

La filière végétale se structure

Émergence d'un nouveau modèle alimentaire, disponibilité des ressources agricoles, investissement en R&D... Tous les indicateurs sont au vert pour que le marché des produits à base de protéines végétales poursuive son développement. En amont, les industriels se montrent prêts à s'impliquer dans la structuration de la filière.

LE CONTEXTE

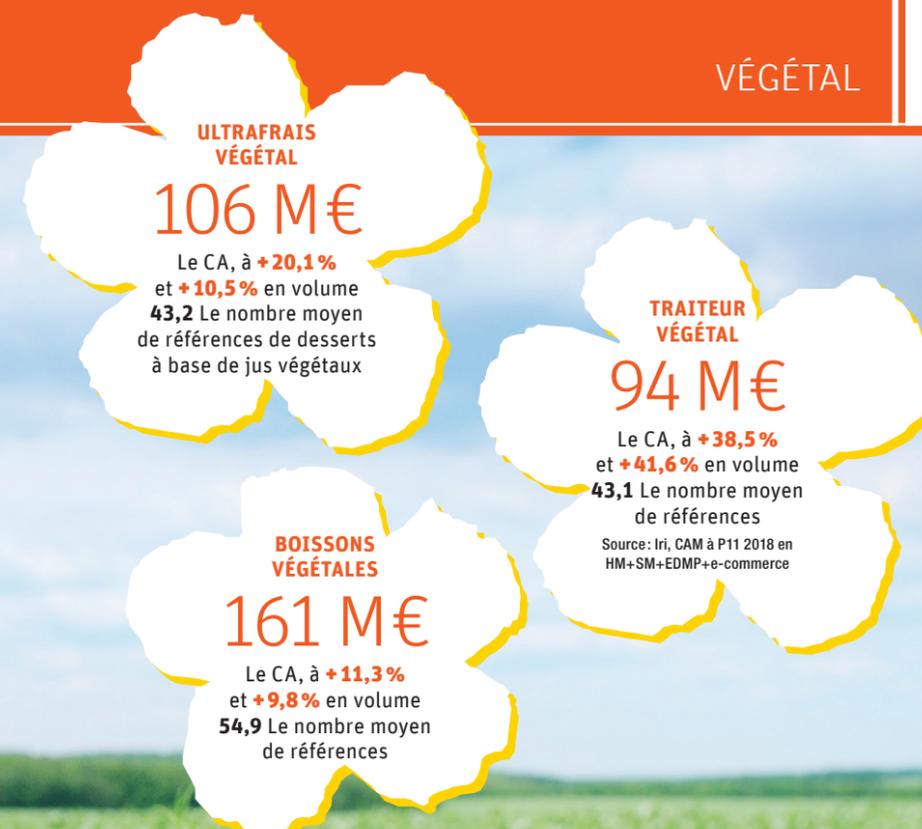
- Avec l'émergence de nouveaux modèles alimentaires, l'offre à base de protéines végétales s'élargit.
- En amont, les investissements se multiplient pour répondre à la demande des industriels mais aussi favoriser la transition alimentaire qui permettra de répondre aux enjeux démographiques.
- Des filières locales se développent. Les industriels se montrent prêts à s'impliquer dans leur structuration.

Des bonbons, des pâtes, des chocolats... Dans son laboratoire, Solène Rivière-Saali multiplie les développements de produits pour le compte de PME locales. Ses recettes intègrent toutes de la spiruline, une microalgue de couleur bleu-vert riche en protéines (65 %). Nous sommes à Illkirch-Graffenstaden, dans la périphérie de Strasbourg, chez Algae Natural Food. L'entreprise alsacienne créée en 2014 par Francis Kurz, ancien cadre de l'industrie pharmaceutique, est en passe d'industrialiser la production de spiruline. En France, la culture se fait traditionnellement dans des bassins ouverts peu profonds, dans le Sud. Avec la nécessité d'avoir une très grande assise foncière, l'industrialisation reste complexe. Autre inconvénient, la production en milieu ouvert rend aléatoire la maîtrise de la qualité. Des obstacles qu'Algae Natural Food entend surmonter en misant sur une nouvelle technologie mise au point par Suez, qui consiste à développer la culture de spiruline en photobio-réacteur, soit des bassins fermés équipés de puits de lumière. Mais l'originalité du projet de la start-up alsacienne vient également du fait qu'elle compte récupérer des effluents industriels. Installé sur le port autonome de Strasbourg, à côté de la malterie Cargill, son premier

site (1,4 hectare), opérationnel courant 2019, sera alimenté par les eaux qui servent à faire germer les grains d'orge de la malterie. Sollicité par des fabricants d'ingrédients, de plats cuisinés diététiques et végétariens, ou par l'industrie cosmétique, Algae Natural Food prépare une levée de fonds de 10 millions d'euros.

