PERCEPTION DE LA VIANDE ET DE SES SUBSTITUTS

Rapport d’étude exploratoire

Juin 2020

QUALIQUANTI

OBJECTIFS, MÉTHODOLOGIE ET PROFIL 03

EXECUTIVE SUMMARY 14

RECOMMANDATIONS 31

PRINCIPAUX RÉSULTATS 40

1. La consommation de viandes 41

2. La consommation de substituts 50

3. Panorama des produits végétaux transformés 71

4. Focus sur la viande artificielle 97

5. Les marques 102

6. Merchandising, distribution et communication 113

OBJECTIFS : PRÉPARER LE BASCULEMENT PROGRESSIF VERS LE POST-VIANDE

L'étude concerne tous les types de viande couramment distribués en grandes surfaces (bœuf, veau, porc, poulet, dinde, agneau, mouton, lapin), que ce soit au rayon frais, au rayon surgelé ou à l'espace boucherie.

Pour savoir comment parler des substituts à la viande, il faut évaluer :

- La perception de la viande, ses leviers de consommation, les motifs de déconsommation de la viande
- La perception des alternatives à la viande et des produits de substitution (sur le principe et à partir d'exemples déjà expérimentés),
- La perception de la terminologie employée (« viande », « steak végétal », « burgers végétaux », « galettes »,
- L'intérêt pour les substituts à la viande, les motivations de consommation et les freins qui restent à lever
- Les attentes en termes de substituts à la viande
- L'intégration d'un produit plus ou moins bien reçu : le Beyond Burger de la marque Beyond Meat

La perception du mix marketing de ces substituts :

- Les substituts ont-ils leur place au rayon viande ? au rayon bio ? au rayon végan ? au rayon traiteur ? dans quel rayon sinon ?
- Les substituts doivent-ils imiter la viande ou s'en détacher (nom, aspect, goût) ?
- La reprise des codes des packagings de produits à base de viande (packaging sombre, noir vs packaging vert)
- Niveau de suspicion sur la qualité du produit et sa composition vs la viande
- Quel niveau de prix adopté ?
- Les mentions « bio », « produits en France », « sans additifs », … sont-elles attendues ?
- La perception de la communication de l'offre existante

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Les axes argumentatifs qui seraient les plus porteurs pour promouvoir les substituts

Santé
(nutrition, diététique, éducation des enfants)

Écologiques
(GES, bio, production locale)

Éthiques
(bien-être animal, la manière dont l'animal est élevé, nourri, abattu)

Économiques
(moins cher ?)

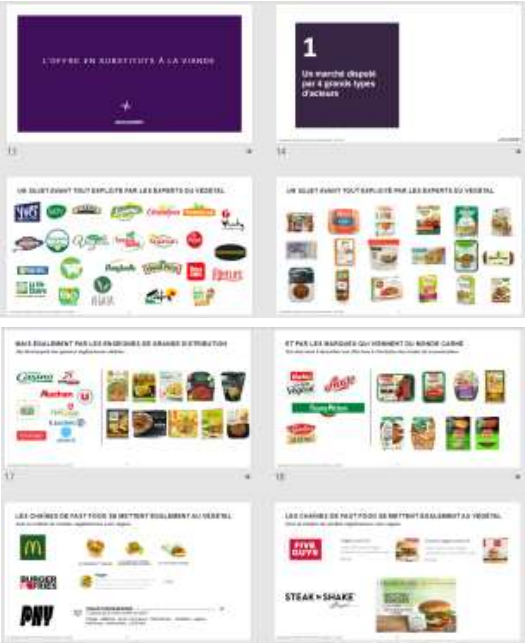
Organoleptiques et culinaires
(nouvelles saveurs, goût comparable à la viande grâce aux arômes naturels, apparence similaire, …)

Sociétaux
(valorisation de soi en société, s'adapter aux nouvelles tendances, …)

DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE

Un travail d'imprégnation sur le sujet, une étude de la perception de la viande et de ses substituts via une enquête quali-quanti de recrutement, un forum online incluant une web-discussion

RECHERCHE DOCUMENTAIRE



+

ENQUÊTE DE RECRUTEMENT

Réalisée auprès d'un **échantillon de 326 personnes**, qui ont souhaité s'exprimer sur leur rapport à la viande et aux substituts à la viande

