



Synthèse thématique

**Comment valoriser les protéines animales et végétales locales
en alimentation humaine ?**



UNION EUROPEENNE

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

avec le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER)
L'Europe investit dans les zones rurales.

Décembre 2021

**Synthèse réalisée par le
Groupe Opérationnel PROTEINS
porté par la Chambre Régionale d'Agriculture
de Bourgogne-Franche-Comté.**

Auteurs :

Hélène GAUCHEZ (CRA BFC)
Cyril BON (EPLEFPA Quetigny Plombière-Lès-Dijon)
Marie-Sophie PETIT (CRA BFC)

Co-auteurs :

Delphine de FORNEL (Terres Inovia)
Christophe LECOMTE (INRAE)
Catherine CHALLAN BELVAL (CRA BFC)
Hélène POIRIER (Institut Agro Dijon)
Stéphanie CHAMBARON (INRAE)
Eric BIRLOUEZ (Epistème)
Jean-Michel GRENIER (Ville de Dijon)
Jean-René MENIER (CRA Bretagne, LEGGO)

Table des matières

I.	Les protéines locales en alimentation humaine : des enjeux et opportunités en région et au-delà	2
II.	Notions clefs sur la nutrition humaine et sur les qualités nutritionnelles des protéines	3
1)	Quelle quantité de protéines dans les aliments et quel devenir ?	3
2)	Quelle qualité des protéines dans les aliments ?	4
3)	Quel équilibre entre protéines animales et végétales ?	5
III.	Comportement alimentaire face aux protéines végétales et animales	5
1)	Les protéines végétales vues par le consommateur	5
2)	Les protéines animales : quelles évolutions de consommation ?	7
3)	Quel avenir pour les protéines locales ?	8
IV.	Comment valoriser les protéines animales et végétales locales en restauration collective et en grande distribution ?	9
1)	Valoriser les protéines animales et végétales locales dans les restaurants des écoles primaires : exemple de Dijon	9
2)	Comment accroître les échanges entre agriculteurs locaux et la grande distribution ? Témoignages de Guillaume PARTHIOT et Ludovic GAGNEPAIN	12
V.	Conclusion - Comment valoriser les protéines animales et végétales locales en alimentation humaine ?	14
VI.	Références bibliographiques et sources	16

I. Les protéines locales en alimentation humaine : des enjeux et opportunités en région et au-delà

La thématique de l'alimentation humaine est centrale puisque nourrir les hommes reste l'objectif premier de l'agriculture. Au niveau des protéines, deux sources sont disponibles : les protéines animales et les protéines végétales. **Les attentes sociétales évoluent, de plus en plus de consommateurs sont en demande d'aliments locaux** (CREDOC, études de tendance de consommation). Ce phénomène a d'ailleurs été accentué avec la pandémie mondiale du Covid-19 : **59 % des français déclarent favoriser la production française depuis la crise sanitaire** (IPSOS, Septembre 2021).

Malgré cette demande, **la France est encore très dépendante à l'importation de légumes secs**. Par exemple, la moitié des lentilles consommées par les français proviennent de l'importation (Terres Univia). **Pour les protéines animales, l'importation reste importante principalement dans le cadre de la restauration collective** qui cherche de la viande à bas prix. La France importe 25 % des viandes de porc qu'elle consomme, notamment des pièces bien spécifiques telles que les jambons (INAPORC). La filière volaille est particulièrement concernée puisque 40 % de la viande de poulets de chair est importée (ITAVI/ANVOL).

Le séminaire du 3 décembre 2021, proposé par le Groupe Opérationnel (GO) PROTEINS, a eu pour objectifs de :

- donner des bases de nutrition pour comprendre **la complémentarité entre les différentes sources de protéines** ;
 - comprendre le **comportement et les attentes des consommateurs** vis-à-vis de ces protéines ;
 - partager des projets et témoignages en lien avec **les protéines en restauration collective et en grande distribution** ;
 - initier des discussions en vue de **dégager des pistes pour valoriser ces protéines locales**.
- Ce document résume les points principaux évoqués lors de cet événement et met en avant les pistes pour valoriser localement les protéines animales et végétales dans l'alimentation humaine.

II. Notions clefs sur la nutrition humaine et sur les qualités nutritionnelles des protéines

1) Quelle quantité de protéines dans les aliments et quel devenir ?

D'un point de vue quantitatif, la viande est l'aliment qui contient le plus de protéines avec 25 g de protéines pour 100 g de viande. Concernant les légumes secs, ils contiennent environ 7 g pour 100 g (Figure 1).

