 et 41% en 2019).
  Entre 2012 et 2019 (T1-T2), on observe une augmentation de la proportion des marques nationales (+9pp) et une diminution de celles des marques de distributeurs (-3pp), des marques de distributeurs entrée de gamme (-4pp) et du hard discount (-6pp). A noter également que des références de distributeurs spécialisés bio ont été nouvellement collectées en 2019.
  Entre 2009 et 2019, les proportions des marques nationales et des marques de distributeurs ont augmenté (respectivement +12pp et +3pp) tandis que celles des marques de distributeurs entrée de gamme et du hard discount ont diminué (respectivement -7pp et -13pp).

- **<u>au niveau des familles par segment de marché</u>** (Tableau 2) **:** en 2019, tous les segments de marché proposent une offre centrée sur des produits nature : les Pains préemballés et les Spécialités céréalières pour les marques nationales (10% chacune), les Brioches nature pour les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount (respectivement 10%, 26% et 13%) et les Galettes soufflées nature pour les distributeurs spécialisés bio (19%). A noter que les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par l'offre la moins diversifiée de l'ensemble des segments de marché, quelle que soit l'année considérée (présentes sur 10 familles en 2009, 13 en 2012 et 11 en 2019, sur 33 familles au total).
  Pour l'ensemble des segments de marché étudiés, la répartition des références par famille reste globalement stable entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2). Des évolutions plus marquées sont, néanmoins, observées pour un nombre réduit de familles pour tous les segments de marché (à l'exception des distributeurs spécialisés bio nouvellement collectés en 2019).

Tableau 2 : Evolution de l'offre alimentaire par famille, par segment de marché et par segment de marché et famille de produits, en nombre de références, pour le secteur de la Panification croustillante et moelleuse entre les 2 derniers suivis (2012 et 2019) et sur le long terme (2009 et 2019).

Famille de produits	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Distributeurs spécialisés bio			Répartition des familles tous segments confondus		
	2019 T2 (n=714)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2019 T2 (n=719)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2019 T2 (n=39)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2019 T2 (n=209)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2019 T2 (n=59)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2019 T2 (n=1740)	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)
Biscottes briochées	0,4%	-0,2	-1	1%	+1	+1	-	-	-	0%	-	-	-	-	-	0,5%	+0,3	+0,1
Biscottes nature	2%	+0,4	-2	3%	-1	-3	13%	+2	+1	4%	-2	-2	2%	-	-	3%	-1	-3
Biscottes complètes, céréales et graines	4%	+0,3	-3	4%	-1	-2	-	-2	-	3%	+1	-1	17%	-	-	4%	+0,4	-1
Brioches au chocolat_pépites	4%	-4	-3	6%	-4	-0,4	3%	-0,5	+3	7%	-4	-3	-	-	-	5%	-4	-2
Brioches complètes, céréales et graines	1%	-1	+1	2%	+0,05	-0,5	5%	+4	+5	1%	+1	+0	-	-	-	1%	-0,1	+0,5
Brioches aux fruits	1%	-0,2	+0,1	1%	+0,1	+0,1	-	-	-	1%	+1	+1	-	-	-	1%	+0,1	+0,3
Brioches nature	7%	-2	+0,1	**9%**	-0,4	-4	**26%**	+9	+4	**13%**	-2	-6	5%	-	-	9%	-2	-4
Brioches fourrées à la crème	0,4%	-1	-0,2	2%	+0,1	+0,3	-	-2	-4	4%	-0	-1	-	-	-	1%	-1	-1
Chapelure	1%	+1	+1	0,1%	+0,1	+0,1	-	-	-	1%	+1	+1	-	-	-	1%	+1	+1
Crackers de table	4%	+3	+3	3%	+2	+3	-	-	-	1%	+0,4	+1	2%	-	-	3%	+2	+3
Croutons	6%	+6	+6	3%	+3	+2	3%	+3	+3	4%	+4	+4	-	-	-	4%	+4	+4
Galettes soufflées nappées ou fourrées	5%	+3	+5	5%	+4	+5	-	-	-	4%	+4	+4	8%	-	-	5%	+4	+5
Galettes soufflées nature	8%	+3	+8	5%	+3	+5	-	-	-	4%	+3	+4	**19%**	-	-	6%	+4	+6
Pains azymes	2%	-0,5	+1	0,1%	-0,1	+0,1	-	-	-	0,5%	-0,1	-0,2	3%	-	-	1%	+0,05	+1
Pains de mie briochés	1%	-1	-2	1%	-1	-0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1%	-1	-1
Pains de mie complets, céréales et graines	6%	-2	-4	7%	-0,4	-0,003	-	-9	-6	4%	-1	+0,4	2%	-	-	6%	-1	-1
Pains de mie nature	3%	-6	-10	9%	-5	-4	10%	+7	+2	8%	-4	-4	2%	-	-	6%	-5	-6
Pains hamburger_hot dog complets, céréales et graines	2%	+1	+2	3%	+2	+1	-	-	-	1%	+0,4	+1	2%	-	-	2%	+1	+2
Pains hamburger_hot dog nature	1%	-3	-1	4%	+0,4	+0,3	5%	-1	-1	5%	+1	-0,1	-	-	-	3%	-1	-1
Pains de mie_hamburger_hot dog autres	0,1%	-2	-3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1%	-1	-1
Pains exotiques	3%	+0,1	-0,4	1%	-0,1	+0,5	-	-	-	1%	-0,2	+0,05	2%	-	-	2%	+0,1	+0,3
Pains grillés_toasts briochés	2%	-2	-3	2%	-0,1	+1	-	-	-	1%	-1	-1	-	-	-	2%	-1	-1
Pains grillés_toasts nature	2%	-1	-6	5%	-3	-7	8%	-10	-6	5%	+0,4	-2	3%	-	-	4%	-3	-6
Pains grillés_toasts complets céréales graines	4%	-2	-5	6%	-1	-3	5%	-5	-5	6%	-0,2	-2	3%	-	-	5%	-2	-4
Pains précuits	2%	-2	+1	5%	+0,01	+5	-	-	-	4%	-4	+4	3%	-	-	4%	-1	+3
Pains préemballés	10%	+6	+4	4%	+3	+3	-	-	-	4%	+1	+0,4	7%	-	-	6%	+4	+4
Pains tortilla	4%	+3	+4	3%	+1	+1	-	-	-	2%	+2	+2	-	-	-	3%	+2	+3
Pancakes	0,4%	+0,1	+0,4	1%	+1	+1	-	-	-	0,5%	+0,5	+0,5	-	-	-	1%	+1	+1
Spécialités céréalières	**10%**	+5	+6	4%	+0,5	+1	-	-	-	2%	-1	-1	17%	-	-	6%	+3	+3
Spécialités céréalières fourrées	1%	-1	-2	1%	-1	-1	-	-	-	1%	-0,1	+0,3	3%	-	-	1%	-1	-1
Viennoiseries autres	1%	-1	+1	1%	-0,2	-1	-	-	-	1%	+1	+0,05	-	-	-	1%	-0,2	-0,05
Viennoiseries croissants	1%	+1	+1	1%	-0,4	-1	13%	+4	+3	2%	-1	-2	-	-	-	2%	-1	-1
Viennoiseries pains au chocolat	2%	-0,3	+2	1%	-1	-1	10%	+1	+2	3%	-0,4	+0,1	-	-	-	2%	-1	-1
Répartition des segments toutes familles confondues	41%	+9	+12	41%	-3	+4	2%	-4	-7	12%	-6	-13	3%	-	-	100%		

"-" : aucun produit collecté
pp : point de pourcentage
Chiffres en gras : pourcentage le plus élevé
Case en vert : variations supérieures ou égales à 5 pp entre les 2 années
Cases grisées : correspondent à la répartition des familles tous segments de marché confondus ou à la répartition des segments de marché toutes familles confondues

<u>En termes d'évolution de l'offre (en pondérant par les parts de marché)</u>[4], l'étude montre qu'au sein des échantillons Oqali :

- **<u>au niveau des familles</u> :** en 2012, la famille des Brioches nature est majoritaire en volumes de ventes (25%), alors qu'en 2009 et 2019, il s'agit des Pains de mie nature (respectivement 26% et 22%). Cette dernière famille voit, toutefois, sa part de marché diminuer entre 2009 et 2019 (T1-T2) (-5pp). Globalement, les volumes de ventes associés aux autres familles restent stables sur les 3 années d'étude.

- **<u>au niveau des segments de marché</u> :** pour les 3 années d'étude, les marques de distributeurs, majoritaires en nombres de références, ne correspondent pas au segment de marché présentant les parts de marché les plus élevées du secteur de la Panification croustillante et moelleuse ; il s'agit des marques nationales en 2009, 2012 et 2019 (respectivement 40%, 46% et 49%).
  Entre 2012 et 2019 (T1-T2), la répartition des volumes de ventes, par segment de marché, évolue principalement pour les marques de distributeurs entrée de gamme, à la baisse (-5pp). Entre 2009 et 2019 (T0-T2), les marques nationales connaissent une augmentation de leurs parts de marché, en volumes de ventes (+9pp), tandis qu'on observe des diminutions des parts de marché pour les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount (-5pp chacun).

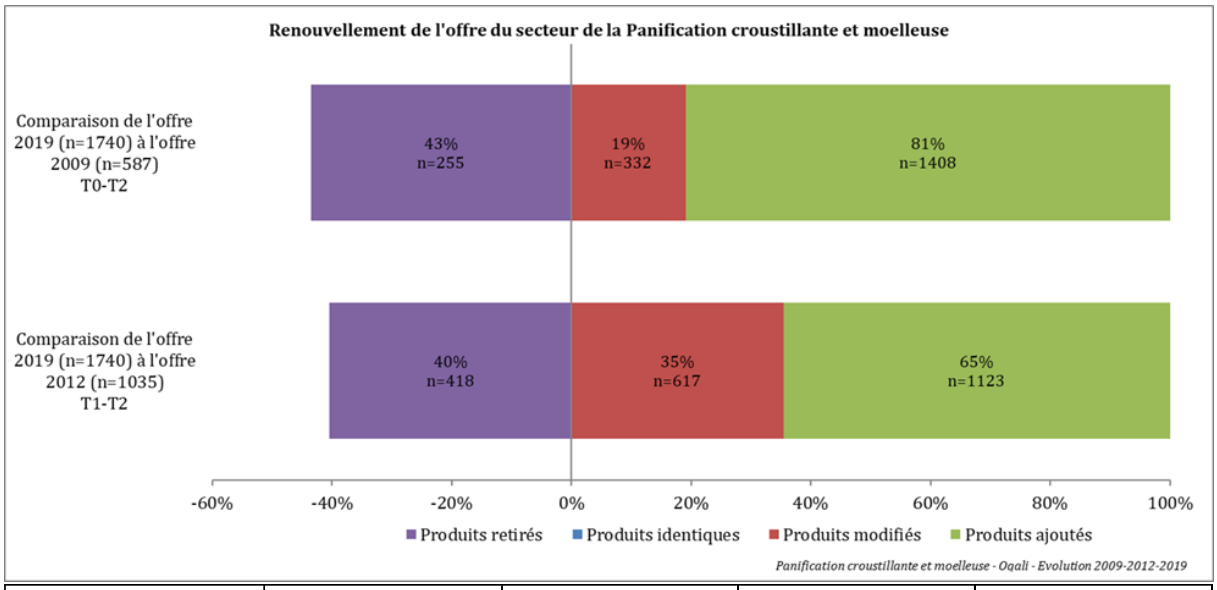
Un **<u>renouvellement de l'offre important est observé entre les 2 derniers suivis de 2012 et 2019</u>** (T1-T2 ; Figure 1) :

- **aucun produit identique**[5] **entre 2012 et 2019**, ce qui peut, en partie, s'expliquer par l'application du règlement 1169/2011[6] dit « INCO » à partir de décembre 2014, ayant engendré de nombreux remaniements d'emballages (information nutritionnelle, étiquetage des allergènes, etc.).
- **35% des produits de 2019 modifiés**[7] **(n=617), correspondant à 79% des volumes de ventes des produits Oqali récoltés en 2019 et associés à un volume de ventes**[8] (d'après les données Kantar – Panel Worldpanel[9]**).** En considérant les produits modifiés dont nous disposons de l'emballage complet (n=600), **les modifications les plus fréquemment**

[4] Pour l'étude de l'offre pondérée, les parts de marché des produits Oqali par famille, segment et sous-groupe sont rapportées à un total de 100%. Les parts de marché des produits non couverts par l'Oqali sont ainsi supposées avoir la même évolution que celles de l'échantillon recueilli sur la période.
[5] Produits présents sur le marché les deux années d'étude et semblables en tous points (emballage et composition nutritionnelle identiques en 2012 et en 2019).
[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. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.
[7] Produits présents sur le marché les deux années d'étude et présentant des évolutions d'emballage (portions indiquées, repères nutritionnels, allégations, etc.) et/ou de composition nutritionnelle entre 2012 et 2019.
[8] A noter que l'ensemble des produits recueillis par l'Oqali n'a pas pu être attribué à une ligne de la base communiquée par Kantar-Panel Worldpanel
[9] Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

retrouvées portent sur les ingrédients (n=600 références, soit 100% des références modifiées)**, les groupes d'étiquetage nutritionnel** (n=597 références, soit 99%) et **les valeurs nutritionnelles** (n=578, soit 96%). Les évolutions relatives aux groupes d'étiquetage nutritionnel, aux listes d'ingrédients (étiquetage des allergènes notamment) et aux valeurs nutritionnelles (mises à jour) peuvent être mises en relation avec l'entrée en vigueur du règlement « INCO » en décembre 2014 et avec les mises en conformité d'emballages effectuées à cette occasion. A noter également que 61% des produits modifiés présentent des évolutions au niveau des repères nutritionnels (n=367) ;

- **65% des produits de 2019 ajoutés[10] (n=1123), correspondant à 21% des volumes de ventes des produits Oqali récoltés en 2019 et associés à un volume de ventes**[8] (d'après les données Kantar – Panel Worldpanel[11]) ;
- **40% des produits de 2012 retirés[12] (n=418), correspondant à 23% des volumes de ventes des produits Oqali récoltés en 2012 et associés à un volume de vente**[8] (d'après les données Kantar – Panel Worldpanel[11]).



	Produits retirés	Produits identiques	Produits modifiés	Produits ajoutés
Comparaison offre 2012 - offre 2019 T1 - T2	23% des volumes de ventes de l'état des lieux (n=418)	0% des volumes de vente des suivis (n=0)	79% des volumes de ventes des suivis (n=617)	21% des volumes de ventes des suivis (n=1123)
Comparaison offre 2009 - offre 2019 T0 - T2	26% des volumes de ventes de l'état des lieux (n=255)	0% des volumes de vente des suivis (n=0)	47% des volumes de ventes des suivis (n=332)	53% des volumes de vente des suivis (n=1408)

Figure 1 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur de la Panification croustillante et moelleuse : comparaison des offres 2019-2009, 2019-2012 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés, en nombre de références et en volume (pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente d'après les données Kantar-Panel Worldpanel)

[10] Produits nouvellement collectés en 2019 (innovations, extensions de gamme ou produits n'ayant pas été captés par l'Oqali en 2012).
[11] Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.
[12] Produits collectés en 2012 mais qui n'ont pas été retrouvés, sous une forme identique ou modifiée, en 2019 (produits retirés du marché ou non captés par l'Oqali en 2019)

4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

Le Tableau 3 récapitule les évolutions observées sur le secteur, par famille et par segment de marché, pour l'ensemble des paramètres d'étiquetage étudiés.

Tableau 3 : Evolution des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur de la Panification croustillante et moelleuse entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.

