

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Près d'un Français sur deux consomme des légumineuses au moins une fois par semaine

Résultats de l'étude CRÉDOC sur la place des légumineuses
dans les comportements et attitudes alimentaires en France
réalisée dans le cadre de Cap Protéines

Paris, le 11 octobre 2021 – Terres Univia, l'Interprofession des huiles et protéines végétales, dévoile les résultats d'une étude sur la place des légumineuses dans les comportements et attitudes alimentaires des Français. Cette étude*, réalisée au sein de la grande enquête annuelle du CRÉDOC sur les comportements alimentaires en France entre avril et mai 2021, a été conçue 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 de France Relance, et plus particulièrement au sein du projet « Partager les informations du producteur au consommateur ».

Les résultats de l'étude parlent d'eux-mêmes : avec près d'un Français sur deux (48 %) qui consomme des légumineuses au moins une fois par semaine, les pois chiche, lentilles, féveroles, pois, haricots secs, soja ou encore lupins acquièrent une belle place dans les assiettes des consommateurs !

« L'un des enjeux de Cap Protéines est de pouvoir décrypter les attentes des consommateurs envers les légumineuses. Mieux comprendre ces attentes, pour mieux produire et innover, est essentiel pour œuvrer en faveur de notre souveraineté alimentaire, et augmenter d'ici à 2024 de 40 % les surfaces de légumineuses, » souligne Antoine Henrion, agriculteur et président de Terres Univia.

48 % des Français consomment des légumineuses au moins une fois par semaine.

Le contexte sanitaire a renforcé les tendances de consommation déjà identifiées dans les comportements alimentaires des Français et a permis d'ancrer ces changements dans le quotidien.¹ « A l'heure où les pratiques alimentaires misent sur une consommation accrue de végétaux, avec près d'un Français sur deux consommant des légumineuses au moins une fois par semaine, nous sommes visiblement à la moitié du chemin dans notre travail de sensibilisation des consommateurs pour atteindre les recommandations santé du Programme national nutrition santé : consommer au moins deux fois par semaine des légumineuses. La consommation de protéines végétales se poursuit au profit des légumineuses, » ajoute Antoine Henrion.

30 %

des Français déclarent consommer
des légumineuses une fois
par semaine

18 %

des adultes affirment en
consommer plus d'une fois
par semaine

¹ Résultats de l'étude CRÉDOC sur les comportements et attitudes alimentaires en France réalisée en 2021

Qui mange des légumineuses ? Des profils très divers !

Qu'est-ce qu'une légumineuse ?

Les légumineuses sont des plantes dont les graines sont contenues dans des gousses (ou siliques). La plupart sont riches en amidon et en protéines. On regroupe sous le terme « légumineuses » les légumes secs (pois chiche, lentilles, haricots) mais aussi la féverole, le lupin, le pois et le soja.

Les 75 ans et plus,
grands consommateurs
de légumineuses

53 %

d'entre eux consomment au
moins une fois par semaine
des légumineuses

Des légumineuses consommées par tous

Les 75 ans et plus constituent les plus grands consommateurs de légumineuses, notamment car ils ont l'habitude ancrée de les cuisiner. Mais contrairement aux idées reçues, les autres catégories de population se démarquent par des consommations hebdomadaires de légumineuses assez proches de celle de leurs aînés : 50 % des 35-44 ans, mais aussi 49 % des 65-74 ans et 48 % des 45-54 ans en consomment au moins une fois par semaine. De même, 48 % des 15-24 ans et 45 % des 25-34 ans affirment également en consommer au moins une fois par semaine !

Très fort effet culturel

Les plus diplômés sont une catégorie de population qui consomme fortement et régulièrement des légumineuses, car 54 % des personnes interrogées titulaires d'un diplôme supérieur à Bac+2, et 54 % des adultes détenteurs d'un niveau Bac à Bac+2 en mangent au moins une fois par semaine. Les Français non diplômés ne sont, quant à eux, que 39 % à consommer des légumineuses au moins une fois par semaine. L'impact culturel semble donc fort dans la connaissance et la consommation des légumineuses ; cette dernière augmentant donc avec le niveau de diplôme. L'influence des pratiques de consommation des populations les plus diplômées sur l'ensemble de la population pourrait favoriser à terme la consommation globale de légumineuses.