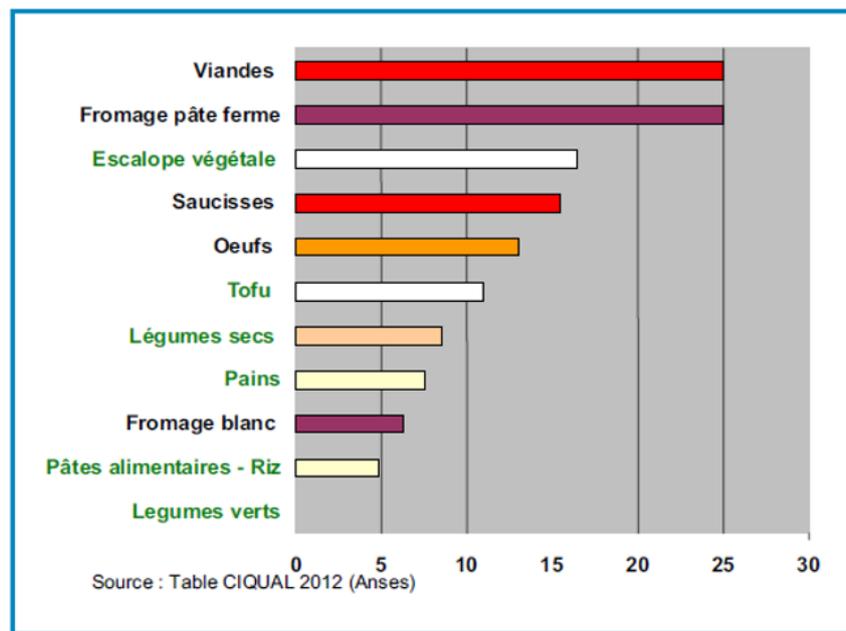


Figure 1 – Teneur en protéines dans 100 g de divers aliments cuits, prêts à consommer. (Table CIQUAL 2012, Anses)

Les protéines sont des macromolécules constituées d'acides aminés. Les protéines ne peuvent pas traverser la barrière intestinale. Elles doivent être hydrolysées par des enzymes présentes dans l'estomac et dans l'intestin grêle avant d'être absorbées sous la forme d'acides aminés, di ou triacides aminés. Les acides aminés sont ensuite excrétés dans le sang avant d'être captés par les tissus. **Seuls les acides aminés dits biodisponibles vont pouvoir être fonctionnels** et être à l'origine de la synthèse de nouvelles protéines comme les protéines musculaires, ou permettre la fourniture d'énergie,....

Tout ce qui va gêner le fonctionnement des enzymes digestives va diminuer la biodisponibilité des protéines. Certains facteurs antinutritionnels présents dans les matrices végétales vont piéger ces enzymes diminuant ainsi la biodisponibilité. La présence de fibre peut aussi ralentir ou gêner l'action de ces enzymes. Un adulte vivant en France consomme environ 80 g/j de protéines et en dégrade tout autant. Il n'existe pas de réserve en acides aminés dans l'organisme : **il faut donc consommer des protéines chaque jour.**

Quelle quantité de protéines consommer chaque jour pour préserver sa santé ?

Les repères nutritionnels de la population adulte indiquent que les apports énergétiques doivent être répartis comme suit : **10 à 20 % de protéines + 35 à 40 % de lipides + 40 à 55 % de glucides.**

- Ce ne sont pas les protéines à apporter en majorité mais les lipides et glucides.
- Pour un adulte, **il est conseillé d'ingérer 0,83g de protéines par kg de poids corporel et par jour.**

Remarque : aujourd'hui un adulte vivant en France consomme en moyenne 1,4 g de protéines par kg de poids corporel et par jour. (INCA)

2) Quelle qualité des protéines dans les aliments ?

La qualité des protéines dépend de leur composition en acides aminés indispensables et de leur digestibilité.

Sur 20 acides aminés, neuf sont indispensables. Cela signifie qu'ils ne peuvent **être synthétisés par l'homme et doivent donc être apportés chaque jour par l'alimentation** pour le bon fonctionnement de l'organisme et une bonne synthèse protéique.

Le lait, les œufs, le poisson et la viande ont un **bon profil en acides aminés indispensables**. En revanche, les céréales (blé et riz) **manquent de lysine** pour avoir un profil optimal et les légumineuses (lentilles, haricots,...) **manquent de méthionine et cystéine** (acides aminés soufrés) comme le montre la Figure 2.

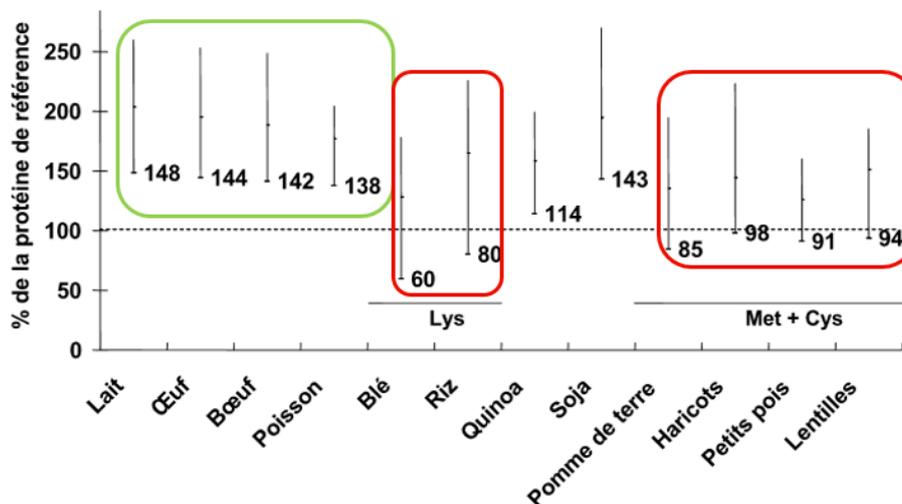


Figure 2 – Profil en acides aminés indispensables (par rapport à la protéine de référence) de différents aliments (CERIN 2020)

Cependant, **en couplant différentes sources de protéines, il est possible d'obtenir le profil idéal en acides aminés**. Par exemple, en mélangeant du pois et du blé, tous les acides aminés indispensables sont réunis en quantité suffisante pour répondre aux besoins.

