



# Analyse de l'offre

- Objectifs
- Méthode de collecte
- Résultats : Guadeloupe/ Martinique, comparaison avec la métropole
- Zoom Saint-Martin
- Perspectives

# Analyse de l'offre - objectifs

- L'analyse de l'offre s'inscrit dans le cadre de l'analyse des déterminants de l'offre alimentaire
- Objectif notamment d'identifier les marges de manœuvre pour améliorer la qualité nutritionnelle
- Champ de l'étude : familles de produits les plus contributrices sur la consommation de sel/ sucre/ lipides (enquête Kannari)
- Etude de la structure de l'offre et de sa variabilité selon type de marque/ magasin et territoire (Guadeloupe et Saint Martin, Martinique, métropole)

# Analyse de l'offre

- Définition d'un cadre de collecte spécifique :
  - choix des produits de 4 rayons : Boissons, Biscuits, Charcuterie, Desserts lactés
  - choix des magasins : GMS + petits magasins répartis sur le territoire
  - méthodes et outils INRA/ DAAF : tablettes/ scannettes/ photos/ base de données
- Principales informations recueillies : famille de produit, type de marque, indications nutritionnelles ; type de magasin, localisation, prix

# Protocole: Photos et saisie



Photographies prises directement sur les emballages (1 à 3 photos par produit)

## Prise de photo:

- Marque
- Dénomination de vente du produit
- Poids
- Ingrédients
- Tableau des valeurs nutritionnelles
- Code barre
- Prix

1) Création d'une base de donnée

2) Planification des enquêtes

3) Collecte en magasin

4) Saisie des données

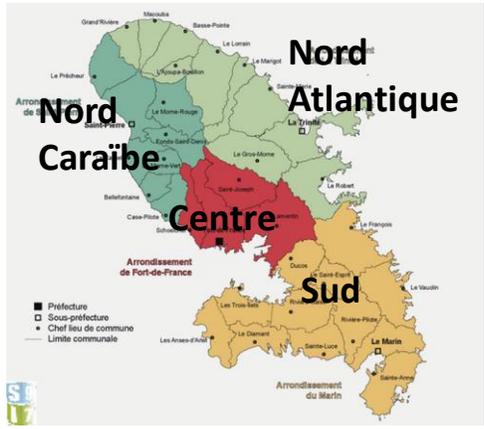
5) Analyse des données

# Déroulement de l'étude

- 2018 : référencement d'un maximum de produits
  - Enquêtes préférentiellement dans les hyper-super (2 stagiaires + chargée d'études)
  - Fourniture de la base de données à la Guadeloupe
  - Enquêtes Guadeloupe (3 enquêteurs, 1 VSC)
- 2019 : territorialisation et comparaison Antilles-France hexagonale
  - Enquêtes sur l'ensemble du territoire et supérettes/épiceries (2 stagiaires)
  - Premiers résultats sur les boissons sucrées (grille de calcul + BDD OQALI)

# Caractéristiques de l'étude

## Zones



6

## Types de commerce

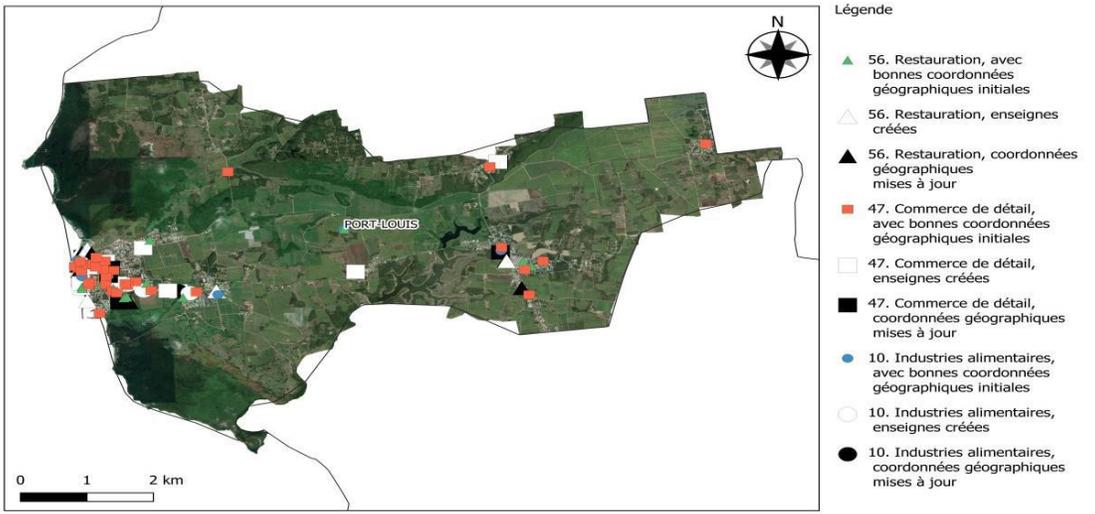
Hypermarchés	Supermarchés
Station Services	Supérettes

## Types de marques

	Marque Hard Discount
Marques Nationales	Marques de distributeurs
Marques locales	Marques Etrangères

En Guadeloupe :

- Recueil de données en hyper/ supermarchés
- Complété par des recueils sur des commerces de proximité sur 3 communes
- Tous les établissements vendant de l'alimentation ont été référencés sur ces 3 zones : analyse territoriale et qualitative



# Analyse sur le secteur des boissons

- Bilan de la collecte : plus de 9 000 relevés sur les seules boissons
- Martinique : 27 magasins, 1 381 références de boissons dont 21 % de marques locales
- Guadeloupe : 26 magasins, 1 886 références de boissons dont 19 % fr marques locales
- Antilles : soit plus de 2 300 références collectées

