

# POSITIONS

La lettre des protéines végétales

N° 61 | Octobre 2016



sommaire

➤ **Brèves p. 1**

Le GEPV au Protein Summit à Lille  
Protéines végétales : la clé pour nourrir les  
consommateurs de demain ?

➤ **Baromètre GEPV 2016 p. 2**  
**Protéines végétales, des ingrédients de  
plus en plus connus**

## BRÈVES

### ● LE GEPV AU PROTEIN SUMMIT À LILLE

La neuvième édition du Protein Summit, organisée par l'agence néerlandaise Bridge2Food, s'est tenue à Lille du 19 au 21 septembre. Près de 300 participants venus du monde entier étaient attendus pour en savoir plus sur les tendances du marché et les innovations autour des protéines, et partager leur vision du secteur. Plusieurs sessions de conférences ont notamment été organisées autour de trois grandes thématiques : les perceptions et comportements du consommateur ; les nouveaux ingrédients et procédés ; et enfin, les nouveaux aliments riches en protéines et les différents canaux de distribution. Le GEPV est intervenu le 20 septembre dans le cadre de la première thématique, avec comme sujet « *Use of plant proteins in food in France : which products and what about consumer perception ?* ».



### ● PROTÉINES VÉGÉTALES : LA CLÉ POUR NOURRIR LES CONSOMMATEURS DE DEMAIN ?

Volonté de consommer des produits de meilleure qualité nutritionnelle, recherche croissante de produits durables, montée en puissance du végétarisme et du flexitarisme, matières protéiques végétales souvent moins chères que les protéines animales : de nombreux facteurs soutiennent l'essor des protéines végétales. Lors des dernières Journées Aliments & Santé (JAS), qui se sont tenues à La Rochelle le 16 juin, le GEPV est intervenu sur ce thème, avec une conférence intitulée « *Protéines végétales, la clé pour nourrir les consommateurs de demain ?* ». L'occasion de montrer en quoi les protéines végétales représentent une véritable alternative pour l'alimentation de demain.



➤ L'intervention est en ligne sur [www.gepv.asso.fr](http://www.gepv.asso.fr).



LETTRE d'INFORMATION du GEPV (Groupe d'Étude et de Promotion des Protéines Végétales)  
GEPV : 66 rue La Boétie, 75008 Paris - Tél. : 01 82 73 00 66 - e-mail : [gepv@66laboetie.fr](mailto:gepv@66laboetie.fr) - [www.gepv.asso.fr](http://www.gepv.asso.fr)



## BAROMÈTRE GEPV 2016 : PROTÉINES VÉGÉTALES, DES INGRÉDIENTS DE PLUS EN PLUS CONNUS

Les perspectives de consommation des protéines végétales sont à la hausse. Dans ce contexte, comment accompagner leur introduction dans les assiettes ? Comme en 2011 et 2014, le GEPV a mené une enquête sur la perception des protéines végétales par les consommateurs français. Ce qu'il en ressort ? Une image globalement bonne, mais divisée. Retour sur les principaux enseignements du baromètre GEPV 2016.



Les Français et l'alimentation, avant tout une histoire de plaisir et d'équilibre.

### Manger équilibré, sans oublier le goût ni le plaisir

→ Bien manger ? C'est ...

**Manger équilibré (74 %)**

Des produits de qualité (53 %)

Manger varié (52 %)

**A noter  
la progression  
du bio**

→ Hausse des achats de produits bio (62 % en 2011, 65 % en 2014, 66 % en 2016)

→ Les critères les plus importants concernant l'alimentation sont...

