

Quinze ans d'achats de produits sucrés : moins de sucre, davantage de produits transformés

Danielle Besson, division Synthèse des biens et services, Insee

Depuis quinze ans, les ménages ont légèrement accru la part des produits sucrés dans leur budget alors même qu'ils ont réduit la part de l'ensemble des produits alimentaires. Cette progression se concentre sur les produits transformés. Les achats des ménages se sont déplacés vers les produits à base de chocolat et les confiseries. À l'inverse, les achats de sucre en morceaux ou en poudre diminuent, en partie en raison du déclin de la confection de pâtisseries à domicile.

La part des achats de produits sucrés dans le budget des ménages français est proche de la moyenne européenne. L'Irlande et l'Espagne sont les pays les moins amateurs, les pays baltes et la Pologne les plus grands consommateurs de produits sucrés.

En France, les produits sucrés n'apportent que 36 % de l'ensemble des quantités de glucides simples présents dans l'alimentation quotidienne en 2004, contre 42 % en 1990. En effet, le reste des glucides simples est apporté par d'autres aliments tels que les boissons rafraîchissantes, sirops, jus de fruits et nectars, qui se sont beaucoup développés sur la période.

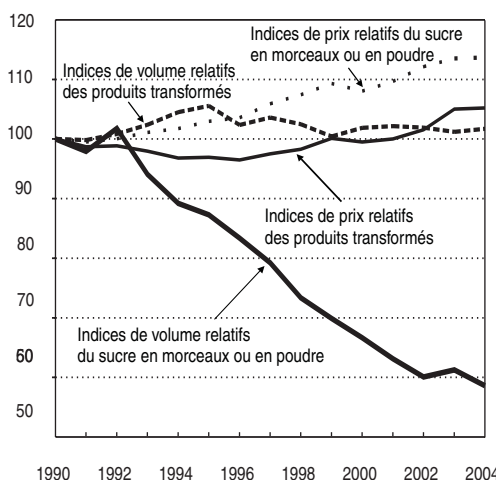
Les « produits sucrés » (*définitions*) achetés par les ménages comprennent le sucre, en morceaux ou en poudre (ou sucre de table), le miel, le chocolat et les confiseries (de sucre et de chocolat) ; elles incluent aussi les glaces et les sorbets, les conserves de fruits ainsi que les édulcorants par analogie de fonction (*définitions*).

En quinze ans, les ménages ont réduit la part de budget qu'ils consacrent à leur alimentation et aux boissons non alcoolisées à domicile

(*sources*) : cette part est passée de 15,7 % en 1990 à 14,3 % en 2004. Dans le même temps, les dépenses en produits sucrés sont passées de 1,0 % du budget en 1990 (6,6 % du budget alimentaire) à 1,1 % (7,5 % du budget alimentaire) en 2004 ; soit, pour cette dernière année, 9,8 milliards d'euros ou 158 euros par habitant. Les « produits vecteurs de glucides simples » constituent un ensemble beaucoup plus large : ils comprennent les boissons rafraîchissantes, les fruits, les jus de fruits, le pain et les pâtisseries, le lait et les produits laitiers (*encadré*). Ces produits représentent 6,5 % du budget des ménages en 2004 et 45,6 % du budget alimentaire. En volume, les dépenses en produits sucrés se sont accrues de 1,7 % par an en moyenne depuis 1990 (*sources*), un rythme quasiment identique à celui de l'ensemble des dépenses de consommation. Cette progression d'ensemble se décompose en une hausse des produits transformés de 2 % par an et un déclin de même ampleur du sucre en morceaux ou en poudre (*graphique 1*).

① Indices de prix et de volume relatifs du sucre et des produits transformés

Indices relatifs base 100 = 1990



Les indices de prix et de volume relatifs à la dépense de consommation des ménages ont été calculés en divisant les indices de prix et de volume de chacun des produits par les indices respectifs de prix et de volume de la dépense de consommation des ménages.

Source : comptes nationaux, base 2000, Insee.