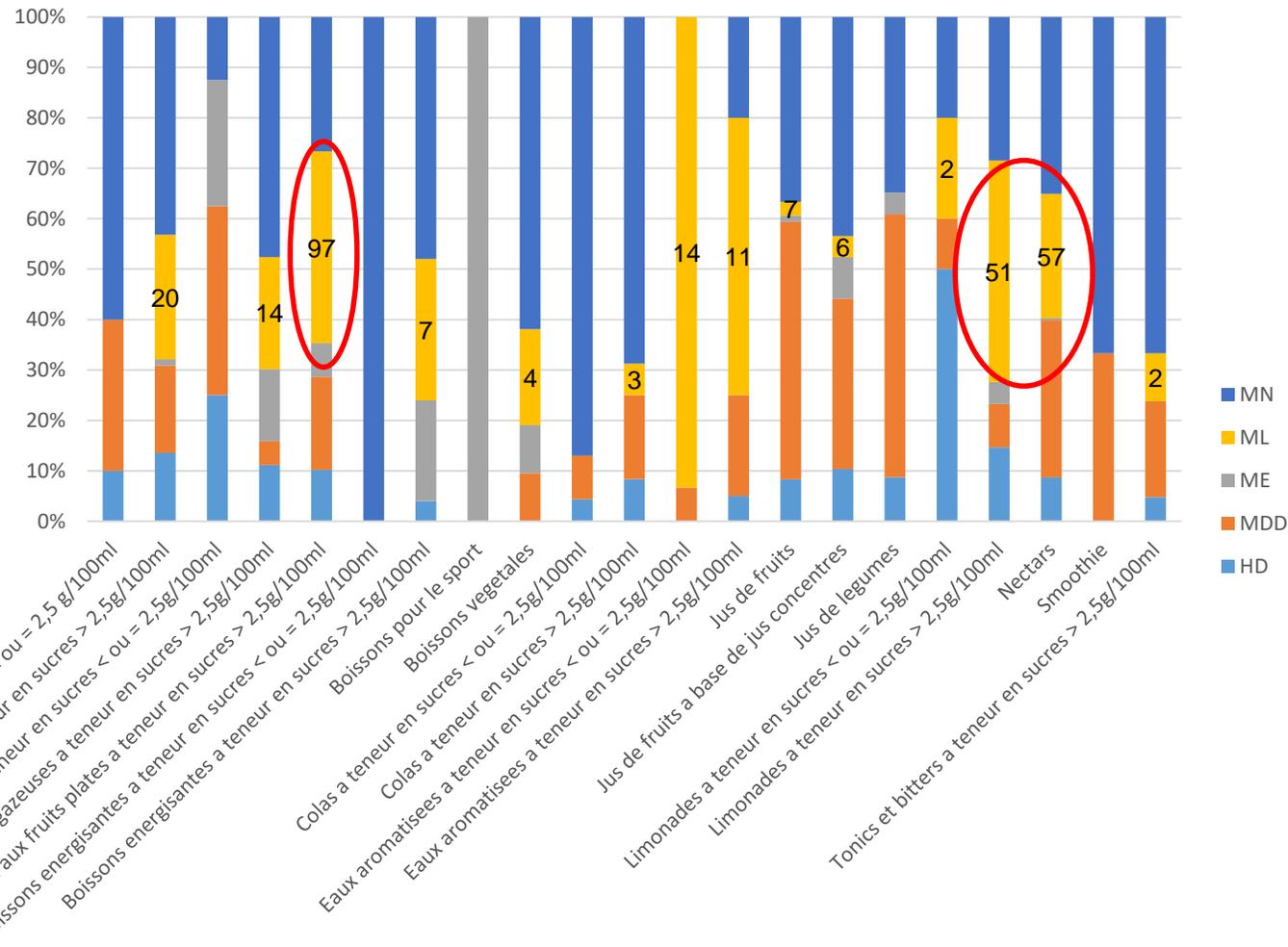
# Les familles étudiées

Tableau 10 : Tableau présentant les effectifs de produits par familles et par sous-groupe par département

Sous-groupe	Famille	Guadeloupe	Martinique
		Effectif	Effectif
Autres boissons	Boissons aux légumes et/ou fruits	1	/
Autres boissons	Boissons pour le sport	15	7
Autres boissons	Boissons végétales	28	18
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Tonics et bitters	2	/
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Boissons énergisantes	3	2
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Boissons aux fruits	9	9
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Boissons au the	10	11
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Limonades	11	5
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Colas	31	25
Boissons à teneur en sucres < ou = 2.5g/100ml	Eaux aromatisées	44	19
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Tonics et bitters	15	9
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Boissons énergisantes	38	24
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Colas	42	44
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Eaux aromatisées	49	19
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Boissons aux fruits gazeuses	105	70
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Boissons au the	125	71
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Limonades	162	111
Boissons à teneur en sucres > 2.5g/100ml	Boissons aux fruits plates	290	237
Jus et nectars	Boissons aux fruits a teneur en fruits > ou = 50%	2	/
Jus et nectars	Smoothie	11	1
Jus et nectars	Jus de légumes	19	16
Jus et nectars	Jus de fruits a base de jus concentres	183	136
Jus et nectars	Nectars	249	227
Jus et nectars	Jus de fruits	276	209
	NA	11	112
	<b>Total</b>	<b>1731</b>	<b>1382</b>