**Goût / Plaisir (58 %)**

Qualités nutritionnelles (30 %)

Origine produits (29 %)

Prix (26 %)

Diversité (21 %)

→ Hausse des associations « bien manger = bio » (10 % en 2011, 13 % en 2014, 18 % en 2016)

Le baromètre GEPV 2016 confirme ce que les précédents soulignaient déjà : en matière d'alimentation, les Français sont avant tout attachés à l'équilibre (synonyme de « bien manger » pour 74 % d'entre eux) et au plaisir (l'un des critères les plus importants concernant l'alimentation pour 58 %). On retrouve ensuite d'autres notions, déjà plébiscitées lors des précédentes enquêtes : les produits de qualité et la variété, associés au « bien manger » par plus de la moitié des Français ; les qualités nutritionnelles, l'origine des produits et le prix, cités parmi les critères les plus importants concernant l'alimentation respectivement par 30 %, 29 % et 26 % des Français interrogés. A noter que la filière bio connaît une ascension continue depuis 2011. 18 % des Français

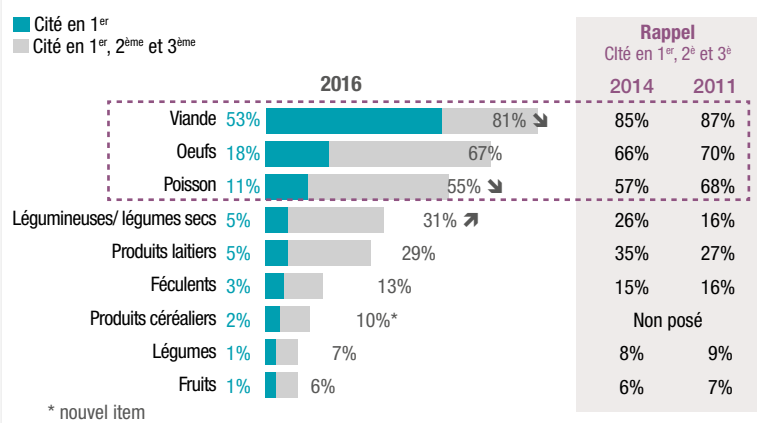
l'associent au « bien manger », contre 10 % en 2011 et 13 % en 2014. Et les achats de produits bio progressent : de 62 % en 2011 à 65 % en 2014, ils concernent 68 % des sondés en 2016. L'achat de produits végétariens augmente également : 24 % en 2011, 26 % en 2014 et 28 % en 2016.

### ■ TABLEAU NUTRITIONNEL : 1 FRANÇAIS SUR 4 REGARDE LES PROTÉINES

Quid de l'information nutritionnelle ? En dehors des emballages alimentaires (cités comme source d'information par 40 % des personnes interrogées) et d'Internet (36 %) qui restent stables depuis les précédentes enquêtes, toutes



Figure 1-1. Selon vous, parmi les catégories d'aliments suivantes, quelles sont les trois qui contiennent le plus de protéines ?



44 % des Français estiment qu'il y a autant de protéines végétales dans les légumes secs que dans la viande.

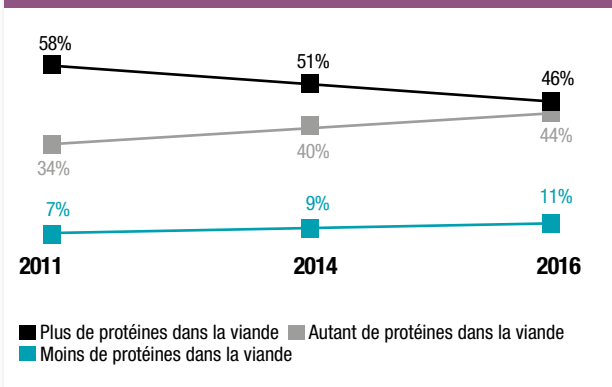
les autres sources d'information accusent une baisse significative (médecin, magazines santé, publicité, presse féminine, etc.). Et globalement, les Français s'informant sur les aspects nutritionnels sont moins nombreux qu'avant : 85 % citaient au moins une source d'information en 2011, 80 % en 2014 et seulement 75 % en 2016.

Sur les tableaux nutritionnels des emballages, ils regardent avant tout les calories (43 % les regardent souvent ou toujours), puis les glucides (35 %), les lipides (34 %), les protéines (28 %), et enfin, les fibres (21 %). A noter que 20 % des Français ne regardent jamais la teneur en protéines des produits alimentaires, et 24 % ne la regardent que rarement. Ceux qui la regardent souvent sont avant tout des personnes suivant un régime (proté-

iné, sans sel, amincissant...) et/ou issus de foyers comptant des végétariens.

