

ALIMENTATION Les substituts à la viande et au lait, à base de soja, de pois ou de céréales, séduisent un vaste public. Les géants du secteur, Nestlé et Danone, s'y engouffrent

Le végétal, nouveau Graal

MARIE NICOT @marie_nicot

Les flexitariens sont servis. Décidés à manger moins de protéines animales pour des raisons de santé et pour préserver la planète, ces consommateurs non militants sont de plus en plus nombreux. Et les marques sont aux petits oignons pour eux : steaks, falafels et burgers à base de soja, de lentilles ou de pois chiches, agrémentés de tomates et d'épices, sont en libre-service au rayon traiteur de tous les magasins bio (Bio-coop, Naturalia...) ou généralistes (Carrefour, Casino...). Des boissons épeautre-noisettes et des desserts à base de coco remplacent aussi le lait de vache.

Il n'est plus question d'ersatz de saucisse mais de produits abordables, gourmands et faciles à cuisiner. Selon un sondage TNS Sofres et XTC réalisé à l'occasion du Sial (Salon de l'innovation alimentaire), qui se tiendra à Paris Nord Villepinte du 16 au 23 octobre, 87% des Français trouvent important d'acheter des produits respectueux du bien-être animal. Les reportages qui ont dénoncé les conditions d'abattage du bétail ont frappé les esprits. Tout comme ceux déplorant les conséquences de l'élevage intensif sur la consommation de matières premières et les émissions de gaz à effet de serre. Dans ce contexte, Monsieur Tout-le-Monde devient flexitarien sans le savoir, hésitant à planter sa fourchette tous les jours dans un rumsteak.

Un yaourt au chanvre pour les omégas 3 et 6

Résultat, les alternatives à la viande, qui sont le plus souvent bio, connaissent un vrai boom. Selon Olivier Clanchin, patron de la PME familiale Triballat-Noyal, qui a initié le marché avec le pionnier Sojasun dans les années 1990, « le marché du traiteur végétal connaît une croissance de 40% depuis août 2015. À comparer avec les 3,8% d'augmentation des ventes de produits traiteurs



Désormais, les substituts à la viande, d'origine bio, ornent les étals des magasins spécialisés et des enseignes traditionnelles. Le marché a connu une croissance de 40% en un an. UCHT MOTIV

classique sur la même période ». Certes, les recettes flexitariennes ne pèsent que 1.500 tonnes, à comparer avec les 570.000 tonnes de plats cuisinés, raviolis et autres nuggets que les Français engloutissent chaque année. Mais les commerçants accueillent à bras ouverts ces innovations qui boostent le chiffre d'affaires.

Ce renouveau du végétal est né dans les cuisines des grands chefs

comme Alain Passard de l'Arpège à Paris, qui a retiré la viande rouge de ses menus en 2001. Avec lui, le légume qui n'était qu'une garniture est au cœur du repas. Des PME ont pris le relais à la recherche de matières premières agricoles délaissées ou mal connues. À l'occasion du Sial, Triballat-Noyal lance un yaourt et une boisson à base de graines de chanvre. « Cette plante était cultivée en Bretagne pour les cordages.

Mais elle apporte des omégas 3 et 6 et son petit goût de noisette grillée est délicieux », vante Olivier Clanchin.

De la viande fabriquée à partir de cellules

Dans le même esprit innovant, les 70 ingénieurs du centre de recherche et développement de la société Bjorg Bonnetterre et Compagnie, basée à Lyon, plangent sur des recettes aux algues ou aux insectes, recherchés

pour leur taux élevé en protéines. Forcément, les grands groupes se positionnent. Herta (Nestlé) signe une nouvelle gamme intitulée Le Bon Végétal avec des produits dont les noms évoquent la boucherie traditionnelle : escalope soja et blé, pavé épinars et fromage, carré tomates mozzarella... La puissance commerciale du groupe de Vevey devrait bouleverser le marché. Son concurrent Danone est tout aussi actif sur le marché du frais. En juillet, le français a déboursé 12,5 milliards de dollars pour l'américain WhiteWave, spécialiste du lait bio et des substituts aux protéines animales comme le lait de soja, d'amande, de coco.

