



## Baromètre consommateurs

### 62 % des Français achètent des produits de gammes végétales

#### - Nouveaux chiffres en exclusivité -

Dans le cadre de sa mission de valorisation des protéines végétales auprès du grand public, le Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines Végétales (GEPV) réalise tous les deux ans un baromètre consommateurs. Sa volonté ? Décrypter les attentes des Français et proposer des actions concrètes permettant une meilleure connaissance des protéines végétales.

Comment les protéines végétales sont-elles perçues ? Quelles sont les grandes tendances de consommation ? Quelles évolutions d'une année sur l'autre ? Quels enseignements à tirer pour la filière ? Et, nouveauté cette année, les Français ont été sondés sur leurs intérêts pour les gammes végétales et pour les innovations produits. **Retour sur les principaux résultats de cette enquête.**

#### Un contexte toujours favorable à la consommation de protéines végétales

##### - Les Français sont attentifs à leur alimentation et aux produits qu'ils achètent

Soucieux de manger « varié et équilibré », ils sont **29 % à souhaiter réduire leur consommation de viande**, pour des raisons de santé (60 %) et environnementales (51 %). Dans la sélection des produits qu'ils achètent, **le prix** constitue toujours le premier élément auquel ils prêtent attention. La **liste d'ingrédients** s'avère aussi importante, ainsi que le **goût, l'authenticité** et **l'origine géographique**.

##### - Les Français sont de plus en plus avertis en matière d'alimentation et ont notamment une meilleure connaissance des sources de protéines.

En témoigne leur connaissance du lupin qui progresse d'année en année : alors que 65 % des Français ne connaissaient pas cet ingrédient en 2011, ils ne sont plus que 39 % en 2018.

La **connaissance sur le taux de protéines des produits évolue également** : la majorité des personnes interrogées jugent qu'un produit est riche en protéines dès lors qu'il en contient plus de 15 %. Quand on demande aux Français les trois produits qui en contiennent le plus, **la viande, les œufs et le poisson arrivent en tête. Les légumineuses**, au pied du podium, gagnent du terrain (34 % les citent, contre 31 % en 2016 et seulement 16 % en 2011). Plus précisément, ce sont les lentilles, suivies du soja, puis des haricots secs et des fèves, qui sont considérées comme des aliments riches en protéines.

#### Une image positive à consolider

##### - La majorité des Français continue d'être convaincue que les protéines végétales sont **bonnes pour la santé** (88 %), **complémentaires des protéines animales** (77 %), **bonnes pour l'environnement** (76 %), **naturelles** (68 %) et **synonymes de qualité** (65 %).

Elles bénéficient même d'une **meilleure image que les protéines animales d'un point de vue nutritionnel**. Cela pourrait expliquer que la moitié des personnes interrogées se disent prêtes à payer jusqu'à 10 % de plus pour qu'un produit contienne des protéines végétales. D'autre part, 20 % déclarent consommer des produits enrichis en protéines et évoquent en raison principale le fait qu'ils sont plus énergisants et mieux adaptés à la pratique sportive.

- Les **protéines animales restent néanmoins les préférées des Français par habitude de consommation et par goût**. En comparaison, les protéines végétales voient leur image en termes de goût reculer. C'est d'ailleurs la principale raison de non achat d'alternatives végétales aux protéines animales, suivie de près par l'habitude de consommation.

## Des Français intéressés par les produits de gammes végétales...

**62% des Français déclarent acheter des produits de gammes végétales** : 9 % souvent, 25 % de temps en temps et 28 % rarement. Les produits les plus consommés sont les **steaks végétaux** (38 % en ont déjà acheté), les **boissons végétales** (31 %) et les **plats cuisinés** (25 %), à l'inverse des alternatives végétales au fromage (5 %) et de la charcuterie végétale (5 %).

**Goût, texture et aspect du produit sont majoritairement appréciés**, avec un score moindre pour les alternatives végétales au fromage. L'intérêt santé est le premier cité, devant la curiosité et l'intérêt environnemental. Le prix est en revanche assez décrié. Dans le détail, les critères privilégiés sont :

- La qualité gustative (pour 45 % des acheteurs)
- La capacité à remplacer la viande/le poisson (44 %) et à contribuer à « manger varié » (43 %),
- Les qualités nutritionnelles (42 %)

Plus de 75 % de ceux qui ont acheté des produits de gammes végétales se disent prêts à en acheter de nouveau, un peu moins pour les alternatives végétales au fromage (71 %) et la charcuterie végétale (65 %), mais jusqu'à 87 % pour les desserts végétaux.

Parmi les Français qui n'achètent pas de produits de gammes végétales, 34 % évoquent les raisons de goût, 29 % parce qu'ils les trouvent trop transformés et 28 % par manque d'habitude.

### ... par les innovations produits...

Sonder autour de plusieurs types de nouveaux produits à base de protéines végétales, les Français sont respectivement, à hauteur de 55 %, 39 % et 45 %, intéressés par les propositions suivantes : **protéines végétales à utiliser dans la réalisation d'une recette** ; « **protéines de table** » à saupoudrer sur les plats ou encore **produit associant protéines végétales et animales**.

Concernant les produits **associant protéines végétales et animales**, les Français intéressés le seraient pour des plats préparés (65 %) et de la viande (51 %), avant tout pour des raisons nutritionnelles (55 %) et de santé (47 %), mais aussi pour découvrir de nouveaux produits (43 %).

### ... Et curieux au regard des Matières Protéiques Végétales !

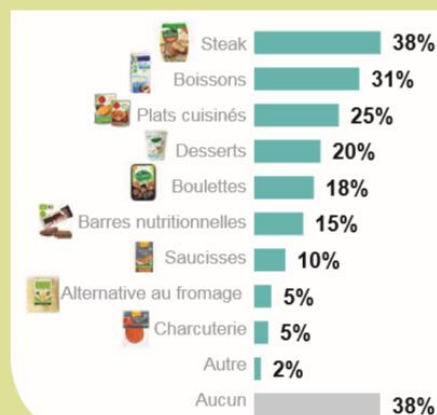
Les Français se disent prêts à consommer des produits contenant des **matières protéiques végétales** en pâtisserie-boulangerie (64 %), plats préparés (63 %) et produits laitiers (57 %), mais moins en viandes (48 %) et charcuterie (48 %).

Pour résumer, **le contexte est favorable et les perspectives encourageantes**. Grâce à ce nouveau baromètre GEPV, des pistes d'amélioration ont été identifiées pour continuer d'éduquer les consommateurs et conquérir ainsi le cœur de tous les Français. **Communication, pédagogie, travail sur le goût... l'éducation est au cœur du dispositif !** C'est dans cet esprit que le GEPV travaille quotidiennement pour mettre à disposition du grand public et des professionnels de l'industrie agro-alimentaires des **outils informatifs, techniques et éducatifs pour faciliter la consommation de protéines végétales**.

#### 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)

#### + Produits des gammes végétales : 6 Français sur 10 en achètent



CONTACT PRESSE - Mélanie Lavaysse

Agence Nutrikeo

05 47 74 46 80

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