

France-Le marché végétarien et végétan a augmenté de 24% en 2018/Etude

Les ventes de produits végétariens et végétans ont généré l'an dernier un chiffre d'affaires en hausse de 24%, à 380 millions d'euros, dans les grandes et moyennes surfaces (GMS) françaises, selon des données publiées mardi par l'institut d'études Xerfi.

Ce dernier précise que ce montant est comparable à celui du sans gluten mais dix fois inférieur aux ventes de produits bio, ajoutant anticiper pour la période 2019-2021 une progression annuelle moyenne de 17% du marché de l'alimentation végétarienne et végétane GMS, qui dépassera ainsi les 600 millions d'euros d'ici trois ans.

“La multiplication des scandales alimentaires, la remise en cause des bienfaits supposés du lait et de la viande ou encore la sensibilité accrue au bien-être animal ont de fait poussé les Français à se détourner des produits carnés au profit des protéines végétales”, note Xerfi dans un communiqué.

L'institut souligne que si le “tout végétal” se heurte encore à des “barrières culturelles de taille”, le “flexitarisme”, terme qui désigne le fait de consommer moins de viande et plus de produits végétaux, sera l'un des principaux moteur du marché végétarien et végétan.

Selon Xerfi, les végétariens et les végétans (ou végétaliens) ne représentent en effet respectivement qu'environ 2% de la population française (quelque 1,3 million de personnes) et 0,5% (ou environ 340.000 personnes) alors que les flexitariens pèsent à hauteur d'un tiers de la population, soit près de 23 millions de personnes.

L'autre moteur de croissance du marché végétarien et végétan sera “l'extension et la meilleure visibilité” de l'offre de ces produits, poursuit Xerfi, tout en notant que la mise en avant de cette offre, que ce soit dans les enseignes généralistes ou les magasins spécialisés, est “problématique dans la mesure où elle implique une fragmentation encore plus importante des rayons.”

“C'est dans ce contexte que certaines enseignes, à l'image de Naturalia (groupe Casino), ont opté pour la création de concepts 100% végétans (Naturalia Végan)”, note l'institut.

Ce dernier souligne au passage le rôle joué par les grandes enseignes de la distribution, attirées par le potentiel de croissance du marché végétarien et végétan, avec le lancement dès 2015 de





premières références végétariennes, à l’image de “Carrefour Veggie”.

Dans la foulée des distributeurs, les grands industriels comme Danone, Nestlé ou encore Fleury Michon , se sont engouffrés dans la brèche, poursuit Xerfi, notant que ces géants ont vu dans le végétal “un moyen de diversifier leur offre”.

Tout en affirmant que la hausse de la consommation de produits d’origine végétale est “bien une tendance lourde”, Xerfi estime aussi que les alternatives à la viande et aux protéines de lait “s’inscrivent dans un effet de mode”, ce qui conduit l’institut à prévoir un essoufflement progressif du marché de l’alimentation végétarienne et végane au-delà de 2021.

Lien article : <https://fr.reuters.com/article/companyNews/idFRL8N1Z82Q8>

