

NOTRE ALIMENTATION SERA-T-ELLE ESSENTIELLEMENT VERTE D'ICI QUELQUES ANNÉES ?

retour sur le débat ouvert lors de la table ronde du 3 juin 2021
autour de

Tom Hazelof, Sales Director chez Wonderful Brand **Jean-Pierre Poulain**, sociologue français spécialisé dans la sociologie de l'alimentation **Docteur Corinne Chicheportiche-Ayache**, médecin nutritionniste

Sonia Ezgulian, cheffe cuisinière et auteure

Hélène Chaplain, experte en bien de consommation durable et responsable chez Deloitte

Si 43% des français ont réduit leur consommation de viande rouge en 2020¹ et **40% des français souhaitent consommer davantage de produits végétaux²**, l'engouement pour une végétalisation de l'alimentation suscite encore des interrogations. Retour sur les principaux enseignements de l'échange mené autour d'experts aux champs d'expertises complémentaires reconnus.

LA TENDANCE S'ORIENTE DORÉNAVANT VERS UNE ALIMENTATION PLUS VERTE

En plus d'être bénéfique pour l'environnement, l'alimentation végétale est également reconnue pour ses bénéfices pour **la santé de l'homme**. Les Français ont choisi de reprendre leur alimentation en main lors de la pandémie : manger moins de viande animale, découvrir de nouveaux produits, prendre le temps de cuisiner et de déguster les plats en famille. Ainsi le temps de repas a augmenté et celui-ci est redevenu un moment de partage et de lien social.

Cette tendance du retour au végétal se retrouve dans les linéaires en magasin. “**L'offre végétale est en très forte croissance** grâce notamment à la sensibilisation faite autour de celle-ci (nutri-scores, application pour scanner les produits...). Les grands acteurs de la restauration se tournent aussi vers le végétal et proposent maintenant des alternatives aux protéines animales (plats végétariens, veggie burger par exemple).”, affrme Hélène Chaplain.

Enfin, la croissance confirme cette tendance. “La croissance est de +6% sur l'ensemble des produits et de **+13% pour les oléagineux**. Cette hausse est excellente car les graines restent un **achat impulsif**, il est donc rare de voir la consommation augmenter ainsi. Cela démontre bien le désir des consommateurs de trouver des alternatives aux protéines animales en se tournant vers des snacks plus sains dans ce cas.”, note Tom Hazelof.

¹ d'après une étude menée par l'Observatoire de la société et de la consommation

² sondage IFOP réalisée dans le cadre de l'Observatoire des cuisines populaires

QUELLE EST L'IMPACT DU VÉGÉTAL ET DES GRAINES SUR LA SANTÉ ?

De manière générale, nous ne consommons pas assez de fibres. C'est pour cela qu'on note un retour massif aux légumes secs qui ont longtemps été oubliés. De plus, d'après le Dr Chicheportiche, "les oléagineux sont de très bons produits aussi qui permettent un **bon apport de fibres et de protéines** et qui permettent également de réguler la satiété et d'équilibrer les prises de repas tout au long de la journée."

"Les pistaches sont par exemple une très bonne collation pour éviter d'arriver affamé au dîner. Le fait de décortiquer les pistaches nous fait prendre conscience de ce que nous faisons et de ce que nous consommons par le petit monticule de coquilles restant. Cela permet un apaisement psychologique. Ajouter des oléagineux dans des plats permet aussi de rajouter du croquant ce qui ralentit souvent le temps de dégustation et permet d'arriver à la satiété tant importante dans la nutrition". , déclare le Dr Chicheportiche.

Une consommation de **30g de graines par jour** est recommandée, c'est pourquoi Wonderful propose du choix à ses consommateurs : pistaches grillées sans sel mais aussi autres produits réduits en sel ou autres saveurs. La réduction du sel démontre une prise en compte de la part de la marque que les produits doivent s'inscrire dans un équilibre. Le taux de pénétration de la pistache reste néanmoins faible en comparaison avec celui des graines (**29% des français mangent au moins une fois par an des pistaches** contre 83% pour les graines - source Wonderful Brand), une évolution sur l'ancrage des pistaches dans les habitudes de consommation des Français est donc encore tout à fait possible.

À PROPOS DE THE WONDERFUL COMPANY™

Fondée en 1979 à Los Angeles en Californie, The Wonderful Company est une société privée qui propose plusieurs marques d'alimentation saines et de haute qualité. Pour tous ses produits, The Wonderful Company supervise la production, la commercialisation et contrôle l'intégralité de la chaîne de production. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.wonderful.com.