Plus on consomme des produits bio, plus on mange des légumineuses

Parmi les Français consommant des produits bio chaque semaine, 63 % d'entre eux consomment des légumineuses au moins une fois par semaine : 28 % en cuisinent plus d'une fois par semaine et 35 % une fois par semaine. Consommation de produits bio et légumineuses² semblent donc être deux critères de consommation régulièrement associés.

Quelles sont les raisons de consommer ou non des légumineuses ?

Goût, richesse en protéines et facilité de préparation... des atouts clairement identifiés

Les trois premières raisons de consommer des légumineuses citées par les personnes interrogées sont : leur goût (61 %), leur richesse en protéines (46 %) et leur facilité de préparation (39 %). Les intérêts gustatifs et nutritionnels de ces petites graines semblent être reconnus par les consommateurs.

La reconnaissance de la richesse en protéines des légumineuses est, par ailleurs, plus poussée chez les femmes (49 %) que chez les hommes (44 %).

VIVE LE GOUT !

61 %

des consommateurs de
légumineuses déclarent
apprécier leur goût
(60 % pour les femmes
et 62 % pour les hommes)

² L'étude porte sur la consommation de légumineuses au sens large, et non spécifiquement de légumineuses bio.

Contrairement à d'autres produits de consommation, le prix des légumineuses ne constitue pas le premier critère de consommation identifié, gage du bon rapport qualité-prix de ces petites graines (seuls 24 % des personnes interrogées le citent parmi les deux premiers critères de consommation). De même, les Français ne semblent pas non plus conscients des atouts environnementaux des légumineuses (fixation de l'azote atmosphérique, amélioration de la fertilité des sols...), car seuls 10 % d'entre eux avancent le bénéfice environnemental comme critère de consommation, alors que l'environnement fait partie des préoccupations des Français, en particulier chez les plus jeunes.

Paradoxe générationnel : les raisons qui poussent certains à consommer des légumineuses sont aussi celles qui poussent d'autres Français à ne pas les consommer

Les Français consommant peu ou pas de légumineuses invoquent en particulier le temps de préparation (36 %, avec une forte représentativité des cadres dans cette tendance à hauteur de 44 %) ou ne pas savoir comment les cuisiner 34 %, en particulier chez les 25-34 ans (47 %). Le goût est aussi évoqué pour 29 % des personnes interrogées, et en particulier pour 40 % des 18-24 ans. L'apprentissage du goût et des modes de préparation des légumineuses dans les plats de tous les jours par les plus jeunes semblent donc être des priorités pour favoriser la consommation des légumineuses et valoriser ces sources de protéines végétales.

« Si les atouts des légumineuses tendent à être connus des consommateurs, notre filière doit poursuivre un travail de pédagogie qui tient compte de la segmentation de la consommation observée aujourd'hui sur les légumineuses : sensibiliser notamment les plus jeunes aux bienfaits incontestables des légumineuses, tant au niveau gustatif et nutritionnel que de leurs atouts environnementaux ! Ces beaux enjeux de communication à adresser dans les années à venir pourront être soutenus par les nombreuses références acquises grâce à Cap Protéines, » souligne Laurent Rosso, directeur de Terres Univia.

***Méthodologie de l'étude :**

Cette étude a été réalisée du 15 avril au 6 mai 2021 auprès de 4 100 individus de plus de 15 ans représentatifs de la population française et auprès de 3 020 responsables des achats. Le CRÉDOC a mis en place cette enquête sur les comportements alimentaires en France depuis 1988.

A 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 mobilise plus de 200 partenaires techniques, 100 000 producteurs d'oléoprotéagineux et plus de 100 000 éleveurs de ruminants en 2021 et 2022 et est doté d'un budget de 55,5 M d'€. Ce programme est 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



A 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. Pour en savoir plus : www.terresunivia.fr



Contact presse : Violaine de Saint Vaulry – saintvaulry@droitdevant.fr – Tel : +33 (0)1 39 53 01 10