Moins de viande dans les assiettes

Le contexte est porteur pour les fabricants de protéines végétales. Sous l'effet de scandales alimentaires, de préoccupations environnementales ou de bien-être animal, les Français sont de plus en plus nombreux à diminuer leur consommation de produits carnés, voire à tirer un trait dessus. « Longtemps, les protéines végétales étaient intégrées dans certains produits comme les viennoiseries pour leurs propriétés fonctionnelles. Mais leur développement est aussi désormais guidé par la demande pour des produits bénéfiques sur le plan nutritionnel », assure Noémie Simon, chef de projet innovation chez Terres Univia, l'interprofession des huiles et des protéines végétales. Selon la dernière étude du Groupe d'études et de promotion des protéines végétales (GEPV), au rayon traiteur, en 2017, la part des produits à base de protéines végétales mettant en avant une allégation nutritionnelle comme « riche en protéines » et « source de fibres » était de 53 %.



Un champ de la société Roquette, leader mondial de la protéine de pois.

Des industriels engagés dans la filière du soja

Boissons, desserts, substituts de viande, etc.: le marché des produits à base de protéines de soja figure parmi les plus développés du secteur. Une situation qui s'explique par la structuration il y a plus de trente ans d'une filière française.

► **UNE ORIGINE FRANCE CLAIREMENT IDENTIFIÉE SUR LES BOISSONS AU SOJA D'ALPRO**

Depuis janvier, 100 % des boissons au soja d'Alpro mentionnent une origine France. Elles sont fabriquées dans l'usine d'Issenheim (68), implantée au cœur d'un bassin de production. Un étroit partenariat a été engagé depuis la fin des années 80 avec la coopérative des céréaliers qui fédère 500 producteurs de soja.

► **NUTRITION & SANTÉ ENGAGÉ DEPUIS TRENTE ANS AUPRÈS DES PRODUCTEURS**

Dans le sud de la France, Nutrition & Santé transforme chaque année près de 4 200 tonnes de graines de soja bio non OGM. Cette filiale du groupe

japonais Otsuka renouvelle depuis plus de trente ans son engagement en termes de volume et de prix auprès des agriculteurs. Le site de production de Revel (31), dédié au traitement et à la production de protéines végétales, a ces douze derniers mois doublé sa superficie pour s'étendre désormais sur 14 000 m².

► **APRÈS LE SOJA, TRIBALLAT NOYAL S'INTÉRESSE AU CHANVRE**

Dans l'ouest de la France, Triballat Noyal s'est impliqué à partir de 1995 dans la structuration d'une filière soja. Avec un cahier des charges technique et un engagement de volume et de prix auprès de 150 producteurs, l'entreprise ne rencontre pas de difficultés d'approvisionnement pour ses produits Sojasun. Une expertise mise à présent au profit du développement d'une filière de chanvre. Riches en protéines (de 30 à 35 %), les amandes de chanvre entrent dans la composition des desserts de la marque Sojade, réservée au circuit bio.



© LUC HAUTEGOURNURION ET SANTÉ



© NUTRITION ET SANTÉ

L'usine de Revel de Nutrition & Santé transforme les graines de soja (photo du haut) en tofu (en bas).

■■■■ Selon le GEPV, 34 % des Français placent les légumineuses dans le top 3 des aliments riches en protéines. Ils n'étaient que 16 % en 2011 (baromètre d'octobre 2018). «*Les pouvoirs publics, en recommandant la consommation deux fois par semaine de légumineuses, ont mis le sujet en lumière*», confirme Antoine Chardot, chargé des affaires réglementaires et scientifiques au GEPV. Le marché se développe de façon mécanique. «*Depuis 2017, les références à base de protéines végétales ont été multipliées par deux aux rayons traiteur et ultrafrais. Les produits sont surexposés en rayon. Les industriels et les distributeurs y croient*», explique Marine Robert, consultante chez Iri.

