



OléoProtéines

L'observatoire du marché
des protéines végétales
à destination de l'alimentation
humaine

ÉDITION 2022



Financé par :



INTRODUCTION

OléoProtéines a été réalisé à l'issue d'un travail de concertation avec les familles professionnelles de Terres Univia afin de concevoir un outil adapté aux besoins de l'ensemble des acteurs.

Offrant une vision d'ensemble de la place des oléoprotéagineux sur le marché des protéines végétales en alimentation humaine, cet observatoire répond aux attentes de l'amont et de l'aval : disposer d'une meilleure connaissance globale du marché et des utilisations des oléoprotéagineux en alimentation humaine et mieux cerner le potentiel des nouveaux débouchés.

Il permettra de disposer chaque année d'une meilleure connaissance de la chaîne de valeur avec notamment un focus particulier sur l'aval (industriels, circuits de distribution, consommateurs) grâce à la consolidation des données existantes et à l'acquisition de nouvelles données.

Cette première édition a été réalisée dans le cadre de Cap Protéines, le programme de recherche, développement, innovation et transfert du Plan Protéines lancé par les pouvoirs publics dans le cadre du Plan France Relance.



SOMMAIRE

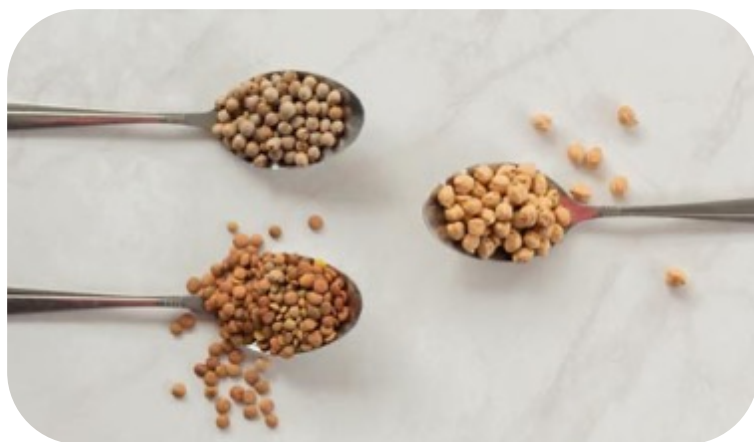
Production et échanges	4
-La production mondiale de légumineuses	
-La production européenne de légumineuses	
-La production française de légumineuses	
-Imports et exports de graines, depuis et vers la France	
Les ingrédients protéiques	9
La restauration hors domicile	11
-Les légumes secs bruts	
-Les légumes secs précuits	
-Les produits au soja	
-Les alternatives végétales	
Le commerce de détail	15
-Les légumes secs en sachet	
-Les légumes secs appertisés	
-Les légumes secs en vrac	
-Les tartinales de légumineuses	
-Les produits au soja	
-Les plats cuisinés contenant des légumineuses	
-Les alternatives végétales contenant des légumineuses	
-Les pâtes alimentaires contenant des légumineuses	
-Les snacks salés contenant des légumineuses	
Innovation et start-ups	21

OBJECTIF, PÉRIMÈTRE & MÉTHODOLOGIE

OléoProtéines a pour objectif d'assurer un suivi du marché des protéines végétales issues des cultures oléoprotéagineuses à destination de l'alimentation humaine.

Cette première édition traite plus particulièrement de la production et/ou de la consommation des légumineuses à graines suivantes :

-  Soja (*Glycine max.*)
-  Pois sec (*Pisum sativum*)
-  Lentille (*Lens culinaris*)
-  Pois chiche (*Cicer arietinum*)
-  Féverole (*Vicia faba*)
-  Lupin (*Lupinus sp.*)
-  Haricot sec (*Phaseolus vulgaris*)



La consolidation et le traitement des données ont été réalisés par Terres Univia à partir des données des prestataires suivants :

Données d'achat en restauration hors domicile

Prestataire : GIRA Foodservice.

Panel constant de distributeurs, représentatif de l'ensemble du marché RHD et couvrant au moins 50% des ventes en valeur du marché global.

Données circuits d'achat et achats en vrac

Prestataire : Kantar WorldPanel.

Données circuits d'achat: panel Achat, 20 000 foyers représentatifs des foyers français.

Données ventes en vrac : panel Vrac, 12 000 foyers représentatifs des foyers français.

Circuits : Hypermarchés, supermarchés, hard-discount, magasins de proximité, e-commerce (généralistes) + magasins bio, vrac, marchés, foires, grandes surfaces frais (spécialistes).

Données ventes en circuits généralistes

Prestataire : Nielsen IQ.

Panel distributeur utilisant les enregistrements des sorties de caisse. Codification par EAN (code-barre).

Circuits : Hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, drive, supermarchés à dominante marques propres (hard-discount).

Prestataire : IRI.

Panel distributeur utilisant les enregistrements des sorties de caisse. Codification par EAN (code-barre).

Circuits : Hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, e-commerce grandes surfaces alimentaires.

Identification des produits contenant des légumineuses

Prestataire : Scan'Up.

Base de données agrégeant les informations de produits alimentaires actifs sur le marché français, alimentée par les distributeurs et les fabricants.

Permet l'identification des EAN contenant des légumineuses et la consolidation des données de ventes de ces produits via un partenariat avec Iri.

Les données de ventes présentées dans cette édition sont arrêtées au 31/12/2021.

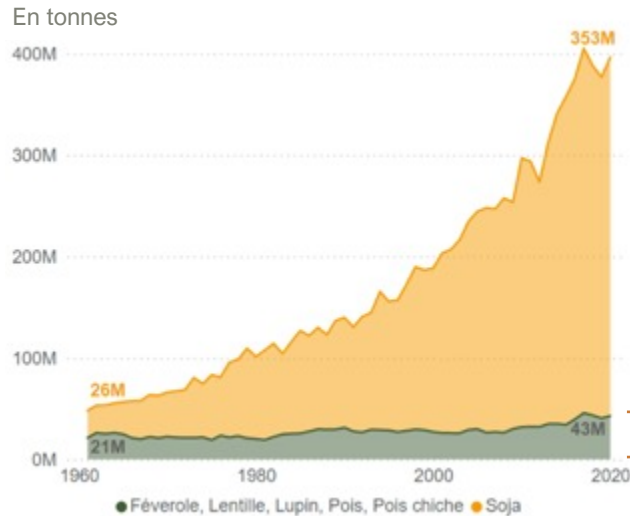


PRODUCTION ET ÉCHANGES

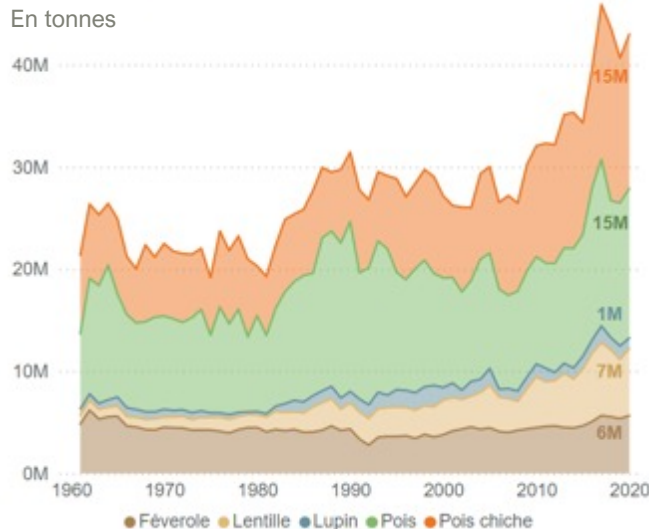
LA PRODUCTION MONDIALE DE LÉGUMINEUSES À GRAINES

PRODUCTION MONDIALE DE LÉGUMINEUSES À GRAINES ENTRE 1960 ET 2020*

Depuis 1960, la production de légumineuses a suivi une croissance exponentielle. Cette croissance est principalement due au soja qui représente 89% des volumes en 2020 et dont la production a été multipliée par 13 en 60 ans. La richesse en protéines et en matières grasses de cette graine permet des usages multiples, mais son débouché principal reste l'alimentation animale.



PRODUCTION MONDIALE DE LÉGUMINEUSES À GRAINES (HORS SOJA) ENTRE 1960 ET 2020*



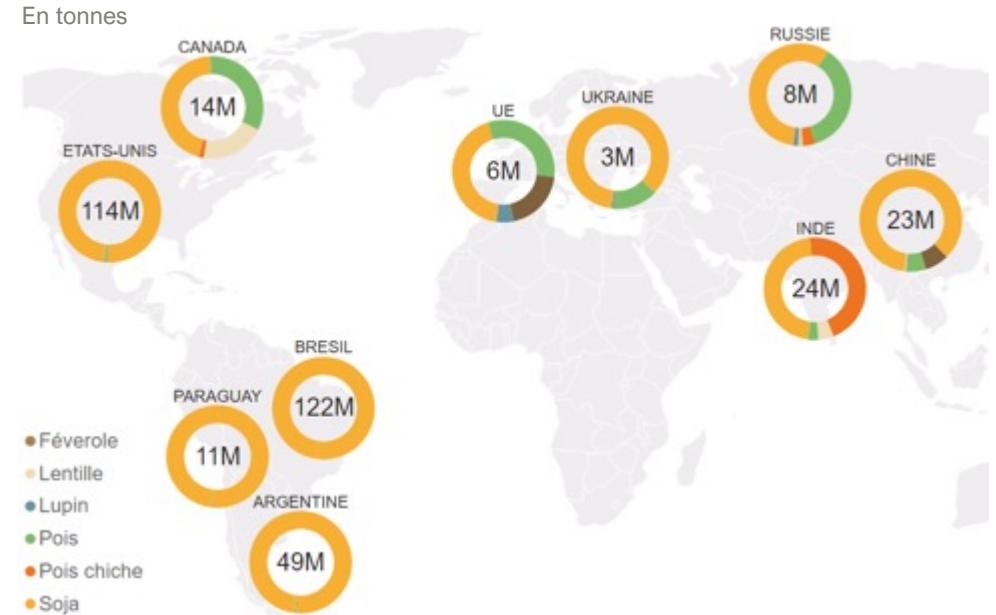
Sur la même période, la production des autres légumineuses a doublé, avec des disparités notables selon les cultures. La production de féverole est restée à peu près stable tandis que les volumes de pois, pois chiche et lupin ont doublé. La production de lentille a quant à elle été multipliée par 7.