Le déclin de la pâtisserie maison a fait chuter les achats de sucre

Entre 1990 et 2004, la quantité de produits sucrés achetés (*sources*) par les ménages a été quasi constante, environ 29 kilogrammes par habitant et par an. Mais les Français ont acheté de plus en plus de produits transformés et diminué d'autant le sucre en morceaux ou en poudre, qui ne représente plus que 7 kilogrammes par habitant, contre 10 en 1990. Cette tendance s'explique en partie par la hausse de prix : le prix du sucre a augmenté plus vite que le prix des produits transformés et plus généralement que le prix de l'ensemble de la dépense de consommation des ménages. Mais elle s'explique sans doute également par une baisse de la confection de pâtisseries ou de confitures à domicile, qui nécessite du sucre comme ingrédient. Aujourd'hui, les ménages recourent de plus en plus aux pâtisseries fraîches ou industrielles. En 2004, le sucre en morceaux ou en poudre représente 6,1 % des dépenses en produits sucrés contre 9,5 % en 1990 (*tableau 1*). Sur les quinze dernières années, les

L'offre et la demande de glucides simples

La quantité de glucides simples d'environ 3 millions de tonnes en 2004, calculée dans cette étude, est une estimation. Elle repose sur les dépenses de consommation des ménages en France issues des comptes nationaux et sur les taux de glucides simples évalués par l'Agence française pour la sécurité sanitaire des aliments (Afssa), supposés constants sur la période 1990-2004, pour chaque produit renfermant des glucides simples. Cette teneur en glucides simples est calculée sur un échantillon représentatif des aliments mis à la disposition des consommateurs. Cette demande est la contrepartie d'une

offre constituée principalement du saccharose issu des sucres de betterave ou de canne (2,2 millions de tonnes), mais aussi de l'hydrolyse de l'amidon (0,4 million de tonnes) et des sucres présents naturellement dans les fruits et le lait (un peu moins de 0,8 million de tonnes). Une étude américaine, «*Estimating and Addressing America's Food Losses*» de Linda Scott Kantor et *alii* de 1997, évalue jusqu'à 25 % le pourcentage de pertes entre la production de glucides simples et leur «*ingestion*» à titres divers (transformation, produits périmés, fruits et légumes trop mûrs et invendables dans les commerces...).

dépenses en miel ainsi que leur part dans les dépenses des ménages en produits sucrés ont légèrement augmenté. Le miel a bénéficié d'un prix relatif qui baissait jusqu'en 1996, puis qui est resté modéré jusqu'en 2001. En 2002, les importations de miel chinois ont été interdites dans l'Union européenne, provoquant un déséquilibre sur le marché. Les prix ont alors fortement augmenté : + 4,3 % en 2002, + 12,2 % en 2003 et + 6,4 % en 2004.

Les confiseries de sucre ont progressé plus vite que la chocolaterie

Parmi les produits transformés, les confiseries de sucre et la pâte à tartiner au cacao ont connu le plus fort succès. De 1990 à 2004, les achats des ménages en chocolaterie sont passés de 5,4 à 7,3 kilogrammes par habitant (*tableau 2*), favorisés par une évolution de prix modérée jusqu'en 2001. Les tablettes de chocolat noir ont désormais plus de faveur que le chocolat au lait ; le chocolat blanc est resté beaucoup plus marginal. Les achats de pâte à tartiner au cacao ont plus que doublé. Au sein des confiseries de chocolat, contrairement aux barres chocolatées, les bouchées, rochers et pavés se sont nettement développés depuis l'an 2000. Les confiseries de sucre, et surtout les pâtes de fruits et les produits gélifiés (crocodiles ou petits oursours gélifiés), ont crû encore plus vite (+ 2,8 % par an en moyenne à prix constants) que la chocolaterie (+1,8 % par an). En 2004, 60 % de la «*petite confiserie de poche*» et 91 % des chewing-gums étaient sans sucre ou avec édulcorants ; les tablettes de chewing-gum sont désormais plus prisées que les dragées, contrairement à la situation de 1990. Au-delà des aléas liés aux conditions météorologiques, les achats de glaces et sorbets se maintiennent sur la période. En 1990, les consommateurs préféraient les fruits au sirop aux «*compotes de fruits*» et en mangeaient deux fois plus. Depuis 1999, la tendance s'est inversée ; en 2004, ils ont mangé deux

1 Dépenses des ménages en produits sucrés

	Coefficients budgétaires (en %)		Valeur 2004 (millions d'euros)
	1990	2004	
Poids dans la dépense de consommation des ménages			
des produits alimentaires et boissons non alcoolisées	15,7	14,3	130 746
des produits alimentaires seuls	14,8	13,2	120 859
des produits sucrés (fonction 0118)	1,0	1,1	9 830
Produits sucrés (fonction 0118), dont :	100,0	100,0	9 830
Chocolat et confiseries de chocolat, dont :	41,4	44,6	4 380
Confiseries de chocolat (y compris barres)	17,1	16,0	1 568
Tablettes de chocolat (hors barres et chocolat blanc)	15,3	15,4	1 516
Tablettes de chocolat blanc	0,5	0,6	57
Cacao en poudre sucré	4,4	3,8	377
Pâte à tartiner au cacao	4,1	8,8	863
Confiseries de sucre, dont :	19,2	21,2	2 085
Autres confiseries de sucre	11,4	14,3	1 405
Chewing-gums	7,0	6,4	631
Fruits confits	0,8	0,5	49
Glaces et sorbets	17,1	16,2	1 590
Conserves de fruits¹, dont :	10,0	9,2	908
Confitures et gelées	3,5	3,4	338
Fruits aux sirop	4,3	2,9	288
Compotes	2,2	2,9	282
Sucre en morceaux ou en poudre	9,5	6,1	603
Miel	1,7	2,1	202
Édulcorants	1,1	0,6	62

