

Résultats du Baromètre Consommateurs 2024

LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS TOUJOURS PLUS ATTENTIFS AUX PROTÉINES VÉGÉTALES ET À UNE ALIMENTATION SAIN ET DURABLE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 17 décembre 2024

Protéines France, en partenariat avec Terres Univia, dévoile les résultats de la 7^{ème} édition de son Baromètre Consommateurs*, qui analyse les connaissances, les perceptions et les pratiques des Français vis-à-vis des protéines végétales¹ et des nouvelles protéines². Cette nouvelle édition met en lumière des évolutions notables dans les comportements alimentaires des Français. Si en contexte d'inflation le prix reste le premier critère de choix, la santé s'impose désormais comme une priorité majeure.

DES HABITUDES ALIMENTAIRES EN TRANSFORMATION POUR UN QUART DES FRANÇAIS

Si 65 % des Français affirment manger de tout sans restriction, les régimes spécifiques comme le flexitarisme continuent de croître, atteignant 31 % de la population.

Parmi les 24 % de consommateurs ayant déclaré avoir récemment modifié leurs habitudes alimentaires :

- 45 % citent la hausse des prix comme principal moteur de ce changement ;
- 41 % évoquent les enjeux de santé et de nutrition ;
- 11 % souhaitent réduire leur impact environnemental.

Les priorités des Français en matière d'alimentation se concentrent sur une alimentation équilibrée (59 % des répondants), la diversité des produits consommés (47 %) et la saisonnalité (43 %). Les personnes interrogées sont par ailleurs 36 % à déclarer avoir augmenté leur consommation de légumes frais et 23 % pour les légumineuses. Les Français dont la consommation de légumineuses a augmenté expliquent le plus souvent ce choix par leur attrait envers les bénéfices nutritionnels de ces graines (34 %).

PROTÉINES VÉGÉTALES : UNE IMAGE POSITIVE MAIS DES FREINS ENCORE À SURMONTER

Les légumineuses, dont les légumes secs, sont aujourd'hui identifiées comme l'une des sources les plus riches en protéines par 35 % des consommateurs (derrière la viande, les œufs et le poisson). 66 % des personnes interrogées déclarent manger de manière hebdomadaire des protéines végétales telles que les légumineuses ou céréales. Parmi les sources protéiques les plus appréciées, nous retrouvons la lentille et le blé.

Les protéines végétales bénéficient d'une image très favorable auprès des consommateurs :

- 73 % des Français les jugent bonnes pour la santé,
- 67 % les considèrent comme naturelles,
- 66 % estiment qu'elles contribuent à une alimentation équilibrée.

En revanche, les produits à base de protéines végétales peinent à égaler cette perception : 61 % des Français les connaissent encore peu. Bien qu'ils soient perçus comme « tendance » par 67 % des consommateurs, le goût reste un frein majeur : 44 % les jugent moins savoureux que les protéines animales.

¹Protéines végétales : protéines issues de plantes terrestres

²Nouvelles protéines : protéines issues d'algues, de levures, de champignons ou d'insectes.

***Méthodologie du Baromètre Consommateurs**

Etude quantitative conduite en ligne, du 08/07/2024 au 15/07/2024. Un questionnaire composé de 50 questions a été administré à un échantillon représentatif de la population française de 1001 répondants, aligné sur la structure des précédents baromètres selon les critères de sexe, âge, région et CSP.

L'engouement suscité par ces produits continue toutefois de gagner du terrain : 25 % des Français déclarent manger des produits à base de protéines végétales de manière hebdomadaire, dont 14 % plusieurs fois par semaine. Un chiffre en hausse par rapport à 2020 et 2022 où la part d'acheteurs fréquents s'élevait à 11 %. Les consommateurs sont toujours désireux de diversifier leur alimentation. En 2024, les produits à base de protéines végétales les plus fréquemment consommés sont les suivants : desserts végétaux (31 % des consommateurs en consomment au moins une fois par semaine), alternatives végétales à la viande (28 %), plats cuisinés (22 %) et boissons végétales (22 %).

Les nouvelles sources de protéines, comme les algues, champignons ou levures, suscitent un intérêt bien que les consommateurs restent réservés :

- 5 Français sur 10 se disent prêts à consommer des produits à base d'algues,
- 4 sur 10 envisageraient des produits à base de champignons et levures,
- Les insectes ont plus de mal à convaincre, avec seulement 2 Français sur 10 curieux de les tester.

VERS UNE MEILLEURE INFORMATION POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION

Un déficit d'information freine encore l'adoption des protéines végétales, dans un contexte où de manière générale, les Français sont assez peu informés sur les recommandations nutritionnelles. En effet, les trois quarts des Français ne connaissent pas l'apport journalier recommandé en protéines, tout type de protéines confondues. Une divergence entre la perception personnelle et perception collective apparaît : 47% des consommateurs pensent que leur consommation est soit excessive, soit insuffisante. Et 70% des sondés pensent que l'on mange trop ou pas assez de protéines en France.

En parallèle, les attentes en matière d'information sur les produits alimentaires augmentent. Parmi les critères les plus importants, on peut relever :

- la liste des ingrédients (47 %),
- le lieu de fabrication (41 %),
- les labels, appellations (37 %) ou Nutri-Score (37 %),
- les informations nutritionnelles (35 %).

Le déficit d'information reste une barrière importante : seuls 56 % des Français considèrent que les protéines végétales constituent un levier efficace pour réduire son empreinte carbone personnelle tandis que 27 % des personnes interrogées ne sont pas informées de leurs bénéfices pour la santé.

« Les protéines végétales gagnent du terrain dans les habitudes alimentaires des Français, mais des freins persistent, notamment le goût, le manque de connaissances de ces produits ou encore le prix. Il est clair que pour transformer durablement nos pratiques alimentaires, il faut continuer collectivement à travailler sur ces leviers, que ce soit à travers l'innovation, des campagnes de sensibilisation ou un dialogue renforcé avec les consommateurs et les pouvoirs publics », souligne Paul-Joël Derian, Président de Protéines France.

« Les protéines végétales, en premier lieu desquelles les légumineuses, sont un pilier essentiel de la transition alimentaire. Leurs bénéfices nutritionnels sont toutefois encore trop méconnus des Français ! C'est tout l'enjeu sur lequel travaille notre interprofession : contribuer à l'éducation nutritionnelle des consommateurs. L'ensemble de la filière œuvre également au quotidien pour fournir aux Français des produits qui répondent à leurs attentes. Et les légumineuses cochent toutes les cases tout en relevant les défis de la transition alimentaire et environnementale ! », conclut Benjamin Lammert, Président de Terres Univia.

À PROPOS DE PROTÉINES FRANCE

Protéines France est l'Association des acteurs ayant pour ambition de fédérer et de catalyser le développement en France des protéines végétales et des nouvelles ressources protéiques. www.proteinesfrance.fr
Contact presse : Agence Droit Devant, Ondine Guillaud – guillaud@droitdevant.fr - 06 63 15 99 01

À PROPOS DE TERRES UNIVIA

Terres Univia est l'interprofession des huiles et des protéines végétales. Elle regroupe les principales associations et fédérations professionnelles de la production, la commercialisation, la transformation et l'utilisation des oléagineux et des plantes riches en protéines. Ses missions : la connaissance des productions et des marchés, la promotion de la filière et de ses produits, le pilotage des dispositifs de qualité, le soutien aux actions de R&D, l'organisation des pratiques professionnelles et la diffusion de ses connaissances auprès des professionnels. www.terresunivia.fr
Contact presse : Cécilia Derrien - c.derrien@terresunivia.fr - 07 86 08 76 74