	Allégations nutritionnelles					Allégations de santé					Repères nutritionnels					Portions indiquées					Valeurs nutritionnelles par portion				
	2009 T0	2012 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2012 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2012 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2012 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)	2009 T0	2012 T1	2019 T2	Delta T1-T2 (pp)	Delta T0-T2 (pp)
Ensemble des produits du secteur																									
Secteur (T0: n=496; T1 : n=995; T2 : n=1739)	15%	20%	30%	+9***	+15***	3%	2%	1%	-1*	-2***	45%	70%	42%	-28***	-3	59%	80%	71%	-9***	+12***	43%	76%	68%	-8***	+25***
Famille de produits																									
Biscottes briochées (T0: n=1; T1 : n=2; T2 : n=8)	0%	0%	50%	+50	+50	0%	0%	0%	+0	+0	100%	100%	63%	-38	-38	100%	100%	88%	-13	-13	100%	100%	88%	-13	-13
Biscottes nature (T0: n=34; T1 : n=44; T2 : n=54)	21%	43%	50%	+7	+29**	6%	0%	0%	+0	-6	35%	86%	46%	-40***	+11	68%	89%	93%	+4	+25**	50%	82%	91%	+9	+41***
Biscottes complètes, céréales et graines (T0: n=23; T1 : n=35; T2 : n=68)	61%	80%	79%	-1	+19	17%	23%	9%	-14	-9	48%	91%	49%	-43***	+1	78%	97%	87%	-10	+9	70%	97%	87%	-10	+17
Brioches au chocolat_pépites (T0: n=35; T1 : n=91; T2 : n=87)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	49%	77%	53%	-24***	+4	60%	85%	87%	+3	+27***	49%	84%	85%	+2	+36***
Brioches complètes, céréales et graines (T0: n=6; T1 : n=17; T2 : n=26)	33%	18%	8%	-10	-26	0%	0%	0%	+0	+0	50%	41%	27%	-14	-23	50%	65%	77%	+12	+27	33%	53%	77%	+24	+44
Brioches aux fruits (T0: n=2; T1 : n=4; T2 : n=11)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	100%	75%	45%	-30	-55	100%	75%	45%	-30	-55	100%	75%	45%	-30	-55
Brioches nature (T0: n=72; T1 : n=112; T2 : n=158)	1%	2%	3%	+1	+1	1%	0%	0%	+0	-1	39%	59%	47%	-11	+9	46%	72%	77%	+5	+31***	33%	71%	75%	+5	+42***
Brioches fourrées à la crème (T0: n=13; T1 : n=21; T2 : n=23)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	31%	57%	48%	-9	+17	38%	76%	91%	+15	+53	31%	76%	83%	+6	+52
Chapelure (T0: n=0; T1 : n=0; T2 : n=12)	-	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-
Crackers de table (T0: n=2; T1 : n=9; T2 : n=51)	50%	33%	47%	+14	-3	0%	0%	0%	+0	+0	0%	56%	16%	-40	+16	100%	100%	49%	-51	-51	100%	100%	45%	-55	-55
Croûtons (T0: n=3; T1 : n=0; T2 : n=73)	0%	-	10%	-	+10	0%	-	0%	-	+0	0%	-	25%	-	+25	0%	-	51%	-	+51	0%	-	40%	-	+40
Galettes soufflées nappées ou fourrées (T0: n=0; T1 : n=11; T2 : n=81)	-	64%	35%	-29	-	-	9%	4%	-5	-	-	45%	27%	-18	-	-	82%	58%	-24	-	-	82%	54%	-27	-
Galettes soufflées nature (T0: n=0; T1 : n=24; T2 : n=108)	-	63%	47%	-15	-	-	17%	3%	-14	-	-	54%	30%	-25*	-	-	79%	67%	-13	-	-	71%	56%	-14	-
Pains azymes (T0: n=2; T1 : n=8; T2 : n=16)	50%	88%	81%	-6	+31	0%	0%	0%	+0	+0	0%	63%	19%	-44	+19	0%	75%	44%	-31	+44	0%	63%	44%	-19	+44
Pains de mie briochés (T0: n=2; T1 : n=10; T2 : n=11)	0%	10%	0%	-10	+0	0%	0%	0%	+0	+0	50%	80%	73%	-7	+23	100%	90%	82%	-8	-18	50%	90%	82%	-8	+32
Pains de mie complets, céréales et graines (T0: n=26; T1 : n=69; T2 : n=102)	27%	35%	39%	+4	+12	8%	3%	0%	-3	-8	65%	77%	61%	-16*	-5	73%	90%	80%	-9	+7	35%	84%	77%	-7	+43***
Pains de mie nature (T0: n=57; T1 : n=110; T2 : n=112)	5%	5%	15%	+11**	+10	0%	1%	0%	-1	+0	49%	74%	63%	-10	+14	61%	85%	91%	+6	+30***	32%	81%	88%	+7	+57***
Pains hamburger_hot dog complets, céréales et graines (T0: n=4; T1 : n=9; T2 : n=38)	25%	11%	18%	+7	-7	0%	0%	0%	+0	+0	25%	33%	39%	+6	+14	75%	67%	66%	-1	-9	50%	56%	66%	+10	+16
Pains de mie_hamburger_hot dog autres (T0: n=0; T1 : n=2; T2 : n=1)	-	0%	0%	+0	-	-	0%	0%	+0	-	-	50%	100%	+50	-	-	50%	100%	+50	-	-	50%	100%	+50	-
Pains hamburger_hot dog nature (T0: n=20; T1 : n=40; T2 : n=48)	0%	0%	2%	+2	+2	0%	0%	0%	+0	+0	20%	60%	54%	-6	+34**	45%	73%	81%	+9	+36**	25%	68%	81%	+14	+56***
Pains exotiques (T0: n=9; T1 : n=18; T2 : n=31)	0%	0%	13%	+13	+13	0%	0%	0%	+0	+0	22%	39%	23%	-16	+0	22%	56%	58%	+3	+36	22%	39%	58%	+19	+36
Pains grillés_toasts briochés (T0: n=12; T1 : n=27; T2 : n=31)	8%	11%	16%	+5	+8	0%	0%	0%	+0	+0	83%	93%	68%	-25*	-16	92%	93%	84%	-9	-8	67%	85%	81%	-5	+14
Pains grillés_toasts nature (T0: n=49; T1 : n=67; T2 : n=66)	6%	15%	21%	+6	+15*	2%	0%	2%	+2	-1	43%	82%	50%	-32***	+7	55%	85%	80%	-5	+25**	47%	84%	79%	-5	+32***
Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (T0: n=42; T1 : n=68; T2 : n=84)	38%	60%	61%	+0	+23*	10%	3%	0%	-3	-10	55%	85%	45%	-40***	-10	62%	88%	82%	-6	+20*	50%	82%	80%	-3	+30***
Pains précuits (T0: n=0; T1 : n=51; T2 : n=64)	-	4%	14%	+10	-	-	0%	0%	+0	-	-	55%	44%	-11	-	-	53%	58%	+5	-	-	49%	55%	+6	-
Pains préemballés (T0: n=14; T1 : n=18; T2 : n=107)	7%	22%	61%	+39**	+54***	0%	0%	2%	+2	+2	7%	39%	20%	-19	+12	7%	39%	41%	+2	+34*	0%	39%	39%	+0	+39
Pains tortilla (T0: n=3; T1 : n=13; T2 : n=53)	0%	15%	8%	-8	+8	0%	0%	0%	+0	+0	100%	85%	38%	-47**	-62	100%	85%	57%	-28	-43	67%	85%	57%	-28	-10
Pancakes (T0: n=0; T1 : n=1; T2 : n=11)	-	0%	0%	+0	-	-	0%	0%	+0	-	-	100%	55%	-45	-	-	100%	100%	+0	-	-	100%	100%	+0	-
Spécialités céréalières (T0: n=19; T1 : n=37; T2 : n=112)	53%	51%	70%	+18*	+17	11%	5%	2%	-4	-9	47%	70%	33%	-37***	-14	79%	92%	59%	-33***	-20	74%	86%	54%	-32***	-19
Spécialités céréalières fourrées (T0: n=11; T1 : n=18; T2 : n=19)	45%	33%	26%	-7	-19	0%	0%	0%	+0	+0	91%	83%	58%	-25	-33	100%	94%	89%	-5	-11	91%	94%	89%	-5	-1
Viennoiseries autres (T0: n=5; T1 : n=9; T2 : n=14)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	60%	89%	57%	-32	-3	100%	89%	79%	-10	-21	100%	89%	79%	-10	-21
Viennoiseries croissants (T0: n=16; T1 : n=22; T2 : n=28)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	44%	64%	43%	-21	-1	50%	68%	82%	+14	+32	25%	68%	75%	+7	+50**
Viennoiseries pains au chocolat (T0: n=14; T1 : n=28; T2 : n=31)	0%	0%	0%	+0	+0	0%	0%	0%	+0	+0	43%	61%	45%	-16	+2	50%	68%	84%	+16	+34	36%	64%	81%	+16	+45
Segment de marché																									
Marques nationales (T0: n=82; T1 : n=294; T2 : n=713)	29%	32%	41%	+9**	+12*	15%	5%	2%	-4**	-13	43%	49%	34%	-15***	-9	67%	65%	54%	-10**	-13*	63%	62%	50%	-12***	-13*
Marques de distributeurs (T0: n=220; T1 : n=449; T2 : n=719)	16%	19%	23%	+4	+6*	2%	0%	0%	-0	-2	66%	89%	50%	-39***	-16***	79%	96%	84%	-13***	+5	52%	91%	83%	-9***	+31***
Marques de distributeurs entrée de gamme (T0: n=50; T1 : n=66; T2 : n=39)	2%	2%	0%	-2	-2	0%	0%	0%	+0	+0	20%	39%	51%	+12	+31**	34%	56%	90%	+34***	+56***	14%	45%	87%	+42***	+73***
Hard Discount (T0: n=144; T1 : n=186; T2 : n=209)	8%	11%	12%	+1	+4	0%	1%	0%	-1	+0	24%	69%	49%	-21***	+25***	33%	74%	88%	+14***	+55***	28%	74%	80%	+6	+51***
Distributeurs spécialisés bio (T0: n=0; T1 : n=0; T2 : n=59)	-	-	54%	-	-	-	-	7%	-	-	-	-	8%	-	-	-	-	49%	-	-	-	-	46%	-	-

Les pourcentages sont arrondis à l'entier, un pourcentage nul peut correspondre à un faible effectif
« - » : aucun produit collecté
Chiffres grisés : secteur, famille ou segments de marché non testé(e)
Case en orange : augmentation significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
Case en violet : diminution significative de la fréquence d'affichage du paramètre d'étiquetage
*Effet année : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05*

Sur les 1740 produits collectés en 2019 (T2), 80% possèdent un étiquetage de type INCO+ (1381 produits), et 20 % de type INCO (356 produits). Cette année, 3 produits ne sont pas étiquetés et 1% seulement possèdent un Nutri-Score (22 produits).

En termes d'informations disponibles sur les emballages, des évolutions significatives de la fréquence d'affichage de certains paramètres d'étiquetage ont été observées (Tableau 3) :

- **entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2), à l'échelle du secteur, une évolution significative de la proportion de produits présentant au moins une <u>allégation nutritionnelle</u> est observée (respectivement +9pp et +15pp).**
  Entre 2012 et 2019 (T1-T2), on observe des augmentations significatives de la proportion de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle chez les Pains de mie nature (+11pp), les Pains préemballés (+39pp) et les Spécialités céréalières (+18pp). Au niveau des segments de marché, on note une augmentation pour les marques nationales (+9pp). Entre 2009 et 2019 (T1-T2), cette augmentation est également portée par les marques nationales (+12pp), mais aussi pas les marques de distributeurs (+6pp). Au niveau des familles, on note une augmentation significative de la proportion de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle chez les Biscottes natures (+29pp), les Pains grillés_toasts nature (+15pp), les Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (+23pp) et les Pains préemballés (+54pp).
  Quelle que soit l'année considérée, les allégations nutritionnelles les plus fréquemment rencontrées sur ce secteur concernent les fibres (parmi les produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) : 55% en 2009, 75% en 2012 et 78% en 2019).

- **la proportion de produits présentant au moins une <u>allégation de santé</u> diminue significativement entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) (respectivement -1pp et -2pp).**
  Entre 2012 et 2019 (T1-T2), cette diminution significative est essentiellement portée par les marques nationales (-4pp). En revanche, entre 2009 et 2019 (T0-T2), aucune famille ou segment de marché ne porte celle-ci.
  A noter qu'en 2019, les allégations mettant en avant le lien entre vitamines ou minéraux et fatigue sont les plus fréquentes (35% des produits avec allégation(s) de santé), suivies, à égalité, par celles mettant en lien les fibres et le système digestif, les vitamines ou minéraux et le métabolisme et les vitamines ou minéraux et la pression artérielle (18% chacun des produits avec allégation(s) de santé). Ces dernières sont uniquement présentes dans la famille des Galettes soufflées nature alors que l'on retrouve les autres allégations majoritairement dans celle des Biscottes complètes, céréales et graines ;

- **entre 2012 et 2019 (T1-T2), on observe une diminution significative de la proportion de produits présentant un <u>repère nutritionnel</u> (-28pp).** Cette diminution est essentiellement portée par les Biscottes nature (-40pp), les Biscottes complètes, céréales et graines (-43pp), les Brioches au chocolat_pépites (-24pp), les Galettes soufflées nature (-25pp), les Pains de mie complets, céréales et graines (-16pp), les Pains grillés_toasts briochés (-25pp), les Pains grillés_toasts nature (-32pp), les Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (-40pp), les Pains tortilla (-47pp) et les Spécialités céréalières (-37pp). Au niveau des

segments de marché, la diminution est portée par les marques nationales (-15pp), marques de distributeurs (-39pp) et le hard discount (-21pp).

En revanche, entre 2009 et 2019 (T0-T2), à l'échelle du secteur, aucune évolution significative de la proportion de produits présentant un repère nutritionnel n'est observée. A noter, cependant, que sur cette période, on observe une augmentation significative de la proportion de produits présentant un repère nutritionnel pour les Pains hamburger_hot dog nature (+34pp). Au niveau des segments de marché, on note une diminution pour les marques de distributeurs (-16pp) et une augmentation pour les marques de distributeurs entrée de gamme (+31pp) et pour le hard discount (+25pp). Ces évolutions n'ont toutefois pas d'effet à l'échelle du secteur.

- **à l'échelle du secteur, on observe des évolutions significatives contraires de la proportion de produits présentant une <u>portion indiquée</u>, selon la période considérée :**
  - **une diminution significative de 9pp, entre 2012 et 2019 (T1-T2),** portée par la famille des Spécialités céréalières (-33pp), ainsi que par les marques nationales (-10pp) et les marques de distributeurs (-13pp) au niveau des segments de marché. On note, au contraire, une augmentation de la fréquence d'étiquetage de portion indiquée au sein des marques de distributeurs entrée de gamme (+34pp) et au sein du hard discount (+14pp);
  - **une augmentation significative de 12pp, entre 2009 et 2019 (T0-T2),** essentiellement portée par les familles des Biscottes nature (+25pp), des Brioches au chocolat_pépites (+27pp), des Brioches nature (+31pp), des Pains de mie nature (+30pp), des Pains hamburger_hot dog nature (+36pp), des Pains grillés_toasts nature (+25pp), des Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (+20pp) et des Pains préemballés (+34pp). Au niveau des segments de marché cette augmentation significative est essentiellement portée par les marques de distributeurs entrée de gamme (+56pp) et le hard discount (+55pp). A noter toutefois une diminution significative pour les marques nationales (-13pp).

  Au niveau du secteur, les portions indiquées les plus fréquentes sont comprises entre 30 et 40g en 2019 et 2012 et entre 40 et 50g en 2009 (respectivement 24%, 23% et 27% des produits avec une taille de portion indiquée), suivie des portions comprises entre 40 et 50g en 2019 et 2012 contre de 30 à 40g en 2009 (15% en 2019, 22% en 2012 et 24% en 2009).

- **Selon la période considérée, on observe deux évolutions significatives contraires de la proportion de produits présentant des <u>valeurs nutritionnelles par portion</u> :**
  - **une diminution significative de 8pp, entre 2012 et 2019 (T1-T2),** portée par les Spécialités céréalières (-32pp). Au niveau des segments de marché, la diminution est portée par les marques nationales (-12pp) et les marques de distributeurs (-9pp). On observe toutefois une augmentation significative de la proportion de produits présentant des valeurs nutritionnelles par portion au niveau des marques de distributeur entrée de gamme (+42pp).
  - **une augmentation significative de 25pp, entre 2009 et 2019 (T0-T2),** essentiellement portée par les familles des Biscottes nature (+41pp), des Brioches au chocolat_pépites (+36pp), des Brioches nature (+42pp), des Pains de mie complets, céréales et graines (+43pp), des Pains de mie nature (+57pp), des Pains hamburger_hot dog nature (+56pp), des Pains grillés_toasts nature (+32pp), des Pains grillés_toasts complets, céréales et

graines (+30pp) et des Viennoiseries_croissants (+50pp). Tous les segments de marché connaissent une évolution significative : augmentation pour les marques de distributeurs (+31pp), marques de distributeurs entrée de gamme (+73pp) et hard discount (+51pp) et une diminution pour les marques nationales (-13pp).

A noter que la fréquence de présence des valeurs nutritionnelles par portion peut être liée à celle des portions indiquées.

5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES

L'étude des valeurs nutritionnelles pour 100g, avec ou sans pondération par les parts de marché[13], a été réalisée pour les **5 nutriments d'intérêt du secteur de la Panification croustillante et moelleuse (matières grasses, AGS, sucres, sel et fibres)** entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2). Les Tableau 4 à Tableau 10 récapitulent les résultats ainsi obtenus pour chaque nutriment d'intérêt et pour chaque famille.

