



Les consommateurs, de plus en plus flexitariens, se tournent vers le végétal. Des filières agricoles se mettent en place pour répondre à la demande tandis que des entreprises développent de nouvelles utilisations des protéines végétales, en remplacement des œufs dans des biscuits ou comme alternatives à la viande ou aux produits laitiers.

TENDANCES

Les protéines végétales, un juteux marché en perspective

Après avoir travaillé sur le goût des produits à base de protéines végétales, la filière connaît une forte hausse de ses ventes qui répondent à la demande de produits simples par les consommateurs.

Simplicité et gourmandise, telles sont les clés de développement du marché des protéines végétales », résume Xavier Terlet, directeur général de l'agence ProtéinesXTC. Aujourd'hui, le marché des protéines végétales est en plein essor : le groupe d'étude et de promotion des protéines végétales (GEPV) a recensé en 2019 près de 5500 produits à base de protéines végétales, soit 20 fois plus qu'en 1989. Les légumineuses représentent l'avenir de ce marché. « Il y a eu un énorme travail sur le goût des produits », précise Marie-Laure Empinet, présidente du GEPV. « Les gens ont compris qu'avec les légumineuses, il y avait un troisième choix en plus de la viande et du poisson », souligne Benoît Plis-

son, cofondateur de la société **Hari&Co**. Les protéines végétales se trouvent dans de nombreux rayons des GMS : traiteur (22 %), épicerie sucrée (18 %), boulangerie viennoiserie pâtisserie (17 %), mais aussi surgelés (16 %), épicerie salée (11 %) et au rayon viande, poisson, volaille (11 %). À noter que les protéines végétales gagnent de plus en plus de place dans la restauration collective également.

“ Il y a la place pour produire plus de lentilles en France ”

Les acteurs de la filière développent de nombreuses innovations pour un marché dynamique. « Avec une stratégie

telle que *De la ferme à la table*, il y a une vraie volonté politique pour tendre vers un régime plus végétal », assure Marie-Laure Empinet. Une étude McKinsey fait état d'un marché mondial des protéines végétales estimé à plus de 10 milliards de dollars, jouissant d'une croissance comprise entre 6 et 11 % sur la période 2018-2023.

Monter des filières d'approvisionnement

La France est historiquement un gros producteur de céréales, au point que la croissance de la production dans le domaine a entaché le développement des légumineuses. « Ces cultures étaient moins rentables, plus sujettes aux maladies, nécessitaient plus de matériel, n'étaient pas priori-

taires concernant les recherches scientifiques », explique Marie-Laure Empinet. Aujourd'hui, des réflexions se sont mises en place autour de la rotation des cultures, dans laquelle l'inclusion de légumineuses permet d'enrichir les sols et de diminuer les intrants pour les céréales de l'année suivante.

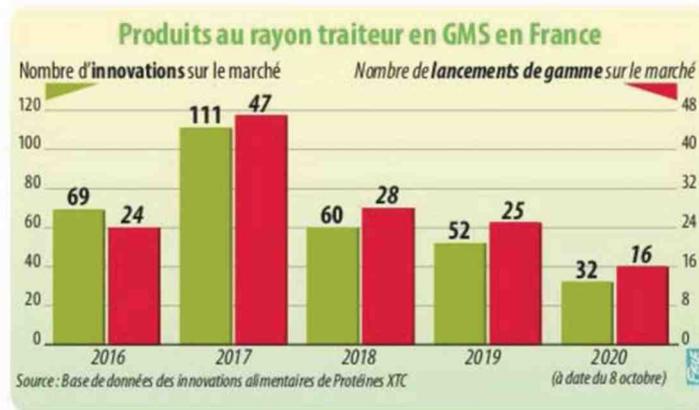
« Beaucoup de lentilles consommées en France sont importées. Il y a la place pour en produire plus si la qualité est celle demandée par le marché, indique Marie-Laure Empinet. La filière pois doit être relancée aussi, car les surfaces ont beaucoup diminué depuis dix ans en France. » **Hari&Co** travaille avec des coopératives et des groupements de producteurs pour monter des filières d'approvisionnement



français. La protéine de pois est la protéine végétale qui connaît la plus forte croissance depuis ces vingt dernières années, présente en 2019 dans près de 500 produits, dix fois plus qu'en 2001, rapporte le GEPV. « Nous avons le projet de nous étendre vers d'autres légumineuses, comme la lentille corail, avec la filière qui est née dans le Sud-Ouest », se réjouit Benoît Plisson.

La « fausse viande », une fausse bonne idée ?

« Les Français veulent de la simplicité, les alternatives végétales qui jouent la carte de la ressemblance parfaite avec la viande sont des produits ultra-transformés, ce qui posera un problème d'ici quelques années, estime Xavier Terlet. Le marché français fonctionne avec des innovations gastronomiques, un aspect adapté aux légumineuses, mais



pas aux fausses viandes qui sont en plus de ça plus chères que la viande traditionnelle. On ne se fait pas plaisir avec des faux produits. C'est une offre plus adaptée aux consommateurs américains ou chinois. » Les analystes de la banque Barclays estiment que le marché de la viande végétale pourrait capter d'ici à dix ans 10 % du marché

mondial de la viande, contre moins de 1 % aujourd'hui. Les produits à base de protéines végétales jouent la carte de la qualité nutritionnelle : 46,5 % affichent des allégations nutritionnelles telles que « riche en protéines » ou « riche en fibres » et 59 % arborent des labels et critères de qualité tels que bio ou fabriqué en France. **V. Ragot**