

Traiteur végétal

L'essor des plats flexitariens

Difficile de rater la déferlante du traiteur végétal ! En un an, ce segment a bouleversé le rayon traiteur et les consommateurs sont au rendez-vous. Process Alimentaire vous donne des éléments pour appréhender le phénomène.

Les alternatives végétales à la viande sont parvenues en un an à élargir leur position en linéaires. Les chiffres sont édifiants : « *Sur les substituts végétaux, nous sommes passés d'un taux de croissance en volume de 8 % en 2015 à 97 % en 2016 !* », souligne Isabelle Kaiffer, directrice consumer and shopper Insights chez Nielsen. Le marché était auparavant une niche que se disputaient des acteurs spécialisés comme Bjorg, Sojasun ou Cereal. Depuis, l'arrivée des marques de distributeurs et de grandes marques nationales bouscule les rayonnages. Notre sélection des lancements autour du traiteur végétal, page 30, le confirme. Quels sont les moteurs de cet engouement ? On peut penser que le discours véhiculé par les autorités publiques de manger moins de viande et de privilégier les protéines végétales a fini par faire mouche, avec en tête l'argument d'un moindre impact sur l'environnement et d'un effet bénéfique sur la santé. L'autre hypothèse, c'est que les consommateurs ont « peur » de la viande rouge pour son rôle probablement cancérigène (OMS, 2015), qu'ils s'inquiètent des scandales sanitaires ou non, ou qu'ils se détournent des produits carnés pour des raisons éthiques.

Toutes causes confondues, le changement est enclenché et les plats végétariens et alternatives végétales sont en pleine expansion. Or, la question des matières premières peut représenter un défi.

REPÈRES

Selon Innova Market Insight, le nombre de lancements avec une allégation « *vegan* » a augmenté de 60 % entre 2011 et 2015.

L'Allemagne est le pays où les produits végétariens ont le plus de succès. D'après les données de Mintel, 18 % des lancements y ont lieu. Les États-Unis suivent avec 17 % des lancements végétariens, puis le Royaume-Uni (11 %) et la France avec 6 %.

Utiliser une seule céréale ou légumineuse ne permet pas d'offrir un profil d'acides aminés complet et il faut donc parfois combiner différentes sources végétales. Les filières commencent à se mettre en place en France pour répondre à la hausse de la demande (page 34). Les surfaces cultivées dans l'Hexagone sont à la hausse pour le soja et le pois et certaines cultures comme le quinoa s'implantent désormais sur le territoire.

Le succès des analogues

Parmi les produits plébiscités, ceux qui ressemblent à la viande (boulette, escalope, burger, steak) se taillent un beau succès auprès des consommateurs. D'après une étude menée par trois étudiants en 3^e année à AgroParisTech pour Nactis, c'est la forme qui se rapproche le plus d'un steak qui est la plus populaire auprès des 217 personnes interrogées (principalement de jeunes adultes). De nombreux fournisseurs sont capables de proposer des PAI pour formuler en mode végétal (page 36) et livrent les clés pour réussir les analogues de viande.

Enfin, si l'essor du naturel et du végétal est incontestable, nous ne serons pas tous végétariens demain. La viande et ses alternatives continueront sans doute de coexister encore longtemps (page 38), d'autant que comme tout segment à ses débuts, le traiteur végétal a encore des axes d'amélioration ! ●

AMELIE DEREUDER