+

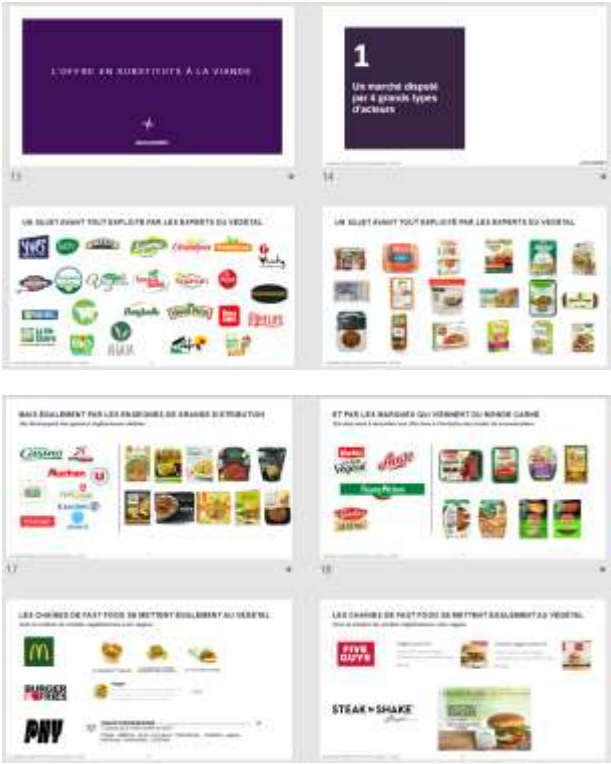
FORUM ONLINE

+

WEB DISCUSSION

LIVRABLES COMPLÉMENTAIRES : PPT DOCUMENTAIRE ET ANALYSES DÉTAILLÉES

RECHERCHE DOCUMENTAIRE



ANALYSE DE L'ENQUÊTE DE RECRUTEMENT

ANALYSE DU FORUM

UNE RÉELLE ATTENTE DE SUBSTITUTS VÉGÉTAUX À LA VIANDE

Avec des motivations de bien-être personnel et de bonne conscience vis-à-vis de la planète

Pour soi

Pour le monde

MOTIVATIONS

La variété gustative

Une alimentation plus saine

L'innocuité (relativement à la viande)

La praticité et la facilité de préparation

Un geste pour la planète

Le bien-être animal

UNE PANOPLIE COMPLÈTE DE PRODUITS VÉGÉTAUX TRANSFORMÉS

Des plus aux moins ressemblants à la viande

« Simili carnés » | **Aides culinaires** | **Plats préparés** | **« Gâteaux végétaux »** | **Produits végétaux bruts**

Substituts à la viande → **Alternatives végétales**

LE PARADOXE DU VÉGÉTAL : DES PRODUITS SAINS VS TRANSFORMÉS

Ce paradoxe est le principal frein à une consommation plus fréquente de produits végétaux

Les **motivations** des répondants sont principalement liées :

- à la **santé**
- à **l'écologie**

Or il s'agit :

- de **produits transformés** dont les répondants soupçonnent la composition (sucre, sel, OGM, additifs…) et les bienfaits réels pour la santé
- (en mineur) de **produits industriels,** pas nécessairement fabriqués et acheminés de manière très écologique (multitude d'emballage contenant du plastique, transport...)

La crainte de produits pas tout à fait aussi bons pour la santé qu'on le voudrait est aujourd'hui le principal frein à une consommation en plus grande quantité

LES CRITÈRES DE CHOIX D'UN SUBSTITUT TRANSFORMÉ

Le goût, critère primordial

1. La recette / le goût
(une fois le produit testé)

C'est une condition *sine qua non* de l'achat

Le nom et l'aspect (transparence, visuel de présentation) en sont des corolaires : ils permettent de se projeter dans la dégustation

2. La composition

La liste d'ingrédient doit être la plus courte possible, et contenir le moins possible de sucre, sel, matière grasse et additifs, mais aussi pas trop d'eau

3. Les labels / Nutriscore

Le label Bio, le nutriscore A ou B sont des gages de qualités rassurants quand on n'a pas le temps, l'énergie ou les compétences pour se pencher sur la composition détaillée

4. La provenance

Une provenance française valorisée / une fabrication à l'étranger qui peut être un frein à l'achat (ex. Beyond Meat)

5. Le prix

Il peut être relativement élevé (gage de qualité pour ces produits impliquants) mais ne doit pas dépasser celui de la viande

6. La DLC

Elle est consultée par réflexe, comme pour tout l'alimentaire

7. L'emballage

En mineur, quelques répondants insistent sur un emballage léger et recyclable

DES « SIMILIS CARNÉS » AUX « GÂTEAUX VÉGÉTAUX »

Viande ⟷ **Gâteau**

- Couleur **rouge / marron**
- Goût de **sang / de grillé, fumé**
- Texture **fibreuse**
- Forme **irrégulière**

- Couleur **jaune, dorée**
- Goût de **céréales / d'aromates**
- Texture **moelleuse ou sableuse**
- Forme **régulière, géométrique**

5 CATÉGORIES DE PRODUITS VÉGÉTAUX TRANSFORMÉS

🥩 — Substituts ⟷ Alternatives 🌿

À réchauffer

Les « simili carnés »