Mais les Français sont aussi de plus en plus nombreux à associer des fonctions nutritionnelles aux protéines. En tête des fonctions citées, on retrouve la participation au renouvellement des tissus musculaires (81 %), suivi du rôle dans la croissance osseuse (75 %) puis de celui dans la construction cellulaire (73 %). Leur apport énergétique est cité par 57 % des sondés, contre 51 % et 49 % en 2011 et 2014.

Figure 1-2. D'après vous, il y a dans la viande plus, autant ou moins de protéines que dans les légumes secs ?



### ■ LÉGUMES SECS ET PROTÉINES : DEUX NOTIONS DE PLUS EN PLUS ASSOCIÉES PAR LE CONSOMMATEUR

Quand on questionne les Français sur les aliments qui contiennent le plus de protéines, le trio viande/œufs/poisson caracole toujours en tête en 2016, cités par respectivement 81 %, 67 % et 55 % des Français (voir figure 1-1). Mais ces chiffres sont en baisse : en 2011, ils atteignaient 87 % pour la viande, 70 % pour les œufs et 66 % pour le poisson. A l'inverse, juste au pied du podium dorénavant, les légumineuses et légumes secs sont cités par 31 % des Français, contre 16 % en 2011 et déjà 26 % en 2014. A noter que ce chiffre monte à 52 % chez les sondés comptant des végétariens dans leur foyer. Les féculents arrivent en 6<sup>e</sup> position (13 %), après les produits

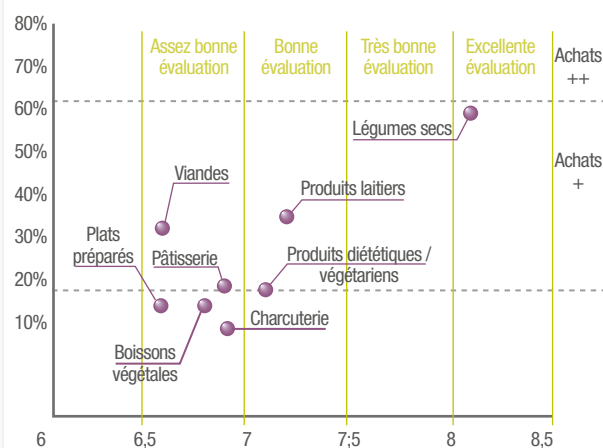


laitiers (29 %) et avant les produits céréaliers (10 %), avec en queue de peloton, les légumes (7 %) et les fruits (6 %). Et quand on leur demande de comparer la présence de protéines entre la viande et les légumes secs, 44 % des Français estiment qu'il y en a autant ; ils étaient seulement 34 % en 2011. A l'inverse, ils étaient 58 % en 2011 à dire qu'il y avait plus de protéines dans la viande ; ils sont aujourd'hui 46 % (voir figure 1-2).

### 7 FRANÇAIS SUR 10 CONNAISSENT LES PROTÉINES VÉGÉTALES

Après une nette progression en 2014 (passant de 61 à 70 %), le taux de Français connaissant les protéines végétales est aujourd'hui stable. Pois, lentilles, soja, fèves : tous ces aliments sont connus du grand public. Seuls le lupin et les micro-algues restent encore méconnus par plus de la moitié des personnes interrogées. Et quand on leur demande quels sont parmi eux les plus riches en protéines, les lentilles arrivent largement en tête et affichent une nette progression (citées en 1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> par 69 % des sondés, contre 49 % en 2014). Suivent le soja

Figure 2. Légumes secs, les plus appréciés et les plus achetés



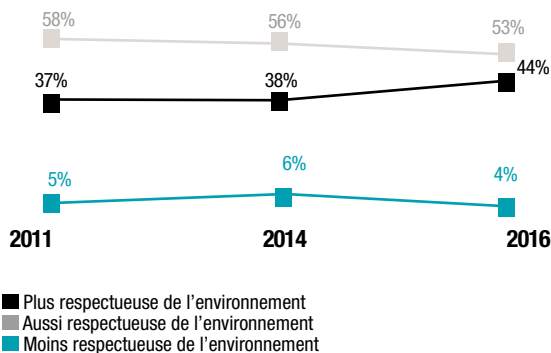
Note d'appréciation (en abscisses) et taux d'acheteurs (en ordonnées) de plusieurs types de produits contenant des protéines végétales

