



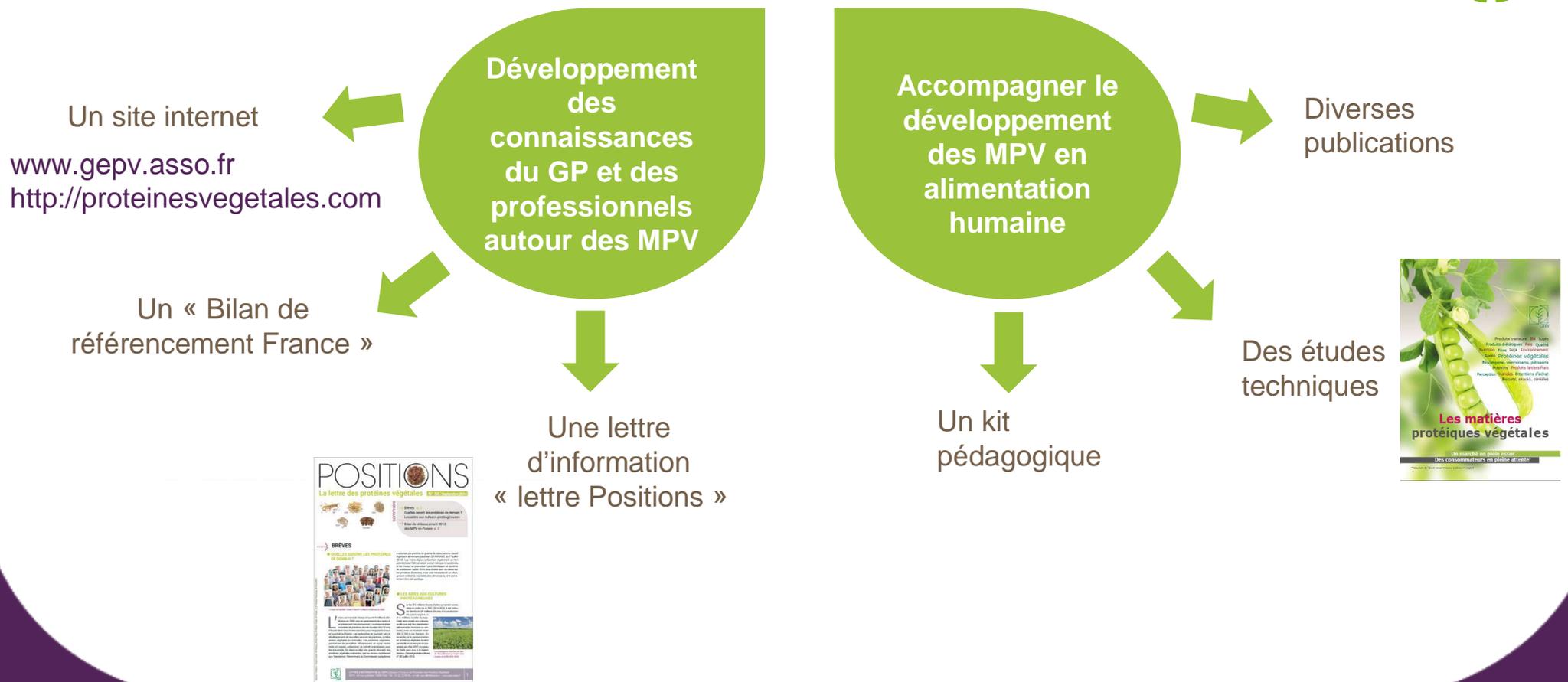
Bilan de référencement des protéines végétales en France, et perception du consommateur.

Morgane ESTEVE-SAILLARD – GEPV

Le GEPV



Le Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines végétales : réunit les sociétés ayant une activité de production, de distribution ou de commercialisation de protéines végétales en France



Le GEPV

Les adhérents

Soutenues par l'interprofession des oléagineux et protéagineux



Avril



SOTEXPRO





Les protéines végétales

Matières protéiques végétales (MPV) : définition, caractéristiques

- Les MPV sont des ingrédients alimentaires intermédiaires issus d'espèces végétales riches en protéines :
 - de protéagineux : Pois, Lupin, Féverole
 - d'oléagineux : Soja
 - de céréales : Blé
- Elles se présentent sous différentes formes selon leur teneur en protéines : farine (50%), concentrat (65%) ou isolat (90%). Le gluten de blé comprend 80% de protéines.
- Propriétés
 - fonctionnelles : action sur la texture et la conservation des aliments (liaison, émulsion, rétention d'eau...)
 - nutritionnelles : enrichissement en protéines sans lipides associés
 - environnementales : production végétale à faible impact environnemental
- Principales applications : produits de panification, les produits de charcuterie et préparations à base de viande, les plats cuisinés,...

