



## BILAN DE REFERENCEMENT 2017 Les protéines végétales à la loupe !

- Nouveaux chiffres en exclusivité -

Le traditionnel bilan de référencement du GEVP (Groupe d'Etudes et de Promotion des Protéines Végétales), qui scrute tous les deux ans depuis 1989 le nombre de produits alimentaires contenant des matières protéiques végétales (MPV), prend cette année **une nouvelle tournure**. Objectif : mieux connaître ces produits. Quels rayons occupent-ils ? Quelles informations sont mises en avant sur leur pack ? Quelles sont les sources de protéines les plus utilisées et pour quelles raisons ?

Pour répondre à ces questions, **15 magasins** (hypermarchés, magasins spécialisés, magasins de proximité, supermarchés, hard discount) et **près de 5 000 produits alimentaires** ont été passés au peigne fin. Décryptage !

### Des protéines végétales dans tous les rayons

Le marché des protéines végétales est en pleine croissance et pourrait atteindre près de **10 milliards d'€ d'ici 2018** (+ 40 % entre 2013 et 2018)<sup>1</sup>. Pour les industriels, les protéines végétales représentent un support **d'innovation et technologique** intéressant et permettant de répondre aux attentes des consommateurs. Elles sont utilisées dans tous les rayons ! Sur le podium, on retrouve le rayon « **traiteur et épicerie salée** » (**34 %**), le rayon « **épicerie sucrée** » (**25 %**) et le rayon **BVP (15 %)**<sup>2</sup>.

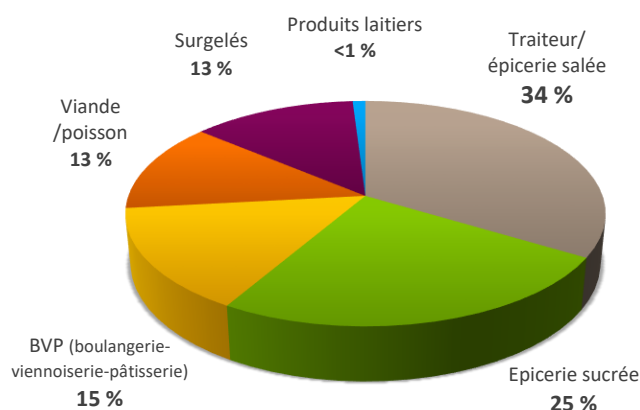
Le marché est porté notamment par le boom du **segment du traiteur végétal qui représente 5,9 milliards d'€** chiffre d'affaire au 04/2017 (+ 6,4 en 1 an)<sup>3</sup>.

### Le végétal, c'est tendance

Cela se traduit par une augmentation du nombre de produits alimentaires contenant des protéines végétales en France et des **consommateurs de plus en plus soucieux de la qualité des aliments qu'ils mangent**.

Une **tendance de réassurance** que l'on retrouve dans les produits à base de protéines végétales. **32 % des produits étudiés** cette année par le bilan de référencement du GEVP affichent des **allégations** les plus fréquents étant « **sans huile de palme** » (**8 %**), « **sans colorants** » (**7 %**) et de **fabrication française** (**5 %**). 5 % valorisent quant à eux des allégations nutritionnelles comme « **riche en protéines** » et « **source de fibres** ». Les produits concernés par ces allégations sont les **produits végétariens** (37 %), les **produits de petit-déjeuner** (20 %) et les **produits diététiques** (16 %)<sup>2</sup>.

Répartition des MPV par rayon



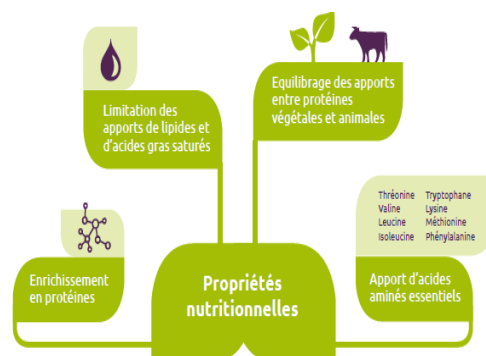
1. Business insight, Global protein ingredient market by value, 2012-2018
2. Bilan de référencement GEVP 2017
3. Source Iri, CAM arrêté au 02.04.2017, tous circuits GMS
4. TNS France 2016
5. Etude GEVP/CSA – Perception des protéines végétales - 2016
6. Chiffres Agence Bio 2017

## Zoom sur les protéines végétales les plus utilisées

La protéine végétale la plus couramment utilisée provient du **blé (68 %)**, devant le **soja (21 %)**. Suivent le **pois (8 %)**, la **fève (4 %)** et le **lupin (1 %)**<sup>2</sup>.

Les protéines végétales sont notamment reconnues pour leur **intérêt nutritionnel**. Utilisées comme matière première, elles permettent, en plus d'enrichir l'alimentation en protéines, de limiter les graisses dans les aliments (en particulier les graisses saturées), et apportent des acides aminés essentiels.

Elles sont également intéressantes pour produire des aliments de **haute qualité** grâce à leurs propriétés fonctionnelles indéniables : texturation, amélioration de la conservation et de la perception en bouche. C'est pourquoi elles sont utilisées dans diverses catégories de produits.



Propriétés nutritionnelles des protéines végétales (©GEPV)

## Focus sur les analogues à la viande

Ces produits sont présents principalement dans le rayon « **traiteur et épicerie salée** » et proposent une alternative aux Français qui **souhaitent réduire leur consommation de viande** (39 % en 2016 l'affirment contre 32 % en 2011)<sup>5</sup>. Les protéines végétales représentent un élément important de la transition alimentaire déjà engagée et peuvent participer au **rééquilibrage protéique recommandé par le PNNS**.



**91 %** ont au moins un **label qualité**



Top 3 des labels associés aux analogues à la viande

**53 %** ont au moins une **allégation nutritionnelle**



Top 3 des allégations nutritionnelles associées aux analogues à la viande

## « Bio » et « sans gluten » dans tout ça ?

Quelques produits à base de matières protéiques végétales sont issus de l'agriculture biologique (**4,3 %**). Il s'agit de produits issus des rayons « **traiteur et épicerie salée** » (**41 %**), **BVP (31 %)** et « **épicerie sucrée** » (**25 %**), et dans une moindre mesure, « **surgelés** » (**3 %**)<sup>2</sup>.

Une offre qui se développe pour répondre à la demande des Français qui veulent davantage de Bio. Ils sont d'ailleurs **73 % à vouloir davantage de produits bio en grandes et moyennes surfaces** et **29 % des acheteurs de Bio ont l'intention d'augmenter leur consommation**<sup>6</sup>. Les produits « sans gluten » représentent quant à eux **1,2 % des produits référencés**. On les retrouve dans les rayons BVP (45 %), « épicerie sucrée » (28 %), « traiteur et épicerie salée » (18 %) et « surgelés » (9 %).

### À propos du Groupe d'Etudes et de Promotion des Protéines Végétales

Créée en 1976 dans le but de valoriser l'utilisation des protéines végétales en alimentation humaine, l'association développe diverses actions destinées aux professionnels et aux consommateurs. Soutenu par l'interprofession des huiles et protéines végétales (Terres Univia), le GEPV compte actuellement 10 adhérents qui ont une activité de production, de distribution ou de commercialisation des protéines végétales en France. [www.gepv.asso.fr](http://www.gepv.asso.fr)

CONTACT PRESSE - Mélanie Lavaysse

Agence Nutrikéo

05 47 74 46 80

[m.lavaysse@nutrikeo.com](mailto:m.lavaysse@nutrikeo.com)