Le **taux de digestibilité pour les protéines animales est proche de 100 %**. En revanche, le **taux de digestibilité pour les protéines végétales est plus faible** ce qui s'explique en partie par la présence de fibres ou de facteurs anti nutritionnels (Tableau 1).

Origine	Digestibilité réelle (%)
Protéines d'origine animale	
Viande de bœuf	98
Blanc d'œuf	100
Lait (écrémé)	94
Caséine	99
Protéines d'origine végétale	
Soja, concentré	95
Soja, isolé	98
Pois, concentré	92
Pois	93-84
Farine de pois	88
Blé, farine	90
Blé, complet	91
Pois chiche	88-89
Lentilles	84
Fèves	86
Haricots blancs	81

Tableau 1 – Pourcentage de la digestibilité de différentes sources de protéines (AFSSA 2007)

3) Quel équilibre entre protéines animales et végétales ?

La viande est l'aliment le plus intéressant en termes de protéines. En effet, c'est l'aliment qui possède la plus grande teneur en protéines. De plus, ces dernières sont d'excellente qualité tant d'un point de vue de la composition en acides aminés indispensables que de la digestibilité.

Pour les légumes secs, les protéines sont présentes en moins grande quantité et sont de moins bonne qualité. Pour pallier à ce constat, il faut tout d'abord penser à les coupler avec une céréale par exemple. De plus, certains procédés de transformation peuvent apporter des solutions technologiques pour améliorer la qualité des protéines végétales (biodisponibilité et goût).

Globalement, les français consomment un peu trop de protéines animales. En effet, elles composent 65 à 70 % de l'apport protéique, or les nutritionnistes indiquent qu'**un apport de 50 % de protéines animales et 50 % de protéines végétales serait optimal.**

Il est conseillé de diversifier ses sources de protéines. En effet, une personne qui ne consommerait pas de protéines animales risque de développer des carences en fer et en vitamine B1. En revanche, une alimentation riche en protéines animales peut conduire à un apport insuffisant en fibres et excessif en graisses saturées. Le Programme National Nutrition Santé (PNNS) invite, par exemple, à limiter sa consommation de viande rouge à 500g par semaine.

III. Comportement alimentaire face aux protéines végétales et animales

1) Les protéines végétales vues par le consommateur

Malgré tous les atouts que présentent les légumineuses pour l'environnement et la santé humaine, leur consommation reste insuffisante. En France en 1920, 7,2 kg de légumineuses étaient consommés par personne et par an. Cette consommation a chuté pour atteindre 2 kg par personne et par an en 2021.

Selon les dernières recommandations (ANSES, 2016; HCSP, 2017; PNNS, 2019) il est conseillé de consommer 100 g de légumes secs deux fois par semaine. Or, la consommation moyenne du consommateur français est d'environ 30 g par semaine.

Plusieurs éléments peuvent expliquer cette faible consommation des légumes secs.

➤ **Raisons historiques**

Durant plusieurs siècles, les légumes secs ont été des aliments permettant de faire face à la faim. Dans l'esprit des gens, **ils ont donc été étroitement associés à la privation de nourriture** et cette image négative a perduré au cours du temps. Au Moyen-Âge, **une distinction sociale** était faite **entre les paysans qui consommaient des légumineuses** et la **noblesse qui consommait de la viande** (Duchene *et al.*, 2017). Cependant, les raisons qui limitent la consommation des légumes secs ne sont pas uniquement d'ordre historique.

➤ **Structuration des repas autour du trio « produit animal-céréales-légumes »** (Thèse de Juliana Melendrez, 2017-2020)

Quand un consommateur doit composer un plat principal en utilisant trois aliments de son choix (Figure 3), il place généralement la viande au cœur de ce repas et ajoute une céréale et un légume pour l'accompagner. **Les légumineuses sont plutôt vues comme des ingrédients pour les végétariens et sont peu choisies, sauf les lentilles.**

Il semblerait opportun de communiquer autour de l'intérêt nutritionnel de combiner céréales et légumes secs peu connu du grand public.

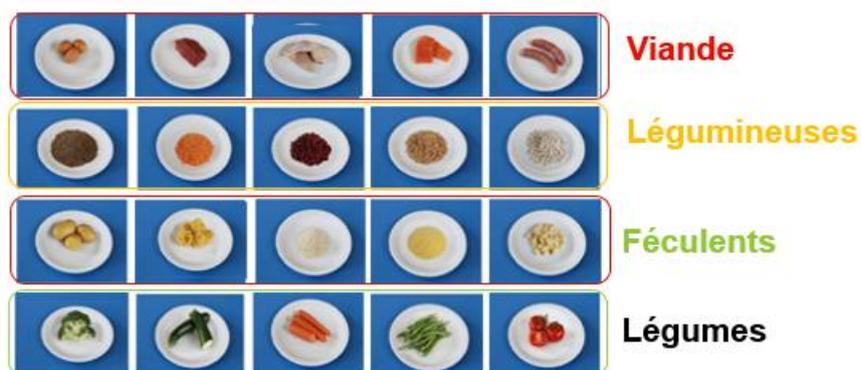


Figure 3 – Photos d'aliments proposées pour la composition des plats principaux (Thèse de Juliana Melendrez, 2017-2020)

➤ **Difficulté et durée de préparation** (Thèse de Juliana Melendrez, 2017-2020)

Le consommateur est plus enclin à choisir des légumineuses dans un contexte de self-service ou de restaurant. Cela laisse à penser que **les consommateurs sont prêts à consommer des légumineuses s'ils n'ont pas à les préparer eux-mêmes.**

Des solutions technologiques pour réduire le temps de préparation à domicile ainsi que des conseils pratiques, comme des recettes, à destination des consommateurs pourraient inciter ces derniers à cuisiner eux-mêmes ces produits et ne plus les limiter à la restauration hors foyer.