Sommaire



- 1) Le bilan de référencement France 2015
- 2) Baromètre GEPV 2014 : La perception des protéines végétales par le consommateur

Sommaire



- 1) **Le bilan de référencement France 2015**
- 2) Baromètre GEPV 2014 : La perception des protéines végétales par le consommateur

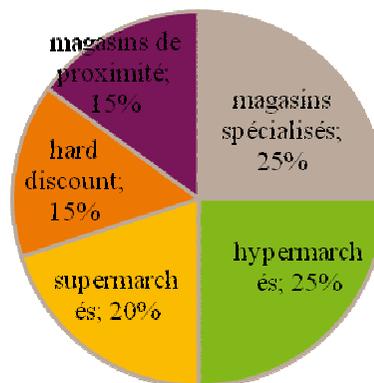
Le bilan de référencement France 2015

Méthodologie

- Bilan réalisé en France tous les 2 ans par le GEPV
- Enquête effectuée de juin à septembre 2015 auprès de 20 magasins dans la région de Clermont-Ferrand

- Répartition des magasins visités :

- 25 % de magasins spécialisés
- 25 % d'hypermarchés
- 20 % de supermarchés
- 15 % de hard discount
- 15 % de magasins de proximité



- Relevé des listes d'ingrédients des produits en rayon : mentions « farine de lupin », « protéines de soja »,...

- Produits classés en 6 rayons :

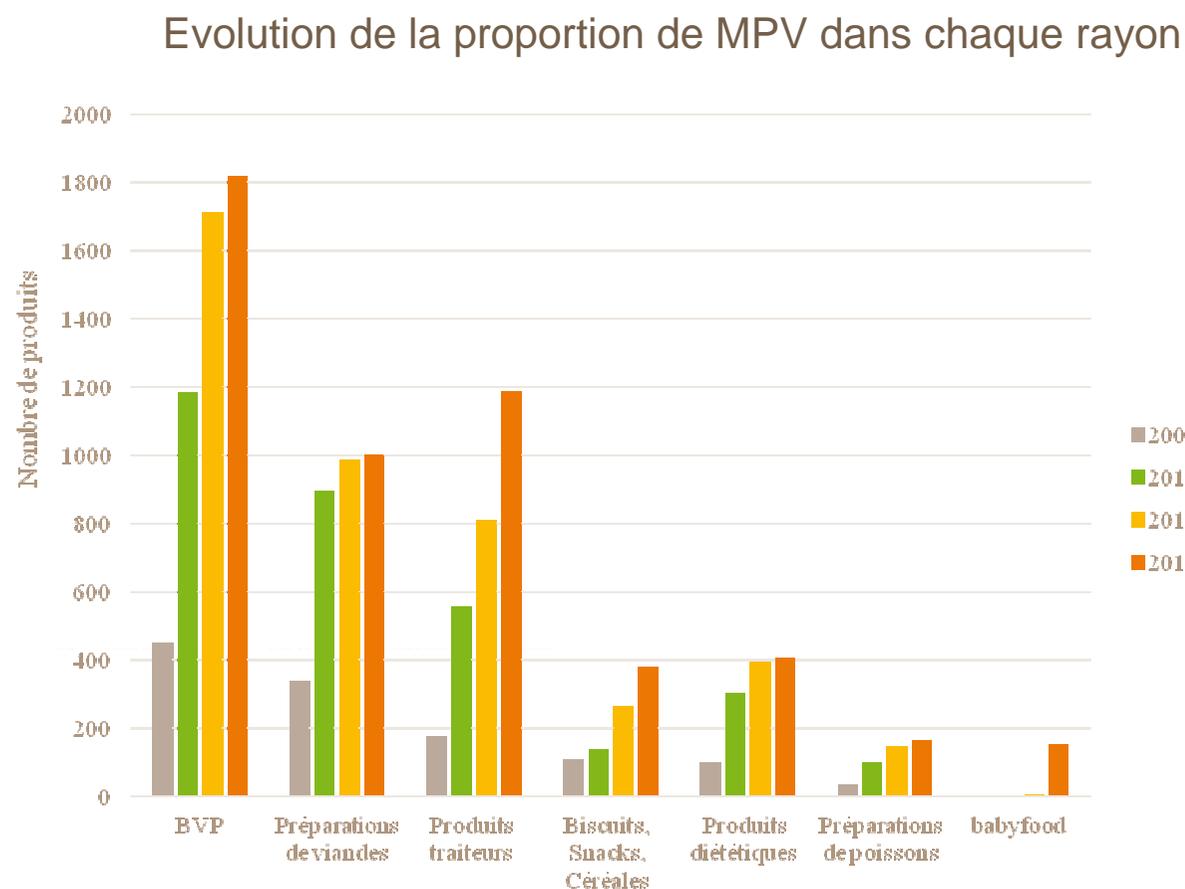
- la boulangerie-vienniserie-pâtisserie (BVP) ; les biscuits, snacks et céréales (apéritifs, barres céréalières, biscuits,...) ; les charcuteries et préparations à base de viandes ; le rayon traiteur (quiches, croques, sandwiches, plats cuisinés, soupes...) ; les préparations à base de poissons ; le rayon diététique ; et le rayon de l'alimentation infantile, dit « baby-food ».