En 2020, **158 MILLIONS D'HECTARES** de légumineuses à graines* ont été récoltés dans le monde, pour une production totale de **396 MILLIONS DE TONNES** de graines.

*Soja, pois, lentille, pois chiche, féverole, lupin

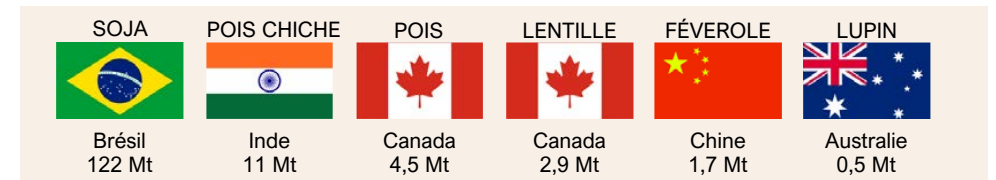
LES 10 PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE LÉGUMINEUSES À GRAINES EN 2020*



Les principaux producteurs de légumineuses sont généralement spécialisés dans la culture du soja : c'est le cas du Brésil (1^{er} producteur mondial de légumineuses), des États-Unis (2^{ème}), de l'Argentine (3^{ème}) et du Paraguay (7^{ème}). A eux seuls, ces quatre pays représentent 85% de la production mondiale de soja.

D'autres zones produisent, quant à elles, une plus grande variété de légumineuses : c'est le cas du Canada, de l'Inde, de la Russie ou encore de l'Union européenne.

PREMIER PRODUCTEUR POUR CHAQUE CULTURE EN 2020*

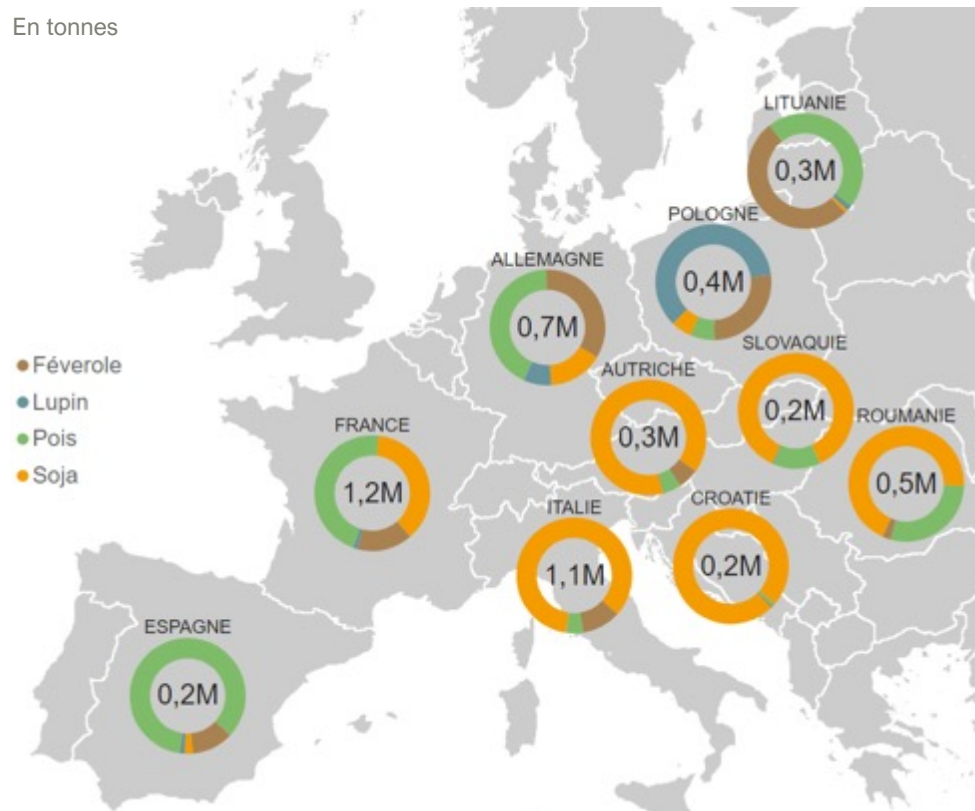


* Pois, soja, féverole, lupin, pois chiche, lentille. Source : FAO

LA PRODUCTION EUROPÉENNE DE LÉGUMINEUSES À GRAINES

LES 10 PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE LÉGUMINEUSES À GRAINES DE L'UE EN 2021*

En tonnes



La France est, en 2021, le premier producteur de légumineuses de l'Union européenne, suivie de près par l'Italie. Première productrice européenne de pois, elle est également 2^{ème} pour le soja et la féverole et 4^{ème} pour le lupin.

Les pays situés dans la zone Sud-Est de l'UE produisent principalement du soja. La production de pois et de féverole se retrouve en majorité sur l'axe Espagne – pays Baltes, exception faite de la Pologne, dominée par le lupin, où la culture de pois est plus marginale.



En 2021, **2 MILLIONS D'HECTARES** de légumineuses à graines* ont été récoltés dans l'Union européenne, pour une production totale de **6 MILLIONS DE TONNES** de graines.

*Soja, pois, féverole, lupin

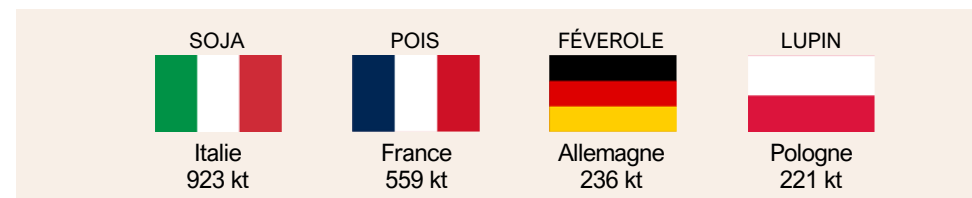
RÉPARTITION DE LA PRODUCTION EUROPÉENNE EN 2021*



La production européenne de soja, pois, féverole et lupin représente moins de 2% des volumes mondiaux. C'est une production majoritairement tournée vers le soja (45% des volumes) mais on retrouve également une proportion importante de pois et de féverole.

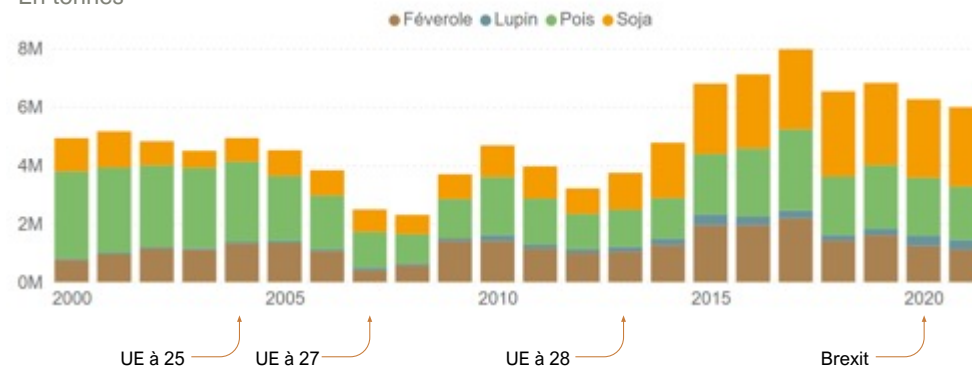
Les volumes européens de lupin, bien que mineurs en comparaison des trois autres cultures, représentent près du tiers de la production mondiale.

PREMIER PRODUCTEUR POUR CHAQUE CULTURE EN 2021*



PRODUCTION DE LÉGUMINEUSES À GRAINES DANS L'UE ENTRE 2000 ET 2021*

En tonnes

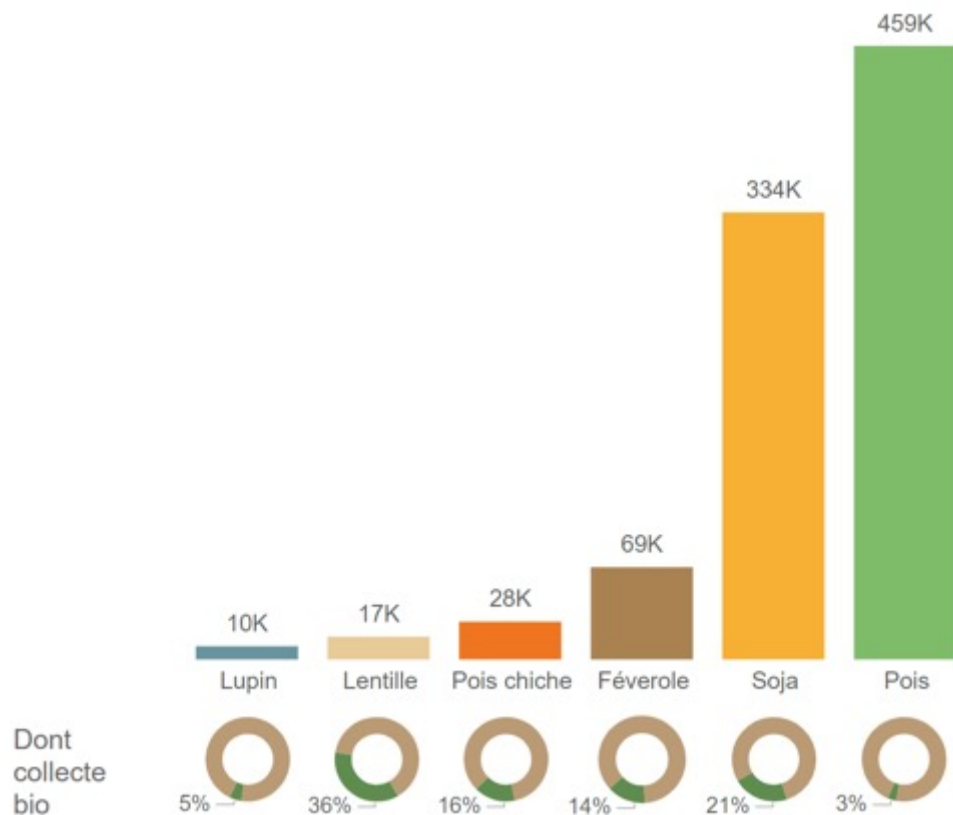


* Pois, soja, féverole, lupin. Source : Eurostat

LA PRODUCTION FRANÇAISE DE LÉGUMINEUSES À GRAINES

COLLECTE FRANÇAISE DE GRAINES DE LÉGUMINEUSES – CAMPAGNE 2020-2021*

En tonnes



Une part non négligeable des volumes de production n'est pas collectée : ceux-ci sont alors utilisés comme semences ou directement consommés sur l'exploitation. C'est le cas, par exemple, de près de 20% de la production de pois sur la campagne 20/21. Le pourcentage de graines non collecté varie selon les cultures.