➤ **Eparpillement dans les rayons des grandes et moyennes surfaces (GMS)** (Thèse de Juliana Melendrez, 2017-2020)

Grâce à une méthode d'eye tracking (suivi du regard) en super marché virtuel, force est de constater que **les légumineuses n'attirent pas spontanément l'attention des consommateurs** quand ils font leurs courses. Ce phénomène est accentué par le fait que les légumineuses sont éparpillées dans différents rayons du supermarché. En revanche, les légumes secs attirent plus le regard dans les rayons des produits frais et des plats préparés.

Les consommateurs n'ont pas d'image claire d'une marque de légumineuses puisque celles-ci sont éparpillées dans différents rayons. Au final, les consommateurs semblent avoir du mal à identifier ces aliments. Pour pallier à cela, **les marques nationales pourraient collaborer pour créer une seule marque qui aiderait à mieux identifier ces produits dans les GMS.**

2) Les protéines animales : quelles évolutions de consommation ?

Le déclin de la consommation de viande en France n'est pas un phénomène nouveau. En effet, la consommation de viande de bœuf a commencé à décliner en 1980. **A la fin des années 1990 c'est la consommation de viande dans son ensemble qui diminue en France** (Figure 4). Par exemple, la consommation de viande (hors volaille) chez les adultes français passe de 400 g / personne / semaine en 2010 à 300 g / personne / semaine en 2019.

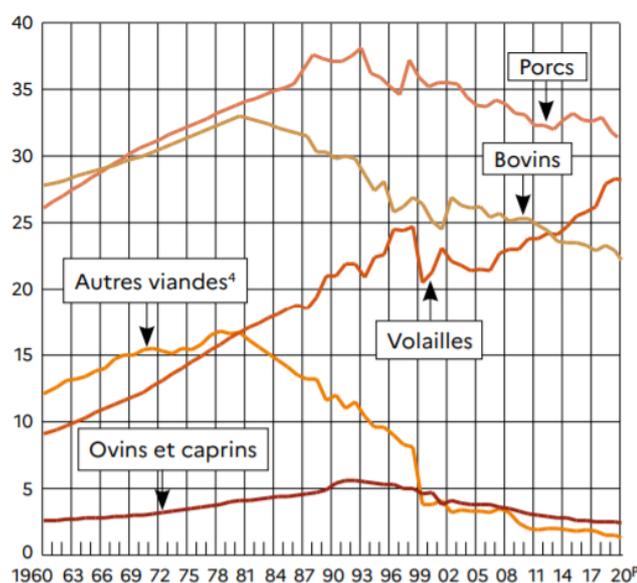


Figure 4 – Evolution de la consommation française de viande en kg / habitant / an au cours des années (Agreste)

Plusieurs éléments peuvent expliquer le déclin de consommation de viande en France.

➤ Des années 1980 à l'aube du 21^{ème} siècle

La société a évolué : elle s'est tertiaisée. Le travail est devenu moins physique, même pour les agriculteurs et les ouvriers. Le corps a donc moins besoin d'apport énergétique et **mentalement les hommes ont moins besoin de l'aliment qui incarne la force : la viande**. Cette dernière devient donc moins attractive.

De plus, pendant les trente glorieuses (1945 à 1973), le pouvoir d'achat a explosé : la viande s'est démocratisée et s'est banalisée, tout le monde pouvait en manger. **Manger de la viande ne permettait plus de se distinguer socialement**. D'ailleurs, ce sont les catégories sociales professionnelles supérieures qui, les premiers, ont diminué leur consommation de viande.

A cela se sont ajoutés des **nouveaux modes de consommation** (snacking) moins compatibles avec la viande et surtout des **préoccupations croissantes de santé** à partir de 1980. A la fin des années 1990, la **crise de la vache folle** a été fortement médiatisée et a accru la peur de la population vis-à-vis du risque santé.

➤ Depuis les années 2000

Internet, les réseaux sociaux et la prise de parole des anti-viandes et anti-élevage ont eu des impacts négatifs sur la perception de la viande et de l'élevage. En 2015 l'OMS a classé la viande parmi les aliments « **probablement cancérigène** ». La **conscience environnementale** croissante et la sensibilité en hausse vis-à-vis de la **souffrance animale** affectent également l'élevage.

Enfin, la **baisse du pouvoir d'achat et l'essor de la pauvreté** pourraient accentuer la diminution de la consommation de viande.

➤ Un déclin à relativiser

Même si le déclin de la consommation de viande est réel, **les français ne basculent pas dans le végétarisme**. En effet, seulement 2,2 % des concitoyens français ont un régime sans viande (FranceAgriMer). Parmi les 98 % des français qui mangent de la viande, 24 % se déclarent flexitariens. Ce mouvement consiste à **manger moins de viande mais de meilleure qualité**. Ceci peut représenter une opportunité pour les éleveurs français.

Entre 2010 et 2019, la consommation de protéines animales par personne et par jour est passée de 61 à 54 g. Cependant, **la proportion entre protéines animales et végétales n'a pas changé** : 2/3 de protéines animales et 1/3 de protéines végétales (Figure 5). Globalement les français mangent moins mais ne remplacent pas une partie des protéines animales par les protéines végétales comme le recommande le PNNS (50 % de protéines végétales, 50 % de protéines animales).