La question de l'approvisionnement

En l'espace de deux ans, la gamme Le Bon Végétal, d'Herta, a pris le leadership du traiteur végétal avec une part de marché de 29,6 % et est entrée dans 2,5 millions de foyers. Les produits sont fabriqués dans l'usine tchèque du groupe Nestlé à partir de protéines de soja, de blé et de pois achetées en Europe – et, pour

une partie, de soja garanti non OGM aux États-Unis et aux Canada. «*La campagne de pois se déroule sur une période très courte, de février à juillet. Si les conditions climatiques ne sont pas réunies, on peut être confrontés à des problèmes d'approvisionnement*», explique Yves Bonneville, directeur R & D d'Herta.

Pour pallier ces difficultés, Herta a élargi le nombre de ses fournisseurs. Avec une culture très développée dans le nord de la France, la filiale de Nestlé veut privilégier une origine locale. «*Nous sommes le dernier maillon de la filière. Pour mettre au point de bons produits accessibles au plus grand nombre, il nous paraît indispensable de travailler main dans la main avec les semenciers et les fabricants d'ingrédients*», poursuit Yves Bonneville. Depuis fin 2017, Herta a ainsi rejoint le consortium Protéines France.

Mais dans certaines filières comme le soja, cet effort de structuration remonte déjà à plusieurs décennies. Près de trente-huit ans après sa création, Alpro – passé chez Danone en 2016 avec le rachat de Whitewave – est devenu le

Les fabricants d'ingrédients multiplient les investissements

► **ROQUETTE, CHAMPION DE LA PROTÉINE DE POIS**

Depuis 2015, 80 millions d'euros ont été investis dans le site de Vic-sur-Aisne, en Picardie, pour transformer l'activité de pommes de terre en outil dédié à la protéine de pois. Au Canada, la construction de la plus grande usine au monde d'extraction de protéine de pois pour un investissement de 400 millions de dollars canadiens a été annoncée en janvier 2017. À la clé, une capacité de production doublée, soit 250 000 tonnes par an.

► **LIMAGRAIN S'ENGAGE AUPRÈS DES START-UP**

Depuis 2015, le groupe coopératif, quatrième semencier mondial, mène un travail de prospective sur les protéines végétales. Sa filiale LCI (Limagrain Céréales Ingrédients) a développé une gamme d'ingrédients à base de protéines végétales issues

de légumineuses. Partenaire du dernier Protein Summit, Limagrain s'est engagé auprès des start-up lauréates des Plant-based protein innovation Awards, grand prix international qui récompense les jeunes pousses les plus innovantes dans le domaine des protéines végétales pour l'alimentation humaine.

► **TEREOS VEUT ALLER PLUS LOIN DANS LA TRANSFORMATION**

Le second producteur mondial de protéines de blé entend aller plus loin en matière de transformation. La coopérative qui, jusqu'à présent, se contentait de vendre de la protéine sous forme d'ingrédient, a validé une première expérience de commercialisation d'un substitut de viande (photo ci-contre) élaboré à partir de protéines de blé, de fibres et de farine de pois chiche. L'investissement dans un site de production dédié est à l'étude.



© YVES-DELATRE



© TEREOS

Valérie Mazza (à gauche), directrice des Affaires scientifiques et de l'innovation de Limagrain, et Nitzan N. Ben Chaim, de la start-up Innovopro, lauréate des Protein Awards catégorie «*Ingrédients les plus innovants*».

leader européen de l'alimentation végétale. Depuis janvier, 100 % des boissons à base de soja portent la mention «soja origine France». Les produits sont fabriqués dans l'usine d'Issenheim, construite à la fin des années 80 entre Mulhouse et Colmar, au cœur d'un bassin de production de soja. «*La totalité du soja transformé vient de moins de 50 kilomètres. Les besoins de l'usine et la capacité de production des agriculteurs sont complètement alignés. Sans matières premières, nous ne pouvons rien faire*», explique Laure Mahé, directrice générale d'Alpro France.

Donner des gages aux producteurs

Dans le sud de la France, Nutrition & Santé, le leader de l'alimentation diététique et biologique (465 millions d'euros), transforme chaque année près de 4 200 tonnes de graines de soja bio non OGM. «*Cette filière s'est mise en place à partir de 1998 et constitue aujourd'hui la première filière de soja bio non OGM*», assure Laurent Maury, directeur développement frais GMS pour Nutrition & Santé. Une longueur

d'avance qui a permis à l'entreprise de lancer en octobre 2015, sous la marque Céréal Grill, la première gamme de substituts de viande. Dans l'ouest de la France, autre grand bassin de production de soja en France, Triballat Noyal s'est également impliqué dans la structuration d'une filière à partir de 1995. «*Il a fallu donner des gages aux producteurs. Il y a trente ans, le marché était naissant et il était bien difficile de savoir jusqu'où il pourrait se développer*», explique Christophe Pichot, responsable marketing de Sojasun.