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

Tableau 4 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (1/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Biscottes briochées (T0 n:2 ; T1 n:2 ; T2 n:8)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	9,3	-3,2	-25%	-2,4	-21%	2,9	-4,2	-59%	-4,3	-60%	11,1	+0,1	+1%	+1,6	+17%	1,20	+0,14	+13%	-0,03	-3%	5,1	+1,3	+35%	+0,8	+19%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	10,4	-1,9	-15%	+0,9	+10%	4,4	-2,5	-36%	-1,1	-20%	11,6	+0,5	+4%	+2,6***	+29%	1,17	+0,10	+9%	-0,33***	-22%	4,0	+0,3	+9%	-0,5	-10%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	12,0	-0,5	-4%			6,6	-0,5	-8%			12,0	+1,0	+9%			1,03	-0,03	-3%			3,7	-0,1	-3%		
		Produits appariés T0-T2	13,0			-1,0	-7%	7,9			-1,1	-12%	12,0			+2,0	+20%	0,92			-0,05	-5%	3,7			-0,3	-8%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	8,5	-4,1	-32%			1,7	-5,4	-76%			10,8	-0,2	-2%			1,26	+0,20	+19%			5,6	+1,9	+50%		
		Retirés vs Offre T2	9,3	-	-			2,9	-	-			11,1	-	-			1,20	-	-			5,1	-	-		
		Retirés vs Ajoutés	8,5	-	-			1,7	-	-			10,8	-	-			1,26	-	-			5,6	-	-		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	8,8			-2,9	-25%	2,2			-5,1	-70%	10,9			+1,4	+15%	1,24			+0,01	+1%	5,3			+1,1	+25%
		Retirés vs Offre T2	9,3			-0,2	-2%	2,9			-2,6	-47%	11,1			+2,1	+23%	1,20			-0,30	-20%	5,1			+0,6	+13%
		Retirés vs Ajoutés	8,8			-0,7	-7%	2,2			-3,3	-60%	10,9			+1,9	+22%	1,24			-0,26	-17%	5,3			+0,8	+18%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	11,3	-1,2	-10%	-0,5	-4%	6,4	-0,7	-10%	-0,9	-12%	12,0	+1,0	+9%	+2,5	+26%	0,98	-0,08	-7%	-0,25	-20%	3,7	-0,1	-3%	-0,6	-14%
		MDD	8,2	-	-	-	-	0,8	-	-	-	-	10,5	-	-	-	-	1,33	-	-	-	-	5,6	-	-	-	-
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Biscottes nature (T0 n:37 ; T1 n:45 ; T2 n:54)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	5,4	-0,9*	-14%	-1,1**	-17%	1,4	-1,2***	-47%	-1,6***	-54%	6,9	+0,3	+5%	+0,6	+10%	1,05	+0,02	+2%	+0,00	+0%	4,2	-0,3*	-7%	-0,6***	-12%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	5,5	-1,3***	-19%	-1,5***	-21%	1,5	-1,7***	-54%	-1,7***	-54%	7,1	+0,3	+5%	+0,3	+4%	1,22	-0,10	-8%	-0,44***	-27%	4,1	-0,6***	-12%	-0,6***	-12%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	4,7	-1,3***	-21%			1,0	-1,5***	-61%			7,0	+0,4*	+6%			0,87	-0,02	-2%			4,3	-0,4*	-8%		
		Produits appariés T0-T2	4,8			-1,7***	-26%	1,2			-1,7***	-60%	7,0			+0,8**	+13%	0,68			-0,10	-12%	4,3			-0,4	-9%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	6,3	-0,0	-1%			1,9	-0,7	-27%			6,8	+0,2	+3%			1,22	+0,19	+18%			4,2	-0,4	-8%		
		Retirés vs Offre T2	5,4	-1,6**	-23%			1,4	-1,6*	-54%			6,9	+0,4	+7%			1,05	-0,33	-24%			4,2	-0,0	-0%		
		Retirés vs Ajoutés	6,3	-0,7	-10%			1,9	-1,0	-36%			6,8	+0,3	+5%			1,22	-0,16	-12%			4,2	-0,1	-2%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5,9			-0,7	-11%	1,5			-1,4**	-47%	6,8			+0,5	+8%	1,17			+0,12	+12%	4,2			-0,6**	-12%
		Retirés vs Offre T2	5,4			-1,2	-18%	1,4			-1,7*	-55%	6,9			+0,4	+6%	1,05			-0,44	-30%	4,2			-0,8***	-16%
		Retirés vs Ajoutés	5,9			-0,7	-11%	1,5			-1,5*	-49%	6,8			+0,3	+5%	1,17			-0,32	-22%	4,2			-0,8***	-16%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	7,1	+0,3	+4%	+0,6	+10%	2,9	+0,0	+1%	+0,0	+1%	6,7	+1,1	+19%	+1,2	+21%	1,18	+0,13	+12%	+0,25	+27%	4,0	+0,0	+0%	-0,8*	-16%
		MDD	4,7	-1,6***	-26%	-1,9***	-29%	0,7	-1,8***	-73%	-2,3***	-77%	7,0	+0,5	+8%	+0,6	+9%	0,87	-0,02	-2%	-0,20	-18%	4,4	-0,2	-4%	-0,3	-7%
		MDDeg	4,9	-1,6	-25%	-1,3	-21%	1,1	-1,9	-65%	-1,7	-61%	7,1	-0,2	-2%	-0,3	-4%	1,42	+0,01	+1%	-0,13	-8%	4,3	-1,1	-20%	-1,3	-23%
		HD	4,4	-1,8*	-29%	-2,5**	-36%	0,5	-1,9**	-79%	-2,5**	-83%	7,1	-0,1	-1%	+0,4	+5%	1,03	-0,17	-14%	+0,08	+8%	4,5	-0,1	-3%	-0,4	-9%
		DS bio	8,0	-	-	-	-	1,6	-	-	-	-	7,4	-	-	-	-	1,60	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-
Biscottes complètes, céréales et graines (T0 n:29 ; T1 n:36 ; T2 n:68)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	6,7	+0,9	+15%	+0,4	+6%	1,6	-0,0	-2%	-0,9*	-36%	4,4	-0,7	-14%	-0,4	-9%	1,21	-0,08	-6%	+0,06	+6%	7,3	-0,3	-5%	-0,5	-6%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	5,9	-1,6***	-22%	-1,4**	-19%	1,0	-1,3***	-56%	-1,2***	-53%	4,9	+0,3	+6%	+0,4	+10%	1,28	-0,22**	-15%	-0,10	-7%	7,9	+0,8	+11%	-0,2	-2%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	5,7	-0,1	-2%			1,0	-0,5*	-32%			4,9	+0,1	+3%			1,30	-0,00	-0%			7,6	+0,3	+5%		
		Produits appariés T0-T2	5,8			-0,4	-6%	1,1			-1,2**	-53%	4,5			-0,2	-5%	1,25			+0,12	+11%	7,2			-0,4	-5%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	7,3	+1,4*	+25%			1,9	+0,3	+17%			4,1	-1,0	-20%			1,16	-0,13	-10%			7,1	-0,5	-7%		
		Retirés vs Offre T2	6,7	+0,9	+15%			1,6	-0,3	-15%			4,4	-1,2	-22%			1,21	-0,06	-4%			7,3	-1,1	-13%		
		Retirés vs Ajoutés	7,3	+1,4	+24%			1,9	+0,0	+1%			4,1	-1,5	-27%			1,16	-0,10	-8%			7,1	-1,3	-15%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7,0			+0,7	+10%	1,8			-0,7	-28%	4,3			-0,5	-11%	1,18			+0,04	+4%	7,2			-0,5	-7%
		Retirés vs Offre T2	6,7			+0,2	+3%	1,6			-1,2	-42%	4,4			-0,5	-10%	1,21			+0,03	+3%	7,3			-0,7	-9%
		Retirés vs Ajoutés	7,0			+0,5	+7%	1,8			-1,0	-35%	4,3			-0,6	-12%	1,18			+0,01	+1%	7,2			-0,8	-10%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	6,9	+0,6	+10%	+0,8	+13%	1,7	-0,6	-27%	-0,5	-23%	3,9	-2,0*	-34%	-1,1	-22%	1,03	-0,06	-6%	+0,08	+8%	7,4	-0,7	-9%	-0,6	-7%
		MDD	5,7	+0,2	+3%	-0,7	-11%	0,7	-0,5*	-42%	-1,9***	-74%	4,5	+0,1	+3%	+0,2	+5%	1,27	-0,05	-4%	+0,09	+7%	7,7	+0,3	+4%	+0,3	+4%
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	5,0	-0,8	-13%	-1,6	-25%	0,6	-0,9	-62%	-2,1*	-79%	6,7	+0,7	+12%	+0,9	+15%	1,34	-0,25	-16%	-0,36	-21%	6,7	-0,7	-9%	-1,7	-20%
		DS bio	9,8	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-	1,42	-	-	-	-	6,2	-	-	-	-
Brioches au chocolat_pépites (T0 n:42 ; T1 n:94 ; T2 n:87)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	13,0	-0,5	-4%	-1,0	-7%	5,1	-1,2**	-19%	-1,6**	-24%	17,9	+1,4*	+9%	+1,8*	+11%	0,88	-0,00	-0%	+0,04	+4%	2,9	+0,1	+3%	+0,1	+5%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	13,7	-0,2	-1%	-0,5	-4%	4,9	-1,3**	-21%	-2,1***	-30%	18,9	+2,5***	+15%	+3,5***	+23%	0,92	-0,02	-2%	+0,05	+6%	3,4	+0,5**	+17%	+0,5**	+20%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	12,9	-0,6*	-4%			4,9	-1,3***	-20%			17,2	+0,5	+3%			0,90	-0,02	-2%			2,8	+0,2	+9%		
		Produits appariés T0-T2	12,5			-1,7***	-12%	3,9			-3,3***	-46%	17,2			+1,7*	+11%	0,92			+0,03	+4%	3,4			+0,7	+24%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	13,3	-0,3	-2%			5,7	-0,7	-10%			18,8	+2,3*	+14%			0,87	-0,02	-2%			3,0	+0,2	+8%		
		Retirés vs Offre T2	13,0	-0,7	-5%			5,1	-1,5*	-22%			17,9	+1,9*	+12%			0,88	+0,04	+5%			2,9	-0,0	-2%		
		Retirés vs Ajoutés	13,3	-0,4	-3%			5,7	-0,9	-14%			18,8	+2,8*	+17%			0,87	+0,03	+3%			3,0	+0,1	+3%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	13,3			-0,8	-6%	5,7			-1,1	-17%	18,1			+2,0	+13%	0,88			+0,03	+3%	2,8			+0,1	+3%
		Retirés vs Offre T2	13,0			-0,7	-5%	5,1			-0,9	-15%	17,9			+0,9	+5%	0,88			+0,11	+14%	2,9			+0,5	+21%
		Retirés vs Ajoutés	13,3			-0,5	-4%	5,7			-0,4	-6%	18,1			+1,1	+7%	0,88			+0,10	+13%	2,8			+0,4	+19%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	14,3	+0,5	+3%	-0,1	-1%	5,7	-0,7	-11%	-1,7	-22%	19,2	+3,2	+20%	+3,0	+19%	0,87	-0,01	-2%	+0,12	+16%	3,6	+0,9	+32%	+0,9	+34%
		MDD	12,5	-1,0*	-7%	-1,7*	-12%	5,0	-1,4*	-22%	-2,3*	-32%	17,5	+0,8	+5%	+1,1	+7%	0,90	+0,02	+3%	+0,01	+2%	2,6	-0,2	-8%	-0,2	-6%
		MDDeg	15,0	-1,5	-9%	-	-	7,7	+1,7	+27%	-	-	15,0	-1,0	-6%	-	-	0,79	-0,01	-1%	-	-	2,7	+0,2	+6%	-	-
		HD	12,6	-0,8	-6%	-1,1	-8%	4,4	-1,7	-28%	-1,0	-18%	16,9	+0,6	+3%	+1,5	+10%	0,87	-0,06	-6%	-0,05	-5%	2,9	+0,2	+8%	+0,2	+9%
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brioches complètes, céréales et graines (T0 n:6 ; T1 n:17 ; T2 n:26)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	11,0	-0,8	-7%	-1,0	-8%	3,9	-0,4	-9%	-1,4	-26%	12,3	-0,2	-1%	+3,1	+33%	1,10	+0,02	+2%	+0,07	+6%	2,9	+0,6	+27%	+0,0	+0%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	11,4	-1,8*	-14%	-1,6	-13%	4,3	-0,8	-16%	-1,4*	-24%	12,6	+0,1	+0%	+0,6	+5%	1,07	+0,06	+6%	+0,11*	+12%	3,3	+1,3**	+63%	+1,0*	+47%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	12,2	+0,1	+1%			4,0	-0,6	-13%			12,7	-0,0	-0%			1,04	+0,00	+0%			3,0	+0,4	+16%		
		Produits appariés T0-T2	14,2			+0,3	+2%	5,7			+0,0	+0%	14,0			+1,5	+12%	1,00			+0,05	+5%	2,1			+0,0	+0%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	10,5	-1,3	-11%			3,9	-0,4	-8%			12,1	-0,4	-3%			1,12	+0,05	+4%			2,9	+0,6	+26%		
		Retirés vs Offre T2	11,0	-0,3	-2%			3,9	-1,1	-22%			12,3	-0,0	-0%			1,10	-0,01	-1%			2,9	+0,5	+19%		
		Retirés vs Ajoutés	10,5	-0,8	-7%			3,9	-1,1	-22%			12,1	-0,3	-2%			1,12	+0,02	+2%			2,9	+0,4	+18%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	10,4			-1,6	-13%	3,4			-1,9	-35%	11,9			+2,7	+29%	1,11			+0,08	+8%	3,1			+0,2	+8%
		Retirés vs Offre T2	11,0			-0,1	-1%	3,9			-1,2	-23%	12,3			+4,7	+62%	1,10			+0,02	+2%	2,9			-0,4	-11%
		Retirés vs Ajoutés	10,4			-0,6	-6%	3,4			-1,7	-32%	11,9			+4,3	+57%	1,11			+0,04	+3%	3,1			-0,2	-5%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	11,7	+1,0	+9%	-	-	4,0	+1,9	+89%	-	-	12,3	+0,4	+4%	-	-	1,00	-0,10	-9%	-	-	3,6	+1,0	+38%	-	-
		MDD	11,4	-1,0	-8%	-1,3	-10%	4,6	-1,2	-21%	-0,7	-13%	12,7	-0,3	-3%	+3,5	+37%	1,14	+0,06	+6%	+0,10	+10%	2,4	+0,3	+16%	-0,5	-16%
		MDDeg	9,4	-4,6	-33%	-	-	1,3	-3,8	-75%	-	-	12,4	+0,4	+3%	-	-	1,10	+0,16	+17%	-	-	-	-	-	-	-
		HD	6,9	-	-	-1,7	-19%	1,6	-	-	-	-	10,0	-	-	-	-	1,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testés

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)

Tableau 5 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (2/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Brioches aux fruits (T0 n:2 ; T1 n:5 ; T2 n:11)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	10,2	+1,6	+19%	-1,1	-9%	4,3	+1,5	+54%	-2,4	-36%	24,6	+0,1	+0%	+4,9	+25%	0,69	-0,27	-28%	-0,32	-31%	2,4	-0,4	-14%	-0,5	-17%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	10,7	+2,2***	+26%	-1,3*	-10%	5,0	+2,3*	+85%	-2,1*	-30%	27,9	+3,1*	+12%	+9,4***	+50%	0,69	-0,23*	-25%	-0,31**	-31%	2,3	-0,7***	-22%	-1,3**	-36%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	9,6	+1,6	+20%			2,3	+0,2	+7%			25,9	-0,6	-2%			1,00	+0,11	+12%			-	-	-		
		Produits appariés T0-T2	8,6			-1,9	-18%	0,9			-5,3	-85%	26,0			+5,0	+24%	0,87			-0,15	-15%	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	10,2	+1,6	+18%			4,3	+1,6	+56%			25,8	+1,3	+5%			0,64	-0,32	-33%			2,5	-0,4	-13%		
		Retirés vs Offre T2	10,2	+1,0	+11%			4,3	+0,8	+24%			24,6	+2,1	+9%			0,69	-0,35	-34%			2,4	-0,4	-13%		
		Retirés vs Ajoutés	10,2	+0,9	+10%			4,3	+0,9	+26%			25,8	+3,3	+14%			0,64	-0,40	-39%			2,5	-0,3	-11%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	10,4			-0,9	-8%	4,6			-2,1	-31%	24,5			+4,8	+24%	0,68			-0,33	-33%	2,4			-0,5	-17%
		Retirés vs Offre T2	10,2			-1,9	-15%	4,3			-2,9	-41%	24,6			+6,2	+34%	0,69			-0,31	-31%	2,4			-1,4	-37%
		Retirés vs Ajoutés	10,4			-1,7	-14%	4,6			-2,6	-36%	24,5			+6,1	+33%	0,68			-0,32	-32%	2,4			-1,4	-37%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	10,4	+1,5	+17%	-1,7	-14%	4,2	+0,7	+22%	-3,0	-42%	24,2	-0,5	-2%	+5,8	+31%	0,69	-0,23	-25%	-0,31	-31%	2,7	-0,4	-14%	-1,2	-30%
		MDD	10,0	+2,3	+29%	-0,6	-5%	4,4	+3,6	+453%	-1,8	-29%	23,5	-0,5	-2%	+2,5	+12%	0,71	-0,39	-35%	-0,31	-30%	2,2	+0,2	+12%	+0,2	+12%
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	10,3	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	28,0	-	-	-	-	0,67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brioches nature (T0 n:79 ; T1 n:114 ; T2 n:158)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	12,3	+0,7*	+6%	+0,6	+5%	6,0	-0,2	-3%	-0,5	-8%	13,4	+1,1*	+9%	+0,6	+5%	1,00	-0,02	-2%	-0,05	-5%	2,1	-0,1	-6%	-0,3	-13%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	12,0	-0,2	-1%	+0,7**	+7%	4,8	-1,7***	-26%	-1,5***	-24%	12,5	+0,0	+0%	-0,7	-5%	1,04	+0,02	+2%	-0,05	-4%	2,1	-0,0	-2%	-0,1	-6%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	11,8	-0,0	-0%			4,9	-1,2***	-19%			12,4	+0,2	+1%			1,04	+0,01	+1%			2,1	-0,2	-7%		
		Produits appariés T0-T2	11,9			+0,2	+2%	4,5			-1,7***	-28%	12,3			-0,7	-5%	1,02			-0,04	-4%	2,1			-0,2	-9%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	12,9	+1,2**	+11%			6,8	+0,6	+10%			14,2	+1,9**	+15%			0,97	-0,04	-4%			2,2	-0,1	-4%		
		Retirés vs Offre T2	12,3	+1,3*	+12%			6,0	-0,9	-13%			13,4	+0,9	+7%			1,00	+0,03	+3%			2,1	+0,1	+4%		
		Retirés vs Ajoutés	12,9	+1,9**	+17%			6,8	-0,1	-1%			14,2	+1,7	+13%			0,97	+0,01	+1%			2,2	+0,1	+5%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	12,5			+0,8	+7%	6,5			-0,1	-1%	14,0			+1,2	+9%	1,00			-0,05	-5%	2,1			-0,3	-12%
		Retirés vs Offre T2	12,3			+0,5	+4%	6,0			-1,6	-21%	13,4			+1,7	+15%	1,00			-0,02	-2%	2,1			-0,6	-21%
		Retirés vs Ajoutés	12,5			+0,7	+6%	6,5			-1,1	-15%	14,0			+2,3	+19%	1,00			-0,02	-2%	2,1			-0,5	-20%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	12,9	+1,1	+9%	+1,5	+13%	6,4	+0,6	+10%	-0,1	-1%	13,6	+1,3	+11%	+0,1	+1%	0,99	+0,03	+3%	-0,14	-12%	2,6	+0,0	+1%	+0,3	+14%
		MDD	12,4	+0,5	+4%	+0,3	+3%	6,0	-0,3	-5%	-0,6	-10%	13,4	+1,0	+8%	+0,7	+5%	1,02	+0,00	+0%	+0,03	+3%	1,9	-0,3**	-15%	-0,7***	-28%
		MDDeg	9,2	-1,9*	-17%	-3,0**	-25%	4,2	-1,2	-22%	-2,7	-39%	12,6	+0,3	+2%	-2,9	-19%	0,86	-0,08	-8%	+0,04	+5%	2,0	-0,2	-10%	+0,0	+1%
		HD	11,9	+0,8	+7%	+0,5	+5%	5,9	-0,4	-6%	-0,3	-4%	13,4	+1,2	+10%	+1,6	+13%	1,00	-0,06	-5%	-0,14	-12%	2,1	+0,1	+6%	-0,1	-5%
		DS bio	15,9	-	-	-	-	5,3	-	-	-	-	14,8	-	-	-	-	0,90	-	-	-	-	1,9	-	-	-	-
Brioches fourrées à la crème (T0 n:13 ; T1 n:22 ; T2 n:23)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	7,7	-0,2	-2%	-0,7	-8%	2,6	-1,1*	-30%	-2,3*	-47%	19,2	-0,1	-0%	-1,5	-7%	0,70	+0,01	+1%	+0,02	+3%	1,6	-0,2	-12%	+0,1	+8%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	7,2	-0,1	-2%	+0,0	+1%	2,7	-0,6	-19%	-0,2	-8%	19,0	+0,0	+0%	-8,8	-32%	0,72	-0,07	-9%	-0,05	-6%	1,7	-0,7**	-28%	+0,2	+15%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	7,3	-0,4	-5%			2,2	-1,3**	-37%			20,2	+1,2	+6%			0,66	-0,03	-4%			1,5	-0,2	-13%		
		Produits appariés T0-T2	6,3			-2,3	-26%	2,1			-3,2	-60%	19,7			+5,7	+41%	0,64			-0,07	-10%	1,6			-0,3	-16%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	8,2	+0,3	+4%			2,8	-0,9	-23%			19,0	-0,3	-1%			0,71	+0,02	+2%			1,8	-0,0	-2%		
		Retirés vs Offre T2	7,7	-0,5	-6%			2,6	-1,4	-36%			19,2	-0,5	-3%			0,70	+0,00	+1%			1,6	+0,1	+4%		
		Retirés vs Ajoutés	8,2	-0,0	-1%			2,8	-1,2	-30%			19,0	-0,7	-4%			0,71	+0,01	+2%			1,8	+0,3	+16%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	8,0			-0,4	-5%	2,8			-2,1*	-43%	18,9			-1,8	-9%	0,71			+0,03	+4%	1,6			+0,1	+9%
		Retirés vs Offre T2	7,7			-0,6	-7%	2,6			-2,0	-44%	19,2			-8,2	-30%	0,70			+0,05	+8%	1,6			+0,5	+40%
		Retirés vs Ajoutés	8,0			-0,3	-4%	2,8			-1,8	-39%	18,9			-8,5*	-31%	0,71			+0,06	+9%	1,6			+0,5	+43%
SEGMENTS DE MARCHE		MN	8,3	+0,5	+6%	+1,7	+26%	3,5	-2,5	-41%	-	-	16,9	-5,9	-26%	-	-	0,78	+0,25	+47%	-	-	-	-	-	-	-
		MDD	7,8	-0,6	-7%	-1,5	-16%	2,7	-1,3*	-33%	-3,1*	-53%	19,5	+1,2	+6%	+2,8	+17%	0,67	+0,00	+0%	+0,03	+5%	1,6	-0,2	-12%	+0,1	+5%
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	7,5	+0,1	+1%	-0,8	-9%	2,1	-0,8	-28%	-0,3	-13%	19,6	-0,2	-1%	-13,1	-40%	0,72	-0,02	-3%	-0,08	-10%	-	-	-	-	-
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chapelure (T0 n:0 ; T1 n:0 ; T2 n:12)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	2,3	-	-	-	-	0,9	-	-	-	-	4,9	-	-	-	-	1,68	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	1,2	-	-	-	-	0,2	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-	1,83	-	-	-	-	3,9	-	-	-	-
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-		
		Produits appariés T0-T2	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	2,3	-	-			0,9	-	-			4,9	-	-			1,68	-	-			3,6	-	-		
		Retirés vs Offre T2	2,3	-	-			0,9	-	-			4,9	-	-			1,68	-	-			3,6	-	-		
		Retirés vs Ajoutés	2,3	-	-			0,9	-	-			4,9	-	-			1,68	-	-			3,6	-	-		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	2,3			-	-	0,9			-	-	4,9			-	-	1,68			-	-	3,6			-	-
		Retirés vs Offre T2	2,3			-	-	0,9			-	-	4,9			-	-	1,68			-	-	3,6			-	-
		Retirés vs Ajoutés	2,3			-	-	0,9			-	-	4,9			-	-	1,68			-	-	3,6			-	-
SEGMENTS DE MARCHE		MN	2,3	-	-	-	-	1,1	-	-	-	-	4,7	-	-	-	-	1,90	-	-	-	-	3,4	-	-	-	-
		MDD	1,4	-	-	-	-	0,2	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	0,80	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	2,6	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	1,25	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		DS bio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Crackers de table (T0 n:2 ; T1 n:9 ; T2 n:51)																											
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	17,3	+4,6*	+36%	+4,1	+31%	3,7	+0,3	+8%	-2,5	-40%	2,8	+1,1	+62%	+2,1	+277%	1,78	+0,01	+0%	+0,03	+2%	10,1	+3,4**	+52%	+4,3*	+76%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]	14,2	+1,0	+8%	+0,6	+5%	4,7	-1,0	-17%	-1,6***	-25%	2,1	+1,0	+99%	+1,3***	+173%	1,88	-0,49**	-21%	+0,13*	+7%	6,6	+2,0	+43%	+1,7	+34%
REFORMULATIONS		Produits appariés T1-T2	14,0	-0,9	-6%			4,4	+0,8	+23%			1,0	+0,0	+0%			1,92	-0,37	-16%			8,2	-0,4	-4%		
		Produits appariés T0-T2	12,5			-0,8	-6%	5,4			-0,8	-12%	1,6			+0,8	+107%	1,99			+0,24	+13%	5,3			-0,5	-9%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	17,5	+4,8	+38%			3,6	+0,2	+7%			2,9	+1,2	+69%			1,77	-0,00	-0%			10,2	+3,6**	+54%		
		Retirés vs Offre T2	17,3	+5,7*	+49%			3,7	+0,4	+12%			2,8	+0,7	+35%			1,78	+0,27	+18%			10,1	+4,4**	+77%		
		Retirés vs Ajoutés	17,5	+5,9*	+51%			3,6	+0,3	+11%			2,9	+0,8	+40%			1,77	+0,26	+17%			10,2	+4,5**	+79%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	17,5			+4,2	+32%	3,6			-2,5	-41%	2,9			+2,1	+284%	1,77			+0,02	+1%	10,3			+4,6*	+79%
		Retirés vs Offre T2	17,3			-	-	3,7			-	-	2,8			-	-	1,78			-	-	10,1			-	-
		Retirés vs Ajoutés	17,5			-	-	3,6			-	-	2,9			-	-	1,77			-	-	10,3			-	-
SEGMENTS DE MARCHE		MN	17,0	+6,4	+61%	+3,7	+28%	3,4	+0,2	+8%	-2,8	-45%	3,6	+1,5	+74%	+2,9	+381%	1,71	-0,07	-4%	-0,04	-3%	9,0	+2,0	+29%	+3,3	+57%
		MDD	17,5	+4,4**	+34%	-	-	3,8	+0,2	+6%	-	-	1,8	-0,1	-5%	-	-	1,79	+0,28	+18%	-	-	11,6	+9,0***	+352%	-	-
		MDDeg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		HD	18,1	+1,6	+9%	-	-	5,9	+2,3	+65%	-	-	0,9	+0,1	+17%	-	-	2,26	+0,11	+5%	-	-	12,4	+0,3	+2%	-	-
		DS bio	20,0	-	-	-	-	2,8	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	2,20	-	-	-	-	9,5	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n:0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testés