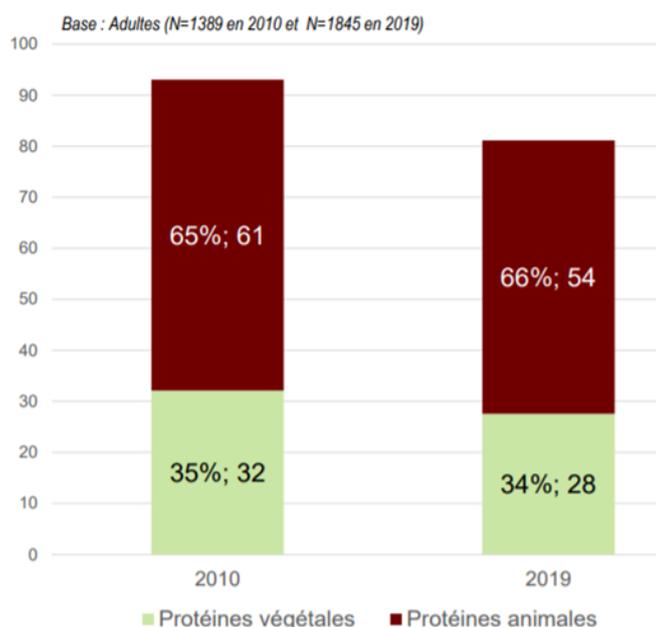


Figure 5 – Répartition des protéines animales et végétales en g / personne / jour en 2010 et en 2019 (CREDOC, enquête CCAF 2010 et 2019)

3) Quel avenir pour les protéines locales ?

Le local n'est pas un effet de mode, c'est une tendance que la pandémie du Covid-19 n'a fait qu'augmenter (Figure 6). Il n'existe pas de définition réglementaire pour parler de produits locaux. Pour certains, cela peut se chiffrer en kilomètres, pour d'autres c'est un sentiment d'appartenance que ce soit au niveau d'un micro territoire ou au niveau national.

Le consommateur se tourne vers le local pour deux raisons principales (IPSOS Octobre 2019) :

- **il a besoin d'être rassuré sur l'origine du produit et de créer du lien avec les producteurs**
- **pour favoriser l'économie et l'emploi de son territoire**



Figure 6 – Impact de la crise sanitaire sur les comportements alimentaire (n = 2000) (IPSOS Septembre 2021)

Pour les protéines animales, le mouvement du « moins mais mieux » peut représenter une opportunité à l'instar de la filière viticole. Entre 1980 et 2020, la consommation de vin est passée de 92 litres par Français à seulement 33 litres mais la hausse constante de la qualité de ces produits a permis de valoriser les prix. De plus, **les prix de la viande française ne pourront pas concurrencer ceux de la viande importée, il faut donc obligatoirement jouer la carte de la qualité**. A ce propos, il faut souligner que depuis quelques années, quand les consommateurs doivent définir un aliment de qualité, ils parlent de « local » (CREDOC, études tendances de consommation).

Concernant les protéines végétales, il y a plusieurs améliorations à envisager (voir II.3 et III.1) mais pour favoriser les légumineuses locales, il semble important de **raconter une histoire autour des légumes secs de pays** pour sensibiliser le consommateur à ces produits de proximité.

Enfin, pour promouvoir les protéines animales et végétales locales, la restauration collective et la grande distribution ont un rôle majeur à jouer.

IV. Comment valoriser les protéines animales et végétales locales en restauration collective et en grande distribution ?

1) Valoriser les protéines animales et végétales locales dans les restaurants des écoles primaires : exemple de Dijon

➤ **Chiffres clefs de la restauration scolaire de Dijon**

La restauration scolaire de Dijon assure **8 000 repas par jour**. Annuellement, cela **représente 2,5 millions d'euros d'acquisitions de denrées alimentaires brutes**. Selon la loi Egalim, au moins 50 % de la dépense alimentaire doit être sous signe officiel de qualité dont 20 % bio. En octobre 2021, la restauration scolaire de Dijon atteignait **52 % de dépense alimentaire de produits sous signe officiel de qualité dont :**

- 37 % bio
- 15 % autres signes de qualité
- **15 % produits locaux**

Les produits dits « locaux » sont ici définis comme provenant d'un **rayon de 150 km autour de Dijon**. Le **coût alimentaire** maximum d'un repas retenu par la Ville de Dijon est actuellement de 2,03 €. En conséquence, c'est ce chiffre qui induit la valeur des produits à acheter. Le coût total d'une pause méridienne (employés, repas...) dans les restaurants des écoles primaires de Dijon est de 12,91 €.

Le tarif du repas n'est pas fixe. Il correspond à un pourcentage des revenus des familles avec un plancher à 0,50 € et un plafond à 6,78 €. **En moyenne, le tarif d'un repas payé par les familles s'élève à 3,36 €.**

➤ Valorisation du bio et des produits locaux

La part du bio dans les achats de denrées alimentaires augmente : elle est passée de 4,9 % en 2009 à 37 % en 2021 et ce, à budget constant pour les familles et pour la collectivité. **La volonté de la métropole est de continuer d'accroître la part de produits bio de qualité et de proximité.**

Pour éviter les coûts supplémentaires, la restauration scolaire de Dijon est dans une démarche de **sourcing permanent**. Cela signifie que ce n'est plus la collectivité publique qui impose les fournisseurs. Au contraire, cela consiste à prendre des contacts, rencontrer et échanger sur les contraintes et possibilités des différents acteurs afin de **trouver un accord contractuel, équilibré et gagnant-gagnant**. Ces rencontres en continu vont permettre de saisir des opportunités et d'envisager des partenariats futurs.