Les légumineuses sont appréciées en bio pour leur capacité de fixation de l'azote de l'air. Certaines sont, en outre, particulièrement bien valorisées d'un point de vue économique : la lentille et le soja bio, par exemple, font l'objet d'une demande soutenue des acteurs de l'aval.

* Pois, soja, féverole, lupin, pois chiche, lentille. Source : FranceAgriMer



En 2021, **443 000 HECTARES** de légumineuses à graines* ont été récoltés en France, pour une production totale de **1,2 MILLIONS DE TONNES** de graines.

*Soja, pois, féverole, lupin

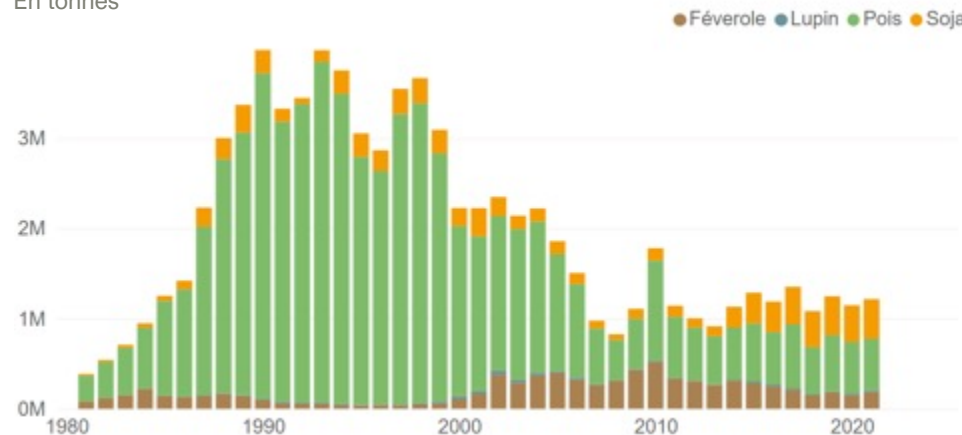
RÉPARTITION DE LA PRODUCTION FRANÇAISE EN 2021**



Les volumes de légumineuses produits en France sont constitués pour près de la moitié par du pois. La part du soja a néanmoins tendance à augmenter depuis quelques années. Le lupin reste marginal.

PRODUCTION DE LÉGUMINEUSES À GRAINES EN FRANCE ENTRE 1980 ET 2021**

En tonnes



La production de pois, poussée par des dispositifs favorables de la Politique Agricole Commune (PAC), a fortement augmenté dans les années 80 pour atteindre un pic à près de 4 millions de tonnes au tournant des années 90. Elle a ensuite diminué progressivement pour se stabiliser depuis 2007 autour d'un million de tonnes. Cette chute des productions est principalement due au recul des surfaces en raison des évolutions de la PAC ainsi qu'à une baisse des rendements (maladies, ravageurs, conditions climatiques et déplacement des zones de culture vers des régions moins favorables), entraînant une diminution de la compétitivité des légumineuses face aux autres grandes cultures.

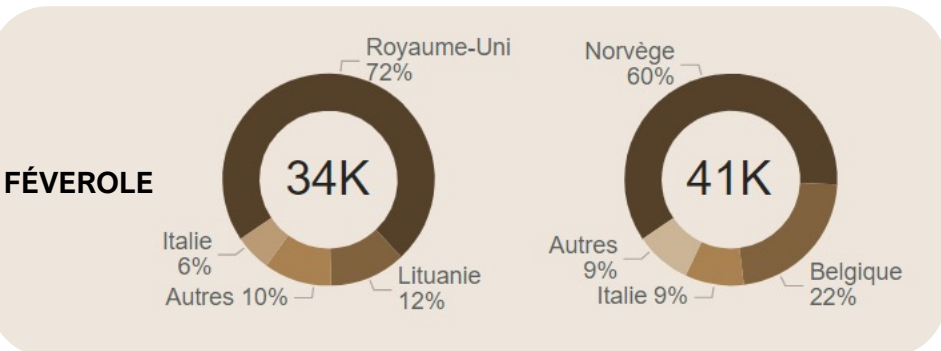
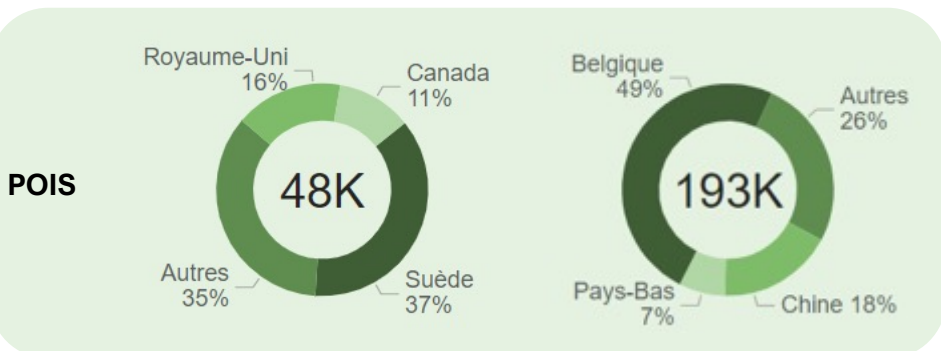
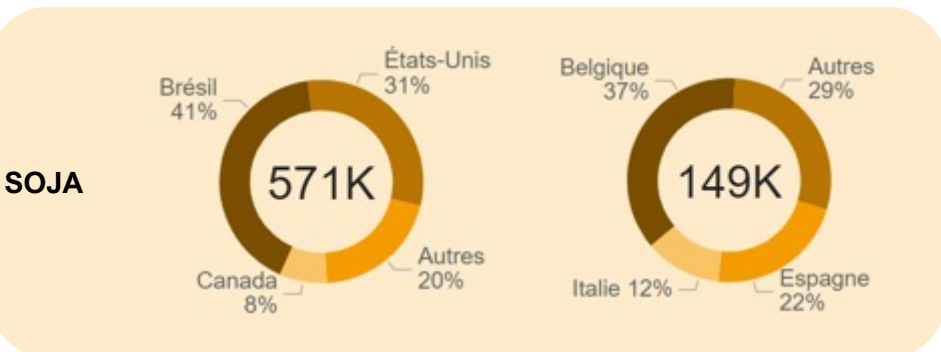
**Pois, soja, féverole, lupin. Source : Terres Univia

IMPORTS ET EXPORTS

DE GRAINES DEPUIS ET VERS LA FRANCE

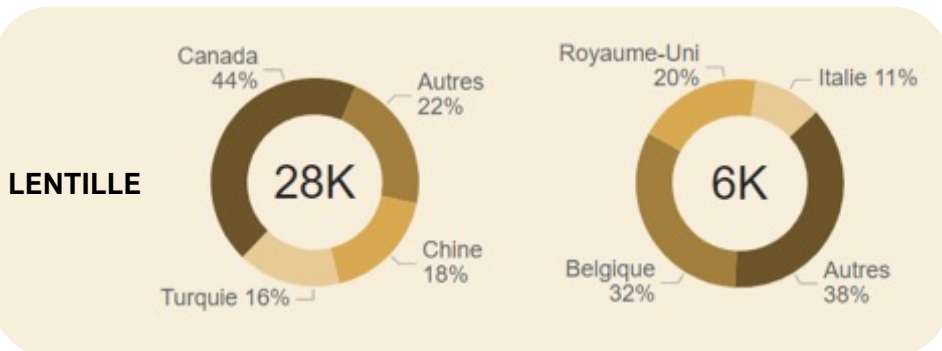
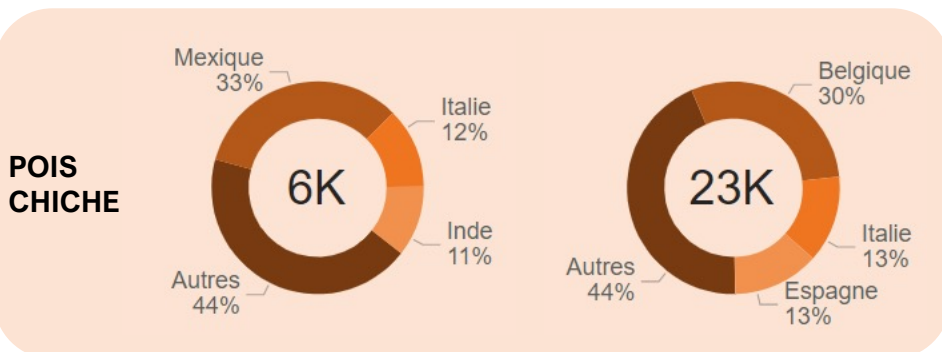
VOLUMES ÉCHANGÉS – CAMPAGNE 2020-2021*

En tonnes



* Source : Terres Univia d'après Eurostat et Douanes

En tonnes



La France est, sur la campagne 20/21, déficitaire en graines de soja, de lentilles et de lupin, tandis qu'elle est excédentaire sur le pois, le pois chiche et la féverole.

Les imports répondent à un manque de disponibilité des graines par rapport à la demande locale (soja, lentille), à des demandes qualitatives des industriels (féverole et pois pour les ingrédients, lentille pour la conserverie) ou encore à l'absence de production de certaines variétés sur le territoire français (pois chiche de gros calibre par exemple).

A noter qu'environ 3 millions de tonnes de tourteaux de soja s'ajoutent aux imports de graines présentés ici. Ce soja a pour destination l'alimentation animale.

