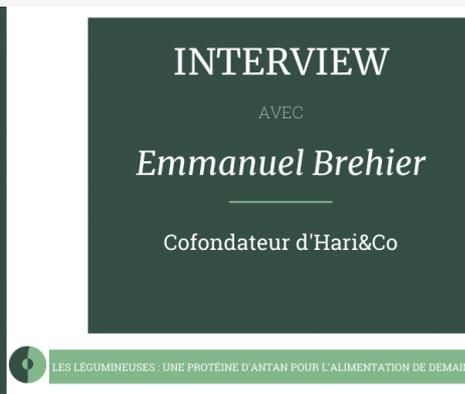




[Interview] « Il faut que les consommateurs aient le choix de manger végétal »



Roxanne Guillaume

Le 29 septembre 2020

4 minutes pour apprendre quelque chose d'utile

DOSSIER DU MOIS

Chaque mois, Les Horizons approfondit une thématique sous forme de dossier. Ce mois-ci, nous abordons les bénéfices des légumineuses en matière d'alimentation durable.

Retrouvez ici l'intégralité des articles du dossier :

Les Légumineuses, protéine d'antan pour alimentation de demain

Diplômés de l'ISARA Lyon en 2013, une école d'ingénieur en agronomie et agroalimentaire, **Emmanuel Brehier** et **Benoît Plisson** décident de s'intéresser au potentiel des légumineuses. Ils fondent ainsi **Hari&Co** quelques années plus tard. Une marque qui commercialise aujourd'hui des produits végétariens, à la fois en grandes surfaces mais également en restauration collective.

Nous avons échangé avec **Emmanuel Brehier**, qui revient pour nous sur la création d'**Hari&Co** et sur les divers enjeux de l'intégration des légumineuses dans notre alimentation quotidienne.

Les Horizons : Emmanuel, quelle est la genèse du projet **Hari&Co** ?

Emmanuel Brehier : Avec Benoît, nous sommes ingénieurs agroalimentaires. Au sein de notre cursus universitaire, on nous parlait énormément des légumineuses, de l'alimentation végétale et du potentiel de celles-ci d'un point de vue alimentaire et agronomique. En parallèle, le midi quand on allait manger au restaurant universitaire, on trouvait essentiellement de la viande ou du poisson. C'est à ce moment qu'on a pris conscience du problème.

Pourquoi les légumineuses et pas d'autres alternatives végétales ?

On avait cette solution en tête assez tôt, finalement, car nous avons été assez sensibilisés sur le sujet durant nos études d'agro. D'un point de vue nutritionnel, ce sont des aliments hyper intéressants, et pas seulement du point de vue des protéines.

Elles sont aussi très bénéfiques d'un point de vue agronomique. Ce sont des cultures qui vont enrichir les sols puisqu'elles ont la capacité de capter l'azote atmosphérique pour le rejeter dans le sol. En matière d'agriculture durable, c'est très bénéfique, et les agriculteurs sont demandeurs de débouchés.

À notre échelle, on essaie d'ailleurs de s'impliquer dans le développement de la filière. On travaille avec différentes coopératives. Certaines plantent exclusivement pour nous et, de notre



côté, on s'engage à acheter leurs productions. On tient à créer un partenariat durable avec la filière des légumineuses.

Qu'est-ce qui vous différencie sur le marché des produits végétaux ?

Il y a une tendance à proposer des produits végétaux ou des alternatives à la viande, qui sont en fait des produits ultra-transformés. On souhaite vraiment prendre le contrepied de ce modèle. On ne propose donc que des produits avec une liste d'ingrédients très simple et courte. On essaye également de faire des choses logiques. Nos produits sont 100% végétaux, biologiques, d'origine France et sans additifs. Ils sont notés nutri-score A et ont une note proche de 100/100 sur l'application Yuka.



La consommation de légumineuses, c'est plus qu'une tendance ?

C'est un marché qui tend encore à évoluer et à terme, on a l'espoir que cela devienne un geste classique et habituel. Aujourd'hui, il y a un changement qui s'opère ! On voit bien que les rayons végétariens prennent de plus en plus de place dans les magasins de distribution.

En deux ans, le marché traiteur végétal a connu plus de 80% de croissance. Ça s'explique notamment par une prise de conscience de la part des consommateurs qui sont beaucoup moins réticents qu'il y a 10 ans à acheter ces produits parce que ça va davantage coller avec leurs aspirations en matière de bien-être animal, d'environnement ou encore vis-à-vis de l'impact de l'alimentation sur leur santé.

Notre plus belle victoire est, qu'aujourd'hui, on est présent dans tous les restaurants universitaires de France.

Quel est votre modèle économique ?

D'une part, on fournit largement les restaurations collectives : restaurants scolaires, restaurants d'entreprises et restaurants universitaires. Notre plus belle victoire est, qu'aujourd'hui, on est présent dans tous les restaurants universitaires de France. Ce secteur est notre plus gros marché et il représente les trois quarts de nos ventes. C'est aussi ce qui nous permet de toucher un public très large et permettre à toutes et à tous d'avoir accès facilement à nos produits.

Ensuite, on travaille également avec les grandes et moyennes surfaces. On a réellement fait notre entrée sur ce marché en février 2020 avec une gamme de produits traiteur frais qui est présente dans les rayons frais à côté des grandes marques. On est présent dans plus de 600 points de vente, notamment dans les magasins Franprix, Casino ou encore Carrefour.

Gérer son alimentation et ce qu'il y a dans son assiette est une façon assez simple et accessible pour réduire son empreinte carbone.

Quelles sont les prochaines étapes pour Hari&Co ?

Aujourd'hui, on est une équipe de 18 personnes, basée principalement à Lyon mais également avec des commerciaux qui se déplacent sur toute la France pour distribuer nos produits. On travaille notamment sur l'implantation de nos produits dans des enseignes comme Auchan,

Système U ou encore Leclerc. On continue aussi de développer nos gammes.

D'ici octobre on va sortir deux nouveaux produits en grande distribution. On va aussi proposer de nouveaux produits à la restauration collective de façon à ce qu'ils puissent intégrer davantage de légumineuses dans leurs recettes. On est toujours dans le développement de nouveaux produits pour que l'offre végétale soit la plus large possible et qu'on puisse en manger le plus souvent possible.

Lire la suite de notre dossier :

- Les protéines végétales, un enjeu environnemental et démographique
- [Mapping] 7 entreprises pour développer les protéines végétales
- [Infographie] Les légumineuses : levier de la transition écologique
- Funky Veggie : les snacks végétaux