# Types de marques par famille

Segment de marché en fonction des familles de produits



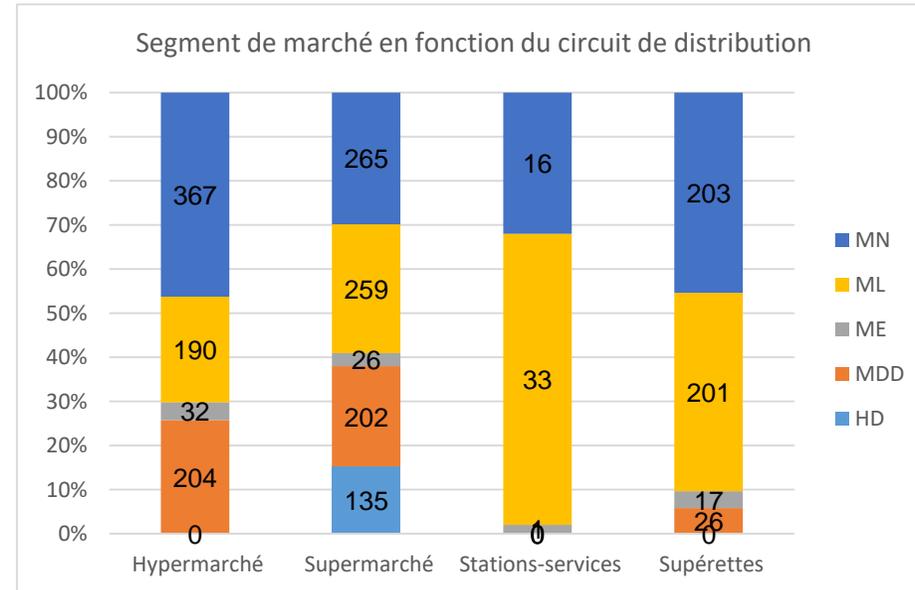
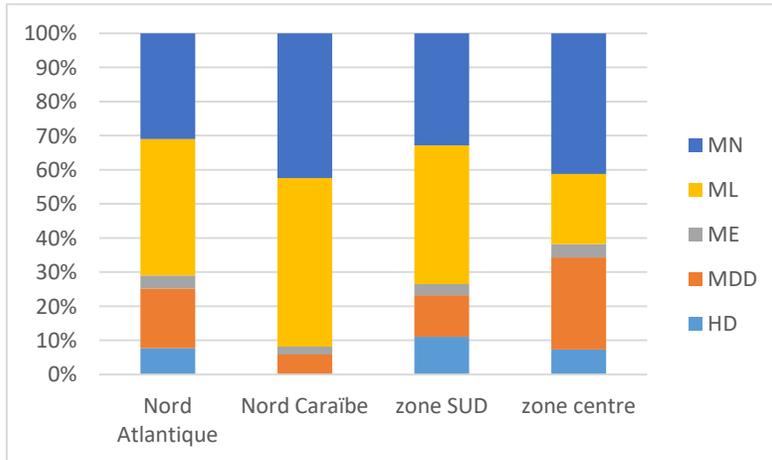
2/3 de la production locale concentrée dans 3 rayons (fruits plats, limonades, nectars)

Absence de marques locales dans plusieurs rayons

Eaux aromatisées dominées par productions locales

# Segments de marché par zones

## Martinique



## Guadeloupe, segments de marché dans les commerces de proximité :

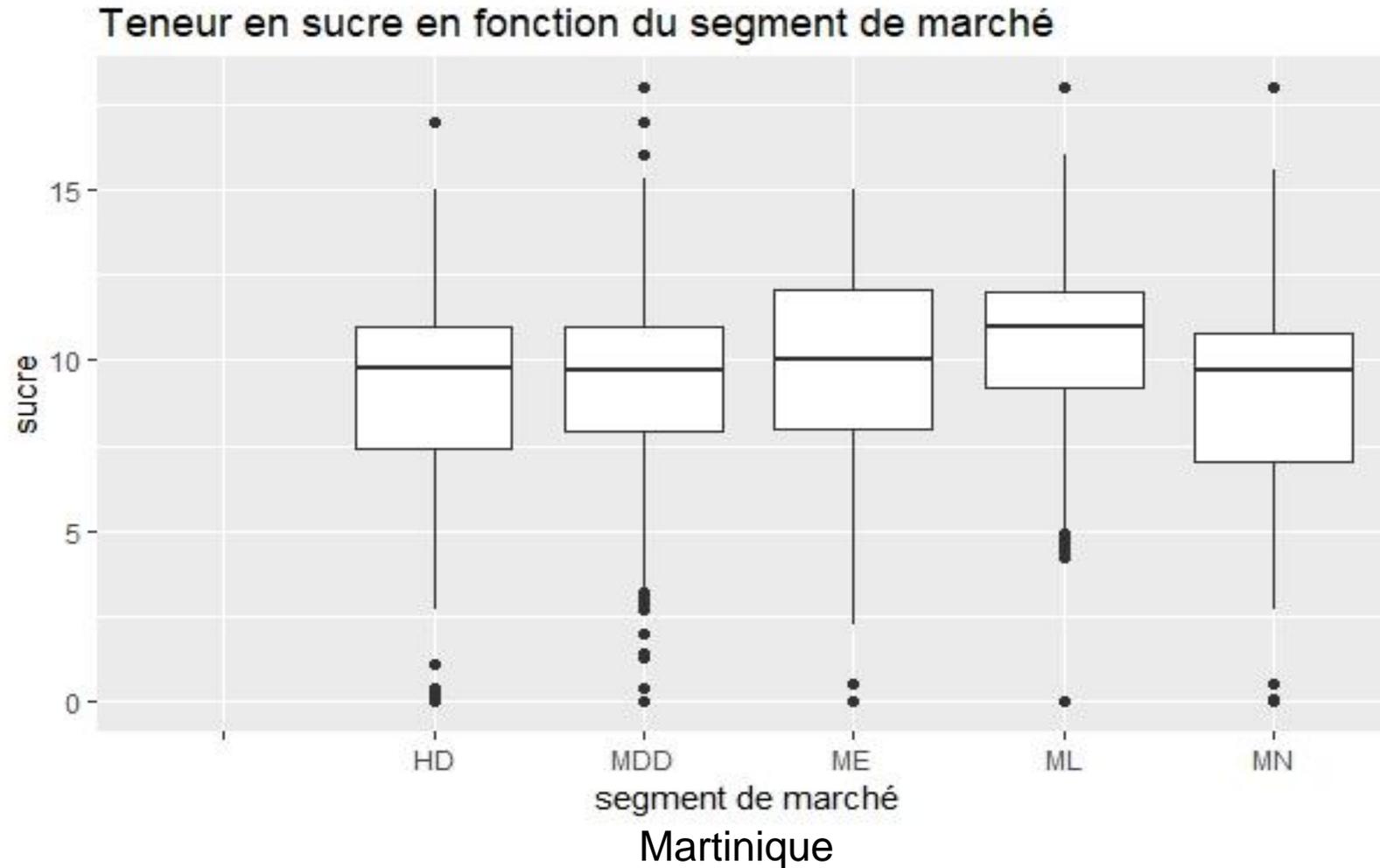
Commune \ Segment de marché	Marques de distributeurs	Marques nationales	Marques locales	Marques étrangères
Baie-Mahault (n=410)	12%	48%	30%	9%
Bouillante (n=474)	12%	48%	29%	11%
Port-Louis (n=284)	5%	49%	32%	14%