### Protéines végétales versus animales : les perceptions changent

L'image des protéines végétales au regard des protéines animales évolue. De plus en plus de Français y voient des sources de protéines similaires. 44 % estiment ainsi aujourd'hui qu'il y a autant de protéines dans les légumineuses et légumes secs que dans la viande, contre 40% en 2014 et 34 % en 2011. Les protéines végétales sont également de plus en plus perçues comme respectueuses de l'environnement.

Elles sont également perçues comme de meilleure qualité nutritionnelle que les protéines animales. Mais d'un point de vue gustatif, la balance penche en revanche du côté des produits animaux.

Selon vous, comparativement à la production de protéines animales, la production de protéines végétales est-elle...



Pensez-vous que par rapport aux protéines d'origine animale, les protéines végétales sont...

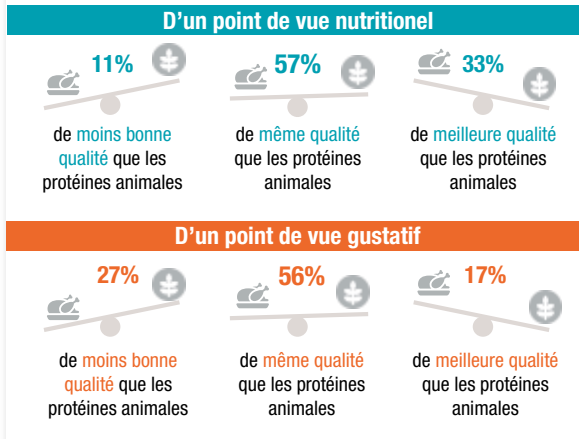
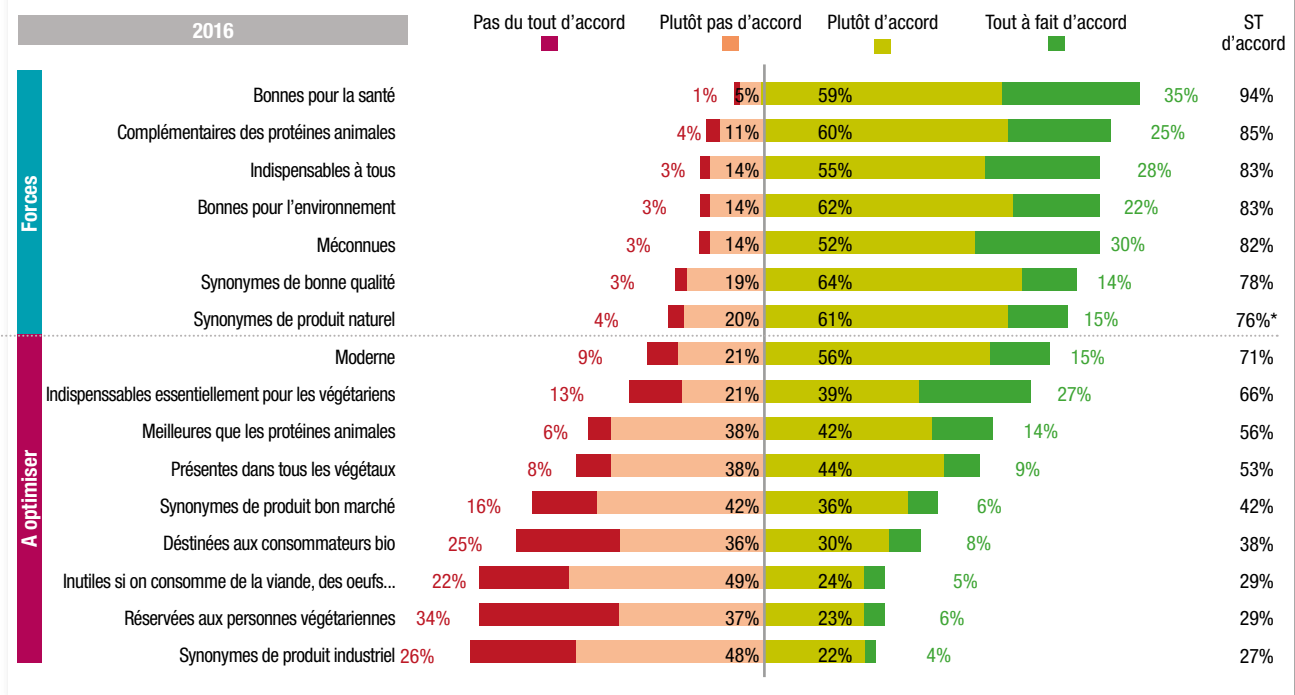