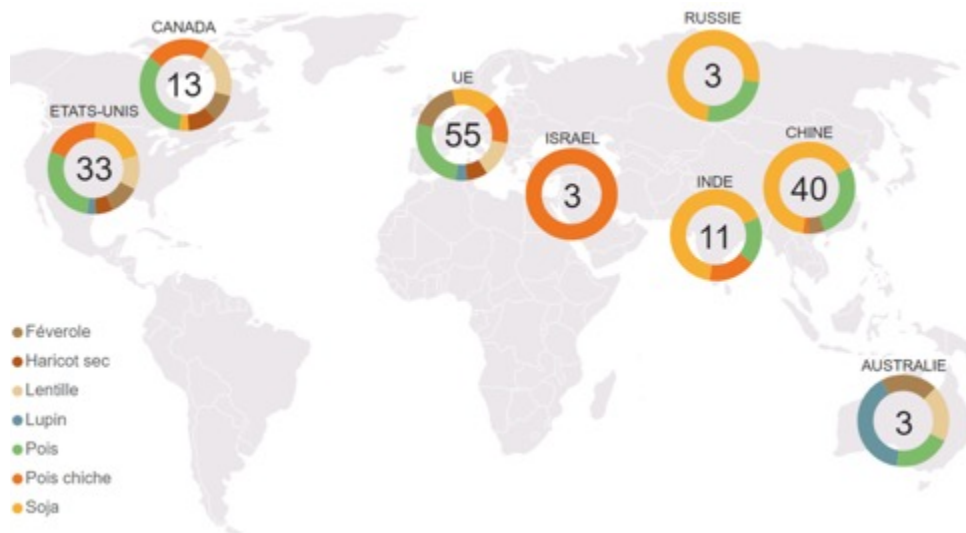


LES INGRÉDIENTS PROTÉIQUES

LES INGRÉDIENTS PROTÉIQUES ISSUS DE LÉGUMINEUSES

LES PRINCIPAUX ACTEURS MONDIAUX DU MARCHÉ DES INGRÉDIENTS EN 2022*

En nombre de fabricants recensés



L'Union Européenne, les Etats-Unis et la Chine forment le top 3 des régions les plus actives dans le domaine des ingrédients protéiques issus de légumineuses.

Les industriels basés en Chine sont spécialisés en grande majorité dans le soja et dans une moindre mesure le pois. Ils produisent des protéines très raffinées : 85% d'entre eux sont en mesure de fournir des isolats.

Les fournisseurs américains ont des profils variés, allant des grands groupes internationaux aux start-ups. Les références fournies par ceux-ci sont principalement des protéines peu raffinées comme des farines : seuls 32% peuvent fournir des isolats. Certains sont internationalisés et possèdent des sites de production répartis aux quatre coins du monde.

Le dynamisme du Canada est notable : on y retrouve une belle diversité de matières premières, avec une place particulière attribuée au pois, au pois chiche et à la lentille. De nombreux investissements soutenus par le gouvernement canadien ainsi qu'un accès facilité à la matière première ont récemment incité des ingredientistes à installer des capacités de production dans les grandes plaines canadiennes.

Enfin, Israël et l'Australie développent leur offre protéique via des stratégies différentes. Les fournisseurs israéliens proposent des protéines très raffinées à partir de pois chiche, tandis que les australiens diversifient les sources protéiques et offrent des produits variés allant de la farine à l'isolat.

Recensement des fabricants de farines, concentrats, isolats et protéines texturées à destination de l'alimentation humaine. La localisation du siège social du fabricant est utilisée pour la détermination du pays de rattachement. Source : Terres Univia

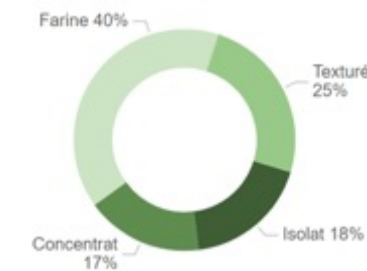
LES PRINCIPAUX ACTEURS EUROPÉENS DU MARCHÉ DES INGRÉDIENTS EN 2022*

En nombre de fabricants recensés



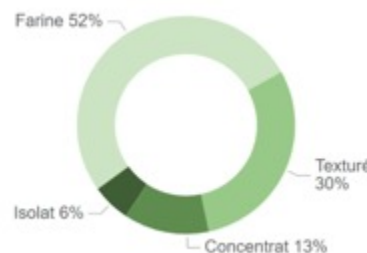
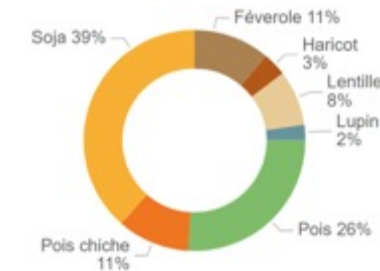
On retrouve une large offre d'ingrédients dans l'Union Européenne. Au sein des pays les plus actifs, un mix assez diversifié de matières premières est utilisé, à l'exception de l'Irlande qui ne propose que des ingrédients à base de pois. Les fabricants présents dans ce pays sont en effet des spécialistes des ingrédients laitiers qui ont souhaité se diversifier en créant une gamme de protéines végétales.

RÉFÉRENCES RECENSÉES EN 2022, PAR TYPE D'INGRÉDIENT*

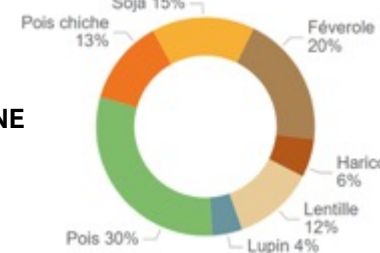


MONDE

RÉFÉRENCES RECENSÉES EN 2022, PAR MATIÈRE PREMIÈRE*



UNION EUROPÉENNE



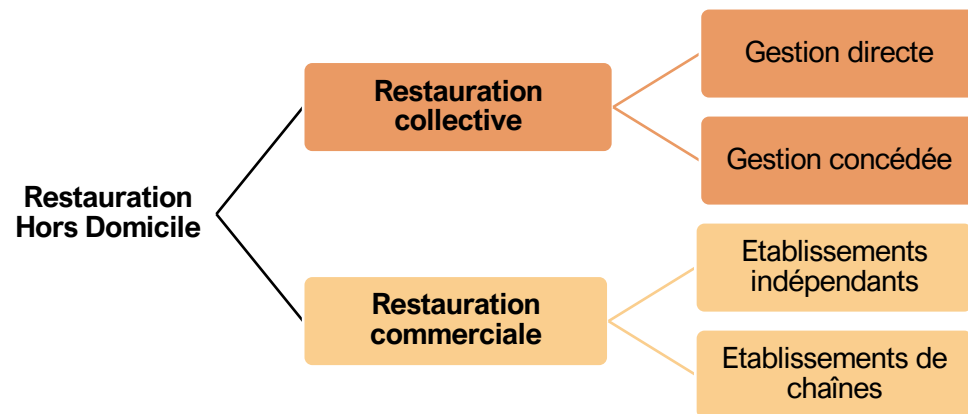
Au niveau mondial comme dans l'Union Européenne, les farines constituent la majorité des références recensées. Cependant, une proportion beaucoup plus réduite de fabricants européens est en capacité de proposer des références d'isolats de protéines.

Le soja est la matière première la plus utilisée dans le monde, suivie par le pois. Dans l'UE, au contraire, les ingrédients à base de pois et de féverole sont majoritaires.



LA RESTAURATION HORS DOMICILE

LA RESTAURATION HORS DOMICILE (RHD)



En 2021, la restauration collective a assuré **52% des prestations RHD** contre 48% pour la restauration commerciale *

La Restauration Hors Domicile (RHD) regroupe deux segments distincts, la restauration collective et la restauration commerciale.

La restauration collective assure la distribution des repas au sein des établissements scolaires et médico-sociaux, des entreprises ou encore de l'armée. La gestion des équipes, des approvisionnements et de l'élaboration des repas peut être directe ou concédée à un prestataire.

La restauration commerciale regroupe les restaurants, cafés, hôtels, fast-food ou encore traiteurs. Ces établissements peuvent être indépendants ou appartenir à une chaîne.

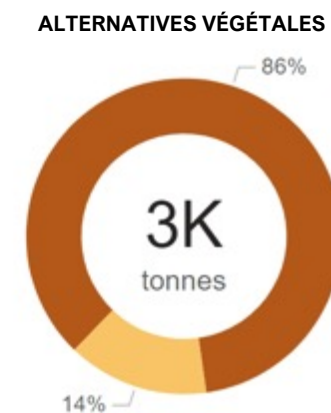
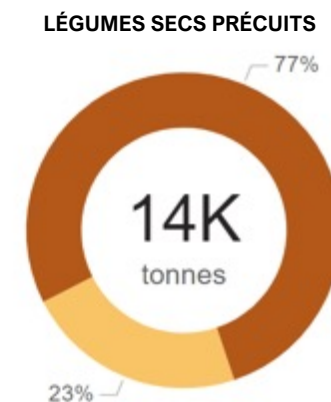
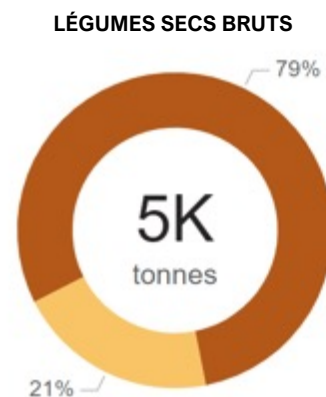
En 2021, la restauration hors domicile a enregistré **23% de prestations de moins** qu'en 2019 (-30% pour la restauration commerciale, -16% pour la restauration collective) *

Le contexte sanitaire a eu un impact particulièrement fort sur le secteur de la RHD : fermeture des restaurants entre Octobre 2020 et Juin 2021, jauges, instauration du télétravail ont conduit à une réduction très importante des prestations par rapport à 2019.

* Source : GIRA Foodservice

RÉPARTITION DES ACHATS EN VOLUME PAR SEGMENT DE RESTAURATION EN 2021*

● Restauration collective ● Restauration commerciale

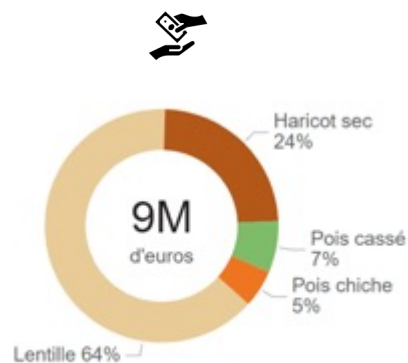


En 2021, la restauration collective est à l'origine de la majorité des achats en volume de légumes secs et d'alternatives végétales. Seuls les desserts et boissons au soja sont principalement achetés par les établissements de restauration commerciale.