La structuration des marchés publics est faite en fonction de l'offre existante. Pour un même produit, l'attribution des lignes porte sur quatre origines :

- Conventionnel
- Label Rouge
- Sous signe de qualité Egalim ou équivalent
- Issu de l'Agriculture Biologique

Ainsi, pour chaque ligne, plusieurs attributaires sont ciblés permettant de **sécuriser les approvisionnements et limiter les risques de rupture**.

Exemple d'ajustement de la structuration du marché à la capacité du territoire

Pour valoriser la viande bovine locale, la restauration scolaire de Dijon a collaboré avec les éleveurs de l'Auxois et du Chatillonnais.

- Les éleveurs se sont organisés en créant un Groupement d'Intérêt Economique et Environnemental (GIEE) et en aménageant leurs moyens logistiques pour livrer les commandes en temps et en heure.
- Pour s'adapter aux plus petits volumes proposés par les éleveurs, une ligne spécifique a été créée pour l'accueil de loisir du mercredi qui représente 2 000 repas.
- 5 à 6 commandes sont passées par an avec un planning convenu en amont.

Pour privilégier les produits de qualité et de proximité sans augmenter les coûts de production et les prix à l'utilisateur, **la réduction du gaspillage est un levier primordial**. En effet, le plan de réduction du gaspillage a permis de passer de 161 g jetés / repas en 2017 à 88 g jetés / repas en 2021 soit **une réduction de 54 % du gaspillage**. L'intégralité des économies ont été réinvesties dans des denrées alimentaires de qualité.

➤ Actions pour favoriser une alimentation durable

➔ Une fois que les restaurants scolaires sont fournis en protéines de qualité et de proximité, il faut encore que les enfants les mangent et les apprécient. **Les élèves n'ont pas le choix du menu mais ce sont les consommateurs de demain**. Des actions d'éducation au goût et des actions éducatives transversales sont donc menées, comme par exemple :

- agir sur la qualité du temps de repas ;
- faire du repas un temps éducatif ;
- favoriser une meilleure gestion du temps ;
- diversifier les goûts ;
- inciter à choisir la juste quantité de nourriture ;
- ...

→ Pour favoriser une alimentation durable et répondre à la demande des parents, la fréquence des menus végétariens a augmenté au sein de la restauration scolaire de Dijon (Figure 7). En effet, **en 2010 les menus végétariens étaient occasionnels alors qu'en 2018 ils sont devenus hebdomadaires**. Cette décision a légèrement devancé la loi Egalim qui impose, en 2019, un menu végétarien par semaine.



Figure 7 – Fréquence des menus végétariens au sein de la restauration scolaire de Dijon de 2010 à 2020

Ces menus végétariens permettent de réduire le gaspillage et de réaliser des économies de coût de production. Les marges obtenues sont réinvesties dans des denrées alimentaires coûteuses (comme la viande) et de meilleure qualité. Ainsi, sur une semaine, la viande est certes proposée en moins grande quantité mais elle est de meilleure qualité.

→ La métropole de Dijon porte le projet « **Dijon alimentation durable 2030** » labellisé Territoire d'innovation. Ce projet a pour objectif d'encourager les consommateurs à « mieux manger » pour pouvoir « mieux produire » (Figure 8). Dans le cadre de ce projet, **l'évolution de la durabilité dans la restauration scolaire va être mesurée grâce à une action copilotée par l'INRAE** qui va consister par exemple à :

- analyser les menus (émissions de gaz à effet de serre et empreinte carbone, estimation de la qualité nutritionnelle) ;
- mettre en place des bornes de satisfaction ;
- mettre en place des dispositifs d'éveil au goût ;
- ...

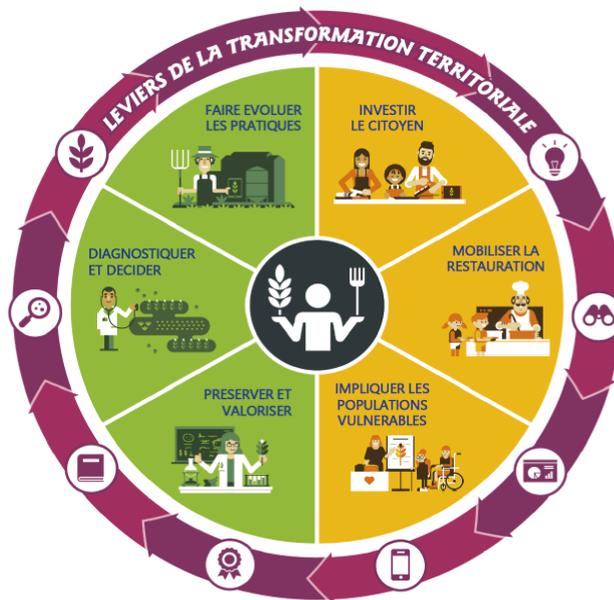


Figure 8 – Leviers de la transformation territoriale étudiés dans le cadre du projet Dijon Alimentation Durable 2030 (Dijon Métropole)

2) **Comment accroître les échanges entre agriculteurs locaux et la grande distribution ?** Témoignages de Guillaume PARTHIOT et Ludovic GAGNEPAIN

➤ *Pouvez-vous vous présenter ?*



Guillaume P.