**Les marques locales représentent 25% de l'offre aux Antilles**

# Teneurs en sucre par type de boisson

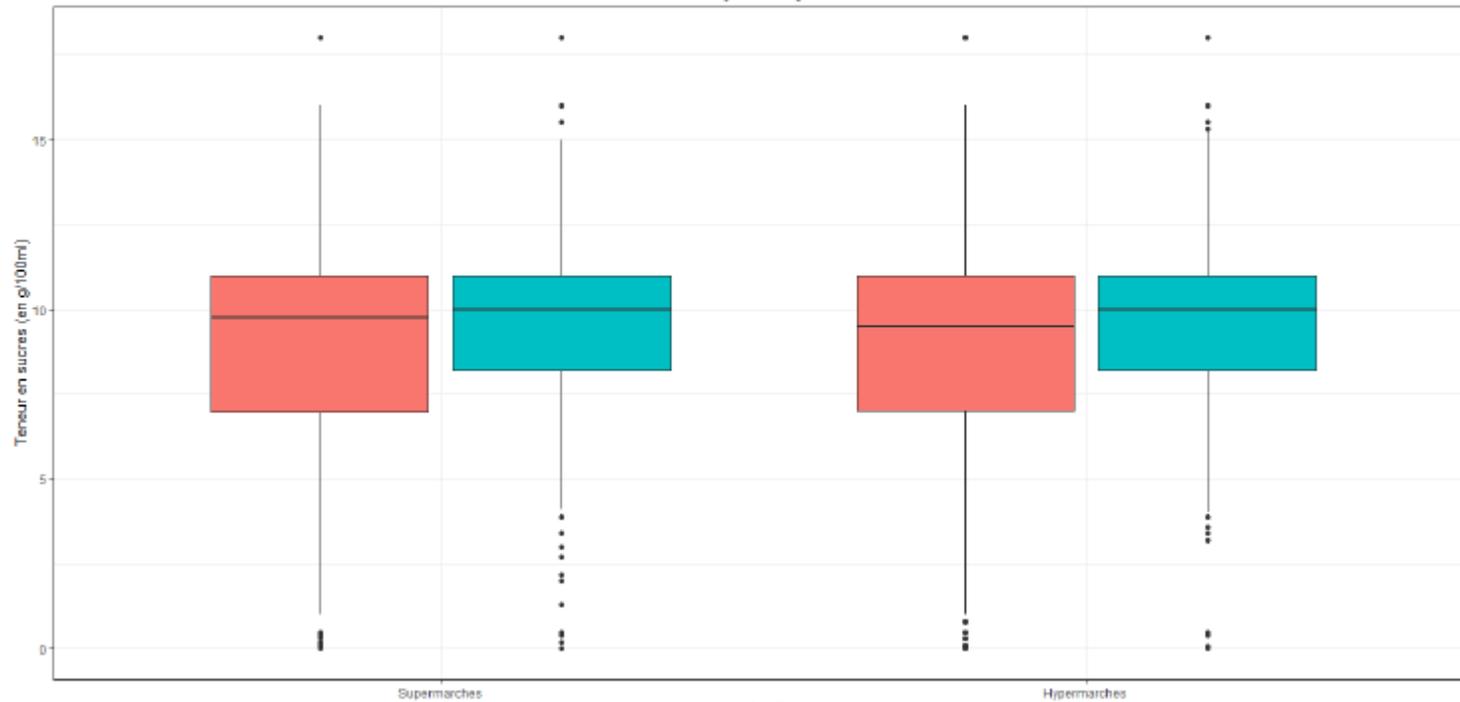


# Teneurs en sucre par type de marque



# Teneurs en sucre par circuit

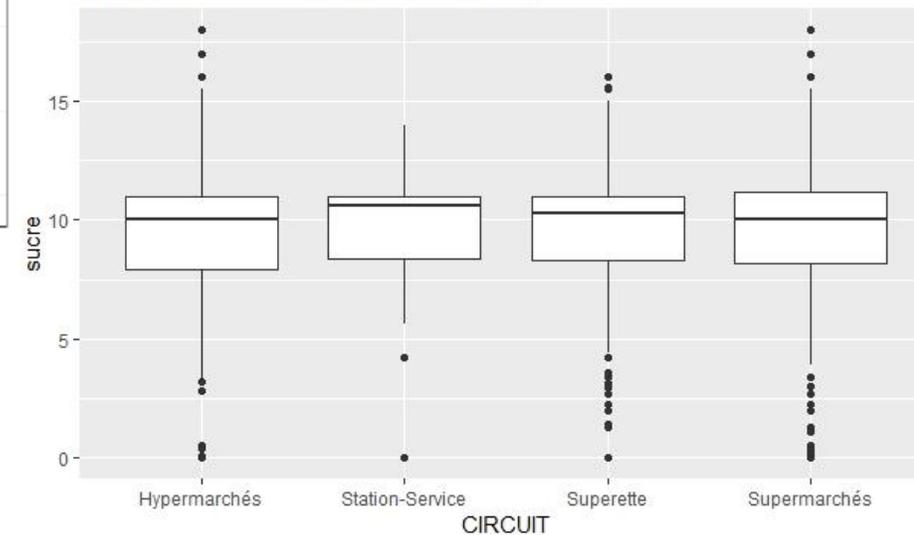
Distribution des teneurs en sucres par circuit de distribution pour chaque département