À l'image de la filière du soja, les nouveaux venus sur le marché se montrent prêts à inscrire leur développement au plus près des bassins de production. Créée en 2013 par Laurent Spanghero, Nutrinat propose sous ses marques Monbio (pour le circuit des spécialistes) et Instant Nature (pour la GMS) une gamme de salades, de plats cuisinés et de pâtes à base de céréales et de légumineuses. Opérationnelle depuis dix-huit mois, son usine de transformation installée à Castelnaudary, dans l'Aude, est approvisionnée en pois chiches, lentilles vertes, pois ■■■■



© WIMMERTZ/BEIAR

2 QUESTIONS À

Antoine Peeters

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT D'AR,
PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ DÉDIÉ
À LA BIOÉCONOMIE QUI COORDONNE
L'ASSOCIATION PROTÉINES FRANCE

« La France a pour objectif de devenir un leader de la protéine végétale »

LSA - Dans quel contexte est née Protéines France ?

Antoine Peeters - Dès janvier 2016, le développement du secteur protéique a été reconnu comme stratégique par l'État, notamment dans le cadre de la Nouvelle France industrielle (NFI). Quelques acteurs ont voulu aller plus loin et se sont fédérés au sein de Protéines France. La croissance démographique et les transitions nutritionnelles à l'échelle mondiale vont entraîner une hausse de la demande globale en protéines évaluée à 40 % d'ici à 2030. Les enjeux de développement sont donc considérables et la France dispose de nombreux atouts : potentiel d'augmentation de sa production agricole, savoir-faire et compétence uniques qui doivent lui permettre de mieux extraire et valoriser cette ressource.

Son objectif est de devenir un leader de la protéine végétale dans les prochaines années.

Quelles sont les missions poursuivies par Protéines France ?

A. P. - L'association regroupe l'ensemble des acteurs de la filière. Il est important que le secteur se développe à partir des besoins exprimés en aval. Protéines France se mobilise pour le développement de la production de la matière première, le développement de nouveaux produits à travers l'innovation, ce qui permettra de dépasser un certain nombre de verrous technologiques. L'accompagnement dans la mise en marché des produits, notamment sur le plan réglementaire, est une autre mission poursuivie par Protéines France. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR M. C.

■ ■ ■ ■ ■ jaunes et féveroles bio par une centaine d'agriculteurs installés dans le Gers. Fort de cette proximité avec le bassin de production mais aussi d'un process qui consiste à faire germer les légumineuses afin d'en favoriser la digestibilité, Nutrinat voit l'avenir en grand.

Champions français

« L'augmentation de la population mondiale, mais aussi les problèmes liés à la suralimentation nous imposent de trouver une alternative aux protéines animales », insiste Laurent Spanghero. Une conviction qui a poussé Nutrinat à rejoindre le projet de structuration des légumineuses en Occitanie, baptisé Fileg. Lancé en octobre 2018, le projet fédère producteurs, experts, techniciens et chercheurs. L'objectif est de renforcer durablement la coopération entre l'amont et l'aval, de sécuriser les marchés existants, d'améliorer la visibilité de cette production via une identité régionale et d'accéder à de nouveaux marchés. Pour répondre à la demande, la France ne manque pas de champions. À commencer par Roquette, leader mon-

dial des ingrédients d'origine végétale (3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires) qui, d'ici à 2020, multipliera par deux sa capacité de production de protéines de pois (soit 250 000 tonnes) grâce à deux investissements majeurs en France (80 millions d'euros) et au Canada (400 millions de dollars canadiens, 264 millions d'euros).

De son côté, Limagrain ne fait pas mystère de son intérêt pour le marché des protéines végétales. Depuis 2015, Valérie Mazza, directrice des affaires scientifiques et de l'innovation de la coopérative, examine avec son équipe de quelle façon il pourrait constituer de nouvelles opportunités pour le groupe (semences, ingrédients, produits finis...).

Quant à Tereos, second producteur mondial de protéines de blé, il a validé un premier test mené depuis février 2017 dans les cantines scolaires de substituts de viande. Un investissement dans un site de production dédié est à l'étude. « Tous les signaux sont au vert », conclut Anne Wagner, directrice R&D du groupe coopératif et présidente de l'association France Protéines. ■

MARIE CADOUX