Steaks, saucisses végétaux… crus ou précuits, à consommer en tant que tels, avec un accompagnement

Les « plats préparés »

Des **plats complets** à réchauffer au four ou au micro-ondes

Les « gâteaux végétaux »

Des **produits élaborés et compacts** dont les usages se rapprochent de ceux d'un steak, à réchauffer à la poêle ou au four

À cuisiner

Les « aides culinaires »

Lardons, bacon, émincés végétaux… à intégrer à d'autres préparations (salades, sauces…)

Les produits végétaux bruts

Des **produits mono-ingrédients** (tofu, seitan, tempeh)… aromatisés ou nature, à cuire tels quels ou à intégrer dans d'autres préparations

LE BEYOND BURGER : BLUFFANT DANS L'APPARENCE CUITE

Mais décevant voire rebutant cru et à la cuisson

L'apparence crue

- Un **produit destiné surtout aux « viandards »,** rebutant pour une partie des « flexitariens » et pour les « végétariens **»**
- **Une forme réussie (similitude avec la viande)** mais une **couleur rosâtre, pale, suspecte** et une **texture hachée** pas très appétissante…

La cuisson

- Une **odeur très désagréable, indéfinissable, inconnue** à la cuisson
- Beaucoup d'eau dégorge mais maintien de la tenue des steaks (« ils restent fermes »)

L'apparence cuite et la dégustation

- Une **apparence cuite bluffante** dans sa ressemblance à la viande et **appétissante** (cf. steak utilisé dans des chaînes de fast food)
- Une **texture filandreuse** similaire à la viande
- Un **goût qui segmente** : pour certains, un goût proche de la viande agréable (goût fumé), pour d'autres un gout mauvais, indéfinissable

UNE CATÉGORIE ORIGINALE QUI TIENT PLUS DU GÂTEAU QUE DE LA VIANDE

Avec des qualités de consistance et de générosité

Une **comparaison au gâteau** qui tient :

- à la **forme**, **tenue**
- à la **texture** : **moelleuse**, parfois légèrement croustillante

Galettes

Palets

Panés

Croc/Croq'

Pavés

LES INGRÉDIENTS IDENTIFIÉS DANS LES PRODUITS VÉGÉTAUX

CÉRÉALES

Blé

Avoine

Epeautre

Sarrasin

Maïs (polenta)

+

LÉGUMINEUSES

Pois-chiches

Pois cassés

Lentilles vertes et corail

Quinoa

Haricots rouges

+

LÉGUMES

Épinards

Tomates

Champignons

Oignons et échalotes (plus segmentants)

+

GRAINES & OLÉAGINEUX

Noisettes

Pignons

Noix

Graines de sésame

Graines de courges

Graines de tournesol

+

EXHAUSTEURS

Fromage : bleu, comté, emmental, roquefort…

Epices : curry, ail des ours, mélange barbecue…

Sucrants : miel, figue

CHAQUE TYPE D'INGRÉDIENT APPORTE UN BÉNÉFICE

CÉRÉALES

- Gourmandise
- Consistance
- Caractère rassasiant (fibres)

+

LÉGUMINEUSES

- Consistance
- Énergie (protéines végétales)

+

LÉGUMES

- Goût
- Couleur
- Vitamines

+

GRAINES & OLÉAGINEUX

- Goût
- Mâche, texture croquante
- Énergie (protéines végétales)

+

EXHAUSTEURS

- Goût
- Texture (dans le cas du fromage, qui apporte du fondant)