dep  
 Guadeloupe  
 Martinique

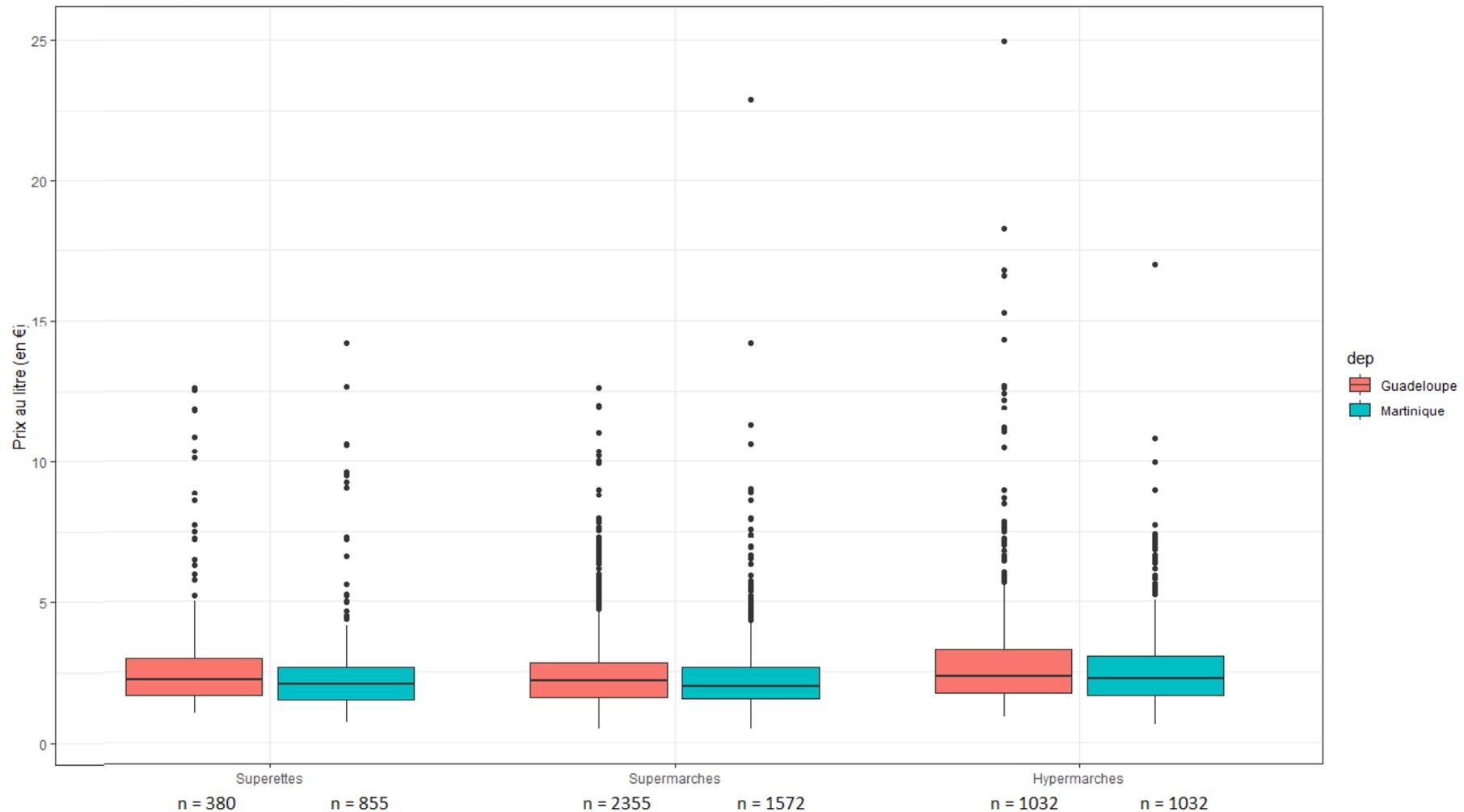
Martinique

Teneur en sucre en fonction des circuits

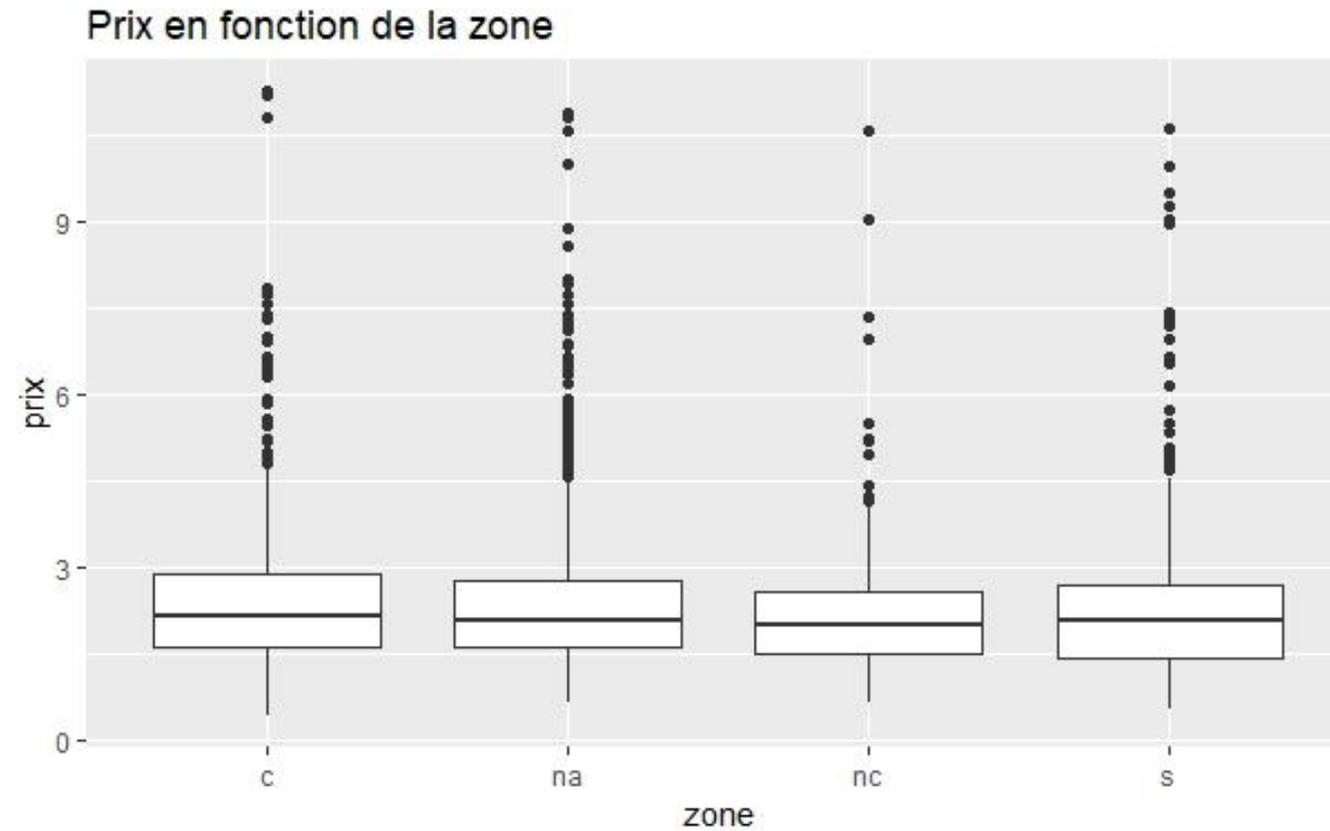


# Distribution du prix par circuit

Distribution des prix au litre par circuit de distribution selon les départements