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Tableau 6 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (3/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Croûtons (T0 n:3 ; T1 n:0 ; T2 n:73)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		20,6	-	-	+7,0	+52%	2,9	-	-	+1,5	+102%	3,7	-	-	-3,8**	-50%	2,13	-	-	+0,83	+64%	3,5	-	-	-3,5**	-49%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		28,3	-	-	+25,5***	+908%	3,7	-	-	+2,3*	+162%	3,5	-	-	-4,0***	-53%	2,02	-	-	+0,72**	+55%	3,0	-	-	-4,0***	-57%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-		
	Produits appariés T0-T2		-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	20,6	-	-			2,9	-	-			3,7	-	-			2,13	-	-			3,5	-	-		
		Retirés vs Offre T2	20,6	-	-			2,9	-	-			3,7	-	-			2,13	-	-			3,5	-	-		
		Retirés vs Ajoutés	20,6	-	-			2,9	-	-			3,7	-	-			2,13	-	-			3,5	-	-		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	20,6			+7,0	+52%	2,9			+1,5	+102%	3,7			-3,8**	-50%	2,13			+0,83	+64%	3,5			-3,5**	-49%
		Retirés vs Offre T2	20,6			+7,0	+52%	2,9			+1,5	+102%	3,7			-3,8*	-50%	2,13			+0,83	+64%	3,5			-3,5**	-49%
		Retirés vs Ajoutés	20,6			+7,0	+52%	2,9			+1,5	+102%	3,7			-3,8**	-50%	2,13			+0,83	+64%	3,5			-3,5**	-49%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		16,7	-	-	-18,3*	-52%	2,3	-	-	-	-	3,4	-	-	-	-	2,22	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-
	MDD		26,5	-	-	+23,7***	+831%	4,0	-	-	+2,5	+174%	4,5	-	-	-3,0*	-39%	1,81	-	-	+0,51	+39%	3,0	-	-	-4,0**	-57%
	MDDeg		32,1	-	-	-	-	15,6	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	1,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		26,1	-	-	-	-	2,6	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-	2,36	-	-	-	-	2,9	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Galettes soufflées nappées ou fourrées (T0 n:0 ; T1 n:11 ; T2 n:81)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		22,3	+0,1	+1%	-	-	13,4	-0,5	-3%	-	-	24,1	+1,3	+6%	-	-	0,09	-0,01	-7%	-	-	4,6	-0,7	-13%	-	-
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		21,7	-2,0*	-9%	-	-	13,0	-1,5**	-11%	-	-	23,7	+0,5	+2%	-	-	0,09	+0,06**	+173%	-	-	4,5	-1,5***	-25%	-	-
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		22,1	-1,2	-5%			13,3	-0,7	-5%			24,8	-0,7	-3%			0,06	-0,02	-27%			4,8	-0,5	-9%		
	Produits appariés T0-T2		-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	22,4	+0,1	+1%			13,4	-0,5	-3%			24,0	+1,3	+6%			0,09	-0,00	-5%			4,5	-0,7	-13%		
		Retirés vs Offre T2	22,3	+2,6	+13%			13,4	-0,0	-0%			24,1	+7,9	+49%			0,09	-0,03	-25%			4,6	-0,4	-8%		
		Retirés vs Ajoutés	22,4	+2,7	+13%			13,4	-0,0	-0%			24,0	+7,9	+49%			0,09	-0,03	-23%			4,5	-0,4	-8%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	22,3			-	-	13,4			-	-	24,1			-	-	0,09			-	-	4,6			-	-
		Retirés vs Offre T2	22,3			-	-	13,4			-	-	24,1			-	-	0,09			-	-	4,6			-	-
		Retirés vs Ajoutés	22,3			-	-	13,4			-	-	24,1			-	-	0,09			-	-	4,6			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		21,2	-1,5	-6%	-	-	13,1	-0,7	-5%	-	-	23,0	-2,7	-11%	-	-	0,09	-0,03	-23%	-	-	4,3	-0,9	-17%	-	-
	MDD		23,0	+0,6	+3%	-	-	13,5	-1,5	-10%	-	-	24,1	+7,2*	+43%	-	-	0,07	+0,01	+11%	-	-	4,7	-0,4	-9%	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		23,0	+4,1	+22%	-	-	13,1	+2,4	+23%	-	-	26,7	+4,5	+20%	-	-	0,12	+0,09	+307%	-	-	5,8	*+0,1*	*+2%*	-	-
	DS bio		24,4	-	-	-	-	15,0	-	-	-	-	26,3	-	-	-	-	0,10	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-
Galettes soufflées nature (T0 n:0 ; T1 n:24 ; T2 n:108)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		3,1	-0,1	-4%	-	-	0,6	+0,0	+1%	-	-	1,5	+0,2	+19%	-	-	0,31	+0,05	+20%	-	-	3,8	-0,9	-19%	-	-
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		3,0	-0,4	-11%	-	-	0,6	-0,0	-0%	-	-	0,7	-0,1	-13%	-	-	0,29	+0,03	+13%	-	-	3,8	-0,9	-19%	-	-
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		2,9	-0,2	-7%			0,5	-0,1	-12%			0,7	+0,0	+2%			0,24	-0,02	-9%			3,9	-0,7	-14%		
	Produits appariés T0-T2		-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	3,1	-0,1	-3%			0,6	+0,0	+3%			1,6	+0,3	+26%			0,32	+0,06	+23%			3,7	-0,9	-19%		
		Retirés vs Offre T2	3,1	-0,4	-11%			0,6	-0,1	-12%			1,5	-0,6	-28%			0,31	+0,06	+24%			3,8	-1,1	-23%		
		Retirés vs Ajoutés	3,1	-0,3	-10%			0,6	-0,1	-9%			1,6	-0,5	-23%			0,32	+0,07	+27%			3,7	-1,1	-23%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	3,1			-	-	0,6			-	-	1,5			-	-	0,31			-	-	3,8			-	-
		Retirés vs Offre T2	3,1			-	-	0,6			-	-	1,5			-	-	0,31			-	-	3,8			-	-
		Retirés vs Ajoutés	3,1			-	-	0,6			-	-	1,5			-	-	0,31			-	-	3,8			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		3,4	-0,3	-8%	-	-	0,6	-0,0	-1%	-	-	1,9	+1,1	+148%	-	-	0,34	+0,06	+21%	-	-	3,6	-2,3**	-39%	-	-
	MDD		2,7	+0,1	+3%	-	-	0,6	+0,1	+14%	-	-	1,3	-1,0	-44%	-	-	0,24	-0,00	-1%	-	-	4,4	+1,5	+52%	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		3,6	+0,8	+29%	-	-	0,5	-0,2	-26%	-	-	1,2	+0,6	+99%	-	-	0,48	+0,28	+138%	-	-	3,8	*+0,4*	*+11%*	-	-
	DS bio		2,4	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,29	-	-	-	-	2,5	-	-	-	-
Pains azymes (T0 n:2 ; T1 n:9 ; T2 n:16)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		1,7	+0,4	+28%	+0,2	+15%	0,3	+0,1	+31%	+0,0	+6%	3,1	+1,1	+55%	-	-	0,08	+0,07	+660%	+0,07	+661%	5,4	+1,1	+24%	-0,4	-7%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		0,8	-0,2	-18%	-0,6	-41%	0,2	+0,0	+8%	-	-	2,4	-0,1	-6%	-	-	0,01	+0,00	+7%	-	-	4,4	+2,1	+94%	-	-
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		1,2	-0,1	-8%			0,3	+0,0	+12%			2,5	-0,2	-6%			0,01	+0,01	+83%			4,8	+0,6	+15%		
	Produits appariés T0-T2		1,5			*+0,1*	*+7%*	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	1,8	+0,5	+41%			0,3	+0,1	+36%			3,4	+1,3	+65%			0,10	+0,09	+867%			5,6	+1,3	+29%		
		Retirés vs Offre T2	1,7	+0,3	+26%			0,3	+0,1	+35%			3,1	+1,7	+120%			0,08	+0,06	+534%			5,4	+0,9	+19%		
		Retirés vs Ajoutés	1,8	+0,5	+39%			0,3	+0,1	+40%			3,4	+1,9	+136%			0,10	+0,08	+707%			5,6	+1,1	+24%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	1,7			+0,2	+16%	0,3			+0,0	+6%	3,2			+3,2	+0%	0,08			+0,07	+711%	5,4			-0,4	-7%
		Retirés vs Offre T2	1,7			+0,2	+11%	0,3			+0,0	+6%	3,1			+3,1	+0%	0,08			+0,07	+661%	5,4			-0,4	-7%
		Retirés vs Ajoutés	1,7			+0,2	+12%	0,3			+0,0	+6%	3,2			+3,2	+0%	0,08			+0,07	+711%	5,4			-0,4	-7%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		1,6	+0,3	+26%	+0,1	+5%	0,3	+0,1	+33%	-0,0	-1%	3,2	+1,5	+83%	+3,2	+0%	0,09	+0,08	+714%	+0,08	+831%	5,1	+1,2	+32%	-0,7	-12%
	MDD		1,5	*+0,0*	*+0%*	-	-	0,3	*+0,0*	*+0%*	-	-	2,9	*+0,0*	*+0%*	-	-	0,03	*+0,02*	*+200%*	-	-	5,8	*+0,0*	*+0%*	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		1,5	*+0,0*	*+0%*	*+0,1*	*+7%*	0,3	*+0,0*	*+0%*	-	-	2,9	*+0,0*	*+0%*	-	-	0,00	*+0,00*	*+0%*	-	-	5,8	*+0,0*	*+0%*	-	-
	DS bio		2,4	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	3,1	-	-	-	-	0,04	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-
Pains de mie briochés (T0 n:8 ; T1 n:15 ; T2 n:11)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		8,0	+0,3	+3%	-0,7	-8%	2,0	+0,1	+3%	-2,3	-53%	9,3	-0,2	-2%	-0,0	-0%	1,13	-0,02	-2%	+0,04	+3%	2,9	+0,2	+7%	+0,1	+2%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		6,7	+0,2	+3%	+0,6	+9%	0,9	-0,2	-22%	-1,9***	-69%	9,6	+0,0	+0%	+0,3	+4%	1,08	-0,03	-3%	+0,03	+3%	3,4	+0,6**	+20%	+0,6*	+20%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		7,9	+0,6	+8%			1,6	+0,1	+4%			9,7	+0,4	+4%			1,12	-0,03	-2%			3,1	+0,3	+9%		
	Produits appariés T0-T2		8,3			-0,1	-1%	1,9			-1,9	-51%	9,4			+0,3	+3%	1,14			+0,03	+2%	2,9			+0,2	+7%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	8,5	+0,8	+10%			3,0	+1,0	+54%			8,9	-0,6	-7%			1,15	-0,00	-0%			2,4	-0,3	-12%		
		Retirés vs Offre T2	8,0	-0,2	-2%			2,0	-0,4	-15%			9,3	-0,3	-3%			1,13	-0,04	-3%			2,9	+0,3	+13%		
		Retirés vs Ajoutés	8,5	+0,4	+4%			3,0	+0,6	+27%			8,9	-0,8	-8%			1,15	-0,01	-1%			2,4	-0,2	-7%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7,8			-0,8	-10%	2,1			-2,2	-52%	9,3			-0,0	-0%	1,12			+0,03	+3%	2,9			+0,1	+2%
		Retirés vs Offre T2	8,0			-1,0	-11%	2,0			-2,7	-58%	9,3			-0,2	-2%	1,13			+0,06	+5%	2,9			-0,1	-3%
		Retirés vs Ajoutés	7,8			-1,2	-13%	2,1			-2,6	-56%	9,3			-0,2	-3%	1,12			+0,05	+5%	2,9			-0,1	-3%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		8,8	+1,0	+12%	-0,4	-4%	2,7	+0,3	+14%	-2,0	-43%	9,0	+0,4	+4%	-0,1	-1%	1,12	+0,01	+1%	+0,07	+7%	2,8	+0,1	+5%	+0,1	+5%
	MDD		6,6	-1,0	-14%	-0,6	-9%	0,8	-0,9	-54%	-2,2	-74%	9,9	-0,3	-3%	-0,2	-2%	1,14	-0,05	-4%	-0,09	-7%	3,0	+0,3	+11%	-0,2	-7%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n:0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testés