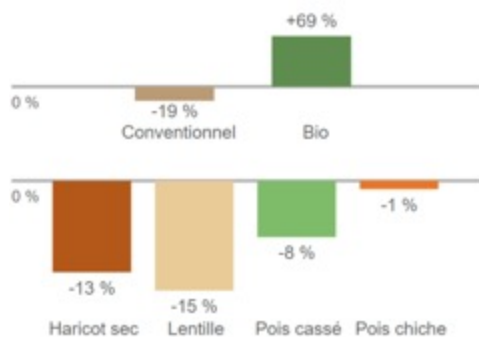
* Source : GIRA Foodservice

LES LÉGUMES SECS BRUTS

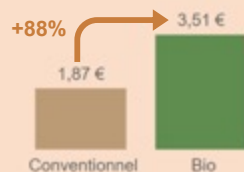
ACHATS 2021 EN VALEUR*



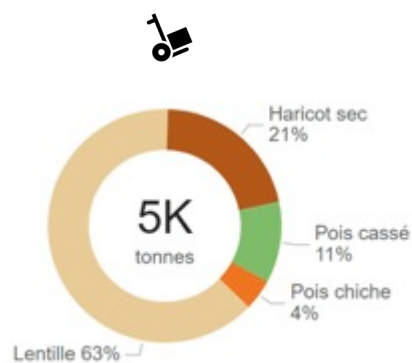
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019*



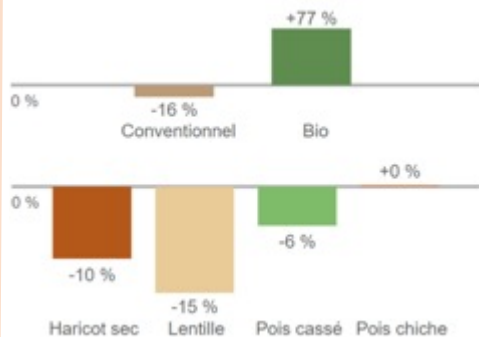
PRIX MOYENS AU KG EN 2021*
(PAR MODE DE PRODUCTION)



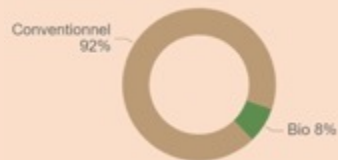
ACHATS 2021 EN VOLUME*



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019*



ACHATS 2021 EN VOLUME*
(PAR MODE DE PRODUCTION)

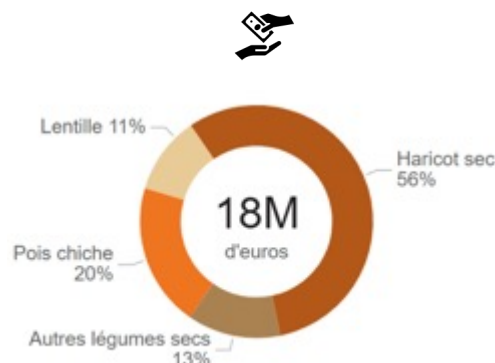


Les achats de légumes secs par les établissements de restauration sont globalement en recul par rapport à 2019 en raison de la baisse générale de la consommation hors foyer dans le contexte de la crise sanitaire. La fréquence d'intégration de légumes secs dans les menus est en revanche en hausse. Les achats bio sont en forte croissance, poussés par l'objectif inscrit dans la loi Egalim d'atteindre, en 2022, 20% de produits biologiques dans les menus servis au sein des établissements publics.

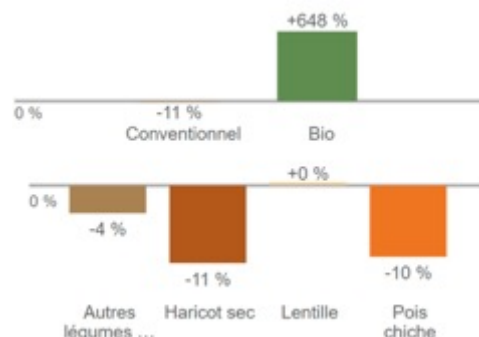
* Source : GIRA Foodservice

LES LÉGUMES SECS PRÉCUITS

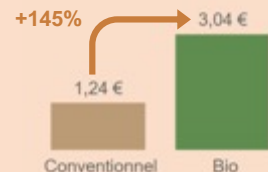
ACHATS 2021 EN VALEUR**



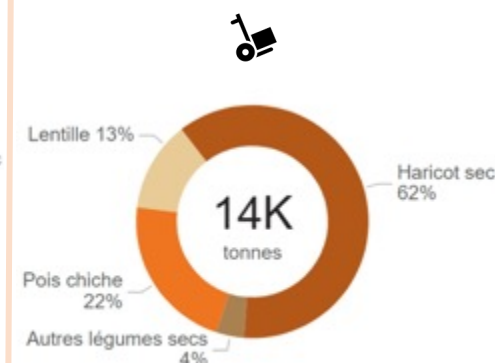
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019**



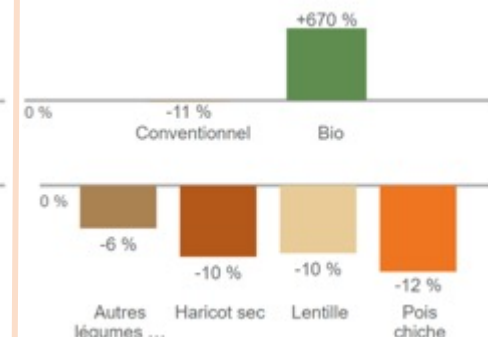
PRIX MOYENS AU KG EN 2021**
(PAR MODE DE PRODUCTION)



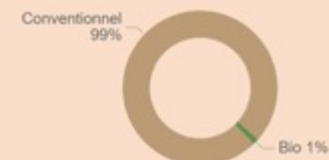
ACHATS 2021 EN VOLUME**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019**



ACHATS 2021 EN VOLUME**
(PAR MODE DE PRODUCTION)



La précuisson est favorisée par les établissements de restauration pour des questions de praticité, en particulier pour les légumes secs nécessitant un pré-trempage. Plus de 90% des volumes de légumes secs précuits sont achetés appertisés plutôt que surgelés. Avec un différentiel de prix élevé par rapport au conventionnel, la part de marché du bio reste marginale. Elle est néanmoins en forte augmentation par rapport à 2019, portée par la réglementation incitative.

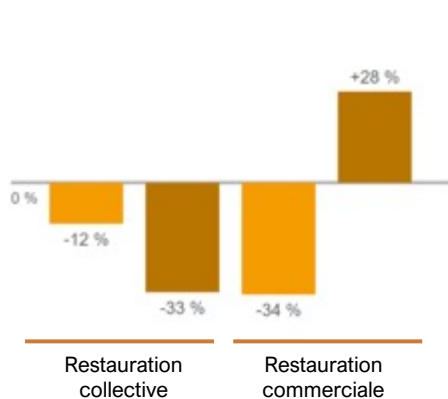
**Appertisés ou surgelés. Source : GIRA Foodservice

LES PRODUITS AU SOJA (HORS TRAITEUR)

ACHATS 2021 EN VALEUR*



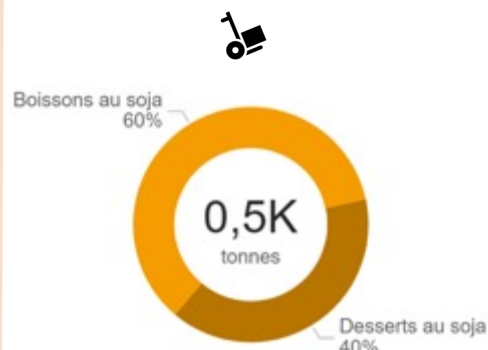
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019*



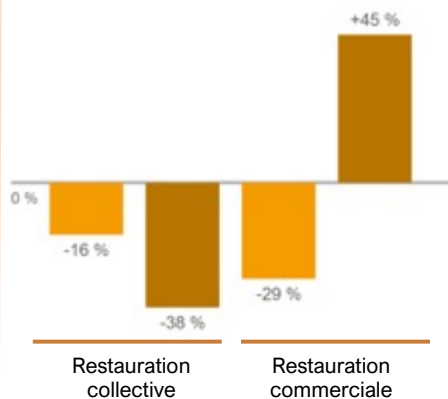
PRIX MOYENS AU KG EN 2021*
(PAR TYPE DE PRODUIT)



ACHATS 2021 EN VOLUME*



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019*



Les boissons au soja représentent la majorité du marché volume, tandis que les desserts dominent le marché valeur en raison de leur prix plus élevé.

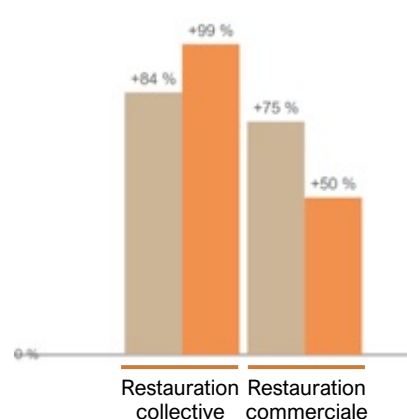
Les achats sont à la baisse par rapport à 2019, entraînés de façon nette par la chute du marché RHD. Les desserts au soja enregistrent en revanche une belle progression en restauration commerciale.

LES ALTERNATIVES VÉGÉTALES

ACHATS 2021 EN VALEUR**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019**



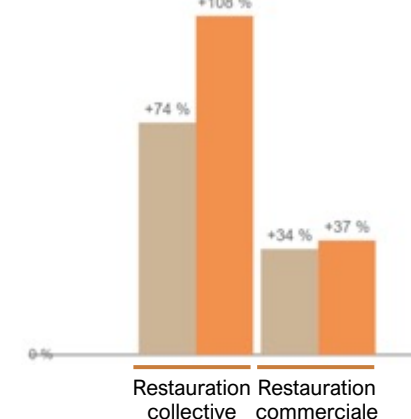
PRIX MOYENS AU KG EN 2021**
(AVEC OU SANS MENTION D'UNE LÉGUMINEUSE DANS LE LIBELLÉ PRODUIT)



ACHATS 2021 EN VOLUME**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019**



Les alternatives végétales enregistrent une forte progression par rapport à 2019, liée à la diversification des sources de protéines et à l'expérimentation des menus végétariens en restauration collective.

13% des volumes achetés mentionnent une légumineuse dans leur libellé produit. Cette caractéristique semble particulièrement porteuse en restauration collective : les volumes ont augmenté de 108% contre 74% pour les produits qui n'en mentionnent pas.