Le bilan de référencement France 2015

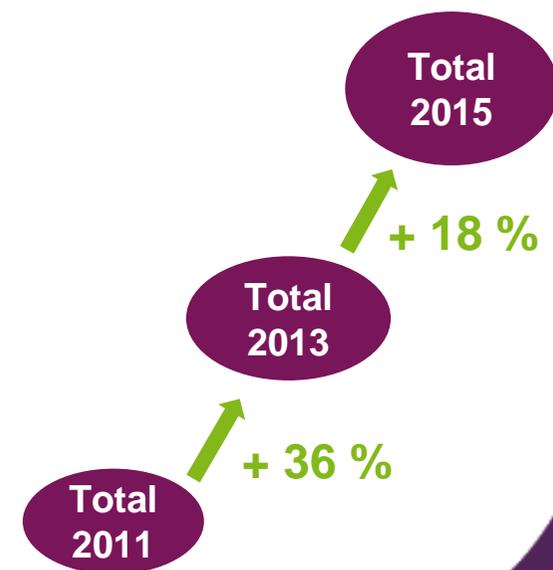


Une utilisation croissante

- **Augmentation du nombre de produits alimentaires incorporant des protéines d'origine végétale**



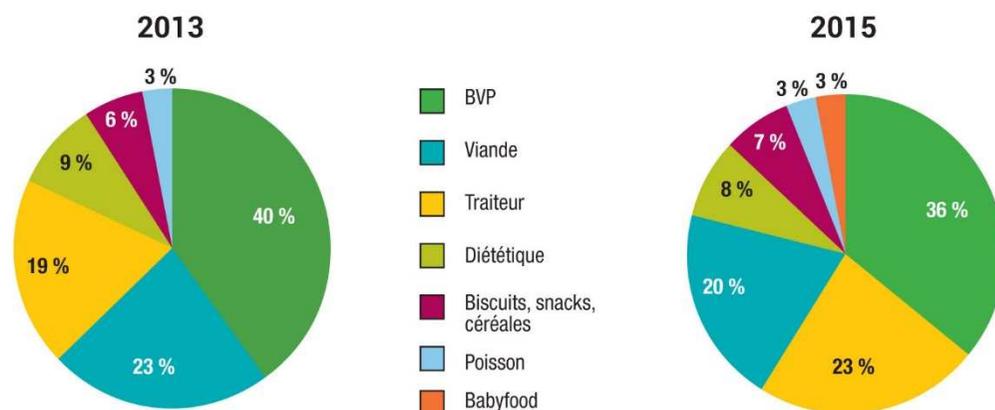
Confirmant l'intérêt des fabricants et distributeurs de l'industrie agro-alimentaire **envers le MPV**