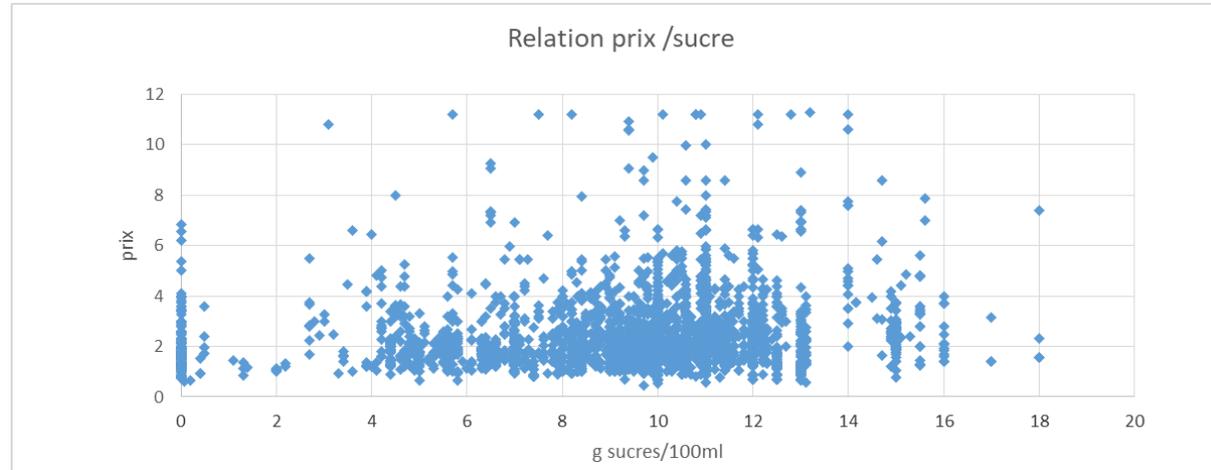


# Distribution du prix par zone



Martinique

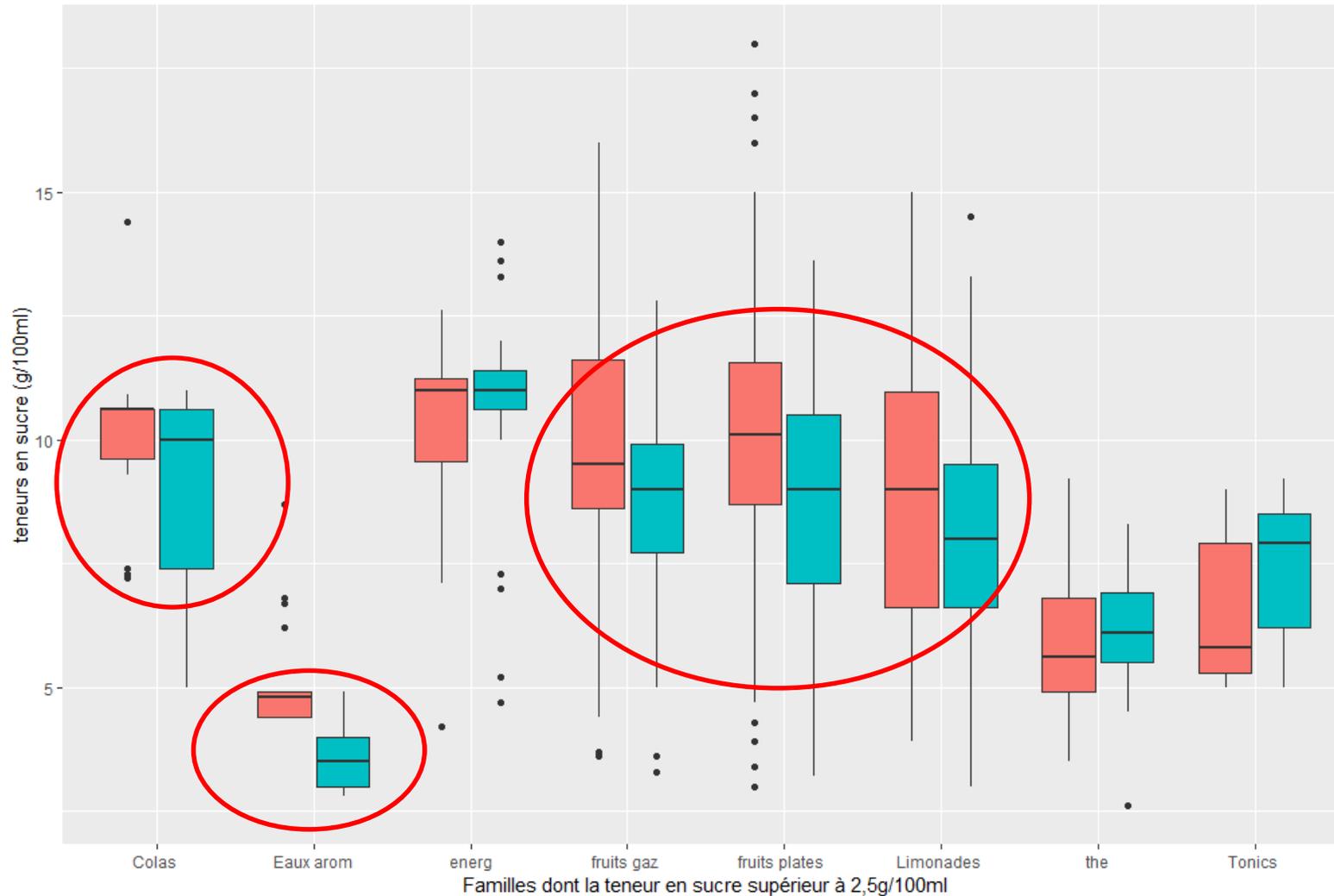
# Relations prix/ teneur en sucre



De façon globale, il n'y a pas de corrélation entre les prix des produits et leurs teneurs en sucre. Toute la gamme des teneurs en sucre est disponible sur toute la gamme des prix. Quels que soient les circuits de distribution (types de commerces, zones, communes) l'ensemble de la gamme des teneurs en sucre est disponible.

# Comparaison Antilles/ Métropole (1)

Teneur en sucres en fonction des familles



- Teneurs en sucre significativement plus élevées pour plusieurs familles de produits
- Mais également des effets inverses pour plusieurs famille (thés, boissons énergétiques, jus de fruits)
- D'autres familles avec des teneurs moyennes équivalentes

# Comparaison Antilles/ Métropole (2)

<b>Familles</b> \ <b>Types de Marque</b>	<b>Marques étrangères</b>	<b>Produits importés (MDD, MN et HD)</b>	<b>Marques locales</b>
Jus de fruits à base de jus concentrés	10,05	9,75	10,03
Nectars	10,66	9,88	10,66
Jus de fruits	9,43	10,28	11,80
Limonades	9,50	7,79	10,88
Boissons aux fruits gazeuses	12,64	8,90	9,36
Boissons aux fruits plates	8,83	9,75	11,04

- Pour des gammes de produits ayant un taux de sucre supérieurs aux Antilles, la teneur des marques locales est supérieure à la métropole
- Pour des gammes de produits ayant des taux de sucre équivalent ou inférieur aux Antilles, la teneur des marques locales est également supérieure

# Comparaison Antilles/ Métropole (3)

	Hexagone (Oqali 2013)					Antilles (Nutwind 2018-2019)				
	Nombre de références (n)	Nombre de références (% du total boissons)	Teneur moyenne en sucre	Ecart-types	Teneur moyenne en sucre (pondérée par nombre total de références)	Nombre de références (n)	Nombre de références (% du total boissons)	Teneur moyenne en sucre	Ecart-types	Teneur moyenne en sucre (pondérée par nombre total de références)