1. Une moitié est comptabilisée dans la fonction 0118 (sucre, confitures, miel, chocolat et confiseries) et l'autre moitié dans la fonction 0116 (fruits).

Sources : comptes nationaux, base 2000, Insee, L'Alliance 7 et Cedus.

② Achats de produits sucrés par les ménages

en kg par personne

	1990	1995	1999	2000	2004
Chocolat (y compris chocolat blanc), dont :	3,0	3,4	3,8	3,7	4,1
Tablettes de chocolat (hors barres et chocolat blanc)	1,5	1,6	1,8	1,8	1,7
Cacao en poudre sucré	0,9	1,0	1,0	0,9	1,1
Pâte à tartiner au cacao	0,5	0,8	0,9	0,9	1,2
Tablettes de chocolat blanc	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Confiseries de chocolat	2,4	2,8	3,0	3,2	3,2
Confiseries de sucre, dont :	2,7	3,6	3,4	3,7	3,7
Autres confiseries de sucre	2,0	2,7	2,6	2,8	3,1
Chewing-gums	0,5	0,7	0,7	0,8	0,5
Fruits confits	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Sucre en morceaux ou en poudre	10,1	9,3	8,5	8,0	7,3
Glaces et sorbets	3,8	4,0	3,5	3,8	3,7
Compotes de fruits	1,6	1,8	2,2	2,3	3,1
Confitures et gelées	2,4	2,7	2,6	2,6	2,1
Fruits au sirop	3,0	2,0	1,6	1,7	1,6
Miel	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5
Total des produits sucrés	29,4	30,0	29,1	29,5	29,3

NB : le chocolat blanc, composé de beurre de cacao, bien que classé en "confiseries de sucre" dans les nomenclatures douanières et de Classification des produits française, a vocation à figurer dans l'agrégat "chocolat" en analyse de marché.

Sources : Annuaire statistique de la France 2006, Insee, L'Alliance 7 et Cedus.

fois plus de « compotes ou desserts de fruits », produits plus élaborés que les fruits au sirop.

Après une forte hausse entre 1990 et 1992 (+ 5,8 % par an), les achats d'édulcorants sont restés stables, malgré un prix relatif en baisse constante.

Les Français ne sont pas les Européens les plus gourmands en produits sucrés

Avec 1,1 % de leur budget consacré aux **produits sucrés** en 2004, les Français se situent au niveau de la moyenne de l'Europe des 25 (1,2 %) (*graphique 2*). Leurs dépenses sont comparables à celles des Allemands et des Britanniques. Les Néerlandais et surtout les Irlandais et les Espagnols sont beaucoup plus modérés. À l'inverse, dans les pays baltes et en Pologne, les ménages consacrent une part plus importante de leur budget aux produits sucrés.

La part du sucre en morceaux ou en poudre dans la consommation des produits sucrés est sensiblement plus élevée en 2004 dans les pays d'Europe centrale et orientale, nouveaux accédants à l'Union européenne.

Les Français consacrent 0,7 % de leur budget au **chocolat et aux confiseries**, soit un peu moins que le Royaume-Uni et l'Allemagne (0,8 %) mais un peu plus que la moyenne de l'Union européenne des 25. En 2003, au sein de l'Europe des 15, les achats en **chocolaterie** par habitant sont très différents selon les pays. Ceux de la France (6,8 kilogrammes par

habitant) sont supérieurs à ceux des Pays-Bas (4,4 kilogrammes). Mais ils sont inférieurs à la moyenne de l'Union européenne (7,0 kilogrammes), à ceux du Royaume-Uni (9,2 kilogrammes) et de l'Allemagne (10,5 kilogrammes). Les achats de **confiseries de sucre** en France (3,6 kilogrammes par habitant) sont inférieurs à la moyenne de l'Union européenne (4,3 kilogrammes), à ceux du Royaume-Uni (5,7 kilogrammes), mais aussi de l'Allemagne (6,1 kilogrammes). Les Suédois sont bien plus gourmands en **glaces et sorbets** que les Français et les Néerlandais préfèrent de loin les **confitures et le miel**.