Le bilan de référencement France 2015

La présence des MPV dans les rayons

- Répartition de l'utilisation des protéines végétales dans les différents rayons :



=> Principaux domaines d'utilisations :

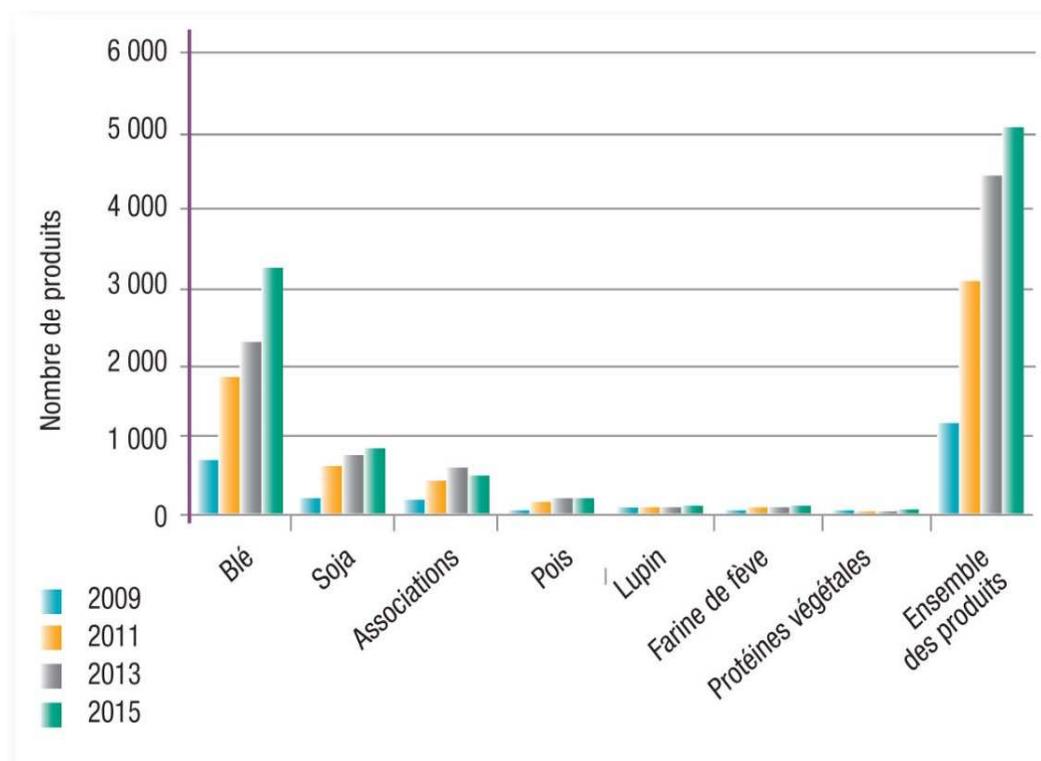
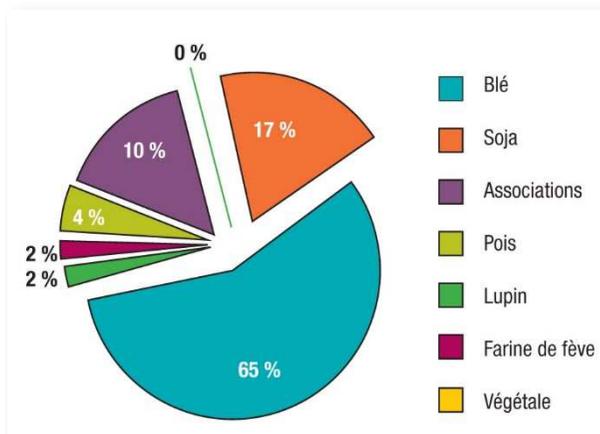
- Les produits céréaliers et de boulangerie, viennoiserie, pâtisserie (+ 6% par rapport à 2013)
- Les produits traiteur : plats préparés, sauces... (+46% vs 2013)
- La charcuterie et produits à base de viandes, volailles (+1% vs 2013)

- En valeur absolue, augmentation de la présence de MPV dans tous les rayons

Le bilan de référencement France 2015

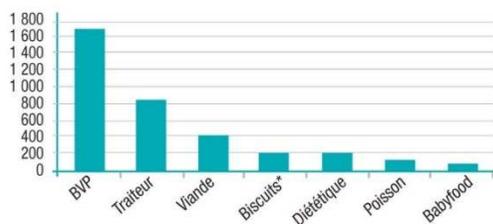
Les sources de PV utilisées : blé et soja majoritaires

