



Groupe d'Étude et de Promotion  
des Protéines Végétales

25 juin 2019 – Communiqué de presse

## Nouvelle étude de référencement 2019

# Les protéines végétales en plein essor !

- Chiffres exclusifs -

En 2019, il n'y a jamais autant eu de protéines végétales dans nos rayons. Le GEPV (Groupe d'Étude et de Promotion des Protéines Végétales) scrute, depuis 1989, le nombre de produits alimentaires contenant des protéines végétales. Cette année leur étude de référencement **fête ses 30 ans**.

« Le marché des protéines végétales est en pleine expansion. Il s'élevait à 6,9 milliards € en 2013 et pourrait atteindre les 10 milliards € cette année »<sup>1</sup> explique Marie-Laure Empinet, Présidente du GEPV.

### La tendance est au végétal

Alors qu'on recensait seulement 300 produits contenant des protéines végétales en 1989, on dépasse les **5 400 produits en 2019 : soit près de 20 fois plus !**

Parmi les protéines végétales les plus utilisées, **le blé et le soja arrivent en tête du podium**. Suivent, le pois, la fève et le lupin.

Si le blé et le soja restent les protéines végétales les plus présentes dans les produits alimentaires, **le pois connaît un vrai boom**. Il est présent dans 478 produits en 2019 contre seulement 42 en 2001. Cette donnée illustre une vraie demande de diversité de protéines.

« Les consommateurs cherchent à diversifier davantage leur alimentation. La grande diversité de l'offre de protéines végétales, toutes complémentaires entre elles, répond pleinement à cette demande du marché » observe Marie-Laure Empinet, Présidente du GEPV.



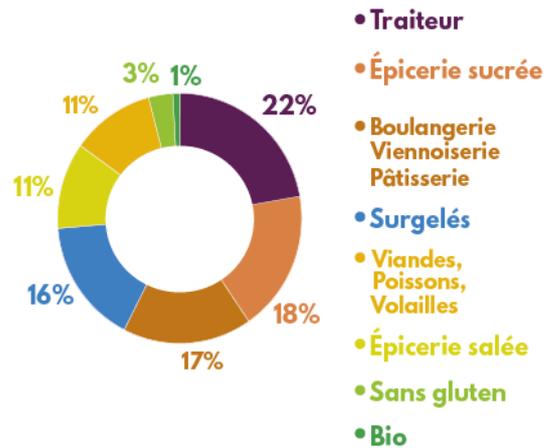
<sup>1</sup> Business insight, *Global protein ingredients market, 2012-2018*

## Les protéines végétales sont dans tous les rayons !

Elles sont présentes dans absolument tous les rayons. En tête, on trouve le rayon « **traiteur** » (22%), « **épicerie sucrée** » (18%) et « **boulangerie-vienniserie-pâtisserie** » (17%).

Le rayon « **surgelés** » se hisse à la quatrième place, suivi de près par le rayon « **épicerie salée** » (11%) et le rayon « **viandes-volailles-poissons** » (11%).

« *Le végétal se développe dans tous les rayons mais on observe clairement un pic dans le rayon « traiteur » avec la progression des produits végétariens et vegans. Ces produits sont de plus en plus plébiscités par les consommateurs en raison de l'augmentation importante du nombre de flexitariens. En 2017, environ un tiers des ménages<sup>2</sup> se déclarait flexitarien<sup>3</sup>. Une tendance qui ne cesse de prendre de l'ampleur.* » constate Hubert Bocquelet, Délégué Général du GEPV.



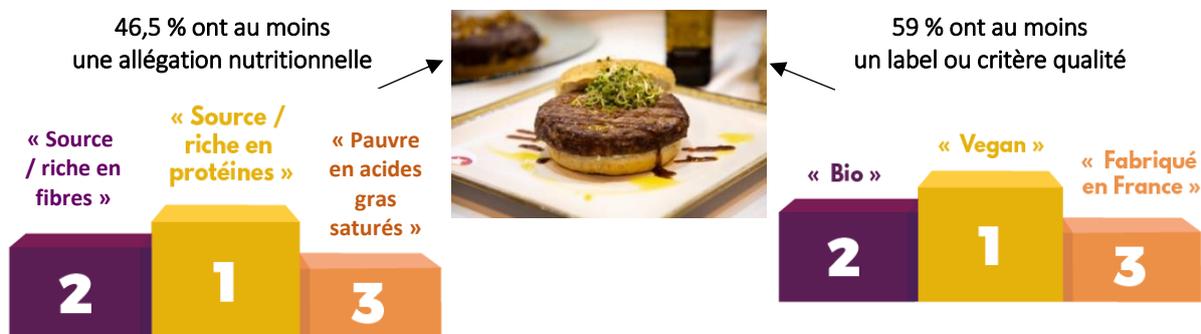
## La transition alimentaire est amorcée

Les consommateurs sont à la recherche de **nouveaux équilibres nutritionnels** et les protéines végétales sont la clef de cette **transition alimentaire** déjà engagée.

Les produits à base de protéines végétales satisfont le besoin de réassurance éprouvé par les consommateurs qui sont de plus en plus soucieux de la qualité de leur alimentation. 26,4 % des produits étudiés cette année affichent des **allégations nutritionnelles** telles que « riches en protéines » ou « riches de fibres » et 39,4 % arborent des labels et critères de qualité comme le label « bio » ou « fabriqué en France ».

Les protéines végétales sont reconnues pour leurs propriétés nutritionnelles. « *Elles limitent les apports en acides gras saturés* » déclare Hubert Bocquelet, Délégué Général du GEPV. « *Combinées entre elles, elles apportent aussi tous les acides aminés essentiels* ».

Ce qui explique le succès des nouveaux produits **alternatifs à la viande**. Ils s'en rapprochent par leurs texture, aspect et goût mais sans origine animale. Ces produits offrent une alternative aux Français qui souhaitent rééquilibrer les apports entre protéines végétales et animales.



<sup>2</sup> Kantar Wordpanel, *Le flexitarisme : les Français et la consommation de produits d'origine animale*, 2017 : [Kantar Wordpanel - Le flexitarisme : les Français et la consommation de produits d'origine animale \(2017\)](#)

<sup>3</sup> Flexitarien : régime où l'on augmente le nombre de repas végétariens sans pour autant éliminer complètement la viande. Cela signifie que l'on va ajouter de nouveaux aliments à son régime, contrairement au fait d'en exclure (<https://www.bbcgoodfood.com/howto/guide/what-flexitarian-diet>)

## Méthodologie de l'étude

- Étude réalisée à Beauvais dans L'Oise et à Paris sur une période de 10 semaines.
- 26 magasins analysés : hypermarchés, supermarchés, hard discount, drive, magasins bio, magasins végan magasins de proximité, magasin de surgelés, magasin de sport, Parapharmacie.
- Plusieurs dizaines de milliers de produits étudiés.
- Échantillons représentatifs de la consommation au niveau national.

## **À propos du GEPV**

Le GEPV (Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales) association fondée en 1976, est composé des industriels ayant une activité de production, de distribution ou de commercialisation de protéines végétales en France. Il développe et met à disposition du grand public et des professionnels de l'industrie agro-alimentaires des outils informatifs, techniques et éducatifs.

Contact presse :  
AGENCE DROIT DEVANT  
Emma Richard  
06.85.28.98.59 | [richard@droitdevant.fr](mailto:richard@droitdevant.fr)