



LA CONSO S'ENGAGE

Les légumineuses, l'ingrédient qui monte

Sur le papier, les légumineuses ont tout pour plaire : pauvres en matières grasses, riches en protéines et sans gluten, elles participent également à la régénération des sols et leur production émet moins de CO₂ que la viande, selon la base carbone de l'Ademe, l'Agence de transition écologique. Végétaliser notre alimentation permet de limiter notre impact sur l'environnement. Et il y a urgence ! « *Le changement climatique n'épargnera rien ni personne* », alertait le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), fin février. En théorie, il faudrait que tout le monde fasse l'effort de manger moins de viande. Mais en pratique, seuls 2,2 % des Français affirmaient en 2020 ne pas en consommer et 24 % se considéraient flexitariens, selon un sondage Ifop. Parmi ces flexitariens déclarés, 40 % justifient leur non-végétarisme par le fait de trop aimer la viande (et le poisson) pour s'en passer.

Vertueuses pour la planète et la santé

Des industriels l'ont bien compris et créent des substituts à partir de végétaux boostés à coups de sel et d'additifs. C'est bon pour la conscience, moins pour la santé. Pourtant, il existe une famille de plantes vertueuses pour la planète et la santé : les légumineuses. Ces dernières cochent toutes les cases, mais elles sont réputées peu goûteuses et vieillottes. « Elles

seraient appréciées par un consommateur senior aimant la bonne gastronomie française, note Xavier Terlet, directeur général de ProtéinesXTC. Elles n'ont pas su se vendre aux jeunes générations, mais c'est en train de changer ! »

À l'instar de Belin, qui lance une nouvelle recette de Chipster aux lentilles corail, les industriels se réapproprient cet aliment, notamment dans une démarche de *clean label*, en mettant en avant le côté naturel du

produit. « *Les légumineuses sont un substitut végétal de qualité à des additifs et peuvent servir de gélifiant ou d'émulsifiant* », explique Stéphane Picolo, directeur commercial de Vegedry, entreprise spécialisée dans les farines de légumineuses.

Au-delà du côté fonctionnel, d'autres mettent en avant le produit en lui-même. En galette ou en boulette, « *les légumineuses permettent de redécouvrir plein de saveurs* », plaide Emmanuel Brehier, cofondateur de Hari & Co. La start-up mise sur des recettes qui ont



du goût, des produits colorés et un marketing lché pour donner envie d'en manger. Hari & Co sensibilise les internautes aux bienfaits d'une alimentation végétale sur Instagram et sur son site internet. « *Par de la bienveillance et des recettes qui donnent envie, on essaie de conduire les gens à changer leurs habitudes sans pointer du doigt la viande* », résume Emmanuel Brehier. Si les légumineuses ne sont pas prêtes à remplacer le bifteck, elles pourraient s'installer ponctuellement dans les assiettes. ■ ÉMILIE NGUYEN

LA CONSO S'ENGAGE

LSA TROPHÉES

Deux rendez-vous d'inspiration et d'engagement
31 mai Web conférence
29 septembre Cérémonie de remise des trophées

Concoutez avant le 22 juillet

En partenariat avec :

Mondelēz International SNACKING MADE RIGHT Henkel

RDV sur events.lsa-conso.fr - rubrique Trophées