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Tableau 7 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (4/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Pains de mie complets, céréales et graines (T0 n:40 ; T1 n:76 ; T2 n:102)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		5,3	+0,8**	+19%	+0,9**	+22%	0,7	-0,2*	-21%	-0,3*	-27%	5,1	-0,6	-10%	-0,1	-2%	1,16	-0,03	-3%	-0,06	-5%	5,8	+0,4	+8%	-0,1	-1%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		4,8	+0,6*	+15%	+0,3	+6%	0,6	-0,5***	-43%	-0,7***	-53%	5,4	+0,0	+0%	-0,8*	-12%	1,14	-0,06*	-5%	-0,04	-3%	6,3	+0,9***	+18%	+0,6*	+10%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		4,7	+0,1	+2%			0,7	-0,2	-21%			5,4	-0,1	-1%			1,15	-0,06**	-5%			5,8	+0,4**	+8%		
	Produits appariés T0-T2		4,7			+0,4*	+9%	0,7			-0,4*	-38%	5,3			-0,1	-2%	1,14			-0,06	-5%	6,1			+0,5	+9%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	5,8	+1,4***	+31%			0,8	-0,2	-17%			4,9	-0,8	-13%			1,16	-0,03	-3%			5,8	+0,4	+8%		
		Retirés vs Offre T2	5,3	+1,0**	+25%			0,7	-0,3	-28%			5,1	-1,0	-16%			1,16	-0,00	-0%			5,8	+0,4	+8%		
		Retirés vs Ajoutés	5,8	+1,6**	+37%			0,8	-0,2	-24%			4,9	-1,2	-19%			1,16	-0,00	-0%			5,8	+0,4	+8%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5,4			+1,1*	+25%	0,7			-0,3	-26%	5,1			-0,1	-3%	1,16			-0,06	-5%	5,7			-0,2	-3%
		Retirés vs Offre T2	5,3			+0,8	+17%	0,7			-0,2	-23%	5,1			+0,0	+1%	1,16			-0,09	-7%	5,8			-0,6	-10%
		Retirés vs Ajoutés	5,4			+0,9	+21%	0,7			-0,2	-22%	5,1			-0,0	-0%	1,16			-0,09	-7%	5,7			-0,7	-11%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		5,5	+0,5	+9%	+0,8	+17%	0,6	-0,7***	-53%	-0,8***	-56%	4,6	-0,7	-13%	-1,1	-20%	1,12	-0,03	-2%	-0,07	-6%	5,9	+0,3	+5%	-0,5	-7%
	MDD		5,2	+0,7	+16%	+0,8	+18%	0,8	+0,2	+32%	+0,2	+25%	5,4	-0,6	-11%	+0,5	+11%	1,16	-0,02	-2%	-0,08	-7%	5,8	+0,5	+10%	+0,3	+5%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		4,3	+0,5	+12%	+0,1	+4%	0,7	-0,4	-35%	+0,2	+35%	6,0	-0,1	-2%	+0,6	+12%	1,27	-0,03	-3%	+0,07	+6%	5,5	+0,2	+3%	-2,6	-32%
	DS bio		8,7	-	-	-	-	1,4	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-	1,60	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-
Pains de mie nature (T0 n:75 ; T1 n:118 ; T2 n:112)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		4,1	+0,1	+3%	-0,1	-3%	0,5	-0,2***	-29%	-1,0***	-65%	6,4	+0,2	+2%	-0,0	-1%	1,18	-0,04	-3%	-0,03	-3%	3,0	+0,2	+7%	-0,3*	-10%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		4,1	+0,3	+7%	+0,0	+1%	0,5	-0,4***	-47%	-0,9***	-63%	6,7	+0,1	+1%	+0,1	+1%	1,16	-0,03	-2%	-0,02	-2%	3,4	+0,7***	+27%	+0,3*	+9%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		4,2	+0,1	+1%			0,5	-0,2*	-22%			6,6	+0,2	+3%			1,18	-0,03*	-3%			3,0	+0,2	+6%		
	Produits appariés T0-T2		4,4			+0,2	+4%	0,5			-1,0***	-65%	6,4			-0,9*	-12%	1,21			+0,02	+2%	3,2			-0,1	-2%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	4,1	+0,0	+1%			0,5	-0,2*	-33%			6,5	+0,2	+3%			1,17	-0,05	-4%			3,0	+0,2	+6%		
		Retirés vs Offre T2	4,1	+0,3	+6%			0,5	-0,3***	-36%			6,4	+0,3	+5%			1,18	-0,06	-5%			3,0	+0,3	+10%		
		Retirés vs Ajoutés	4,1	+0,2	+5%			0,5	-0,3*	-39%			6,5	+0,3	+5%			1,17	-0,07	-6%			3,0	+0,3	+9%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	4,0			-0,2	-5%	0,5			-1,0***	-65%	6,6			+0,1	+1%	1,17			-0,05	-4%	2,9			-0,4*	-12%
		Retirés vs Offre T2	4,1			-0,1	-3%	0,5			-1,0***	-65%	6,4			+0,9**	+16%	1,18			-0,06	-5%	3,0			-0,4	-11%
		Retirés vs Ajoutés	4,0			-0,2	-6%	0,5			-1,0***	-65%	6,6			+1,0**	+18%	1,17			-0,08	-6%	2,9			-0,5*	-14%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		4,9	+0,9	+21%	+0,7	+18%	0,5	-0,6**	-52%	-1,1***	-68%	6,7	-0,2	-3%	-0,4	-5%	1,19	+0,00	+0%	+0,01	+1%	3,6	+0,9**	+33%	+0,5	+17%
	MDD		4,0	-0,1	-4%	-0,6	-12%	0,5	-0,1	-10%	-0,9***	-64%	6,6	+0,4	+7%	+0,2	+4%	1,16	-0,06*	-5%	-0,09*	-7%	2,7	-0,1	-4%	-0,6***	-19%
	MDDeg		2,1	+0,0	+1%	-0,3	-12%	0,4	+0,1	+25%	-0,3	-42%	3,7	-1,8	-32%	-0,6	-13%	1,26	-0,04	-3%	-0,20	-14%	2,8	-1,4	-34%	-1,1	-28%
	HD		3,8	+0,0	+1%	-0,3	-7%	0,5	-0,3	-34%	-0,8	-62%	6,3	+0,3	+4%	+0,5	+9%	1,20	-0,08	-6%	+0,11	+10%	3,1	+0,4	+17%	-0,7	-19%
	DS bio		6,8	-	-	-	-	1,3	-	-	-	-	7,5	-	-	-	-	1,80	-	-	-	-	2,2	-	-	-	-
Pains hamburger_hot dog complets, céréales et graines (T0 n:4 ; T1 n:9 ; T2 n:38)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		5,3	+2,1*	+65%	+3,4**	+177%	0,9	-0,1	-12%	+0,6	+162%	6,1	+1,0	+20%	+3,2*	+111%	1,00	+0,01	+1%	-0,05	-5%	5,1	-0,7	-12%	-1,7	-25%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		4,8	+0,7	+18%	+2,9***	+156%	0,9	-0,1	-12%	+0,5*	+144%	6,4	+1,2	+23%	+3,6***	+128%	1,01	-0,01	-1%	-0,04	-3%	5,1	-0,3	-6%	-1,7***	-25%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		2,4	+0,2	+9%			0,4	-0,0	-5%			5,6	+1,1	+25%			0,93	+0,02	+2%			6,3	+0,2	+3%		
	Produits appariés T0-T2		1,5			-0,3	-18%	0,3			-0,2	-36%	5,5			+2,3	+73%	0,91			-0,16	-15%	6,8			+0,1	+1%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	5,7	+2,5**	+78%			1,0	-0,0	-4%			6,2	+1,1	+22%			1,01	+0,02	+2%			4,8	-0,9	-16%		
		Retirés vs Offre T2	5,3	+0,9	+19%			0,9	-1,1	-55%			6,1	+0,1	+1%			1,00	-0,10	-9%			5,1	-0,1	-1%		
		Retirés vs Ajoutés	5,7	+1,3	+29%			1,0	-1,0	-51%			6,2	+0,1	+2%			1,01	-0,09	-8%			4,8	-0,3	-6%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5,6			+3,7***	+194%	1,0			+0,6	+177%	6,2			+3,3*	+113%	1,00			-0,04	-4%	4,9			-1,9	-28%
		Retirés vs Offre T2	5,3			+3,3	+163%	0,9			+0,9	+916742%	6,1			+4,1	+206%	1,00			+0,02	+2%	5,1			-1,9	-28%
		Retirés vs Ajoutés	5,6			+3,6	+179%	1,0			+1,0	+969614%	6,2			+4,2	+209%	1,00			+0,02	+2%	4,9			-2,1	-30%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		6,0	-2,7	-31%	-	-	1,0	-1,9	-65%	-	-	6,7	-1,0	-13%	-	-	0,98	-0,35	-26%	-	-	5,2	+1,0	+24%	-	-
	MDD		4,5	+3,0**	+189%	+2,6*	+138%	0,8	+0,4	+98%	+0,4	+115%	5,4	+0,9	+19%	+2,5*	+85%	0,99	+0,11	+13%	-0,06	-5%	5,0	-1,2	-20%	-1,8	-26%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		6,6	+4,7	+247%	-	-	1,9	+1,4	+270%	-	-	8,5	+5,8	+215%	-	-	1,10	+0,27	+33%	-	-	4,6	-2,0	-30%	-	-
	DS bio		6,9	-	-	-	-	0,7	-	-	-	-	8,8	-	-	-	-	1,16	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-
Pains hamburger_hot dog nature (T0 n:22 ; T1 n:41 ; T2 n:48)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		5,1	+0,4	+8%	+0,3	+7%	0,9	-0,0	-3%	+0,2	+33%	6,8	+0,8	+14%	+1,3	+23%	1,14	-0,01	-1%	+0,04	+4%	2,8	-0,1	-4%	-0,2	-7%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		5,1	-0,3	-5%	+0,2	+3%	0,7	-0,4	-35%	-0,1	-12%	6,4	+0,7	+12%	+0,8	+14%	1,09	-0,04	-3%	-0,07	-6%	2,8	+0,2	+8%	-0,5*	-15%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		4,4	-0,1	-3%			0,6	-0,1	-12%			6,3	+0,6	+10%			1,10	-0,05	-4%			2,9	-0,2	-7%		
	Produits appariés T0-T2		4,8			-0,1	-2%	0,6			-0,1	-18%	6,3			+0,7	+13%	1,09			-0,01	-1%	2,7			-0,3	-11%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	5,7	+1,0	+21%			1,1	+0,2	+24%			7,2	+1,2	+20%			1,16	+0,01	+1%			2,8	-0,2	-7%		
		Retirés vs Offre T2	5,1	+0,1	+2%			0,9	-0,3	-28%			6,8	+0,6	+9%			1,14	-0,01	-1%			2,8	-0,0	-0%		
		Retirés vs Ajoutés	5,7	+0,7	+14%			1,1	-0,1	-8%			7,2	+1,0	+16%			1,16	+0,00	+0%			2,8	-0,1	-3%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5,2			+0,4	+9%	1,0			+0,3	+45%	6,9			+1,4	+26%	1,15			+0,04	+4%	2,8			-0,2	-7%
		Retirés vs Offre T2	5,1			+0,6	+13%	0,9			+0,4	+86%	6,8			+1,3	+25%	1,14			+0,04	+4%	2,8			-0,2	-6%
		Retirés vs Ajoutés	5,2			+0,7	+15%	1,0			+0,5	+103%	6,9			+1,5	+28%	1,15			+0,04	+4%	2,8			-0,2	-7%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		5,9	+0,5	+10%	+0,2	+3%	1,3	+0,0	+3%	+0,5	+67%	8,5	+2,3	+38%	+4,0	+89%	1,18	-0,00	-0%	+0,03	+2%	2,6	-0,2	-8%	-1,1	-30%
	MDD		4,8	+0,8	+21%	+0,7	+16%	0,7	+0,1	+12%	+0,1	+15%	6,4	+0,8	+13%	+0,7	+12%	1,12	+0,00	+0%	+0,01	+1%	2,8	-0,2	-8%	-0,1	-3%
	MDDeg		5,5	+0,5	+10%	+0,5	+10%	0,8	+0,0	+2%	+0,2	+25%	6,3	+0,1	+2%	+0,6	+10%	1,25	+0,17	+15%	+0,24	+24%	3,2	+0,5	+17%	+0,3	+11%
	HD		5,1	+0,1	+3%	+0,2	+3%	1,0	+0,1	+15%	-	-	6,5	+0,3	+5%	-	-	1,15	-0,06	-5%	-	-	3,1	-0,1	-2%	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pains de mie_hamburger_hot dog autres (T0 n:5 ; T1 n:6 ; T2 n:1)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		4,7	-3,9	-45%	-1,5	-25%	0,5	-1,4	-74%	-2,0	-80%	5,6	+1,8	+47%	-0,4	-7%	1,13	-0,10	-8%	-0,04	-3%	5,0	+0,1	+2%	-1,4	-21%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		4,7	-6,5	-58%	-1,8	-27%	0,5	-1,9	-79%	-1,7	-78%	5,6	+1,9	+53%	-0,6	-10%	1,13	+0,01	+1%	-0,03	-3%	5,0	-0,6	-10%	-0,7	-12%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-		
	Produits appariés T0-T2		4,7			+0,0	+0%	0,5			-1,5	-75%	5,6			-0,8	-13%	1,13			-0,02	-2%	5,0			+0,0	+0%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-		
		Retirés vs Offre T2	4,7	-3,9	-45%			0,5	-1,4	-74%			5,6	+1,8	+47%			1,13	-0,10	-8%			5,0	+0,1	+2%		
		Retirés vs Ajoutés	-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
		Retirés vs Offre T2	4,7			-1,9	-29%	0,5			-2,4	-83%	5,6			+0,0	+0%	1,13			-0,06	-5%	5,0			-2,7	-35%
		Retirés vs Ajoutés	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		4,7	-3,9	-45%	-1,5	-25%	0,5	-1,4	-74%	-2,0	-80%	5,6	+1,8	+47%	-0,4	-7%	1,13	-0,10	-8%	-0,04	-3%	5,0	+0,1	+2%	-1,4	-21%
	MDD		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n:0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres gris : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testés