QUELQUES-UNS DES PRODUITS PRÉFÉRÉS DES RÉPONDANTS

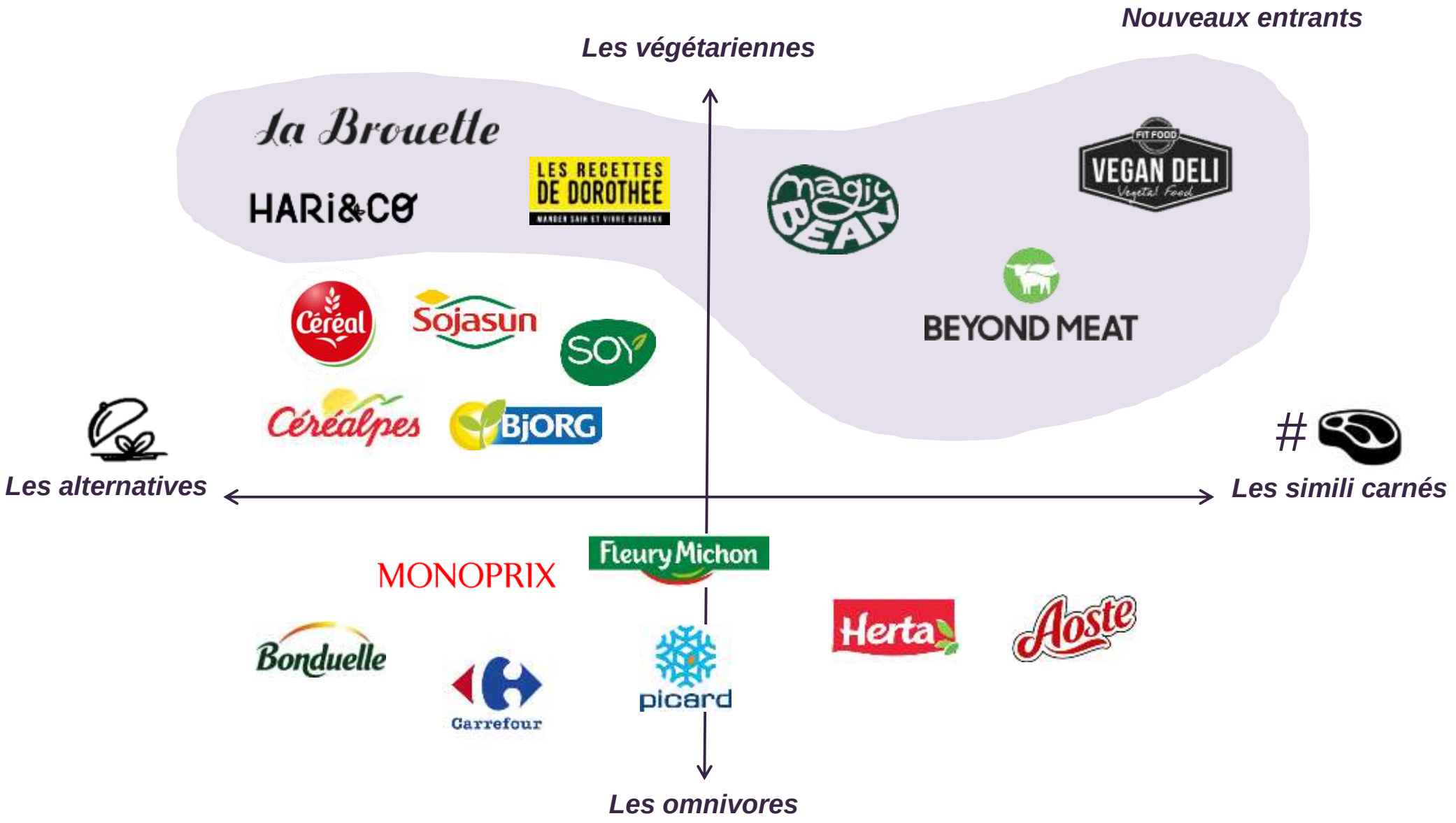
> *J'ai été séduite par la composition de ce produit. Le goût est délicieux et c'est un substitut très nourrissant. J'ai aussi découvert la marque Céréalpes, riche de sa diversité de recettes.*

> *Un produit que j'aime beaucoup est le lot de falafel aux épinards de Cereal Bio : J'en trouve partout, c'est très pratique pour les apéros, les entrées, voire en accompagnement de poissons/viande, c'est assez copieux et consistant, et le nutriscore est bon.*

> *Pour moi, c'est une galette Sarrasin-comté de chez cereal Bio. Ça se cuit très vite, impossible de louper la cuisson. Le prix est abordable. C'est nourrissant et vraiment très bon. J'aime ce produit céréales bio. Agrémenté de légumes, c'est un repas rapide et savoureux.*

> *J'adore le pavé gourmand à base d'épinards, c'est un repas riche et très complet.*

DES NOUVEAUX ENTRANTS SPÉCIALISÉS



UNE SOUS-SEGMENTATION PAR INGRÉDIENT

Légumes	Légumineuses	Céréales	Soja	Synthèse d'ingrédients
Bonduelle	HARi&CO	Céréal Céréalpes BjORG	Sojasun SOY	La Brouette LES RECETTES DE DOROTHEE magic BEAN VEGAN DELI BEYOND MEAT

UNE DIFFICULTÉ À NOMMER LA CATÉGORIE SUBSTITUTS DE LA VIANDE

Avec une préférence pour le terme « végétal », neutre et objectif

Radicalité du régime

« sans viande »

Une expression qui risque d'être contreproductive, car l'usage du mot « viande » fait penser à de la viande

Il peut s'agir d'une mention plus que d'un nom de catégorie

« végétal »

Le terme préféré pour son objectivité et ses évocations positives : il désigne le produit et sa composition plutôt que le consommateur

« végétarien »

L'indication d'un régime particulier qui ne concerne pas tout le monde

« veggie »

Un terme « bobo », « à la mode », assez segmentant

« vegan »

Un terme qui implique un mode de vie très radical et peut rebuter.

En revanche il peut s'agir d'une mention ou d'un label garantissant l'absence de produit d'origine animale