



COMMENT SONT PERÇUES LES PROTÉINES VÉGÉTALES PAR LES CONSOMMATEURS ?

Au cœur de l'actualité, le marché mondial des protéines végétales ne cesse de se développer. Représentant 7,1 milliards d'euros en 2013, il devrait atteindre 10 milliards d'euros en 2018, soit plus de 40 % de croissance¹.

Selon Patrice Bassot, président du 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 PROTÉINES VÉGÉTALES ET LES CONSOMMATEURS : BAROMETRE 2014

Le GEPV s'intéresse de près aux consommateurs et à leur perception des Matières Protéiques Végétales (MPV) en proposant tous les deux ans un état des lieux actualisé, mais aussi des pistes d'actions pour accompagner l'introduction des protéines végétales dans les assiettes.

Le CSA a réalisé pour le GEPV fin 2014 la dernière édition du baromètre sur la perception des protéines végétales auprès d'un échantillon de 1015 internautes âgés de plus de 18 ans et représentatifs de la population française.

ENVIRONNEMENT, NUTRITION ET GOUT : UNE IMAGE POSITIVE POUR LES MPV

Ce baromètre révèle une perception très positive des protéines végétales auprès des Français car plus de 3/4 pensent qu'elles sont² :

- Bonnes pour la santé (93 %)
- Indispensables à tous (85 %)
- Complémentaires des protéines animales (83 %)
- Bonnes pour l'environnement (78 %)
- Synonymes de qualité (77%)





Les MPV sont également perçues comme² :

- Respectueuses de l'environnement (94 % des Français disent qu'elles le sont autant ou plus que les protéines animales)
- De bonne qualité nutritionnelle (90 % des Français disent qu'elles le sont autant ou plus que les protéines animales)
- De bonne qualité gustative (76 % des Français disent qu'elles le sont autant ou plus que les protéines animales).

D'EXCELLENTE PERSPECTIVES D'AVENIR POUR LES PROTEINES VEGETALES

Les protéines végétales voient leur notoriété progresser, le pourcentage des Français citant les légumineuses / légumes secs comme sources de protéines est ainsi passé de 16 à 26 % entre 2011 et 2014².

Au niveau consommation, les MPV sont volontairement achetées par 1 Français sur 4, en plus forte proportion par les femmes, les CSP+ et les personnes suivant un régime².

Malgré un besoin d'être rassuré sur le goût des produits contenant des protéines végétales, 25 % des Français ont l'intention de consommer plus régulièrement ce type de produits. Et 35 % ont l'intention de réduire leur consommation de viande pour des raisons de santé (70 %), de prix (39 %) et environnementales (38 %)².

Avec une image positive (bonnes pour la santé, éco-respectueuses, qualitatives, etc.) et des leviers d'achat porteurs (raisons nutritionnelles et réduction du taux de matières grasses), les protéines végétales ont donc des perspectives de consommation en forte hausse. Un avenir prometteur se dessine pour elles, dans lequel des actions d'information et de sensibilisation auprès des consommateurs restent à être mises en place.

¹ Business Insight – Global protein ingredient market by value, 2012-2018 – 2014

² Étude GEPV/CSA – Perception des protéines végétales – 2014

