

## DES INVESTISSEURS S'ENGAGENT SUR LES PROTEINES ALTERNATIVES POUR REpondre AUX ENJEUX CLIMATIQUES

- Le réseau d'investisseurs FAIRR – qui représente 40 000 milliards de dollars sous gestion – prévient dans sa dernière étude que, malgré de nets progrès, les grandes entreprises alimentaires doivent faire davantage en matière de transition durable vers les protéines pour réduire l'impact carbone du secteur.
- Le nombre d'entreprises adoptant des objectifs formels de diversification des protéines est passé de zéro à sept en l'espace de trois ans. Unilever, Conagra, Nestlé et les distributeurs britanniques Tesco et Sainsbury's figurent parmi les entreprises les plus performantes.
- Amazon (Whole Foods), Costco et Kraft Heinz sont les moins performants, 72% des entreprises du secteur résistant encore à la fixation d'objectifs quantifiables en la matière, malgré une croissance de 43% des ventes d'aliments d'origine végétale en deux ans.
- 2021 s'impose comme « l'année de la viande cultivée » alors que les investissements privés sur cette technologie ont atteint 506 millions de dollars, avec un intérêt croissant de la part des géants de l'agro-alimentaire.
- L'intérêt des investisseurs pour les alternatives aux protéines animales monte en flèche, alors que le soutien à l'engagement de FAIRR en faveur des protéines durables auprès des grandes entreprises alimentaires a été centuplé depuis son lancement en 2016.

(29 septembre, Londres). Le réseau d'investisseurs FAIRR dévoile aujourd'hui sa nouvelle étude portant sur les évolutions de la production et de la consommation de protéines alternatives (à base de plantes cultivées et fermentées) et l'accélération des innovations alimentaires.

Parmi les principales entreprises du secteur agroalimentaire (telles que Mondelez, Unilever, Nestlé, ou encore Carrefour et le Groupe Casino), 28% ont adopté des objectifs formels en 2021 pour développer leurs offres de protéines alternatives, alors que ce pourcentage était de 0% 2018.

Alors que le secteur est responsable d'un tiers des émissions de gaz à effet de serre (GES) au niveau mondial, le rapport souligne la prise de conscience des décideurs politiques pour réduire la consommation de viande et diversifier la consommation de protéines, leviers majeurs dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Depuis 2011, la stratégie alimentaire nationale de la France recommande ainsi une réduction de 28% de la consommation de viande. Le gouvernement britannique va encore plus loin en visant une réduction de 30% et en incitant à une plus grande consommation de fruits et légumes (+30%) et de fibre (+50%) d'ici à 2032. Les protéines alternatives durables s'avèrent cruciales pour atteindre ces objectifs et pousser les consommateurs à changer leurs habitudes.

Parmi les 25 entreprises étudiées par les équipes de FAIRR, 80% ont alloué des capitaux et des ressources humaines sur ce sujet. Elles sont 53% à avoir mis en place des stratégies de marketing visant

à normaliser la consommation de produits d'origine végétale, en les intégrant au rayon viande ou en leur accordant un espace dédié pour une meilleure visibilité.

Cependant, la demande de protéines alternatives est telle que les investisseurs menés par FAIRR - signalent que de nombreuses entreprises sont encore à la traîne et ne parviennent pas à appréhender l'ensemble des risques climatiques, réputationnels et réglementaires liés à la production de viande et de produits laitiers. Et que 72% des entreprises du secteur se refusent encore à fixer des objectifs quantifiables en la matière, malgré une croissance de 43% des ventes d'aliments d'origine végétale en deux ans.

### **Une demande de plus en plus forte et des innovations sur l'offre**

La croissance rapide des investissements dans les protéines alternatives est prometteuse et répond à une demande croissante des consommateurs. L'acceptation des consommateurs est la pierre angulaire de cette évolution et incite les industriels à proposer de nouvelles innovations sur des produits transformés de référence tels que les burgers, les saucisses ou les nuggets.