Figure 3. Une image forte associée à la santé et l'environnement  
Etes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les phrases suivantes concernant les protéines végétales ?



(44 %, contre 35 % en 2014), les fèves (35 %, contre 22 % en 2014) et les haricots secs (33 %, contre 28 % en 2014). Concernant l'acte d'achat, 54 % des Français déclarent avoir déjà acheté des produits alimentaires contenant des protéines végétales, dont la moitié volontairement. Ils achètent principalement des légumes secs (65 %), des substituts de produits laitiers type boisson au soja (46 %) et des substituts de viandes type steaks végétaux (44 %, contre 31 % en 2014). Les légumes secs sont aussi les produits alimentaires contenant des protéines végétales les plus appréciés, avec une note de plus de 8/10, devant les substituts de produits laitiers et les produits diététiques/végétariens (un peu plus de 7/10) (voir figure 2).

### ■ UNE IMAGE FORTE ASSOCIÉE À LA SANTÉ ET À L'ENVIRONNEMENT MAIS ENCORE DIVISÉE

Les protéines végétales ne font pas pour autant l'unanimité. 37 % des Français - surtout des seniors et des foyers avec végétariens - leur attribuent une bonne note d'au moins 8/10, en mettant en avant leurs bienfaits pour la santé, le respect de l'environnement ou encore leurs qualités nutritionnelles. Mais ils sont aussi 33 % à

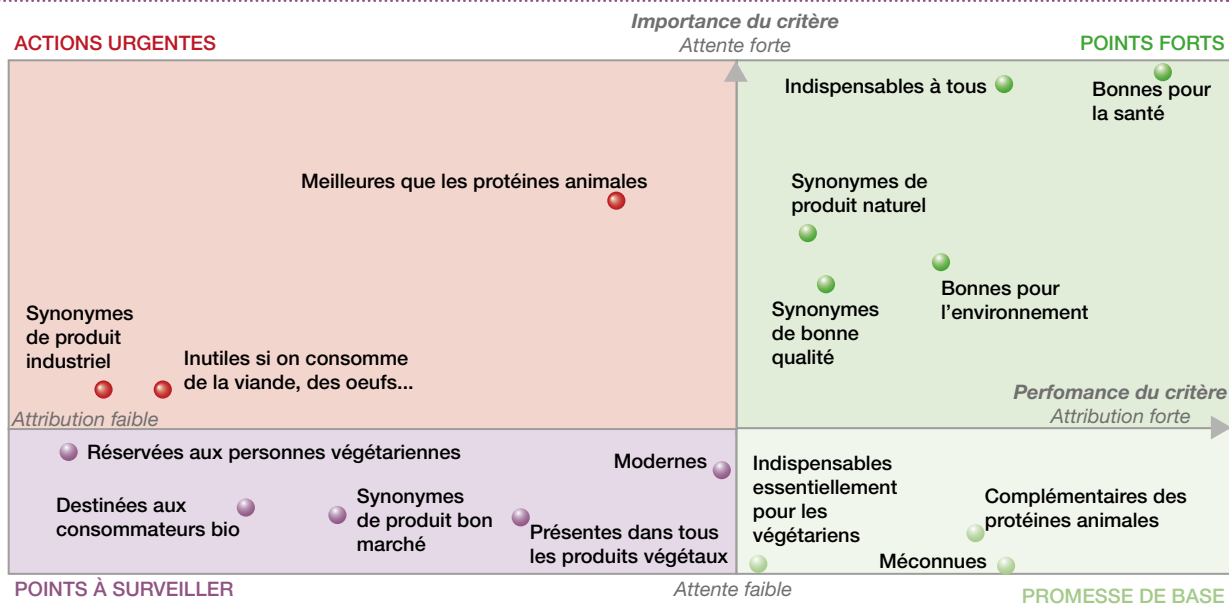
“ Modernité, prix, goût : le trio à optimiser pour plaire davantage aux Français. ”