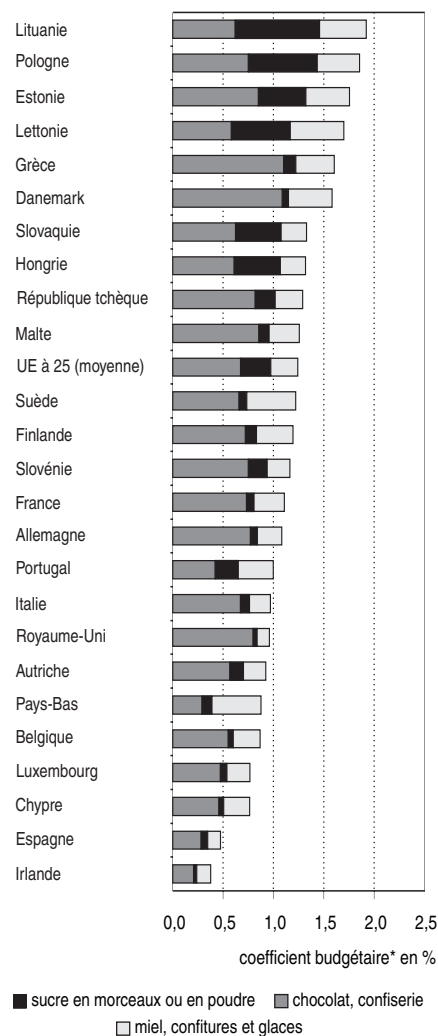
Les produits sucrés n'apportent que 36 % des glucides simples contre 42 % en 1990

La quantité de glucides simples présente dans les produits achetés par les ménages (*définitions*) est passée de 2,7 millions de tonnes en 1990 à 3 millions en 2004 (*graphique 3*) soit une hausse de 1,0 % par an, deux fois supérieure à la hausse de la population (+ 0,5 % par an). Cette croissance a été estimée en supposant constante la teneur en glucides simples par produit donné (en particulier les boissons allégées ont été distinguées des boissons sucrées).

En 2004, les produits sucrés achetés par les ménages apportent 36 % de l'ensemble des quantités de glucides

simples présents dans l'alimentation contre 42 % en 1990. Leur part est en baisse mais les quantités achetées sont stables. Les produits tels que les fruits, jus de fruits, nectars, laits et produits laitiers en apportent 36 % contre 32 % en 1990 ; ces produits contiennent déjà naturellement beaucoup de glucides simples, mais les industries qui les produisent incorporent également du sucre de canne ou de betterave. D'autres produits contiennent du sucre ajouté, tels que les pâtisseries, céréales pour petits déjeuners et surtout les boissons rafraîchissantes (dont les sodas) et les sirops ; ils apportent 28 % des quantités de glucides simples de l'alimentation contre 26 % en 1990. De 1990 à 2004, en neutralisant l'effet de l'augmentation

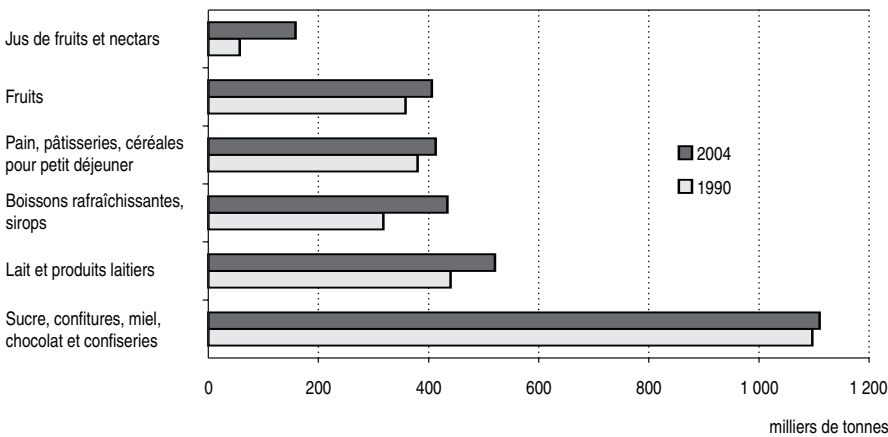
② Part du budget des ménages consacrée aux produits sucrés en 2004



* Le coefficient budgétaire est le rapport de la dépense en produits sucrés à la dépense totale de consommation des ménages.

Sources : comptes nationaux, Insee, Eurostat.