Jus de fruits	875	6,8%	10,8	2,22	<b>10,3</b>	417	18,2%	10,28	3,50	<b>9,9</b>
Jus de fruits à base de concentrés	319	2,5%	10,7	1,67		239	10,5%	9,79	2,29	
Jus de légumes	88	0,7%	4,45	1,79		30	1,3%	5	2,40	
Nectars	356	2,8%	10,21	2,15		342	15,0%	10,06	2,65	
Smoothies	42	0,3%	11,12	1,41		14	0,6%	10,65	8,11	
<b>Total Jus et nectars</b>	<b>1680</b>	<b>13,1%</b>				<b>1042</b>	<b>45,6%</b>			
Boissons au thé à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	227	1,8%	0,22	0,22	<b>6,5</b>	15	0,7%	0,22	3,36	<b>8,1</b>
Boissons au thé à teneur en sucres > 2,5g/100ml	1132	8,8%	6,15	1,20		176	7,7%	5,64	2,19	
Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml	1447	11,3%	<b>8,7</b>	1,70		140	6,1%	<b>9,85</b>	5,80	
Boissons aux fruits plates à teneur en sucres > 2,5g/100ml	2830	22,0%	<b>8,9</b>	2,06		385	16,8%	<b>9,77</b>	3,66	
Boissons énergisantes à teneur en sucres > 2,5g/100ml	582	4,5%	10,83	1,83		47	2,1%	10,31	1,93	
Boissons pour le sport	252	2,0%	5,3	5,40		19	0,8%	5,14	3,23	
Boissons végétales	825	6,4%	4,23	2,51		44	1,9%	7,11	3,10	
Colas à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	801	6,2%	0,05	0,10		34	1,5%	0,62	3,89	
Colas à teneur en sucres > 2,5g/100ml	586	4,6%	9,18	1,75		63	2,8%	10,02	2,24	
Eaux aromatisées à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	528	4,1%	0,03	0,13		37	1,6%	0,87	1,84	
Eaux aromatisées à teneur en sucres > 2,5g/100ml	443	3,4%	3,58	0,63	56	2,4%	6,82	4,68		
Limonades à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	337	2,6%	0,05	0,10	16	0,7%	0,31	4,59		
Limonades à teneur en sucres > 2,5g/100ml	908	7,1%	8,15	1,80	193	8,4%	<b>9,23</b>	3,08		
Tonics et bitters à teneur en sucres > 2,5g/100ml	270	2,1%	7,39	1,39	19	0,8%	6,94	2,26		
<b>Total boissons et eaux sucrées</b>	<b>11168</b>	<b>86,9%</b>				<b>1244</b>	<b>54,4%</b>			
<b>Total</b>	<b>12848</b>	<b>100%</b>			<b>7,0</b>	<b>2286</b>	<b>100%</b>			<b>8,9</b>