« **Je suis Guillaume PARTHIOT, agriculteur dans l'Aube et producteur de lentilles.** Je suis gérant de la SARL Parthiot & Fils qui a été créée il y a 10 ans. La SARL assure le négoce et le conditionnement de légumes secs. Nous fédérons entre 50 et 80 producteurs sur les départements de l'Aube, de l'Yonne et de la Côte d'Or. Ces producteurs contractualisent leur production avec nous. En 2018, 2 500 t de légumes secs ont été conditionnés. Ces volumes sont commercialisés avec l'Industrie Agroalimentaire et la grande distribution sous la marque « **La ferme Parthiot** » dans différents magasins **du nord de la France jusqu'en Bourgogne-Franche-Comté.** »

« **Je suis Ludovic GAGNEPAIN, exploitant agricole en Côte-d'Or en polyculture-élevage de bovins de race Charolaise.** Je suis également président de l'association « **Le Goût d'ici** » qui regroupe des éleveurs du Pays Beaunois. Cette association a vu le jour en 2011. Nous travaillons avec la restauration collective, les grandes et moyennes surfaces et aussi avec les restaurants. »



Ludovic G.

➤ *Quelles sont les contraintes et opportunités que représente la collaboration avec des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) ?*



Guillaume P.

« Au niveau des opportunités il faut souligner que **plus de 80 % des achats alimentaires sont effectués en GMS**. C'est donc un moyen rapide de vendre des volumes.

En revanche, **l'aspect logistique et le coût de transport important sont des freins** à la collaboration avec les GMS. La relation commerciale avec la grande distribution est une histoire de femmes et d'hommes, notamment entre nous et les chefs de rayons. Malheureusement, **le turn-over au niveau de leur personnel empêche parfois de construire une relation durable** avec le distributeur.

Nous avons réussi à imposer notre prix même si les acheteurs essaient de négocier à la baisse. **Plusieurs emplacements sont possibles en GMS** : le rayon fruits et légumes, le rayon épicerie salée (emplacement principal), le rayon produits locaux. Sur ces 5 dernières années le rayon légumes secs a tendance à s'agrandir. »

« Je fais le même constat que Guillaume à la différence qu'il existe un vrai problème de tarif pour la viande bovine. En effet, **il y a trop de promotions dans les GMS. Ceci nous empêche de garder un lien continu avec les magasins** puisqu'ils retournent vers leur centrale d'achat quand il y a une promotion. Nous avons pu imposer notre tarif aux grandes surfaces mais **le problème c'est la concurrence : il y a toujours quelqu'un qui va proposer de la viande de bœuf moins cher que nous**. S'il n'y a pas une volonté de la direction du magasin de travailler avec nous et bien ils arrêtent pour saisir une promotion. Il faut être conscient que le consommateur regarde le tarif quand il fait ses courses. Les gens veulent manger moins de viande, de meilleure qualité mais **certains ne sont pas forcément encore prêt à la payer plus cher**. Nous avons aussi des contraintes supplémentaires puisque nos produits sont périssables et nous devons respecter la chaîne du froid.



Ludovic G.

➤ *Selon vous, qu'est ce qui pourrait accroître les échanges entre agriculteurs / éleveurs locaux et la grande distribution ?*



Guillaume P.

« Selon moi, ce qui pourrait favoriser ces échanges **c'est réussir à installer un relationnel sur la longueur** et ainsi améliorer la relation de commerce. De plus, la grande distribution impose des cahiers des charges drastiques avec des pénalités sur les retards de livraison. Au final, **cette absence de souplesse au niveau logistique pour les producteurs n'encourage pas les échanges avec les GMS**. Avec les légumes secs nous sommes beaucoup moins soumis aux promotions évoquées par Ludovic. **La loi Egalim encadre ces mécanismes de promotion**. Cet encadrement de la fixation des prix va être encore plus important avec la loi Egalim 2. Enfin, le mécanisme juridique en lien avec les GMS n'est pas évident à maîtriser pour les producteurs et les groupements de producteurs. **Un appui juridique pourrait encourager les exploitations à se lancer avec la grande distribution.** »

« Pour moi, **il faudrait interdire les promotions pour la viande bovine en GMS** pour revaloriser le prix de la viande. Les promotions tuent la filière. Concernant nos échanges avec la restauration collective, **le principal problème reste l'équilibre "matière"**. En effet, la restauration collective va prendre, par exemple, du bourguignon mais il va rester les steaks, les entrecôtes... que nous aurons du mal à placer ailleurs. »



Ludovic G.

V. **Conclusion - Comment valoriser les protéines animales et végétales locales en alimentation humaine ?**

➤ **Continuer le travail de recherche sur la sélection variétale et le conseil pour la conduite des cultures**

Les légumineuses sont des espèces sensibles aux aléas climatiques et donc susceptibles de montrer des variations de production selon les années. Les travaux de recherche sur les résistances variétales aux aléas climatiques et aux agresseurs (maladies, insectes) ont déjà permis des progrès importants mais doivent se poursuivre. En effet, **la première variété de lentille produite en France** (Anicia, inscrite en 1982) **représente 80 % de la production française**.

Au Canada, il existe 43 variétés de lentilles, à peine ¼ serait autorisé à la production en France et pourtant elles sont importées massivement.

De plus, les conseils clefs et l'appui technique de l'institut technique agricole Terres Inovia sont essentiels pour aider les agriculteurs à conduire ces cultures délicates.