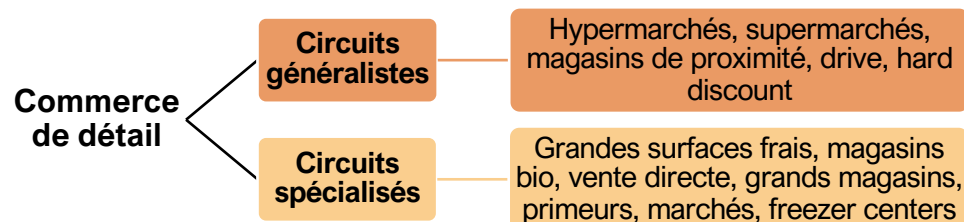
* Boissons et desserts au soja, hors produits traiteurs. Source : GIRA Foodservice

** Simili-carnés, galettes, traiteur végétal cœur de repas. Avec légumineuse = Mentionne une légumineuse dans le libellé produit. Source : GIRA Foodservice



LE COMMERCE DE DÉTAIL

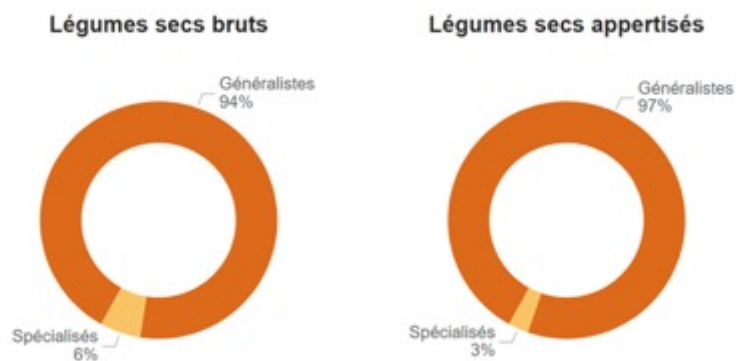
LE COMMERCE DE DÉTAIL



En 2017, 87% des ventes de produits alimentaires étaient réalisées dans des circuits généralistes contre 13% dans des circuits spécialisés*. La grande distribution (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité) a un poids particulièrement élevé, avec 73% des achats alimentaires des ménages (45% pour les seuls hypermarchés). Bien que cette répartition soit encore globalement valable en 2021, la part de chaque circuit a tendance à fluctuer en fonction des évolutions des comportements des consommateurs. De plus, certains circuits se sont particulièrement développés au cours des dernières années : c'est notamment le cas de la vente en ligne.

La part des circuits spécialisés évolue également en fonction des produits. Ainsi, certains produits frais comme la viande, le poisson, les fruits et légumes sont fréquemment achetés dans les commerces traditionnels que sont les boucheries, poissonneries et autres primeurs.

RÉPARTITION DES VENTES EN VOLUME PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION EN 2021**



Les légumes secs, qu'ils soient bruts ou appertisés, ont pour particularité d'être quasiment exclusivement achetés par les consommateurs auprès des circuits généralistes.

* Source : FranceAgriMer ** Source : Kantar WorldPanel (Panel Achats)

LE COMMERCE DE DÉTAIL EN 2021



Une consommation à domicile en légère diminution par rapport à 2020 : les ventes de produits de grande consommation ont diminué de **-3,6% en volume et -2,2% en valeur*****

Retour de la recherche de praticité en raison de la diminution du temps disponible pour la préparation des repas : les ventes de produits « Prêts à l'emploi » ont augmenté de **+3,6% en valeur***** par rapport à 2020



Augmentation des préoccupations liées aux impacts sanitaires et environnementaux de l'alimentation : hausse des ventes de **produits locaux ou labellisés**



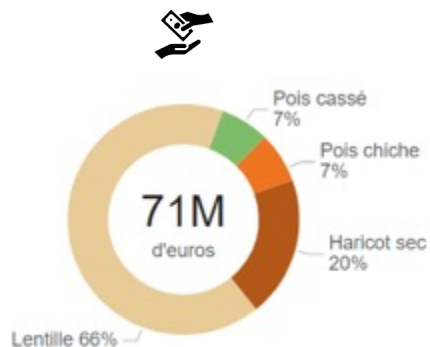
Essor de certains circuits de distribution : **+80% de livraisons à domicile***** par rapport à 2019

*** Source : Kantar – Analyse de la Consommation 2021

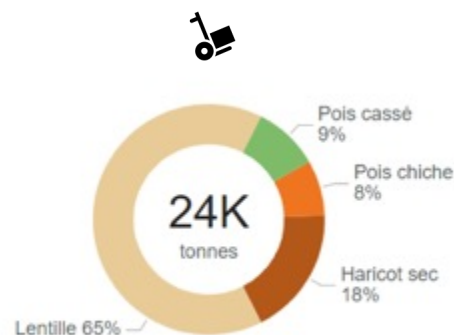
LES LÉGUMES SECS EN SACHET

LES LÉGUMES SECS APPERTISÉS

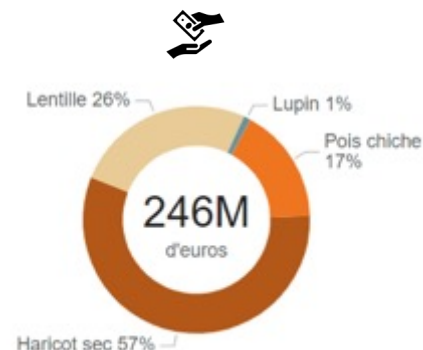
VENTES 2021 EN VALEUR*



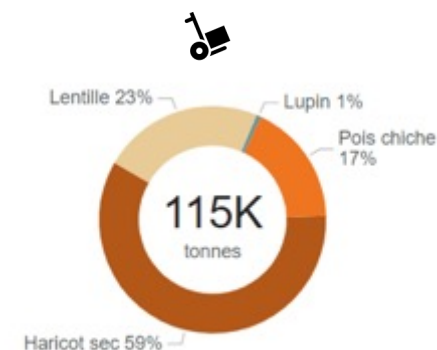
VENTES 2021 EN VOLUME*



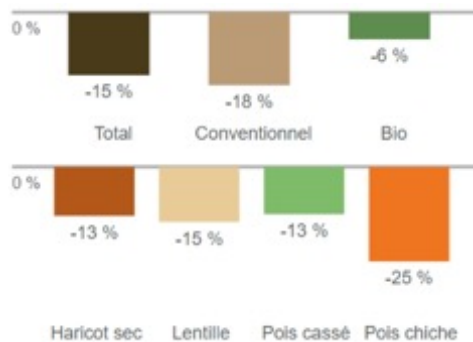
VENTES 2021 EN VALEUR**



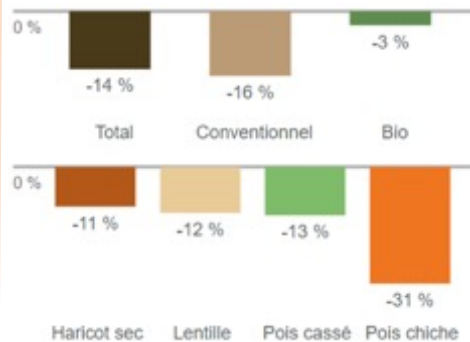
VENTES 2021 EN VOLUME**



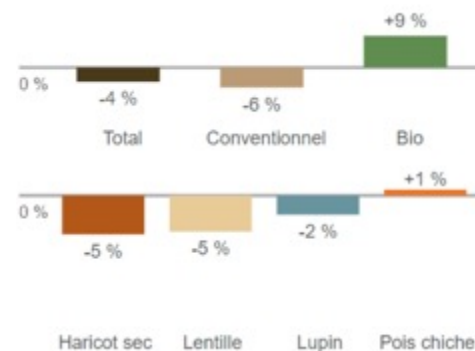
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



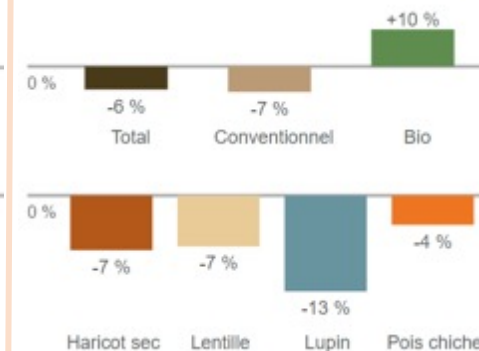
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



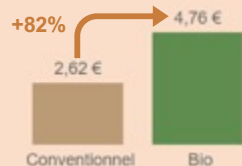
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



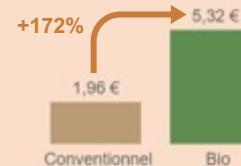
PRIX MOYENS AU KG EN 2021* (PAR MODE DE PRODUCTION)



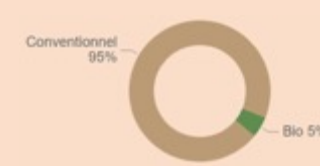
VENTES 2021 EN VOLUME* (PAR MODE DE PRODUCTION)



PRIX MOYENS AU KG EN 2021** (PAR MODE DE PRODUCTION)



VENTES 2021 EN VOLUME** (PAR MODE DE PRODUCTION)



Les ventes de légumes secs bruts en sachet sont globalement en baisse par rapport en 2020, année exceptionnellement faste pour les produits d'épicerie en raison du rapatriement de la grande majorité des repas vers le domicile et de la constitution de stocks par les ménages. La lentille, dont la préparation ne nécessite pas de trempage et dont la cuisson est relativement courte, domine largement ce segment.

La praticité du format appertisé (conserves ou bocaux) a permis un bon maintien de ses ventes par rapport à 2020, démontrant encore une fois l'importance de ce critère d'achat pour les ménages qui ont eu moins de temps à consacrer à la cuisine que l'année passée. C'est également le format le plus plébiscité pour les légumes secs dont la préparation est longue (trempage et cuisson lente) : haricots et pois chiches sont en grande majorité achetés appertisés.

*Source : Nielsen IQ

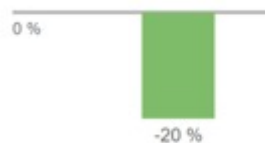
** En bocal ou conserve. Source : Nielsen IQ

LES LÉGUMES SECS EN VRAC

VENTES 2021 EN VOLUME*



ÉVOLUTION DES VOLUMES PAR RAPPORT À 2020*



Le format vrac est la vente au poids de produits non emballés, en libre service ou en service assisté.
En 2021, la lentille représentait plus de la moitié des volumes de légumes secs vendus sous ce format. Les ventes sont en forte baisse par rapport à 2020.