③ Quantités de glucides simples présentes dans chacun des produits achetés par les ménages



Sources : *Annuaire statistique de la France, Insee et Rapport Glucides et santé, octobre 2004, Afssa.*

de la population, la quantité de glucides simples dans l'alimentation a augmenté moins vite (+ 7,3 % en 15 ans) que la quantité de produits achetés renfermant des glucides simples (+ 8,7 %). Cet écart s'explique principalement par le développement des boissons allégées, à teneurs plus ou moins réduites en sucre ou contenant des édulcorants.

Celles-ci ont crû très fortement, de 11,5 % par an en moyenne, pour atteindre 8 litres par habitant en 2004. Elles représentent désormais 14 % des boissons rafraîchissantes contre 8 % cinq ans plus tôt.

Sources

Données issues de la Comptabilité nationale, chiffres 2005 concernant la consommation des ménages (bibliographie) et d'Eurostat ; de l'Agence française pour la sécurité sanitaire des aliments (Afssa) pour les teneurs en glucides simples, ainsi que de différents syndicats et organismes professionnels : L'Alliance7 (organisation qui réunit 9 professions de l'alimentaire), le

Centre d'études et de documentation du sucre (Cedus) et l'Association of the Chocolate, Biscuit & Confectionery Industries of the EU (Caobisco) pour les autres pays.

« Achats » ou « ingestion »

Dans cette étude, le terme de « consommation » associé à des quantités renvoie aux « achats » et non à l'« ingestion ». Les quantités correspondantes, mesurées par des études nutritionnelles, sont un peu inférieures à celles faisant l'objet d'« achats », qui ne tiennent pas compte des « pertes ».

Les données **en valeur et à prix constants** ne prennent en compte que les produits consommés à domicile. Les produits pris dans les cafés, restaurants et cantines sont comptabilisés dans les services fournis par ces établissements. Les produits contenant des édulcorants sont comptabilisés avec les mêmes produits à base de sucre.

Les produits sucrés constituent la fonction 0118 « sucre, confitures, miel, chocolat et confiseries » de la classification de la consommation individuelle par fonction.

Les données **en kilogrammes par habitant** correspondant aux « achats » sont mesurées à partir des ventes et du commerce extérieur pour calculer une consommation « apparente » ou « disponible » sur le territoire. Elles comprennent dans ce cas la consommation dans les cafés et les

restaurants, ainsi que les consommations des touristes, mais ne tiennent pas compte des pertes.

Définitions

Produits sucrés : sont considérés ici comme produits sucrés, le sucre – en morceaux ou en poudre –, le miel, le chocolat et les confiseries (de sucre et de chocolat), les glaces et sorbets, les conserves de fruits dont les confitures et gelées, les fruits au sirop et les compotes, ainsi que les édulcorants.

Le terme « glucides totaux » regroupe les amidons et les sucres ou « **glucides simples** ». Les glucides simples sont des petites molécules (mono et disaccharides) au goût sucré. Ils sont consommés quotidiennement sous forme de saccharose (sucre en morceaux ou en poudre et fruits), fructose (fruits et légumes), glucose (présent dans les fruits et les légumes ou utilisé comme ingrédient), lactose (lait) et maltose.

Les **édulcorants** sont des substances chimiques au pouvoir sucrant supérieur à celui du saccharose ou du sucre blanc. On distingue :

- les édulcorants massiques ou de charge (polyols) qui apportent une valeur calorique ;
- les édulcorants intenses (aspartame...) sans apport calorique aux doses d'utilisation.

Bibliographie

« La consommation des ménages en 2004 », *Insee Résultats* société n° 40 (avec cédérom), août 2005 et « La consommation des ménages en 2005 », *Insee Résultats*, disponible sur insee.fr en juillet 2006.

Annuaire statistique de la France, 2006.

L'Agence française pour la sécurité sanitaire des aliments :

site internet www.afssa.fr

« Rapport Glucides et santé. État des lieux, évaluation et recommandations », Afssa, octobre 2004.

INSEE PREMIÈRE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : www.insee.fr (rubrique Publications)

Vous pouvez vous abonner gratuitement aux avis de parution dans <http://www.insee.fr/fr/ppp/abonnement/abonnement.asp#formulaire>

BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2006

Abonnement annuel : 74 € (France) 92 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Tél : _____

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ €.

Date : _____ Signature

Direction Générale :

18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14

Directeur de la publication :

Jean-Michel Charpin

Rédacteur en chef :

Daniel Temam

Rédacteurs : R. Baktavatsalou,

C. Benveniste, C. Dulon,

A.-C. Morin

Maquette : RPV

Code Sage IP061088

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2006



INSEE
INSTITUT NATIONAL
DE LA STATISTIQUE
ET DES ÉTUDES
ÉCONOMIQUES