# Conclusion Antilles (1)

- On note que les teneurs en sucre moyennes observées aux Antilles dans certaines familles de produits sont significativement supérieures à celles observées en métropole (boissons aux fruits gazeuses et plates, limonades). Dans d'autres familles de produits les teneurs moyennes en sucre sont comparables, les jus de fruits présentant par ailleurs des teneurs inférieures.
- La structure du marché des boissons de la Martinique et de la Guadeloupe, en nombre de références par familles de produits, se distingue fortement de celui de la métropole. On note en Martinique/ Guadeloupe une proportion beaucoup plus élevée de produits de la catégorie des jus et nectars. Au sein des autres groupes de boissons, on trouve une proportion plus élevée de boissons aux fruits plates et gazeuses et de limonades.
- Dans l'ensemble, les familles de produits présentant le plus grand nombre de références sont des familles à teneurs moyennes en sucre parmi les plus élevées.

# Conclusion Antilles (2)

- Si on admet que le nombre de références par familles est un indicateur de la demande en volumes, on note que la structure de la consommation est orientée vers les familles de produits parmi les plus sucrées en moyenne. La conséquence est que l'apport moyen en sucre par référence (qui peut être considéré comme un indicateur de l'apport moyen de sucre, par les boissons, au consommateur) est sensiblement plus élevé en Martinique/ Guadeloupe qu'en métropole (30%).
- On note des différences de présence des types de marques selon les différentes familles de produits. Pour les teneurs en sucre, pas d'effets nets des types de circuits et zones.
- De façon globale, il n'y a pas de corrélation entre les prix des produits et leur teneur en sucre. Toute la gamme des teneurs en sucre est disponible sur toute la gamme des prix. Quels que soient les circuits de distribution (types de commerces, zones, communes), l'ensemble de la gamme des teneurs en sucre est disponible.

# Zoom Saint-Martin

- Des indicateurs de santé particulièrement défavorables :
  - Surpoids enfants 15,4 % et obésité enfants 10,9 % (ORSAG, 2012)
  - Surpoids et obésité des adultes équivalents à la Guadeloupe
  - Les taux d'admission en ALD pour diabète est 2X plus élevé qu'en métropole, et représente 32 % des motifs d'admission en ALD (ORSAG, 2017)
- Une agriculture limitée à l'élevage, production de fruits et légumes marginale
- Un territoire largement ouvert aux importations avec une libre circulation des biens et des personnes entre les deux côtés de l'île

# Zoom Saint-Martin

- Une offre atypique avec des produits courants de grandes enseignes françaises associés à des produits d'origine variée : USA, Mexique, Colombie, ...
- Cohabitation d'enseignes classiques françaises, incluant des produits haut de gamme (yc produits frais),
- avec des supérettes proposant des produits d'origines variées mais très peu de produits frais
- Offre plutôt orientée vers des produits gras, salés et sucrés associée à des habitudes alimentaires sous influence américaine

# Zoom Saint-Martin

- Données d'offre collectées dans 4 magasins, à exploiter
- Etude sur une zone de l'ensemble des établissements vendant de l'alimentation, 55 référencés
- Quelques photos d'illustration

# Zoom Saint-Martin



Offre de spécialités : des pâtés salés et sucrés très riches

# Zoom Saint-Martin



Exemple de supérettes



# Zoom Saint-Martin



Rayon boisson d'une très petite supérette



# Zoom Saint-Martin



# Zoom Saint-Martin



Offre qualitative de produits frais, avec prix en rapport, dans un nombre limité d'établissements

# Perspectives

- Travaux à poursuivre dans le cadre du projet :
  - Compléter les analyses déjà réalisées sur le secteur des boissons
  - Etude des données collectées sur les 3 autres secteurs (biscuits, charcuterie, desserts lactés)
  - Essai d'intégration d'un facteur volume de l'offre dans les analyses, en plus de l'approche par le nombre de références
  - Retour vers les établissements enquêtés à poursuivre

# Perspectives

- Intérêt démontré de l'intérêt de la connaissance et de l'analyse de l'offre qui est spécifique aux Antilles : quelles perspectives pour un observatoire de l'offre aux Antilles?
  - Suivi ciblé sur familles les + contributives?
  - Partenariat avec les acteurs de la distribution pour collecte de données informatisées?
  - Comparaison des données collectées avec des bases de données existantes (de type Open Food Facts) pour évaluer leur qualité et leur utilisation pour suivre l'offre ?



Merci de votre attention