Cette nouvelle alimentation n'a pas que des vertus. Le nutritionniste Jean-Michel Cohen rappelle que « la protéine végétale n'a pas la même qualité que la protéine animale qui contient davantage d'acides aminés dont l'homme a besoin pour fabriquer du muscle, des anticorps et des hormones. Il faut compléter un régime végétarien avec la vitamine B12 ». Le spécialiste pointe également les graisses et l'amidon utilisés par certains fabricants pour obtenir le moelleux d'un steak avec des légumineuses.

La viande in vitro est-elle la solution ? La société américaine Memphis Meats assure constituer des boulettes à partir de cellules souches prélevées sur des poulets, des vaches et des cochons. Son concurrent israélien SuperMeat poursuit le même type de recherche afin de réduire la superficie des terres cultivées destinées à l'alimentation animale. Mais aucun de ces prototypes n'est commercialisé. Et si la côte de bœuf restait au goût du jour... « La viande pourrait suivre le même chemin que le vin, anticipe Didier Suberbielle, président du directeur de Nutrition & Santé (Gerblé, Gerlinéa...). Dans les années 1950, on consommait tous les jours du Kiravi, du gros rouge. Aujourd'hui, on boit un verre de bordeaux ou de bourgogne de qualité à un moment privilégié. »

L'ALIMENTATION DU FUTUR TIENT SALON

UNE ÉTUDE TNS SOFRES ET XTC réalisée à l'occasion du Salon international de l'alimentation*, qui ouvrira ses portes aux professionnels dimanche prochain à Paris Nord Villepinte, décrypte trois tendances de consommation :
 ► Des aliments plus sains, authentiques et locaux
 70% des consommateurs sont à la

recherche de simplicité afin d'être certains de ne pas avaler d'ingrédients suspects. Cela va même jusqu'à la production à domicile de fruits, légumes et herbes aromatiques.

► Des emballages zéro gâchis
 L'idée de préserver les ressources de la planète gagne la ménagère qui traque les suremballages. Et

cherche la juste dose correspondant à sa consommation.

► Des assiettes connectées
 Le consommateur s'informe en ligne sur l'origine des ingrédients, les processus de fabrication, la teneur en pesticides et les qualités nutritionnelles des produits. Une tendance à la transparence.
 * www.sialparis.fr

Le Boucher Vert cultive l'esprit start-up

UNE NOUVELLE MARQUE un brin provocante débarquera dans quelques jours au rayon surgelés de l'enseigne Biocoop. Le Boucher Vert signe des steaks et autres nuggets à base de légumineuses (pois, lentilles, haricots blancs...) riches en fibres et minéraux. Cette TPE lyonnaise a été lancée en 2013 par Benoît Plisson, 27 ans, et Emmanuel Brehier, 26 ans. Le duo cultive son esprit start-up. Il a démarré avec seulement 10.000 € et a récolté des fonds grâce à des concours d'innovation ou au soutien de BPIFrance. Les bureaux sont hébergés dans un incubateur lyonnais et la ligne de production chez Spécialisé dans... les marrons glacés à Privas (Ardèche).

« Nous sommes très flexibles, à l'écoute des clients sur les recettes », assure Benoît Plisson, qui ne se reconnaît pas dans la food tech, mouvement trop parisien à son goût. Les deux ingénieurs ne sont pas végétariens mais pragmatiques : « Il faut varier l'alimentation, trouver des alternatives à la viande, sans bousculer les fondamentaux. Renouer avec le pois chiche n'est qu'un retour à la tradition. » Ils ont démarré leur activité en restauration collective et cantine scolaire, où l'on apprécie le conditionnement en surgelé. Et le prix plus abordable que la viande de bœuf. Le chiffre d'affaires de la jeune pousse devrait atteindre 800.000 € en 2017. Le Boucher Vert veut convaincre les grandes enseignes (Leclerc, Système U...) de l'adopter au plus vite. M.N.



Manu et Benoît, deux amis ingénieurs agronomes ont créé Le Boucher Vert. Ils concoctent des steaks et des boulettes de légumineuses, cultivées et transformées en France. DR