➤ **Jouer sur l'image de qualité et l'histoire des protéines locales**

La restauration collective et la grande distribution représentent des leviers majeurs pour promouvoir les protéines animales et végétales locales (voir partie IV). Un travail de communication auprès du grand public reste nécessaire pour mieux faire connaître ces protéines locales et raconter une histoire (par exemple : les races bovines régionales et les légumes sec de pays). Dans cette dynamique, le Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation (INRAE Dijon) et Terres Univia ont créé une plaquette de communication destinée au grand public et aux professionnels de la filière (Melendrez-Ruiz et al., 2022). **Les consommateurs ont besoin de s'ancrer dans l'histoire des produits qu'ils achètent, d'en connaître plus sur ces aliments et de se rapprocher des producteurs et des éleveurs.**

ATTENTION

La tendance du local ne doit pas inciter les régions à se refermer sur elles-mêmes. Les réflexions pour valoriser les protéines françaises doivent être pensées au niveau du territoire et les échanges inter régions doivent être renforcés.

Pour les protéines animales c'est, en effet, en mettant en avant la qualité des produits qu'elles pourront se démarquer de la concurrence (voir partie III.2).

➤ **Innover et remettre de l'imaginaire dans l'assiette**

Pour les protéines végétales il y a également **un travail conséquent à mener sur l'innovation culinaire et les représentations mentales des consommateurs** (voir partie III.1).

Le goût et le visuel doivent être travaillés, il faut remettre de l'imaginaire derrière ces légumineuses à l'aide des chefs cuisiniers.

Des solutions techniques innovantes pour faciliter la préparation de ces légumineuses (comme réduire le temps de cuisson) pourraient encourager les consommateurs à les cuisiner. En effet, ces derniers ne veulent pas de produits ultra transformés « prêts à consommer » mais sont plutôt à la recherche du « prêt à cuisiner ».

➤ **Contractualiser pour renforcer les filières**

Quel que soit le type de protéines, **la contractualisation permettrait de s'inscrire dans une dynamique durable d'échange gagnant-gagnant entre les producteurs / éleveurs et la restauration collective / grande distribution.**

L'association LEGGO (Légumineuses à Graines du Grand Ouest) fait le constat que le manque de structuration de la filière des légumes secs est problématique. La demande progresse de 10 % par an et certaines années il n'y a pas de producteurs pour y répondre. En effet, quand les rendements sont mauvais, les prix explosent et les consommateurs ne sont plus au rendez-vous, ce qui pousse les producteurs à arrêter cette production. Pour pallier à ce problème **il faut assurer des stocks pluriannuels : quand la production est excédentaire, elle est stockée pour être proposée ou revendue lors d'une année où les rendements sont insuffisants.**

L'acceptation à produire et le consentement à payer sont les deux conditions de réussites. L'objectif est tout d'abord d'obtenir le consentement à payer des consommateurs pour pouvoir rémunérer les producteurs et les éleveurs et ainsi assurer un maintien des filières.

VI. Références bibliographiques et sources

AFSSA « Apport en protéines : consommation, qualité, besoins et recommandations », 2007

ANSES, 2016 : ANSES INCA 3: Evolution des Habitudes et Modes de Consommation, de Nouveaux Enjeux en Matière de Sécurité Sanitaire et de Nutrition. 2017. Available online: <https://www.anses.fr/fr/system/files/NUT2014SA0234Ra.pdf> (accessed on 29/11/21).

CERIN, Focus sur les protéines, 2020. <https://www.cerin.org/articles/jfn-2020-focus-sur-les-proteines/>

CREDOC, études de tendance de consommation

CREDOC, enquête CCAF, 2010 et 2019

Duchène, C., Lambert, J.-L., & Tavoularis, G. (2017). *La consommation de viande en France* (p. 68). CIV Viandes, Science et Société. <http://www.civ-viande.org/wp-content/uploads/2017/05/CIV-Consov-V11-BD.pdf>

HCSP, H. C. D. L. S. (2017). Avis Relatif à la réVision des Repères Alimentaires Pour les Adultes du Futur Programme National Nutrition Santé 2017–2021.

INAPORC <https://www.leporc.com/decouvrir/inaporc.html>

IPSOS, Septembre 2021

ITAVI/ANVOL <https://www.itavi.asso.fr/publications/les-indicateurs-anvol-interprofession-de-la-volaille-de-chair>

LEGGO (Légumineuses à Graines du Grand Ouest), www.leggo-asso.fr

Melendrez Ruiz, J. (2020). *Understanding the low consumption of pulses among French non vegetarian consumers: combining direct and indirect approaches to identify barriers and opportunities* (Doctoral dissertation, Bourgogne Franche-Comté) : <https://www.theses.fr/2020UBFCK030>

Melendrez-Ruiz, J., Chambaron, S., Dubot, M., Arvisenet, G, (2022) Plaquette de synthèse légume sec, https://www.terresunivia.fr/sites/default/files/Actus/Plaquette_synthese_legumes_Secs_Juliana_Melendrez_Ruiz_VF.pdf

PNNS, 2019 : PNNS 4 : Nouvelles Recommandations Alimentaires et sur l'activité sportive de Santé Publique France pour 2019-2021 : <https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2019/sante-publique-france-presente-les-nouvelles-recommandations-sur-l-alimentation-l-activite-physique-et-la-sedentarite>

Table CIQUAL Anses, 2012

Terres Univia, <https://www.terresunivia.fr/>

En partenariat avec :



**Espoir
Viande
Puisaye**



INRAE