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Tableau 8 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (5/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Pains exotiques (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:32)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		3,3	+1,2	+56%	-1,5	-32%	0,6	+0,2	+60%	+0,5	+270%	4,1	+0,9	+28%	+1,9	+85%	1,12	-0,12	-9%	-0,24	-18%	3,3	+0,4	+13%	+0,5	+19%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		2,5	+0,8*	+49%	+1,6***	+175%	0,4	+0,2*	+100%	+0,3***	+156%	4,3	+1,1	+35%	+2,2**	+102%	1,21	-0,10	-8%	-0,17***	-12%	3,2	+0,3	+12%	+0,6	+21%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		2,6	-0,1	-2%			0,4	-0,1	-13%			2,3	+0,2	+10%			1,01	-0,13	-11%			3,2	+0,4	+14%		
	Produits appariés T0-T2		1,0			+0,1	+11%	0,2			+0,0	+25%	2,3			+0,3	+15%	1,06			-0,34	-24%	3,1			+0,6	+24%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	3,4	+1,4	+65%			0,7	+0,3	+82%			3,6	+0,3	+10%			1,14	-0,10	-8%			3,2	+0,3	+12%		
		Retirés vs Offre T2	3,3	+1,6	+93%			0,6	+0,2	+60%			4,1	+0,6	+18%			1,12	-0,14	-11%			3,3	+0,4	+12%		
		Retirés vs Ajoutés	3,4	+1,7	+104%			0,7	+0,3	+82%			3,6	+0,0	+1%			1,14	-0,12	-10%			3,2	+0,3	+11%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	3,4			-1,4	-28%	0,7			+0,5	+297%	3,9			+1,7	+75%	1,11			-0,25	-19%	3,3			+0,6	+21%
		Retirés vs Offre T2	3,3			-2,5	-44%	0,6			+0,5	+256%	4,1			+1,8	+76%	1,12			-0,23	-17%	3,3			+0,4	+14%
		Retirés vs Ajoutés	3,4			-2,3	-40%	0,7			+0,5	+283%	3,9			+1,6	+66%	1,11			-0,24	-18%	3,3			+0,4	+16%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		3,5	+1,2	+54%	-16,8	-83%	0,7	+0,0	+4%	-	-	4,7	-4,6	-49%	-	-	1,16	+0,09	+8%	-	-	3,2	-2,6	-45%	-	-
	MDD		3,3	+0,9	+37%	+2,3	+245%	0,5	+0,0	+2%	+0,3	+161%	3,9	+1,3	+50%	+1,6	+68%	1,04	-0,20	-16%	-0,31	-23%	3,0	+0,3	+12%	+0,1	+5%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		1,5	+0,7	+77%	+0,6	+70%	0,2	+0,0	+20%	+0,0	+25%	3,0	+0,3	+11%	+1,0	+48%	1,15	-0,15	-11%	-0,25	-18%	3,1	+0,7	+27%	+0,6	+24%
	DS bio		4,5	-	-	-	-	2,2	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-	1,29	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-
Pains grillés_toasts briochés (T0 n:15 ; T1 n:28 ; T2 n:31)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		9,0	-0,6	-6%	-0,9	-9%	3,7	-0,8	-18%	-0,8	-18%	10,4	+1,0	+10%	+0,8	+8%	1,00	-0,06	-6%	-0,11	-10%	3,5	-0,1	-3%	-0,2	-5%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		10,7	-0,8	-7%	+0,5	+5%	5,3	-0,5	-8%	+0,6	+13%	10,0	+0,3	+4%	-0,9	-8%	1,10	+0,00	+0%	+0,05	+5%	3,5	-0,3	-7%	-0,2	-6%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		9,3	-0,1	-1%			4,2	-0,2	-4%			10,4	+0,4	+4%			1,02	-0,06**	-5%			3,4	-0,1	-4%		
	Produits appariés T0-T2		10,0			-0,1	-1%	4,8			-0,3	-5%	10,9			+0,3	+3%	1,01			-0,13*	-12%	3,4			-0,1	-3%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	9,0	-0,6	-6%			3,0	-1,4	-32%			9,2	-0,2	-2%			1,08	+0,01	+1%			3,5	-0,1	-2%		
		Retirés vs Offre T2	9,0	-2,3	-21%			3,7	-2,1	-36%			10,4	+2,3	+29%			1,00	-0,09	-8%			3,5	-0,1	-4%		
		Retirés vs Ajoutés	9,0	-2,3	-20%			3,0	-2,7	-47%			9,2	+1,1	+14%			1,08	-0,01	-1%			3,5	-0,1	-2%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	8,7			-1,1	-12%	3,2			-1,2	-27%	9,8			+0,1	+1%	1,02			-0,09	-8%	3,4			-0,2	-6%
		Retirés vs Offre T2	9,0			-1,3	-13%	3,7			+0,7	+22%	10,4			+3,2	+45%	1,00			-0,10	-9%	3,5			-0,4	-9%
		Retirés vs Ajoutés	8,7			-1,6	-15%	3,2			+0,2	+8%	9,8			+2,6	+36%	1,02			-0,09	-8%	3,4			-0,4	-10%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		11,1	-1,3	-10%	-0,1	-0%	5,3	-1,2	-19%	+0,2	+4%	10,8	+1,1	+11%	+1,4	+15%	1,10	-0,06	-5%	-0,09	-7%	3,7	-0,2	-5%	-0,1	-2%
	MDD		7,7	+0,8	+12%	+0,7	+9%	2,5	-0,0	-1%	-0,9	-26%	10,4	+0,7	+7%	-0,6	-5%	0,90	-0,05	-6%	-0,12	-12%	3,4	+0,2	+5%	+0,0	+1%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		8,6	-0,3	-4%	-1,5	-15%	4,2	+0,7	+20%	+0,4	+10%	8,5	+1,1	+15%	+0,7	+9%	1,23	+0,14	+13%	+0,24	+24%	3,3	-0,6	-16%	-0,8	-19%
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pains grillés_toasts nature (T0 n:57 ; T1 n:67 ; T2 n:66)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		8,1	+1,3	+18%	+0,5	+7%	2,2	-0,8	-26%	-1,1	-34%	7,0	-0,3	-3%	+0,5	+7%	1,27	-0,01	-1%	-0,07	-5%	4,0	-0,8***	-16%	-0,6*	-12%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		7,6	+1,4**	+23%	+1,6***	+27%	2,4	-0,4	-15%	-0,0	-2%	7,0	+1,9***	+37%	+2,5***	+56%	1,23	-0,26***	-18%	-0,38***	-24%	4,0	-0,6***	-13%	-0,7***	-14%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		7,1	+0,1	+1%			1,9	-1,0***	-35%			7,3	+0,8***	+13%			1,21	-0,16***	-12%			4,0	-0,6***	-13%		
	Produits appariés T0-T2		7,2			-0,4	-6%	2,5			-1,0**	-28%	6,5			+0,2	+3%	1,31			-0,22**	-14%	4,3			-0,5	-10%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	9,1	+2,2	+32%			2,4	-0,5	-17%			6,4	-0,8	-11%			1,35	+0,06	+5%			4,0	-0,7**	-15%		
		Retirés vs Offre T2	8,1	+1,4	+20%			2,2	-0,8	-28%			7,0	-1,1	-13%			1,27	+0,09	+7%			4,0	-0,9***	-19%		
		Retirés vs Ajoutés	9,1	+2,3	+34%			2,4	-0,6	-19%			6,4	-1,6	-20%			1,35	+0,16	+14%			4,0	-0,9**	-18%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	8,8			+1,2	+16%	2,2			-1,1	-34%	6,6			+0,1	+1%	1,29			-0,05	-4%	4,0			-0,5*	-12%
		Retirés vs Offre T2	8,1			+0,5	+7%	2,2			-1,0	-31%	7,0			+0,3	+5%	1,27			+0,08	+7%	4,0			-0,6	-13%
		Retirés vs Ajoutés	8,8			+1,2	+16%	2,2			-1,0	-30%	6,6			-0,1	-1%	1,29			+0,10	+8%	4,0			-0,6	-13%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		9,4	+0,8	+9%	-0,1	-1%	2,8	-1,5	-35%	-0,5	-16%	5,4	-2,4	-31%	+0,1	+3%	1,33	+0,04	+3%	+0,01	+1%	4,0	-0,7	-14%	-0,4	-9%
	MDD		7,3	+0,5	+7%	-0,3	-3%	1,9	-0,7	-27%	-1,5	-44%	8,0	+0,6	+9%	+0,4	+5%	1,23	-0,02	-2%	-0,08	-6%	4,0	-0,9***	-18%	-0,6	-14%
	MDDeg		7,6	+1,7	+29%	+1,9	+32%	3,2	+0,5	+21%	-	-	7,4	+1,1	+18%	-	-	1,17	-0,16	-12%	-	-	4,0	-0,4	-10%	-	-
	HD		8,9	+2,7	+44%	+2,4	+37%	2,0	-0,5	-21%	-0,3	-11%	6,6	+0,2	+2%	+1,6	+32%	1,37	-0,02	-2%	-0,35	-20%	3,4	-0,8**	-20%	-0,6	-14%
	DS bio		7,5	-	-	-	-	1,0	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	1,10	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-
Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (T0 n:50 ; T1 n:68 ; T2 n:84)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		6,9	+0,3	+4%	-0,6	-8%	1,4	-0,7**	-32%	-1,1***	-43%	5,0	-0,2	-4%	+0,5	+12%	1,32	+0,02	+1%	-0,18*	-12%	6,7	-0,1	-2%	-0,4	-5%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		6,8	-0,3	-4%	-0,6	-8%	1,7	-0,9**	-36%	-0,5*	-25%	4,7	-0,3	-6%	+0,1	+3%	1,39	-0,04	-3%	-0,18**	-12%	6,7	-0,5	-7%	+0,0	+1%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		6,9	+0,3	+5%			1,5	-0,6**	-29%			4,6	+0,0	+1%			1,35	-0,06	-4%			6,5	-0,3	-5%		
	Produits appariés T0-T2		7,7			-0,3	-4%	1,7			-1,1*	-40%	4,2			+0,3	+9%	1,40			-0,21**	-13%	7,0			-0,4	-5%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	6,9	+0,3	+4%			1,4	-0,7	-35%			5,0	-0,2	-4%			1,29	-0,01	-1%			7,0	+0,2	+3%		
		Retirés vs Offre T2	6,9	-0,1	-1%			1,4	-0,6	-30%			5,0	+0,7	+17%			1,32	+0,10	+8%			6,7	-0,6	-9%		
		Retirés vs Ajoutés	6,9	-0,0	-1%			1,4	-0,7	-33%			5,0	+0,8	+18%			1,29	+0,07	+6%			7,0	-0,3	-5%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	6,6			-0,9	-12%	1,3			-1,2***	-46%	5,0			+0,6***	+13%	1,30			-0,20***	-13%	6,7			-0,4	-6%
		Retirés vs Offre T2	6,9			-0,3	-4%	1,4			-0,7	-32%	5,0			+2,1**	+75%	1,32			-0,20*	-13%	6,7			-0,5	-7%
		Retirés vs Ajoutés	6,6			-0,6	-8%	1,3			-0,7	-36%	5,0			+2,2**	+77%	1,30			-0,22	-14%	6,7			-0,6	-8%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		6,6	-1,2	-15%	-0,5	-7%	2,0	-1,0	-34%	-0,1	-5%	4,4	-0,7	-14%	+0,5	+14%	1,41	+0,03	+2%	-0,16	-10%	7,1	-0,2	-3%	+0,3	+4%
	MDD		7,0	+0,8	+13%	-1,0	-13%	1,1	-0,6*	-36%	-1,6***	-58%	5,2	-0,3	-6%	-0,2	-4%	1,27	+0,04	+3%	-0,14	-10%	6,6	+0,0	+0%	-0,6	-9%
	MDDeg		6,8	+0,3	+5%	-0,2	-3%	2,6	+0,1	+4%	+0,1	+4%	4,5	+1,5	+50%	+0,5	+13%	1,63	+0,12	+8%	-0,16	-9%	6,5	-0,5	-7%	-0,5	-7%
	HD		7,3	+0,8	+13%	-0,2	-3%	1,1	-0,4	-26%	-1,7**	-61%	5,7	+1,0	+21%	+2,9*	+103%	1,20	-0,13	-10%	-0,35	-22%	6,2	-0,5	-8%	-1,0	-14%
	DS bio		8,1	-	-	-	-	1,2	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-	1,29	-	-	-	-	6,8	-	-	-	-
Pains précuits (T0 n:2 ; T1 n:51 ; T2 n:64)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		2,5	+1,1**	+83%	+0,6	+33%	0,5	+0,2	+65%	+0,2	+68%	2,8	-0,4	-12%	+0,6	+29%	1,24	-0,17***	-12%	-0,01	-1%	4,4	+1,4***	+45%	+1,5	+51%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		1,1	+0,1	+5%	-	-	0,2	-0,2	-40%	-	-	3,6	+0,2	+6%	-	-	1,41	+0,00	+0%	-	-	2,9	+0,0	+1%	-	-
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		1,1	+0,3**	+34%			0,2	+0,1	+38%			3,4	-0,2	-5%			1,38	-0,01	-1%			2,8	-0,0	-1%		
	Produits appariés T0-T2		-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	3,1	+1,7***	+125%			0,6	+0,3*	+101%			2,6	-0,6	-20%			1,19	-0,23***	-16%			4,9	+1,8***	+61%		
		Retirés vs Offre T2	2,5	+0,8	+44%			0,5	+0,1	+32%			2,8	-0,2	-7%			1,24	-0,18***	-13%			4,4	+1,2**	+38%		
		Retirés vs Ajoutés	3,1	+1,4**	+78%			0,6	+0,2	+61%			2,6	-0,5	-15%			1,19	-0,24***	-17%			4,9	+1,7***	+53%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	2,5			+0,6	+33%	0,5			+0,2	+68%	2,8			+0,6	+29%	1,24			-0,01	-1%	4,4			+1,5	+51%
		Retirés vs Offre T2	2,5			+0,6	+33%	0,5			+0,2	+68%	2,8			+0,6	+29%	1,24			-0,01	-1%	4,4			+1,5	+51%
		Retirés vs Ajoutés	2,5			+0,6	+33%	0,5			+0,2	+68%	2,8			+0,6	+29%	1,24			-0,01	-1%	4,4			+1,5	+51%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		2,9	+0,3	+11%	+1,0	+51%	0,4	+0,0	+0%	+0,1	+49%	2,0	-0,9	-32%	-0,2	-9%	1,17	-0,24*	-17%	-0,08	-6%	5,0	+1,3	+37%	+2,1	+71%
	MDD		2,3	+1,3**	+141%	-	-	0,5	+0,3	+123%	-	-	3,4	+0,1	+3%	-	-	1,26	-0,15**	-11%	-	-	3,7	+0,9*	+32%	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		2,7	+1,7*	+160%	-	-	0,5	+0,2	+50%	-	-	2,5	-1,1	-31%	-	-	1,31	-0,11	-8%	-	-	5,9	+3,0*	+102%	-	-
	DS bio		4,0	-	-	-	-	0,9	-	-	-	-	0,8	-	-	-	-	1,28	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)
Moy: moyenne
« - » : aucun produit collecté; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié
Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testée
Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B :teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A
Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A
*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Tableau 9 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (6/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Pains préemballés (T0 n:15 ; T1 n:20 ; T2 n:107)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		5,1	+2,5*	+93%	+3,3*	+175%	0,7	+0,4	+118%	+0,3	+63%	4,3	+1,4	+47%	+1,9	+81%	1,07	-0,22*	-17%	-0,09	-8%	7,3	+1,1	+18%	-0,8	-10%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		4,5	+1,9**	+75%	+2,6***	+131%	0,6	+0,3***	+109%	+0,2	+74%	3,7	+0,6	+21%	+1,5*	+71%	1,15	-0,10	-8%	-0,09	-8%	6,7	-0,7	-9%	-1,7*	-20%
REFORMULATIONS	Produits apparités T1-T2		2,8	-0,1	-4%			0,4	+0,1	+27%			3,4	+0,0	+0%			1,34	+0,04	+3%			7,0	+0,5	+8%		
	Produits apparités T0-T2		1,2			-0,2	-12%	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	5,3	+2,7*	+101%			0,8	+0,4	+126%			4,4	+1,5	+50%			1,05	-0,24*	-19%			7,4	+1,2	+19%		
		Retirés vs Offre T2	5,1	+2,7*	+112%			0,7	+0,4	+110%			4,3	+1,8	+73%			1,07	-0,20	-16%			7,3	+1,4	+24%		
		Retirés vs Ajoutés	5,3	+2,9*	+121%			0,8	+0,4	+118%			4,4	+1,9	+77%			1,05	-0,23	-18%			7,4	+1,5	+25%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	5,2			+3,4	+181%	0,7			+0,3	+66%	4,4			+2,0	+82%	1,06			-0,10	-9%	7,3			-0,8	-10%
		Retirés vs Offre T2	5,1			+3,0	+139%	0,7			+0,3	+63%	4,3			+1,9	+81%	1,07			-0,09	-8%	7,3			-0,8	-10%
		Retirés vs Ajoutés	5,2			+3,1	+144%	0,7			+0,3	+66%	4,4			+2,0	+82%	1,06			-0,10	-9%	7,3			-0,8	-10%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		5,8	+3,5*	+153%	+4,3	+288%	0,8	+0,6	+204%	+0,6	+318%	5,0	+2,4	+91%	+3,1	+166%	0,97	-0,29	-23%	-0,36	-27%	7,1	+0,1	+2%	-1,8	-20%
	MDD		4,3	-1,0	-19%	+0,6	+15%	0,6	+0,1	+15%	-0,1	-18%	3,2	-0,8	-19%	+0,3	+11%	1,28	-0,11	-8%	+0,28	+28%	7,6	+3,2	+75%	+0,3	+4%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		2,7	+0,8	+43%	+1,1	+66%	0,5	+0,2	+58%	-	-	2,9	+0,1	+2%	-	-	1,29	+0,02	+1%	-	-	7,8	+1,7	+28%	-	-
	DS bio		3,2	-	-	-	-	0,4	-	-	-	-	2,4	-	-	-	-	1,06	-	-	-	-	8,6	-	-	-	-
Pains tortilla (T0 n:3 ; T1 n:13 ; T2 n:53)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		7,2	-0,4	-5%	-0,7	-8%	1,4	-0,8*	-37%	-1,6*	-54%	2,1	+0,5	+32%	+0,8	+57%	1,40	+0,03	+2%	-0,22	-14%	3,2	+0,2	+7%	-0,4	-12%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		6,5	-1,8***	-22%	-0,6	-9%	2,7	+0,8***	+46%	-0,7	-20%	2,5	+0,3***	+15%	+1,2***	+92%	1,64	-0,10*	-6%	-0,25	-13%	2,3	-0,3	-10%	-0,7**	-23%
REFORMULATIONS	Produits apparités T1-T2		7,2	-0,2	-2%			1,1	-0,8	-43%			1,9	+0,2	+12%			1,21	-0,18	-13%			3,1	-0,1	-4%		
	Produits apparités T0-T2		7,8			-0,1	-2%	1,1			-2,0	-65%	1,7			+0,3	+24%	1,30			-0,33	-20%	3,0			-0,6	-16%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	7,2	-0,4	-5%			1,4	-0,8*	-36%			2,2	+0,6	+34%			1,43	+0,06	+5%			3,2	+0,2	+8%		
		Retirés vs Offre T2	7,2	-1,3	-15%			1,4	-1,6	-53%			2,1	+0,8	+61%			1,40	+0,09	+7%			3,2	+0,6	+23%		
		Retirés vs Ajoutés	7,2	-1,3	-15%			1,4	-1,6*	-52%			2,2	+0,8	+63%			1,43	+0,13	+10%			3,2	+0,6	+23%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	7,2			-0,7	-9%	1,4			-1,6*	-53%	2,2			+0,8	+59%	1,41			-0,22	-13%	3,2			-0,4	-11%
		Retirés vs Offre T2	7,2			-	-	1,4			-	-	2,1			-	-	1,40			-	-	3,2			-	-
		Retirés vs Ajoutés	7,2			-	-	1,4			-	-	2,2			-	-	1,41			-	-	3,2			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		6,9	-1,1	-13%	-	-	1,7	-1,3*	-44%	-	-	2,4	+0,6	+37%	-	-	1,52	+0,01	+1%	-	-	3,4	+0,3	+10%	-	-
	MDD		7,7	+0,3	+3%	-0,2	-3%	1,0	-0,8	-44%	-2,0*	-66%	1,9	+0,3	+18%	+0,5	+35%	1,26	-0,04	-3%	-0,36	-22%	2,9	+0,0	+0%	-0,7	-20%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		7,9	-	-	-	-	1,0	-	-	-	-	1,7	-	-	-	-	1,16	-	-	-	-	3,0	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pancakes (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:11)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		9,9	-7,7	-44%	-	-	1,7	-0,2	-9%	-	-	20,9	+8,1	+63%	-	-	0,90	-0,30	-25%	-	-	1,9	+0,8	+68%	-	-
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		14,7	-	-	-	-	1,6	-	-	-	-	25,8	-	-	-	-	1,39	-	-	-	-	1,9	-	-	-	-
REFORMULATIONS	Produits apparités T1-T2		16,1	-1,5	-9%			1,7	-0,2	-11%			28,3	+15,5	+121%			1,45	+0,25	+21%			-	-	-		
	Produits apparités T0-T2		-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	9,2	-8,4	-48%			1,7	-0,2	-8%			20,2	+7,4	+58%			0,85	-0,35	-29%			1,9	+0,8	+68%		
		Retirés vs Offre T2	9,9	-	-			1,7	-	-			20,9	-	-			0,90	-	-			1,9	-	-		
		Retirés vs Ajoutés	9,2	-	-			1,7	-	-			20,2	-	-			0,85	-	-			1,9	-	-		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	9,9			-	-	1,7			-	-	20,9			-	-	0,90			-	-	1,9			-	-
		Retirés vs Offre T2	9,9			-	-	1,7			-	-	20,9			-	-	0,90			-	-	1,9			-	-
		Retirés vs Ajoutés	9,9			-	-	1,7			-	-	20,9			-	-	0,90			-	-	1,9			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		7,7	-9,9	-56%	-	-	1,0	-0,9	-49%	-	-	17,3	+4,5	+35%	-	-	1,28	+0,08	+7%	-	-	1,9	+0,8	+68%	-	-
	MDD		11,3	-	-	-	-	2,1	-	-	-	-	21,5	-	-	-	-	0,78	-	-	-	-	1,9	-	-	-	-
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		6,2	-	-	-	-	1,6	-	-	-	-	28,0	-	-	-	-	0,65	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Spécialités céréalières (T0 n:19 ; T1 n:37 ; T2 n:112)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		3,6	-0,1	-2%	-0,1	-1%	0,8	-0,1	-7%	-0,1	-16%	3,7	-1,8**	-32%	-2,2*	-37%	0,96	-0,37***	-28%	-0,40*	-29%	7,2	-1,0	-13%	+0,8	+13%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		3,1	-0,3	-9%	-0,7**	-19%	0,8	-0,2*	-21%	-0,6***	-43%	5,6	+0,4	+9%	-2,2**	-29%	1,25	-0,13	-9%	-0,19*	-13%	8,1	-0,6	-7%	+3,3***	+68%
REFORMULATIONS	Produits apparités T1-T2		3,3	-0,2	-4%			0,7	-0,1	-7%			5,7	+0,2	+4%			1,31	-0,06	-4%			7,9	+0,6*	+8%		
	Produits apparités T0-T2		3,6			-0,2	-4%	0,8			-0,3	-24%	7,2			+0,4	+5%	1,51			+0,04	+2%	4,0			-0,7	-14%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	3,7	+0,0	+1%			0,8	-0,0	-5%			3,1	-2,4***	-43%			0,86	-0,47***	-35%			7,1	-1,2	-14%		
		Retirés vs Offre T2	3,6	-0,6	-14%			0,8	-0,2	-18%			3,7	-1,9*	-34%			0,96	-0,29	-23%			7,2	-3,8	-34%		
		Retirés vs Ajoutés	3,7	-0,5	-12%			0,8	-0,2	-16%			3,1	-2,5*	-44%			0,86	-0,39*	-31%			7,1	-3,9	-36%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	3,6			-0,1	-2%	0,8			-0,1	-15%	3,4			-2,5**	-43%	0,90			-0,46**	-34%	7,5			+1,1	+17%
		Retirés vs Offre T2	3,6			+0,2	+6%	0,8			+0,1	+14%	3,7			-0,4	-10%	0,96			-0,19	-17%	7,2			-2,7	-27%
		Retirés vs Ajoutés	3,6			+0,2	+6%	0,8			+0,1	+15%	3,4			-0,8	-20%	0,90			-0,26	-22%	7,5			-2,4	-24%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		3,7	+0,4	+14%	+0,2	+6%	0,9	-0,1	-8%	-0,1	-13%	3,7	-1,8	-33%	-1,4	-27%	0,89	-0,44**	-33%	-0,26	-23%	7,4	-2,1	-22%	-1,0	-12%
	MDD		3,8	-0,2	-6%	+0,0	+0%	0,6	-0,1	-13%	-0,1	-17%	4,0	-1,5	-27%	-2,9*	-42%	1,23	-0,05	-4%	-0,30	-19%	8,5	+0,3	+3%	+4,1	+95%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		3,6	-0,0	-1%	+0,0	+0%	0,6	-0,1	-9%	-0,3	-33%	5,8	-0,2	-3%	-0,6	-9%	1,39	-0,08	-5%	-0,30	-18%	5,4	+0,8	+17%	+0,9	+21%
	DS bio		1,9	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	2,5	-	-	-	-	0,57	-	-	-	-	2,9	-	-	-	-
Spécialités céréalières fourrées (T0 n:11 ; T1 n:18 ; T2 n:19)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		12,1	+0,4	+4%	+0,5	+4%	4,5	+0,7	+18%	+1,1	+31%	29,5	+0,4	+1%	-0,3	-1%	0,31	-0,06	-17%	-0,07	-19%	4,1	+0,9	+28%	-0,2	-4%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		11,0	+0,4	+4%	+0,1	+1%	3,7	-0,2	-6%	+0,9	+31%	31,7	+2,6**	+9%	-0,1	-0%	0,29	+0,02	+6%	+0,02	+6%	3,3	-0,7	-19%	-2,0***	-39%
REFORMULATIONS	Produits apparités T1-T2		9,9	-2,2**	-18%			3,0	-1,0**	-26%			27,7	-0,7	-3%			0,40	-0,00	-0%			3,1	-0,2	-6%		
	Produits apparités T0-T2		11,2			-1,7*	-13%	3,4			-0,4	-11%	29,5			-0,7	-2%	0,37			+0,00	+1%	3,1			-1,2	-29%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	15,9	+4,2	+36%			7,0	+3,2*	+84%			32,6	+3,5	+12%			0,15	-0,22*	-59%			5,7	+2,4	+76%		
		Retirés vs Offre T2	12,1	+1,2	+11%			4,5	+1,5	+48%			29,5	-1,8	-6%			0,31	+0,03	+9%			4,1	+1,2	+41%		
		Retirés vs Ajoutés	15,9	+5,0	+46%			7,0	+4,0	+130%			32,6	+1,3	+4%			0,15	-0,13	-46%			5,7	+2,7	+92%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	12,8			+1,1	+10%	5,3			+1,9	+55%	29,5			-0,3	-1%	0,26			-0,12	-32%	4,9			+0,6	+13%
		Retirés vs Offre T2	12,1			+3,7	+45%	4,5			+2,1	+86%	29,5			+0,6	+2%	0,31			-0,09	-23%	4,1			-0,7	-15%
		Retirés vs Ajoutés	12,8			+4,4	+53%	5,3			+2,9	+119%	29,5			+0,6	+2%	0,26			-0,14	-35%	4,9			+0,0	+0%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		13,8	+4,2	+44%	+2,4	+21%	4,8	+1,5	+44%	+1,8	+60%	34,2	+3,0	+10%	+2,2	+7%	0,23	-0,04	-16%	-0,03	-13%	2,8	-0,4	-14%	-2,4*	-46%
	MDD		8,7	-4,0	-31%	-1,9	-18%	2,7	-1,5	-35%	-0,8	-22%	24,4	-2,5	-9%	-2,7	-10%	0,45	-0,04	-7%	-0,06	-12%	3,3	+0,3	+8%	-0,2	-5%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		14,5	-1,7	-10%	-2,5	-14%	4,6	-0,2	-4%	-1,1	-19%	24,2	-4,9	-17%	-3,5	-13%	0,40	+0,12	+41%	-0,11	-21%	4,6	-0,1	-2%	+2,1	+84%
	DS bio		15,0	-	-	-	-	9,4	-	-	-	-	34,0	-	-	-	-	0,01	-	-	-	-	12,0	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres gris : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testés