LES TARTINABLES FRAIS

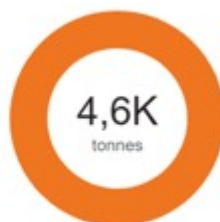
CONTENANT DES LÉGUMINEUSES



VENTES 2021 EN VALEUR**



VENTES 2021 EN VOLUME**



ÉVOLUTION DES VOLUMES PAR RAPPORT À 2020**



Le pois chiche est, en 2021, le seul légume sec retrouvé au rayon tartinables frais des grandes surfaces : il constitue l'ingrédient principal du houmous, produit aux ventes très dynamiques.

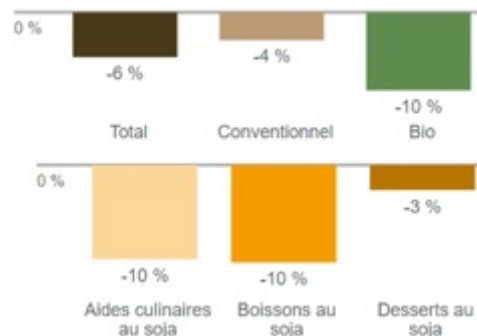
*Source : Kantar WorldPanel (Panel Vrac) ** Tartinables exotiques au rayon frais. Source : IRI

LES PRODUITS AU SOJA (HORS TRAITEUR)

VENTES 2021 EN VALEUR***



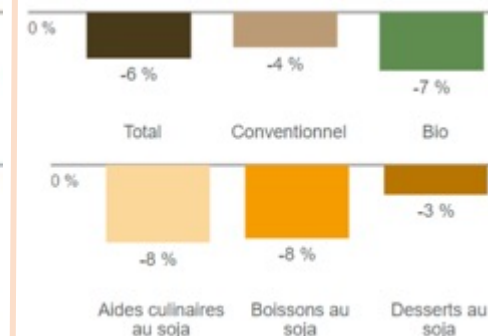
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020***



VENTES 2021 EN VOLUME***



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020***



PRIX MOYENS AU KG EN 2021***



VENTES 2021 EN VOLUME*** (PAR MODE DE PRODUCTION)



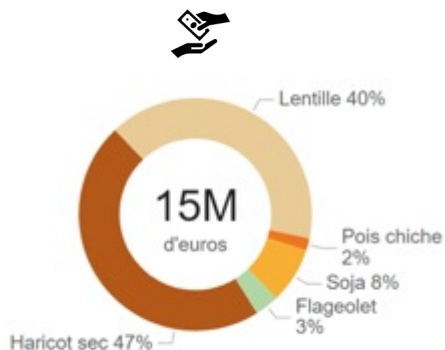
Les boissons au soja représentent une courte majorité des volumes, tandis que les desserts dominent les ventes en valeur. Le marché est en léger repli par rapport à l'année précédente, plus particulièrement en ce qui concerne les aides culinaires et les boissons. Ces catégories de produits, où le soja a été précurseur, proposent désormais des gammes végétales de plus en plus variées (céréales, oléagineux, etc.), ce qui peut fragmenter les ventes au détriment des produits au soja.

***Source : Nielsen IQ

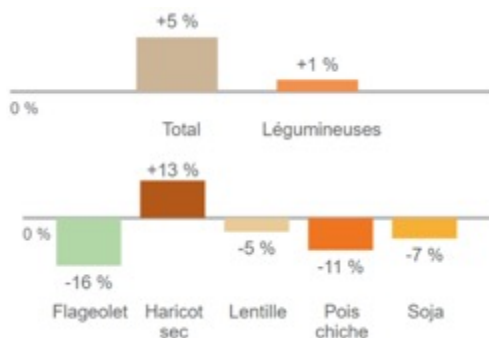
LES PLATS CUISINÉS CONTENANT DES LÉGUMINEUSES

LES ALTERNATIVES VÉGÉTALES CONTENANT DES LÉGUMINEUSES

VENTES 2021 EN VALEUR*



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



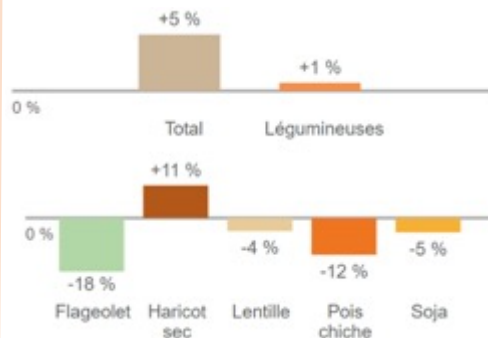
PRIX MOYENS AU KG EN 2021*



VENTES 2021 EN VOLUME*



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



VENTES 2021 EN VOLUME*
(PAR RAPPORT AU RAYON PLATS CUISINÉS MICRO-ONDABLES)



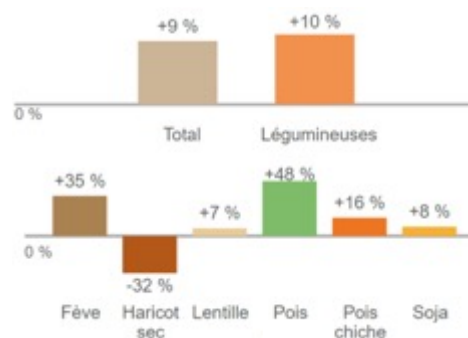
En 2021, les plats cuisinés micro-ondables contenant des légumineuses constituent 9% des volumes de ventes de la catégorie. Alors que le rayon plats cuisinés est en croissance à +5%, porté par l'attrait des consommateurs pour ces produits prêts à l'emploi, les ventes de plats aux légumineuses n'ont augmenté que de 1% entre 2020 et 2021.

*Plats cuisinés micro-ondables en barquette ou doypack.
Avec légumineuses = contient au moins 15% de légumineuses. Source : IRI avec Scan'Up

VENTES 2021 EN VALEUR**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



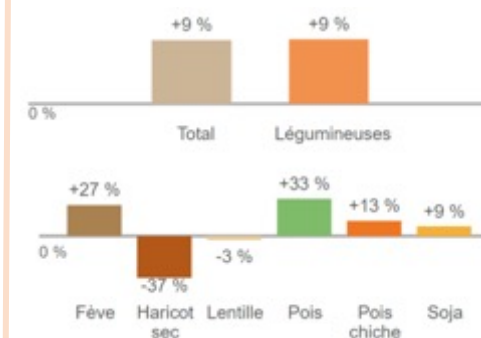
PRIX MOYENS AU KG EN 2021**



VENTES 2021 EN VOLUME**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



VENTES 2021 EN VOLUME**
(PAR RAPPORT AU RAYON PLATS CUISINÉS MICRO-ONDABLES)



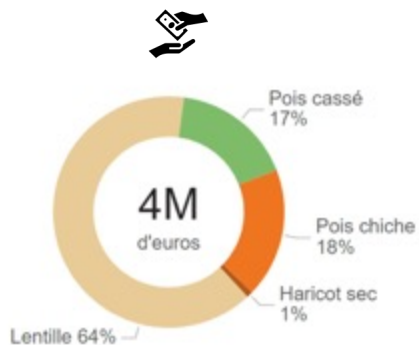
Une majorité d'alternatives végétales contiennent des légumineuses : 56% des volumes en 2021. Cette catégorie de produits est en croissance en 2021 par rapport à l'année précédente, avec un développement particulièrement marqué des produits contenant du pois et de la fève.

**Simili-carnés, galettes, tempeh, tofu, falafels, seitan.
Avec légumineuses = contient au moins 15% de légumineuses. Source : IRI avec Scan'Up

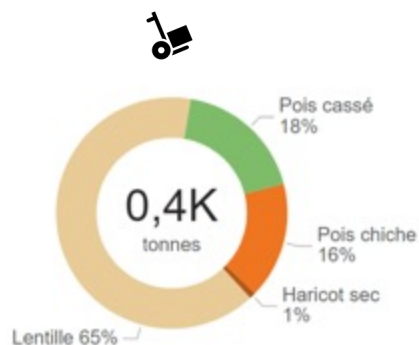
LES PÂTES ALIMENTAIRES CONTENANT DES LÉGUMINEUSES

LES SNACKS SALÉS CONTENANT DES LÉGUMINEUSES

VENTES 2021 EN VALEUR*



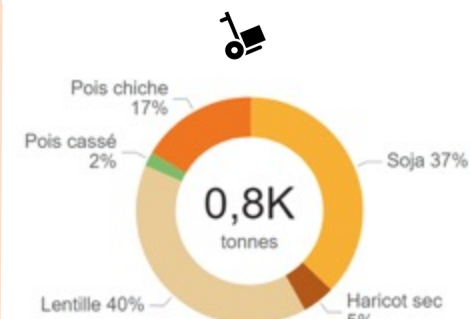
VENTES 2021 EN VOLUME*



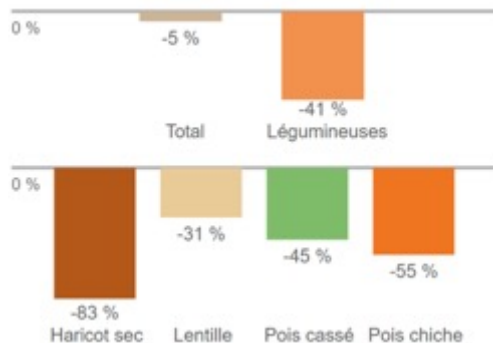
VENTES 2021 EN VALEUR**



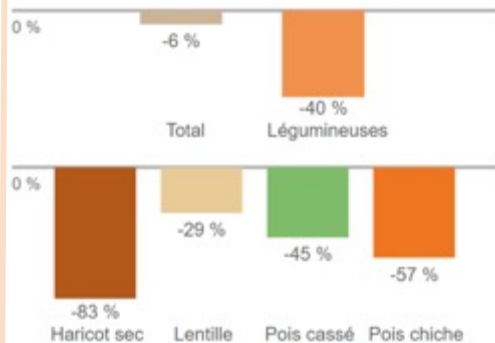
VENTES 2021 EN VOLUME**



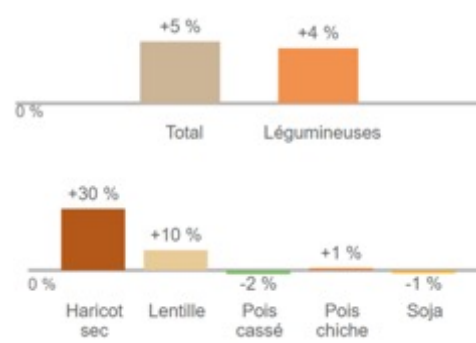
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



