



PROTÉINES VÉGÉTALES, DES INGRÉDIENTS DE PLUS EN PLUS CONNUS

« Des opportunités pour la filière des protéines végétales »

Dans le cadre de sa mission de promotion et d'information scientifique et technique relatives à l'emploi des protéines végétales, le GEPV mène régulièrement des études pour mesurer la perception, de ces dernières par les consommateurs français. L'objectif est double : déterminer l'image des protéines végétales auprès du consommateur final et dégager des axes de communication pour les professionnels. Les baromètres précédents datent de 2011 et 2014. Comme ces derniers, le baromètre 2016 est issu d'une enquête réalisée en ligne par l'institut CSA, auprès d'un échantillon représentatif d'environ 1 000 internautes grand public âgés de 18 ans et plus.

Si deux Français sur trois pensent consommer à l'avenir autant de produits contenant des protéines végétales qu'aujourd'hui, un sur quatre affirme en revanche qu'il en consommera plus souvent, avant tout par curiosité et pour des raisons nutritionnelles (faible taux de graisses notamment). 39 % des Français ont par ailleurs l'intention de réduire leur consommation de viande (ils étaient 35% en 2014 et 32 % en 2011), essentiellement pour des raisons de santé (66 %) et de plus en plus aussi pour des raisons environnementales (48 %, contre 38% en 2014 et 26 % en 2011).

Ces tendances représentent de véritables opportunités pour la filière des protéines végétales, à condition pour cette dernière de lever les freins qui persistent à la consommation. Les Français se montrent avant tout intéressés par des offres en boulangerie/pâtisserie (61 %) et des substituts de produits laitiers de type boisson au soja (57 %). L'intérêt pour les plats préparés reste relativement élevé (56 %) mais affiche une nette baisse depuis 2011 (66 %). Même constat concernant les intentions d'achat : les secteurs de la boulangerie-pâtisserie (66 %) et des substituts de produits laitiers (61 %) arrivent en tête, et les plats préparés sont en baisse (55 % contre 67 % en 2011) quand on demande aux sondés s'ils achèteraient ces types de produits.

