



De plus en plus de protéines végétales dans les produits alimentaires !

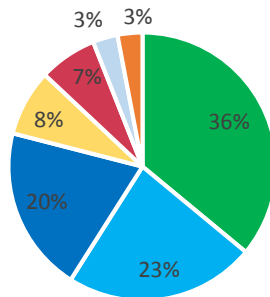
Référencement 2015 des protéines végétales¹

Tous les deux ans depuis 1989, le GEVP effectue une enquête dans plusieurs magasins pour dresser **un état des lieux du référencement des protéines végétales (PV) dans les rayons**.

L'essor des matières protéiques végétales (MPV) se traduit par une **forte augmentation du nombre de produits alimentaires contenant des protéines végétales**, avec une progression de 36 % entre 2011 et 2013 et de 18 % entre 2013 et 2015.

Six segments de produits ont été étudiés : la boulangerie-vienniserie-pâtisserie (BVP) ; les biscuits, les snacks et céréales ; les charcuteries et préparations à base de viandes ; le rayon traiteur ; les préparations à base de poissons ; le rayon diététique ; et enfin, le rayon de l'alimentation infantile, dit « baby-food ».

- BVP
- Traiteur
- Viande
- Diététique
- Biscuits, snacks, céréales
- Poisson
- Babyfood



Comme vous l'indique le graphique ci-joint, la BVP, le traiteur et la viande sont les rayons contenant le plus de produits à base de protéines végétales (respectivement 36 %, 23 % et 20 %).

En tout, 5 098 produits ont été enregistrés comme contenant des protéines végétales en 2015, ils étaient 4 304 en 2013, soit **une hausse de 18 % en deux ans**.

Figure 1 : Répartition des produits alimentaires contenant des protéines végétales par rayon en 2015

En valeur absolue, la **présence de protéines végétales a progressé dans tous les rayons**, avec notamment une forte hausse du rayon traiteur (+47%) qui compte désormais 1185 produits contre 807 en 2013.

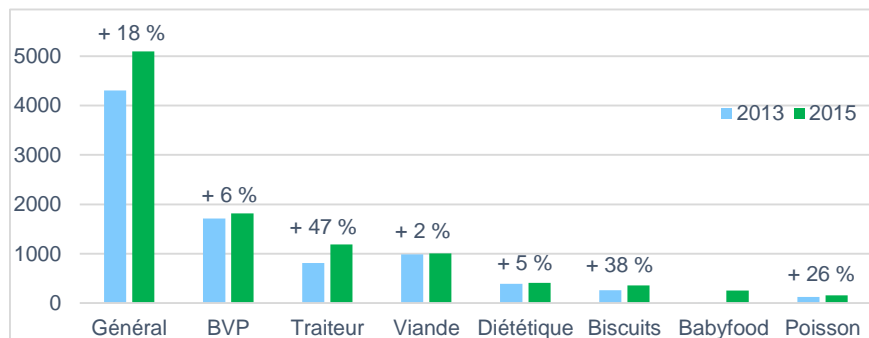
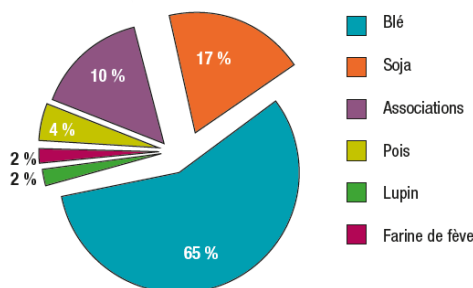


Figure 2 : Evolution du nombre de produits contenant des PV référencés par rayon, 2013 vs 2015



On note deux sources principales de protéines végétales : **le blé et le soja retrouvés dans respectivement 65 % et 17 % des produits**, bien plus utilisées que le pois (4 %), le lupin (2 %) et la fève (2 %). Même si toutes les sources de protéines végétales se retrouvent dans les différents rayons examinés, on note **certaines spécificités d'utilisations** : le blé est largement utilisé en BVP, alors que le soja se retrouve principalement dans les préparations à base de viandes par exemple.

Figure 3 : Part des différentes sources de protéines végétales dans 5 098 produits référencés en 2015

¹ Étude GEVP – Référencement des protéines végétales – 2015

Cette année encore, le nombre de produits contenant des protéines végétales progresse, ce qui témoigne d'**une notoriété croissante des MPV chez des industriels**. L'évolution côté grand public reste timide mais les acteurs du secteur et les Nations-unies redoublent d'efforts pour créer des moyens de communication innovants afin de promouvoir les MPV et leurs bienfaits.

Les MPV : un marché dynamique

Le marché mondial des protéines végétales est en pleine croissance, sa progression a en effet été estimée à plus de 41 % entre 2013 et 2018. Représentant 7,1 milliards d'euros en 2013, le marché devrait ainsi s'établir à 10 milliards d'euros en 2018².

Selon Patrice Bassot, président du Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales (GEPV), cette croissance est liée à plusieurs facteurs parmi lesquels : « *la recherche de produits nutritionnellement meilleurs ; la montée en puissance du végétarisme et du flexitarisme ; le prix des Matières Protéiques Végétales souvent inférieur à celui des protéines animales* ». Leur développement est cependant freiné par les habitudes alimentaires des différents pays. Un challenge de taille est donc à relever pour ce secteur qui selon Patrice Bassot, « *devra faire preuve d'inventivité pour proposer des solutions permettant de les intégrer dans le quotidien des consommateurs* ».

Les atouts qualité des MPV de plus en plus utilisés

Grâce à leurs **propriétés nutritionnelles et fonctionnelles** les protéines végétales jouent un rôle important dans l'**amélioration de la qualité** des produits alimentaires dans lesquels elles sont incorporées (enrichissement en protéines, apport d'acides aminés essentiels, texturation, amélioration de la conservation et de la stabilisation, etc.).

Cette précieuse source de protéines est **de plus en plus connue des industriels** du secteur mais aussi **du grand public**.

Les Français ont bien pris conscience des divers atouts des protéines végétales, ils en ont ainsi **une perception très positive** car plus de 3/4 pensent qu'elles sont³ :

- Bonnes pour la santé (93 %)
- Indispensables à tous (85 %)
- Complémentaires des protéines animales (83 %)

On attend une évolution encore plus marquée dans les années à venir grâce aux événements de sensibilisation et la célébration de l'année 2016 proclamée comme **l'année des légumineuses** par les Nations-unies.

Le Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales (GEPV) en quelques mots

Créée en 1976 dans le but de **valoriser l'utilisation des protéines végétales en alimentation humaine**, l'association développe en ce sens diverses actions destinées aux professionnels et aux consommateurs (site internet, kit pédagogique, études techniques, etc.).

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. En savoir plus : www.gepv.asso.fr.

CONTACT PRESSE

Agence Nutrikéo
32 avenue de Canteranne
33 600 PESSAC

Tél. : 01 47 74 53 35

E-mail : [j.deperthuis\[at\]nutrikeo.com](mailto:j.deperthuis[at]nutrikeo.com)

CONTACT GEPV

66, rue La Boétie
75 008 PARIS

www.gepv.asso.fr

Tél. : 01 82 73 00 67

E-mail : [gepv\[at\]66laboetie.fr](mailto:gepv[at]66laboetie.fr)

² Business Insight – Global protein ingredient market by value, 2012-2018 – 2014

³ Étude GEPV/CSA – Perception des protéines végétales – 2014