- Part des différentes sources de protéines végétales dans les 5098 produits référencés en 2015 :

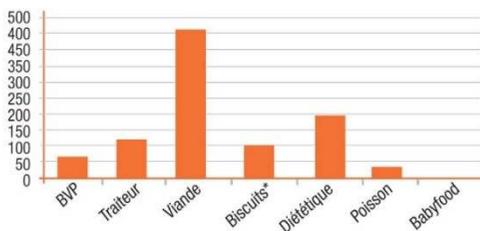


Le bilan de référencement France 2015

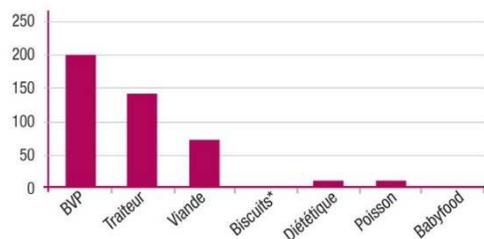
Des spécificités d'utilisations



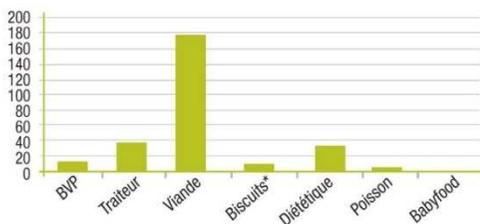
Blé : Dans 87 % des produits contenant du blé, ce dernier est la seule source de protéine végétale. Dans 9 % des cas, il est associé à de la fève. Les produits concernés sont avant tout issus du rayon BVP, et dans une moindre mesure, des rayons traiteur et viandes



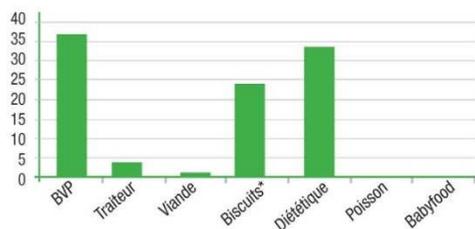
Soja : la présence de soja a été relevée dans 875 produits (contre 797 en 2013), pour plus de la moitié issus du rayon viandes.



Fève : la farine de fève est dans 72 % des cas associée au blé. Elle se retrouve donc essentiellement dans les mêmes types de produits. Cette année, on note un recul de sa présence (82 produits référencés contre 96 l'an dernier), notamment dans les produits BVP, bien que cela reste le rayon où on la retrouve le plus.



Pois : Le pois, surtout présent dans le rayon viandes, enregistre une légère baisse du nombre de produits référencés, à 204 contre 218 en 2013. En cause : son remplacement par le soja.



Lupin : Même nombre d'enregistrements en 2013 et 2015, à savoir 100 recensements, mais une part relative en recul. La farine de lupin est principalement utilisée seule, et parfois en association avec du gluten de blé.

* Biscuits, snacks et céréales

- Blé très largement utilisé en BVP
- Soja surtout présent dans les préparations à base de viande et les produits diététiques (produits végétariens,...)
- Féverole en BVP, (souvent en association avec du gluten), dans les produits traiteur (feuilletés, tartes...) et les produits à base de viande
- Pois dans les préparations à base de viande
- Lupin dans les produits de panification (BVP, biscuits, snacks) et produits diététiques (produits sans gluten)



Le bilan de référencement France 2015

Conclusions du bilan de référencement 2015

- Un marché dynamique en pleine croissance
- Une utilisation plus importante par les IAA => atouts reconnus
- Une certaine spécialisation dans l'utilisation des MPV
- Une présence plus importante dans les rayons BVP et traiteur
- Rayons les plus dynamiques :
 - Produits traiteur (+ 46% en 2015 vs 2013)
 - Biscuits, sancks, céréales (+43% en 2015 vs 2013)

Sommaire



- 1) Le bilan de référencement France 2015
- 2) Baromètre GEPV 2014 : La perception des protéines végétales par le consommateur