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

*Significativité : *** si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Tableau 10 : Récapitulatif des évolutions des teneurs en matières grasses, en AGS, en sucres, en sel et en fibres entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2) au sein de la Panification croustillante et moelleuse (7/7)

			Matières grasses (g/100g)					AGS (g/100g)					Sucres (g/100g)					Sel (g/100g)					Fibres (g/100g)				
			T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2		T2 2019	Evol. T1-T2		Evol. T0-T2	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%	Moy	g/100g	%	g/100g	%
Viennoiseries autres (T0 n:5 ; T1 n:10 ; T2 n:14)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		18,7	+3,7	+24%	-0,3	-2%	7,4	+0,5	+7%	-0,8	-10%	19,2	+2,2	+13%	+1,9	+11%	0,78	-0,01	-2%	-0,04	-5%	2,0	-0,5	-21%	-1,0	-33%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		19,3	+1,3	+7%	-0,4	-2%	5,1	-4,4**	-46%	-5,0*	-49%	18,2	+4,4**	+32%	+2,0	+12%	0,83	-0,06	-7%	-0,03	-3%	2,2	-0,2	-9%	-1,0*	-30%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		13,7	+0,6	+5%			3,5	-2,6	-43%			19,4	+3,0	+18%			0,80	+0,00	+1%			2,0	*+0,1*	*+3%*		
	Produits appariés T0-T2		12,7			-1,2	-8%	5,8			*-0,6*	*-9%*	19,3			*+3,0*	*+18%*	0,75			*-0,01*	*-1%*	-			-	-
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	25,4	+10,3	+69%			11,8	+4,9	+71%			19,5	+2,5	+15%			0,76	-0,02	-3%			2,5	*-0,1*	*-2%*		
		Retirés vs Offre T2	18,7	-4,1	-18%			7,4	-2,6	-26%			19,2	-0,1	-0%			0,78	+0,01	+1%			2,0	*-1,7*	*-45%*		
		Retirés vs Ajoutés	25,4	+2,6	+11%			11,8	+1,8	+18%			19,5	+0,2	+1%			0,76	-0,01	-1%			2,5	*-1,2*	*-32%*		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	20,3			+1,3	+7%	7,7			-0,6	-7%	19,4			+2,2	+13%	0,77			-0,04	-5%	2,0			*-1,0*	*-33%*
		Retirés vs Offre T2	18,7			-8,1	-30%	7,4			-4,6	-38%	19,2			-0,1	-1%	0,78			-0,14	-16%	2,0			*-0,7*	*-25%*
		Retirés vs Ajoutés	20,3			-6,4	-24%	7,7			-4,3	-36%	19,4			+0,1	+1%	0,77			-0,15	-16%	2,0			*-0,7*	*-25%*
SEGMENTS DE MARCHE	MN		23,2	+6,1	+36%	-	-	7,7	-2,3	-23%	-	-	20,5	+5,8	+40%	-	-	0,84	+0,01	+2%	-	-	1,7	*-1,2*	*-42%*	-	-
	MDD		10,5	+1,3	+14%	-6,0	-36%	4,5	+1,4	+44%	-3,7	-45%	18,3	+0,2	+1%	+1,0	+6%	0,76	+0,04	+5%	-0,05	-6%	2,1	-0,2	-7%	-0,9	-29%
	MDDeg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	HD		23,3	*-4,7*	*-17%*	*+0,5*	*+2%*	11,6	*+2,2*	*+23%*	-	-	18,0	*-4,0*	*-18%*	-	-	0,67	*-0,21*	*-24%*	-	-	-	-	-	-	-
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Viennoiseries croissants (T0 n:16 ; T1 n:22 ; T2 n:28)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		20,3	-0,3	-1%	+0,1	+1%	12,1	-0,8	-6%	-0,4	-4%	8,6	+0,3	+4%	-1,0	-11%	1,11	-0,14	-11%	-0,05	-4%	2,3	-0,2	-8%	-0,4	-14%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		21,4	-1,4	-6%	+1,4	+7%	12,3	-2,4*	-16%	-0,5	-4%	9,1	+0,8	+9%	-0,4	-4%	0,94	-0,18*	-16%	-0,17**	-16%	2,4	-0,5**	-19%	-0,2	-9%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		20,6	-0,2	-1%			12,0	-1,2	-9%			8,5	+0,4	+5%			1,11	-0,10	-9%			2,6	+0,3	+12%		
	Produits appariés T0-T2		20,0			-0,5	-2%	12,6			-0,3	-2%	8,6			-1,0	-10%	1,13			-0,02	-2%	2,4			+0,1	+3%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	20,2	-0,3	-2%			12,5	-0,4	-3%			9,4	+1,1	+13%			1,10	-0,15	-12%			2,1	-0,4	-16%		
		Retirés vs Offre T2	20,3	+0,5	+2%			12,1	-0,1	-0%			8,6	-0,1	-1%			1,11	-0,24*	-18%			2,3	-0,0	-2%		
		Retirés vs Ajoutés	20,2	+0,4	+2%			12,5	+0,4	+3%			9,4	+0,7	+8%			1,10	-0,25*	-19%			2,1	-0,3	-11%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	20,7			+0,5	+3%	12,4			-0,1	-1%	9,1			-0,5	-5%	1,06			-0,10	-9%	2,1			-0,6	-22%
		Retirés vs Offre T2	20,3			+2,0	+11%	12,1			+1,3	+12%	8,6			-1,0	-11%	1,11			-0,09	-7%	2,3			-2,1	-47%
		Retirés vs Ajoutés	20,7			+2,4	+13%	12,4			+1,6	+15%	9,1			-0,5	-5%	1,06			-0,14	-11%	2,1			-2,3	-52%
SEGMENTS DE MARCHE	MN		20,4	-0,5	-2%	-	-	12,9	-1,0	-7%	-	-	9,8	+1,8	+23%	-	-	1,04	-0,03	-3%	-	-	2,0	-0,8	-30%	-	-
	MDD		21,5	-0,0	-0%	-0,8	-3%	13,2	-0,2	-2%	-0,0	-0%	8,2	-0,6	-7%	-2,0	-20%	1,06	-0,20	-16%	-0,04	-3%	2,5	+0,0	+0%	+0,3	+13%
	MDDeg		17,3	-1,8	-9%	-0,7	-4%	9,5	-0,4	-5%	-4,5	-32%	7,6	+1,6	+27%	+0,6	+9%	1,23	+0,04	+3%	+0,23	+23%	2,9	*+0,6*	*+25%*	*+0,6*	*+28%*
	HD		21,0	+0,6	+3%	+1,8	+9%	11,4	-1,5	-12%	+1,0	+9%	7,6	-1,1	-12%	-2,2	-22%	1,20	-0,14	-10%	-0,18	-13%	2,3	*-0,2*	*-7%*	*-1,6*	*-41%*
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Viennoiseries pains au chocolat (T0 n:14 ; T1 n:29 ; T2 n:31)																											
TOUS PRODUITS	Ensemble de l'offre		21,4	-0,8	-4%	-1,0	-4%	12,5	-0,5	-4%	-2,1	-15%	13,0	+0,9	+7%	+0,9	+7%	0,98	+0,01	+1%	+0,09	+10%	2,7	-0,1	-3%	-0,4	-13%
TOUS PRODUITS PONDERES	Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché[1]		21,4	-1,1	-5%	-0,5	-2%	12,3	-1,8*	-13%	-2,3**	-16%	13,6	+1,6***	+13%	+1,7***	+14%	0,92	-0,08*	-8%	+0,05	+6%	2,7	+0,2	+7%	-0,5	-15%
REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2		21,4	-0,6	-3%			12,0	-0,9	-7%			12,9	+0,9	+8%			0,95	-0,02	-2%			2,7	+0,0	+1%		
	Produits appariés T0-T2		22,2			-0,0	-0%	13,3			-1,3	-9%	13,6			+1,5*	+12%	0,96			+0,07	+8%	2,7			-0,4	-13%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	T1-T2	Offre T1 vs Ajoutés	21,6	-0,7	-3%			13,1	+0,1	+0%			13,3	+1,2	+10%			0,99	+0,03	+3%			2,6	-0,2	-6%		
		Retirés vs Offre T2	21,4	-1,6	-7%			12,5	-0,8	-6%			13,0	+0,4	+4%			0,98	+0,04	+5%			2,7	-0,3	-10%		
		Retirés vs Ajoutés	21,6	-1,5	-6%			13,1	-0,3	-2%			13,3	+0,7	+6%			0,99	+0,06	+6%			2,6	-0,4	-12%		
	T0-T2	Offre T0 vs Ajoutés	21,0			-1,4	-6%	12,3			-2,3	-16%	13,1			+1,0	+8%	0,97			+0,09	+10%	2,7			-0,4	-13%
		Retirés vs Offre T2	21,4			-2,6	-11%	12,5			-	-	13,0			-	-	0,98			-	-	2,7			-	-
		Retirés vs Ajoutés	21,0			-3,0	-12%	12,3			-	-	13,1			-	-	0,97			-	-	2,7			-	-
SEGMENTS DE MARCHE	MN		21,8	-2,7	-11%	-	-	13,2	-2,1	-14%	-	-	14,1	+0,2	+1%	-	-	1,00	+0,17	+20%	-	-	2,6	-0,2	-8%	-	-
	MDD		22,4	-1,0	-4%	-1,6	-7%	12,9	-1,1	-8%	-1,9	-13%	12,9	+1,2	+11%	+0,8*	+7%	0,93	-0,02	-2%	+0,05	+6%	2,7	-0,0	-1%	-0,3	-11%
	MDDeg		18,8	-1,4	-7%	+0,8	+4%	10,3	-0,8	-7%	-	-	11,2	-0,3	-2%	-	-	1,00	+0,05	+6%	-	-	2,9	*+0,0*	*+1%*	-	-
	HD		21,1	+1,3	+7%	-1,1	-5%	12,1	+2,2	+23%	-1,9	-14%	12,2	-0,9	-7%	+0,2	+2%	0,99	-0,11	-10%	+0,09	+10%	3,0	-0,1	-3%	*-0,8*	*-22%*
	DS bio		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy: moyenne

« - » : aucun produit collecté; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié

Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testée

Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B :teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement supérieure à celle des produits retirés l'année A

Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne ; pour le renouvellement de l'offre entre les années A et B : teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle de l'offre A / teneur moyenne de l'offre B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A / teneur moyenne des produits ajoutés l'année B significativement inférieure à celle des produits retirés l'année A

*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

Sur le secteur de la Panification croustillante et moelleuse, toutes les familles présentent une évolution significative, à l'échelle de la famille entière, pour au moins un nutriment d'intérêt, à l'exception de 6 familles ; il s'agit de la Chapelure (nouvellement collectée), des Galettes soufflées nature, des Pains azymes, des Pains hamburger_hot dog_autres, des Pains grillés_toasts briochés et des Pancakes (nouvellement collectés).

En considérant les 33 familles du secteur de la Panification croustillante et moelleuse (Tableau 4 à Tableau 10), des évolutions significatives sont mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées. En particulier pour les données non pondérées :

- Pour les **matières grasses** :
  - **Entre les 2 derniers suivis** (2012-2019) :
    - **6 familles présentent une augmentation significative** de leur teneur moyenne ;
    - **2 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne ;
  - **Entre les 2 suivis les plus éloignés** (2009-2019) :
    - **3 familles présentent une augmentation significative** de leur teneur moyenne ;
    - **1 famille présente une diminution significative** de sa teneur moyenne.

Certaines de ces évolutions s'expliquent par des **reformulations** (pour 4 familles, 2 allant dans le sens d'une diminution des teneurs et 2 dans le sens d'une augmentation) et/ou par un **renouvellement de l'offre** (9 familles, 1 allant dans le sens d'une diminution des teneurs et 8 dans le sens d'une augmentation).

- Pour les **AGS** :
  - **Entre les 2 derniers suivis** (2012-2019) :
    - **7 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne ;
  - **Entre les 2 suivis les plus éloignés** (2009-2019) :
    - **8 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne.

Certaines de ces évolutions s'expliquent par des **reformulations** (à la baisse pour 11 familles) et/ou par un **renouvellement de l'offre** (à la baisse pour 9 familles).

- Pour les **sucres** :
  - **Entre les 2 derniers suivis** (2012-2019) :
    - **2 familles présentent une augmentation significative** de leur teneur moyenne ;
    - **1 famille présente une diminution significative** de sa teneur moyenne ;
  - **Entre les 2 suivis les plus éloignés** (2009-2019) :
    - **2 familles présentent une augmentation significative** de leur teneur moyenne ;
    - **2 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne.

Certaines de ces évolutions s'expliquent par des **reformulations** (pour 1 famille, allant dans le sens d'une augmentation des teneurs) et/ou par un **renouvellement de l'offre** (6 familles, 3 allant dans le sens d'une diminution des teneurs et 3 dans le sens d'une augmentation).

- Pour le **sel** :
  - **Entre les 2 derniers suivis** (2012-2019) :
    - **3 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne ;
  - **Entre les 2 suivis les plus éloignés** (2009-2019) :

- **2 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne.

Certaines de ces évolutions s'expliquent par des **reformulations** (à la baisse pour 1 famille) et/ou par un **renouvellement de l'offre** (à la baisse pour 5 familles).

- Pour les **fibres** :
  - **Entre les 2 derniers suivis** (2012-2019) :
    - **2 familles présentent une augmentation significative** de leur teneur moyenne ;
    - **2 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne ;
  - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :
    - **1 famille présente une augmentation significative** de sa teneur moyenne ;
    - **4 familles présentent une diminution significative** de leur teneur moyenne.

Certaines de ces évolutions s'expliquent par des **reformulations** (pour 2 familles, allant dans le sens d'une diminution des teneurs) et/ou par un **renouvellement de l'offre** (8 familles, 5 allant dans le sens d'une diminution des teneurs et 3 dans le sens d'une augmentation).

Par ailleurs, en intégrant les parts de marché aux analyses (Tableau 4 à Tableau 10), des évolutions significatives sont également mises en évidence pour les 5 nutriments suivis et sur les 2 périodes considérées :

- Pour les **matières grasses** :
  - Entre les 2 derniers suivis (2012-2019) :
    - 5 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - 5 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée ;
  - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :
    - 6 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - 4 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée.

- Pour les **AGS** :
  - Entre les 2 derniers suivis (2012-2019) :
    - 4 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - 12 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée ;
  - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :
    - 3 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - 13 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée.

- Pour les **sucres** :
  - Entre les 2 derniers suivis (2012-2019) :
    - 7 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
  - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :

        - 10 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
        - 3 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée.

- Pour le **sel** :
    - Entre les 2 derniers suivis (2012-2019) :
        - 1 famille présente une augmentation significative de sa teneur moyenne pondérée ;
        - 8 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :
        - 3 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
        - 8 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée.

- Pour les **fibres** :
    - Entre les 2 derniers suivis (2012-2019) :
        - 2 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
        - 2 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée ;
    - Entre les 2 suivis les plus éloignés (2009-2019) :
        - 6 familles présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne pondérée ;
        - 10 familles présentent une diminution significative de leur teneur moyenne pondérée.

Le Tableau 11 présente l'ensemble des évolutions significatives de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, sel et fibres, observées à l'échelle des familles entières de la Panification croustillante et moelleuse entre 2012 et 2019 (T1-T2) et entre 2009 et 2019 (T0-T2), avec ou sans pondération par les parts de marché.