leur donner moins de 5/10. Ces derniers, plutôt jeunes, CSP - et/ou issus de foyers sans enfants, leur reprochent d'être moins bonnes que les protéines animales, peu modernes et chères. A noter toutefois que les sondés sont moins nombreux qu'en 2014 à ne pas les trouver modernes (30 % contre 40 %). Au final, les protéines végétales obtiennent une note moyenne de 6,6/10, stable par rapport à 2014. Globalement, elles bénéficient toujours d'une image forte associée à la santé et à l'environnement (voir figure 3). C'est d'ailleurs là l'un de leurs points forts, avec leur image de produit naturel et de qualité, indispensable à tous. A l'inverse, d'autres a priori, négatifs cette fois, leur collent à la peau : elles souffrent notamment de la comparaison, en termes de goût, avec les protéines animales. Et d'autres points sont à surveiller : image de produits réservés aux personnes végétariennes et/ou aux consommateurs bio ; pas très bon marché ; peu modernes... (voir figure 4).



Figure 4. Bilan d'image des protéines végétales

**POINTS FORTS :** les bénéfiques pour la santé et l'environnement, la perception de qualité et naturel et le côté indispensable à tous  
**POINTS FAIBLES :** mis en perspective avec les protéines animales, le goût



### DES OPPORTUNITÉS POUR LA FILIÈRE

Si deux Français sur trois pensent consommer à l'avenir autant de produits contenant des protéines végétales qu'aujourd'hui, un sur quatre affirme en revanche qu'il en consommera plus souvent, avant tout par curiosité et pour des raisons nutritionnelles (faible taux de graisses notamment). 39 % des Français ont par ailleurs l'intention de réduire leur consommation de viande (ils étaient 35% en 2014 et 32 % en 2011), essentiellement pour des raisons de santé (66 %) et de plus en plus aussi pour des raisons environnementales (48 %, contre 38% en 2014 et 26 % en 2011). **Ces tendances représentent de véritables opportunités pour la filière des protéines végétales**, à condition pour cette dernière de lever les freins qui persistent à la consommation. Les Français se montrent avant tout intéressés par des offres en boulangerie/pâtisserie (61 %) et des substituts de produits laitiers de type boisson au soja (57 %). L'intérêt pour les plats préparés reste relativement élevé (56 %) mais affiche une nette baisse depuis 2011 (66 %). Même constat concernant les intentions d'achat : les secteurs de la boulangerie-pâtisserie (66 %) et des substituts de produits laitiers (61 %) arrivent en tête, et les plats préparés sont en baisse (55 % contre 67 % en 2011) quand on demande aux sondés s'ils achèteraient ces types de produits.

### + Les dessous du baromètre

Dans le cadre de sa mission de promotion et d'information scientifique et technique relatives à l'emploi des protéines végétales, le GEPV mène régulièrement des études pour mesurer la perception de ces dernières par les consommateurs français. L'objectif est double : déterminer l'image des protéines végétales auprès du consommateur final et dégager des axes de communication pour les professionnels. Les baromètres précédents datent de 2011 et 2014. Comme ces derniers, le baromètre 2016 est issu d'une enquête réalisée en ligne par l'institut CSA, auprès d'un échantillon représentatif d'environ 1 000 internautes grand public âgés de 18 ans et plus.

**Editeur:** GEPV, 66 rue la Boétie, 75008 Paris  
**Directeur et responsable de la publication:**  
 Morgane ESTEVE-SAILLARD  
**Prix de vente:** 0 €  
**Date de dépôt légal:** Octobre 2016  
 ISSN : 2426-0746