Baromètre de perception 2014

Les conditions de réalisation



Objectifs

Déterminer l'**image des protéines végétales** auprès du consommateur final

Dégager des **axes de communication** pour les professionnels

Agés de 18 ans et plus



1015 internautes

Echantillon
représentatif de la
population française

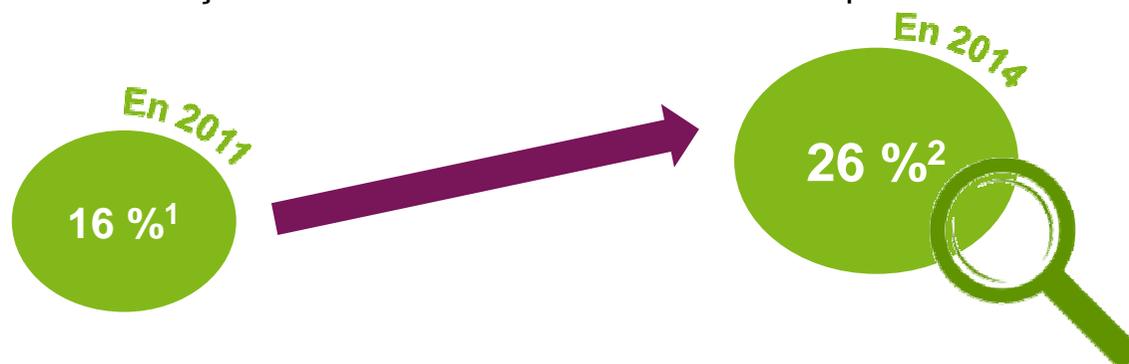
Enquête réalisée en
ligne par :



Baromètre de perception 2014

Les MPV, une notoriété en progression

- Une notoriété auprès du grand public qui progresse
% des Français citant les MPV comme sources de protéines :



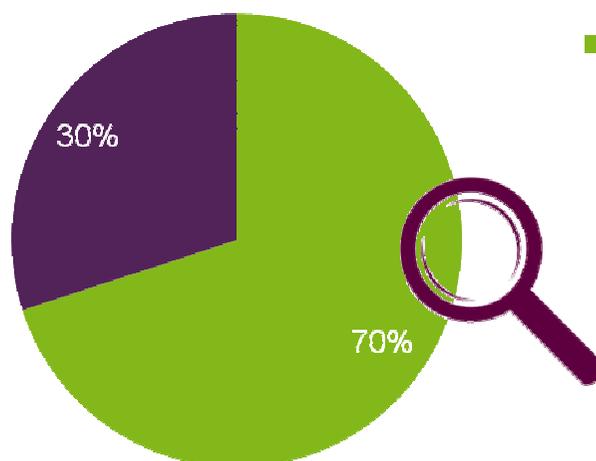
Les végétariens et consommateurs de soja restent les plus au fait à ce sujet

- Mais des protéines végétales qui restent mal connues :
 - Pour 85% des Français, les produits qui contiennent le plus de protéines sont avant tout la viande. Suivi des œufs et du poisson.
 - Peu de connaissance des produits contenant des protéines végétales

Baromètre de perception 2014

Les légumes secs mieux connus

- **7 Français sur 10** savent que les protéines végétales sont essentiellement présentes dans les légumineuses et les légumes secs, contre **6 sur 10 en 2011**



En plus forte proportion : les végétariens et consommateurs de soja, de compléments alimentaires, de produits végétariens, bio et contenant des protéines végétales.

- **Les lentilles et le soja** sont les deux légumineuses / légumes secs jugés les plus riches en protéines

Lentilles (49 %)

Soja (35 %)

Haricots secs (28 %)

Baromètre de perception 2014

Les protéines végétales, une image positive

- Une image très positive de la part des consommateurs, au moins 3 Français sur 4 pensent qu'elles sont :



- De plus, elles ne sont plutôt pas perçues comme :
 - ✓ Synonymes de produit industriel (23 %)
 - ✓ Réservées aux végétariens (26 %)
 - ✓ Inutiles si on consomme viande/ œufs (27 %)
 - ✓ Synonymes de produits bon marché (38 %)



Baromètre de perception 2014

Les protéines végétales : environnement, nutrition et goût

- La production des protéines végétales est perçue au global comme **autant ou plus respectueuse de l'environnement** que celle des protéines animales :