Tableau 11 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en nutriments entre les 2 derniers suivis (2012 et 2019) et sur le long terme (2009 et 2019), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein du secteur de la Panification croustillante et moelleuse

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2012 (T1) et 2019 (T2)	Ensemble des références	Matières grasses (g/100g)			AGS (g/100g)			Sucres (g/100g)			Sel (g/100g)			Fibres (g/100g)		
		T2 2019 moyenne	Evol. T1-T2	Evol. T0-T2	T2 2019 moyenne	Evol. T1-T2	Evol. T0-T2	T2 2019 moyenne	Evol. T1-T2	Evol. T0-T2	T2 2019 moyenne	Evol. T1-T2	Evol. T0-T2	T2 2019 moyenne	Evol. T1-T2	Evol. T0-T2
Biscottes briochées (T0 n:2 ; T1 n:2 ; T2 n:8)	TOUS PRODUITS	9,3	-25%	-21%	2,9	-59%	-60%	11,1	+1%	+17%	1,20	+13%	-3%	5,1	+35%	+19%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	10,4	-15%	+10%	4,4	-36%	-20%	11,6	+4%	+29%	1,17	+9%	-22%	4,0	+9%	-10%
Biscottes nature (T0 n:37 ; T1 n:45 ; T2 n:54)	TOUS PRODUITS	5,4	-14%	-17%	1,4	-47%	-54%	6,9	+5%	+10%	1,05	+2%	+0%	4,2	-7%	-12%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	5,5	-19%	-21%	1,5	-54%	-54%	7,1	+5%	+4%	1,22	-8%	-27%	4,1	-12%	-12%
Biscottes complètes, céréales et graines (T0 n:29 ; T1 n:36 ; T2 n:68)	TOUS PRODUITS	6,7	+15%	+6%	1,6	-2%	-36%	4,4	-14%	-9%	1,21	-6%	+6%	7,3	-5%	-6%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	5,9	-22%	-19%	1,0	-56%	-53%	4,9	+6%	+10%	1,28	-15%	-7%	7,9	+11%	-2%
Brioches au chocolat_pépites (T0 n:42 ; T1 n:94 ; T2 n:87)	TOUS PRODUITS	13,0	-4%	-7%	5,1	-19%	-24%	17,9	+9%	+11%	0,88	-0%	+4%	2,9	+3%	+5%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	13,7	-1%	-4%	4,9	-21%	-30%	18,9	+15%	+23%	0,92	-2%	+6%	3,4	+17%	+20%
Brioches complètes, céréales et graines (T0 n:6 ; T1 n:17 ; T2 n:26)	TOUS PRODUITS	11,0	-7%	-8%	3,9	-9%	-26%	12,3	-1%	+33%	1,10	+2%	+6%	2,9	+27%	+0%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	11,4	-14%	-13%	4,3	-16%	-24%	12,6	+0%	+5%	1,07	+6%	+12%	3,3	+63%	+47%
Brioches aux fruits (T0 n:2 ; T1 n:5 ; T2 n:11)	TOUS PRODUITS	10,2	+19%	-9%	4,3	+54%	-36%	24,6	+0%	+25%	0,69	-28%	-31%	2,4	-14%	-17%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	10,7	+26%	-10%	5,0	+85%	-30%	27,9	+12%	+50%	0,69	-25%	-31%	2,3	-22%	-36%
Brioches nature (T0 n:79 ; T1 n:114 ; T2 n:158)	TOUS PRODUITS	12,3	+6%	+5%	6,0	-3%	-8%	13,4	+9%	+5%	1,00	-2%	-5%	2,1	-6%	-13%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	12,0	-1%	+7%	4,8	-26%	-24%	12,5	+0%	-5%	1,04	+2%	-4%	2,1	-2%	-6%
Brioches fourrées à la crème (T0 n:13 ; T1 n:22 ; T2 n:23)	TOUS PRODUITS	7,7	-2%	-8%	2,6	-30%	-47%	19,2	-0%	-7%	0,70	+1%	+3%	1,6	-12%	+8%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	7,2	-2%	+1%	2,7	-19%	-8%	19,0	+0%	-32%	0,72	-9%	-6%	1,7	-28%	+15%
Chapelure (T0 n:0 ; T1 n:0 ; T2 n:12)	TOUS PRODUITS	2,3	-	-	0,9	-	-	4,9	-	-	1,68	-	-	3,6	-	-
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	1,2	-	-	0,2	-	-	6,7	-	-	1,83	-	-	3,9	-	-
Crackers de table (T0 n:2 ; T1 n:9 ; T2 n:51)	TOUS PRODUITS	17,3	+36%	+31%	3,7	+8%	-40%	2,8	+62%	+277%	1,78	+0%	+2%	10,1	+52%	+76%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	14,2	+8%	+5%	4,7	-17%	-25%	2,1	+99%	+173%	1,88	-21%	+7%	6,6	+43%	+34%
Croûtons (T0 n:3 ; T1 n:0 ; T2 n:73)	TOUS PRODUITS	20,6	-	+52%	2,9	-	+102%	3,7	-	-50%	2,13	-	+64%	3,5	-	-49%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	28,3	-	+908%	3,7	-	+162%	3,5	-	-53%	2,02	-	+55%	3,0	-	-57%
Galettes soufflées nappées ou fourrées (T0 n:0 ; T1 n:11 ; T2 n:81)	TOUS PRODUITS	22,3	+1%	-	13,4	-3%	-	24,1	+6%	-	0,09	-7%	-	4,6	-13%	-
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	21,7	-9%	-	13,0	-11%	-	23,7	+2%	-	0,09	+173%	-	4,5	-25%	-
Galettes soufflées nature (T0 n:0 ; T1 n:24 ; T2 n:108)	TOUS PRODUITS	3,1	-4%	-	0,6	+1%	-	1,5	+19%	-	0,31	+20%	-	3,8	-19%	-
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	3,0	-11%	-	0,6	-0%	-	0,7	-13%	-	0,29	+13%	-	3,8	-19%	-
Pains azymes (T0 n:2 ; T1 n:9 ; T2 n:16)	TOUS PRODUITS	1,7	+28%	+15%	0,3	+31%	+6%	3,1	+55%	-	0,08	+660%	+661%	5,4	+24%	-7%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	0,8	-18%	-41%	0,2	+8%	-	2,4	-6%	-	0,01	+7%	-	4,4	+94%	-
Pains de mie briochés (T0 n:8 ; T1 n:15 ; T2 n:11)	TOUS PRODUITS	8,0	+3%	-8%	2,0	+3%	-53%	9,3	-2%	-0%	1,13	-2%	+3%	2,9	+7%	+2%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	6,7	+3%	+9%	0,9	-22%	-69%	9,6	+0%	+4%	1,08	-3%	+3%	3,4	+20%	+20%
Pains de mie complets, céréales et graines (T0 n:40 ; T1 n:76 ; T2 n:102)	TOUS PRODUITS	5,3	+19%	+22%	0,7	-21%	-27%	5,1	-10%	-2%	1,16	-3%	-5%	5,8	+8%	-1%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	4,8	+15%	+6%	0,6	-43%	-53%	5,4	+0%	-12%	1,14	-5%	-3%	6,3	+18%	+10%
Pains de mie nature (T0 n:75 ; T1 n:118 ; T2 n:112)	TOUS PRODUITS	4,1	+3%	-3%	0,5	-29%	-65%	6,4	+2%	-1%	1,18	-3%	-3%	3,0	+7%	-10%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	4,1	+7%	+1%	0,5	-47%	-63%	6,7	+1%	+1%	1,16	-2%	-2%	3,4	+27%	+9%
Pains hamburger_hot dog complets, céréales et graines (T0 n:4 ; T1 n:9 ; T2 n:38)	TOUS PRODUITS	5,3	+65%	+177%	0,9	-12%	+162%	6,1	+20%	+111%	1,00	+1%	-5%	5,1	-12%	-25%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	4,8	+18%	+156%	0,9	-12%	+144%	6,4	+23%	+128%	1,01	-1%	-3%	5,1	-6%	-25%
Pains hamburger_hot dog nature (T0 n:22 ; T1 n:41 ; T2 n:48)	TOUS PRODUITS	5,1	+8%	+7%	0,9	-3%	+33%	6,8	+14%	+23%	1,14	-1%	+4%	2,8	-4%	-7%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	5,1	-5%	+3%	0,7	-35%	-12%	6,4	+12%	+14%	1,09	-3%	-6%	2,8	+8%	-15%
Pains de mie_hamburger_hot dog autres (T0 n:5 ; T1 n:6 ; T2 n:1)	TOUS PRODUITS	4,7	*-45%*	-25%	0,5	*-74%*	*-80%*	5,6	*+47%*	*-7%*	1,13	*-8%*	*-3%*	5,0	*+2%*	*-21%*
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	4,7	*-58%*	*-27%*	0,5	*-79%*	*-78%*	5,6	*+53%*	*-10%*	1,13	*+1%*	*-3%*	5,0	*-10%*	*-12%*
Pains exotiques (T0 n:9 ; T1 n:18 ; T2 n:32)	TOUS PRODUITS	3,3	+56%	-32%	0,6	+60%	+270%	4,1	+28%	+85%	1,12	-9%	-18%	3,3	+13%	+19%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	2,5	+49%	+175%	0,4	+100%	+156%	4,3	+35%	+102%	1,21	-8%	-12%	3,2	+12%	+21%
Pains grillés_toasts briochés (T0 n:15 ; T1 n:28 ; T2 n:31)	TOUS PRODUITS	9,0	-6%	-9%	3,7	-18%	-18%	10,4	+10%	+8%	1,00	-6%	-10%	3,5	-3%	-5%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	10,7	-7%	+5%	5,3	-8%	+13%	10,0	+4%	-8%	1,10	+0%	+5%	3,5	-7%	-6%
Pains grillés_toasts nature (T0 n:57 ; T1 n:67 ; T2 n:66)	TOUS PRODUITS	8,1	+18%	+7%	2,2	-26%	-34%	7,0	-3%	+7%	1,27	-1%	-5%	4,0	-16%	-12%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	7,6	+23%	+27%	2,4	-15%	-2%	7,0	+37%	+56%	1,23	-18%	-24%	4,0	-13%	-14%
Pains grillés_toasts complets, céréales et graines (T0 n:50 ; T1 n:68 ; T2 n:84)	TOUS PRODUITS	6,9	+4%	-8%	1,4	-32%	-43%	5,0	-4%	+12%	1,32	+1%	-12%	6,7	-2%	-5%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	6,8	-4%	-8%	1,7	-36%	-25%	4,7	-6%	+3%	1,39	-3%	-12%	6,7	-7%	+1%
Pains précuits (T0 n:2 ; T1 n:51 ; T2 n:64)	TOUS PRODUITS	2,5	+83%	+33%	0,5	+65%	+68%	2,8	-12%	+29%	1,24	-12%	-1%	4,4	+45%	+51%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	1,1	+5%	-	0,2	-40%	-	3,6	+6%	-	1,41	+0%	-	2,9	+1%	-
Pains préemballés (T0 n:15 ; T1 n:20 ; T2 n:107)	TOUS PRODUITS	5,1	+93%	+175%	0,7	+118%	+63%	4,3	+47%	+81%	1,07	-17%	-8%	7,3	+18%	-10%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	4,5	+75%	+131%	0,6	+109%	+74%	3,7	+21%	+71%	1,15	-8%	-8%	6,7	-9%	-20%
Pains tortilla (T0 n:3 ; T1 n:13 ; T2 n:53)	TOUS PRODUITS	7,2	-5%	-8%	1,4	-37%	-54%	2,1	+32%	+57%	1,40	+2%	-14%	3,2	+7%	-12%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	6,5	-22%	-9%	2,7	+46%	-20%	2,5	+15%	+92%	1,64	-6%	-13%	2,3	-10%	-23%
Pancakes (T0 n:0 ; T1 n:1 ; T2 n:11)	TOUS PRODUITS	9,9	-44%	-	1,7	-9%	-	20,9	+63%	-	0,90	-25%	-	1,9	*+68%*	-
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	14,7	-	-	1,6	-	-	25,8	-	-	1,39	-	-	1,9	-	-
Spécialités céréalières (T0 n:19 ; T1 n:37 ; T2 n:112)	TOUS PRODUITS	3,6	-2%	-1%	0,8	-7%	-16%	3,7	-32%	-37%	0,96	-28%	-29%	7,2	-13%	+13%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	3,1	-9%	-19%	0,8	-21%	-43%	5,6	+9%	-29%	1,25	-9%	-13%	8,1	-7%	+68%
Spécialités céréalières fourrées (T0 n:11 ; T1 n:18 ; T2 n:19)	TOUS PRODUITS	12,1	+4%	+4%	4,5	+18%	+31%	29,5	+1%	-1%	0,31	-17%	-19%	4,1	+28%	-4%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	11,0	+4%	+1%	3,7	-6%	+31%	31,7	+9%	-0%	0,29	+6%	+6%	3,3	-19%	-39%
Viennoiseries autres (T0 n:5 ; T1 n:10 ; T2 n:14)	TOUS PRODUITS	18,7	+24%	-2%	7,4	+7%	-10%	19,2	+13%	+11%	0,78	-2%	-5%	2,0	-21%	-33%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	19,3	+7%	-2%	5,1	-46%	-49%	18,2	+32%	+12%	0,83	-7%	-3%	2,2	-9%	-30%
Viennoiseries croissants (T0 n:16 ; T1 n:22 ; T2 n:28)	TOUS PRODUITS	20,3	-1%	+1%	12,1	-6%	-4%	8,6	+4%	-11%	1,11	-11%	-4%	2,3	-8%	-14%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	21,4	-6%	+7%	12,3	-16%	-4%	9,1	+9%	-4%	0,94	-16%	-16%	2,4	-19%	-9%
Viennoiseries pains au chocolat (T0 n:14 ; T1 n:29 ; T2 n:31)	TOUS PRODUITS	21,4	-4%	-4%	12,5	-4%	-15%	13,0	+7%	+7%	0,98	+1%	+10%	2,7	-3%	-13%
	TOUS PRODUITS PONDERES[1]	21,4	-5%	-2%	12,3	-13%	-16%	13,6	+13%	+14%	0,92	-8%	+6%	2,7	+7%	-15%

[1] ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worlpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)
Moy: moyenne
« - » : aucun produit collecté; « n=0 » : aucun produit renseigné pour le nutriment étudié
Chiffres grisés : évolution de la teneur moyenne au sein de la famille entière, au sein des références appariées ou entre 2 sous-groupes non testée
Case en orange : augmentation significative de la teneur moyenne entre l'année A et l'année B (avec ou sans pondération par les parts de marché)
Case en violet : diminution significative de la teneur moyenne entre l'année A et l'année B (avec ou sans pondération par les parts de marché)
*Significativité : ***si p<0,001 ; ** si p<0,01 ; * si p<0,05 (Tests statistiques effectués : test de permutation)*

6. CONTRIBUTION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONNELLE

Cette partie cherche à évaluer les contributions relatives des changements du côté de l'offre (évolution de la qualité nutritionnelle des aliments) et de la demande (changements des comportements de consommation) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur[14] entre 2012 et 2019 (T1-T2).

Le Tableau 12 présente, pour chaque nutriment d'intérêt, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2012 et 2019, sur le secteur. Les évolutions des teneurs moyennes pondérées en nutriments y sont décomposées selon les contributions respectives des reformulations, du renouvellement des produits sur le marché (apparitions/retraits de références sur le marché) et des substitutions opérées par les consommateurs selon la méthode 1[15]. Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre et le dernier se rapporte à la contribution de la demande.

Tableau 12 : Evolution des teneurs moyennes pondérées entre 2012 et 2019 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1

Panification croustillante et moelleuse	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
	2012	2019				
Matières grasses	8,9	9,1	+2%	-2%	+6%	-2%
Acides gras saturés	4,2	3,2	-23%	-21%	+1%	-3%
Sucres	9,2	9,6	+4%	+3%	+3%	-2%
Sel	1,1	1,1	-2%	-2%	-1%	+0,3%
Fibres	3,3	3,6	+9%	+4%	+3%	+2%

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

Sur le secteur de la Panification croustillante et moelleuse, entre 2012 et 2019, une augmentation des teneurs moyennes pondérées est constatée pour les matières grasses (+2%), les sucres (+4%) et les fibres (+9%). A l'inverse, une diminution des teneurs moyennes pondérées est observée pour les AGS (-23%) et le sel (-2%).

A noter que, dans cette partie les évolutions sont étudiées, pour chaque nutriment, à l'échelle du secteur entier alors que, dans la partie 5, ces évolutions sont détaillées par famille de produits. Certaines familles, proportionnellement à leurs volumes de ventes, peuvent avoir un poids plus élevé au sein du secteur entier, ce qui explique que les résultats, présentés dans cette partie pour chaque nutriment, peuvent ne pas aller systématiquement dans le sens de ceux observés, famille par famille, dans la partie 5.

[14] Le détail de la méthode et de l'algorithme appliqués est décrit dans le rapport de l'étude transversale *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation -Edition 2019–www.oqali.fr*

[15] Cette méthode consiste à transformer la part de marché de chaque référence de manière à ce que la somme des parts de marché soit égale à 100%. Les produits non couverts par l'Oqali sont supposés avoir la même évolution que l'échantillon étudié sur la période. Les 2 méthodes utilisées (1 et 2) sont décrites dans le rapport détaillé *Etude d'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse – Oqali – Données 2009, 2012 et 2019 – Edition 2022*.

Pour **les matières grasses** : l'augmentation de la teneur moyenne pondérée peut s'expliquer par un renouvellement de l'offre (+6%). En revanche, les reformulations ainsi que les substitutions opérées par les consommateurs, au sein des produits existants les deux années, vont dans le sens inverse (-2% chacun).

Pour **les acides gras saturés** : la diminution de la teneur moyenne pondérée peut s'expliquer par des reformulations allant dans le sens des recommandations nutritionnelles (-21%) ainsi que par les substitutions opérées par les consommateurs au sein des produits existants les deux années (-3%). En revanche, le renouvellement de l'offre a relativement peu d'impact sur la teneur moyenne pondérée de ce nutriment (+1%).

Pour **les sucres** : l'augmentation de la teneur moyenne pondérée peut s'expliquer par des modifications de l'offre allant à l'encontre des recommandations nutritionnelles, tant en termes de reformulations (+3%) que de renouvellement de l'offre (+3%). En revanche, les substitutions opérées par les consommateurs, au sein des produits existants les deux années, vont dans le sens d'une baisse des teneurs pour ce nutriment (-2%).

Pour **le sel** : la diminution de la teneur moyenne pondérée peut s'expliquer par des modifications de l'offre allant dans le sens des recommandations nutritionnelles, tant en termes de reformulations (-2%) que de renouvellement de l'offre (-1%). En revanche, les substitutions opérées par les consommateurs, au sein des produits existants les deux années, ont peu d'impact sur la teneur moyenne pondérée de ce nutriment (+0,3%).

Pour **les fibres** : l'augmentation de la teneur moyenne pondérée est expliquée par des changements de l'offre (+4% pour les reformulations et +3% pour le renouvellement de l'offre) et de la demande (+2% pour les substitutions opérées par les consommateurs, au sein des produits existants les deux années) allant vers des produits aux teneurs plus élevées.

A l'échelle du secteur, les teneurs moyennes pondérées en matières grasses, sucres et fibres augmentent alors que celles des acides gras saturés et du sel diminuent.

Les changements de l'offre, tant en termes de reformulations que de renouvellement de l'offre (apparition/retrait de produits), vont dans le sens des recommandations nutritionnelles pour le sel et les fibres, alors qu'elles vont dans le sens inverse pour les sucres. En revanche, l'effet de ce levier est plus partagé pour les matières grasses et les acides gras saturés avec une contribution des reformulations à la baisse mais à la hausse pour le renouvellement de l'offre.

Les substitutions réalisées par les consommateurs, au sein des produits existants les deux années, vont dans le sens des recommandations nutritionnelles pour l'ensemble des nutriments étudiés, hormis le sel.

L'ensemble des résultats de l'étude figure dans le rapport détaillé « Etude d'évolution du secteur de la Panification croustillante et moelleuse – Oqali – Données 2009, 2012 et 2019 – Edition 2022 ».