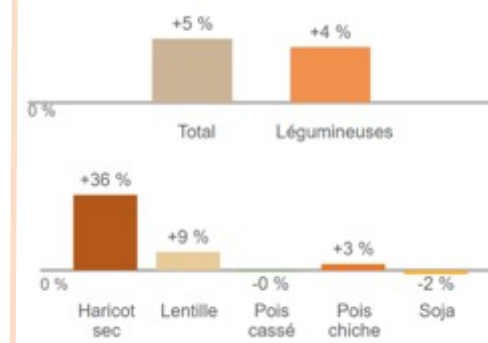
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020*



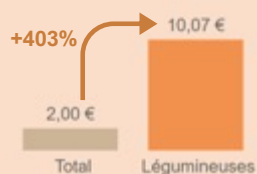
ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2020**



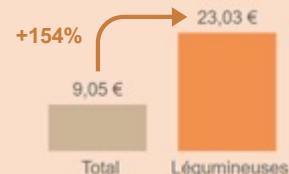
PRIX MOYENS AU KG EN 2021*



VENTES 2021 EN VOLUME* (PAR RAPPORT AU RAYON PÂTES ALIMENTAIRES SÈCHES)



PRIX MOYENS AU KG EN 2021**



VENTES 2021 EN VOLUME** (PAR RAPPORT AU RAYON SNACKS SALÉS)



Les pâtes aux légumineuses sont encore un marché de niche : elles constituent 0,1% des volumes de pâtes alimentaires en 2021. Il s'agit également de produits premium avec un prix moyen au kg cinq fois plus élevé que le prix moyen observé pour le rayon global. Les ventes se sont effondrées entre 2020 et 2021 et ce, beaucoup plus fortement que pour le reste du rayon : l'offre doit-elle être retravaillée pour être plus convaincante auprès des consommateurs ?

Les snacks aux légumineuses sont également des produits premium, innovants, qui représentent de très petits volumes par rapport à leur rayon de référence. Cependant, leur dynamique est beaucoup plus positive avec des ventes en hausse par rapport à 2020, portées par un rayon particulièrement dynamique.

*Avec légumineuses = contient au moins 15% de légumineuses. Source : IRI avec Scan'Up

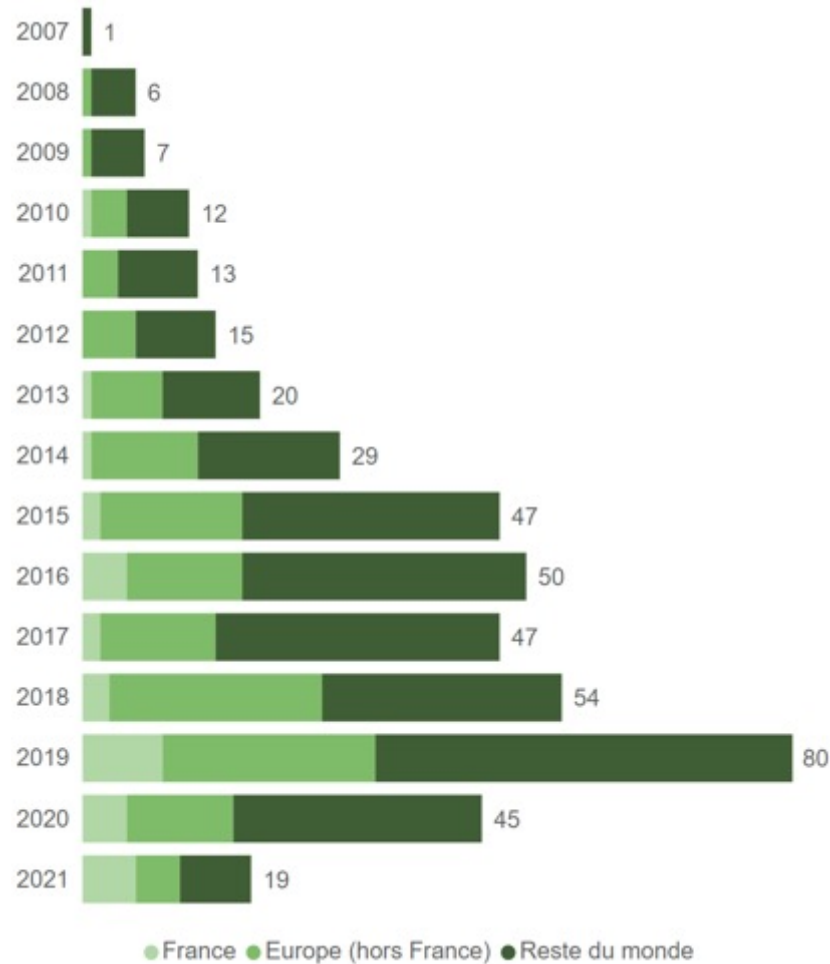
**Chips, extrudés, tuiles et biscuits salés. Avec légumineuses = contient au moins 15% de légumineuses. Source : IRI avec Scan'Up



INNOVATION ET START-UPS

LES START-UPS

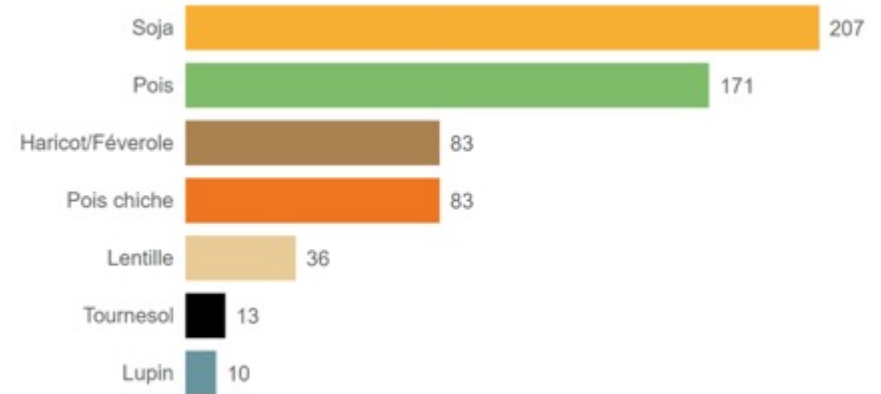
LANCEMENTS DE START-UPS UTILISANT DES PROTÉINES ISSUES D'OLÉO-PROTÉAGINEUX ENTRE 2007 ET 2021*



Les lancements de start-ups ont atteint un pic en 2019 et semblent maintenant en décroissance. Cela ne traduit pas forcément un essoufflement de la dynamique d'innovation, mais plutôt une évolution dans le niveau de maturité des start-ups. Depuis 2020, les investissements ont été légion dans le domaine des protéines végétales. En France, en 2022, les financements records se sont succédés : 25 M€ pour La Vie, 26,5 M€ pour Umiami, 35 M€ pour HappyVore...

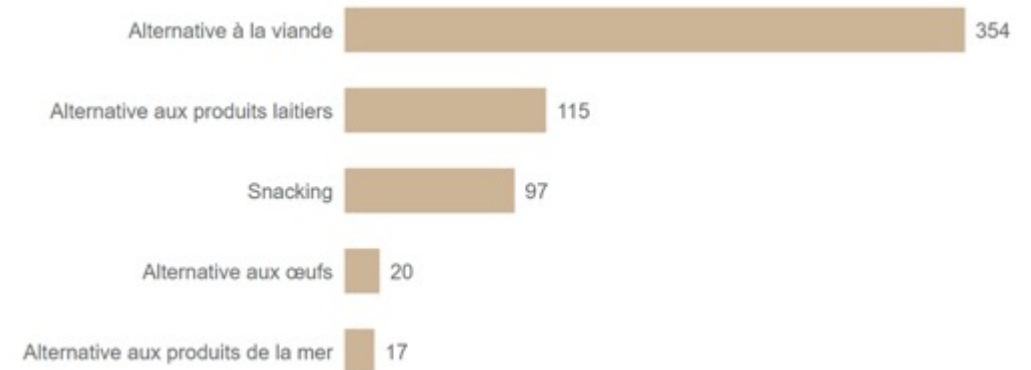
*Source : Protéines France – Base de données Start-up

NOMBRE MONDIAL DE START-UPS PAR MATIÈRE PREMIÈRE EN 2022*



La matière première la plus travaillée par les start-ups est, à date, le soja, mais la place du pois est grandissante : celui-ci n'est pas un allergène majeur, son image n'est pas source d'inquiétude auprès du consommateur et le sourcing de protéines de pois est facilité par le développement récent de nombreuses unités de transformation. D'autres sources protéiques innovantes sont utilisées telles que le lupin ou le tournesol.

NOMBRE MONDIAL DE START-UPS PAR TYPE DE PRODUIT EN 2022*



Les start-ups développent principalement des alternatives aux produits animaux. Ceux-ci sont destinés à la restauration hors foyer mais aussi au commerce de détail où les rayons se remplissent de produits de plus en plus variés. Le snacking est aussi source majeure d'innovation pour les protéines issues d'oléoprotéagineux.

*Source : Protéines France – Base de données Start-up



OléoProtéines

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

À PROPOS DE CAP PROTÉINES

Cap Protéines est le programme de recherche, développement, innovation et transfert du Plan Protéines lancé par les pouvoirs publics dans le cadre du Plan France Relance. Piloté par Terres Inovia et l'Institut de l'élevage, il a mobilisé plus de 200 partenaires techniques, 100 000 producteurs d'oléoprotéagineux et plus de 100 000 éleveurs de ruminants en 2021 et 2022 et a été doté d'un budget de 55,5 M d'€. Ce programme était financé par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation dans le cadre du plan France Relance et Terres Univia. www.cap-proteines.fr

CONTACT

Marilou KECK – contact@terresunivia.fr

11 rue de Monceau, 75008 PARIS

Crédits photos : Adobe Stock (Monkey Business, Bits and Splits, FPWing, Fotolesnik, Junior Gobira, Diana Taliun, Natalia Klenova, Photka)

Date de publication : Février 2023