56% pensent qu'elle est aussi respectueuse

38% pensent qu'elle est plus respectueuse

- Elles sont également perçues comme ayant **une bonne qualité nutritionnelle** :

33 % pensent qu'elles sont de meilleure qualité

57 % de même qualité

- Elles sont également perçues comme ayant **une qualité gustative similaire** :

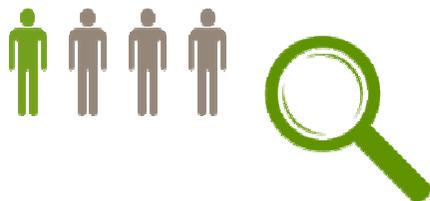
55 % pensent qu'elles sont de même qualité

21 % de meilleure qualité

Baromètre de perception 2014

Protéines végétales et habitudes de consommation

- **1 Français sur 4 achète volontairement** des produits alimentaires contenant des protéines végétales :



En plus forte proportion : les femmes, les CSP+, les personnes suivant un régime alimentaire

- **Les légumes secs sont les produits les plus achetés et les plus appréciés.** Suivis des produits laitiers et des produits diététiques.

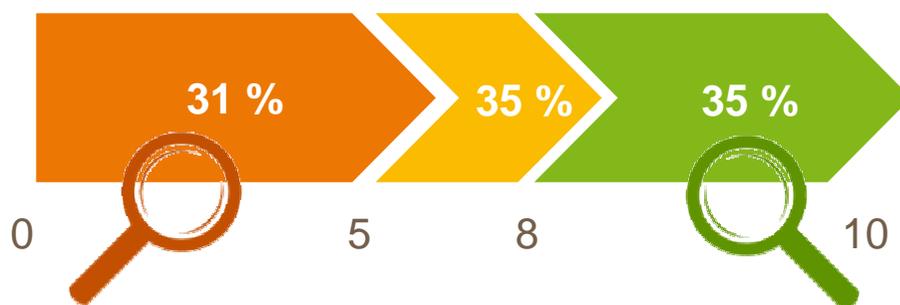


Plus d'1 Français sur 2 se déclare intéressé par des produits de boulangerie / pâtisserie, des produits laitiers ou des viandes à base de protéines végétales

Baromètre de perception 2014

Les MPV, une attractivité à développer

Note (sur 10) donnée aux protéines végétales :



6,6 /10

note moyenne des protéines végétales

En proportion plus élevée : les Français souffrant d'obésité et ceux ne suivant aucun régime alimentaire

En proportion plus élevée : les plus âgés et les foyers végétariens

Principales raisons d'achat

- Par curiosité
- Pour réduire le taux de graisse
- Pour des raisons nutritionnelles

Principales raisons de non achat

- Pour des raisons de goût
- Je ne consomme pas ce type de produits en général
- Je n'ai pas confiance dans ces produits



Baromètre de perception 2014

Les MPV à l'avenir

25 %

de Français ont l'intention de consommer plus régulièrement qu'aujourd'hui des produits contenant des protéines végétales

35 %

de Français ont l'intention de réduire leur consommation de viande



Pour des raisons : de santé (70%), de prix (39%), environnementale (38%)



Baromètre de perception 2014

Les grandes conclusions de l'étude

- Les protéines sont des éléments nutritionnels perçus comme importants pour le fonctionnement du métabolisme
- Les aliments d'origine animale restent considérés comme les principales sources protéiques
- Les protéines végétales sont jugées complémentaires des protéines animales
- Les protéines végétales restent mal connues, sauf des végétariens
- Elles renvoient néanmoins une image positive pour la santé, indispensables pour tous (pas seulement les végétariens), eco-respectueuses et qualitatives
- Leviers d'achat = raisons nutritionnelles (réduction de MG) et curiosité
- Les perspectives de consommation sont à la hausse



Conclusion

MPV : Sources d'innovation



- Davantage d'information est nécessaire pour expliquer les atouts des PV
- Le consommateur doit être rassuré sur le goût
 - => Nécessiter d'éduquer et d'information le consommateur
- L'amont de la filière doit être sécurisé et développé (cultures, rendement)



Merci de votre attention

Contact :

66, rue La Boétie

75 008 PARIS

Tél : 01 82 73 00 66

www.gepv.asso.fr