Ce sont les nuggets végétaux qui ont connu la plus forte croissance du secteur, avec une augmentation des ventes de 48,8% depuis début 2021. Les derniers mois ont également été marqués par une tendance forte en faveur du fromage et des produits de la mer à base végétale, avec la création de plusieurs entreprises françaises, dont Les Nouveaux Fermiers – fondée en 2019- spécialisée dans la viande végétale, Odontella – fondée en 2016 – qui développe une gamme agroalimentaire à partir de la microalgue ou encore Les Nouveaux Affineurs – fondée en 2017 – qui propose une gamme de fromages 100% végétale.

Unilever s'est par exemple fait remarquer avec la suppression des œufs dans les plats préparés *vegan* ou encore le succès de la marque *The Vegetarian Butcher*, acquise en 2018, qui a connu une croissance de ses ventes de 70%. Les Nouveaux Fermiers viennent d'annoncer un accord de distribution avec Franprix pour plus de 1 200 points de vente dans toute la France.

L'étude de FAIRR souligne également que 2021 peut être qualifiée d'« année de la viande cultivée ». En effet, 2021 a été marquée par les entrées en Bourse de deux sociétés spécialisées sur la viande cultivée : MeaTech (Nasdaq : MITC) et Biomilq (TLC : BMKLK). Pour la première fois au monde, l'agence alimentaire de Singapour a autorisé les restaurants à mettre sur leurs menus de la viande cultivée. Et McDonald's a annoncé pour début novembre le lancement de son McPlant à base végétale dans de nombreux pays. Autre première, Nestlé a annoncé en juillet 2021 une collaboration avec Future Meat Technologies pour développer la technologie de la viande cultivée.

Au total, les investissements dans la technologie de la viande cultivée ont déjà dépassé les 506 millions de dollars en 2021, alors qu'ils avaient déjà été multipliés par six en 2020 pour atteindre 366 millions de dollars.

### **Dorothee Lafitte, Analyste ISR, OFI ASSET MANAGEMENT**

*« L'Etude de FAIRR montre que les décideurs politiques français sont de plus en plus conscients de l'importance de la diversification des protéines dans la lutte contre le réchauffement climatique. Simultanément, les consommateurs souhaitent avoir le choix entre plusieurs options de protéines avec une empreinte environnementale et climatique réduite, en effet [67% de la population française se déclare ouverte à diminuer sa consommation de viande.](#)*

*Par conséquent, les investisseurs ont raison d'être préoccupés par le retard pris par les géants français de l'alimentation tels que Carrefour et Groupe Casino par rapport à leurs homologues européens dans la gestion des risques ESG dans leurs chaînes d'approvisionnement. Carrefour est fortement exposé aux risques associés aux protéines animales. Malgré les efforts réalisés pour évoluer vers des protéines alternatives celles-ci ne représentent qu'environ 0,3% du chiffre d'affaires du groupe actuellement.*

*Entre-temps, le Groupe Casino révèle que 35% de ses émissions totales proviennent de l'agriculture animale, pour autant l'entreprise n'indique aucun plan stratégique pour assurer la diversification vers des sources plus durables pour ses produits protéinés.*

*OFI Asset Management considère que la diversification des protéines offre des avantages stratégiques aux entreprises alimentaires françaises d'une part parce qu'elle répond à une demande grandissante des consommateurs, d'autre part parce qu'elle permet d'anticiper les risques liés au changement climatique et de s'inscrire dans une transition vers une économie à faibles émissions carbone. »*

### **Jeremy Collier, président de l'initiative FAIRR et directeur des investissements de Collier Capital**

*« À l'approche de la COP26, l'impact de l'agriculture et des plus grandes entreprises alimentaires doit être au cœur de nos préoccupations. 23 % des émissions proviennent de l'agriculture, de la sylviculture et de l'utilisation des sols, mais les objectifs visant à réduire les émissions sont absents de la plupart des stratégies nationales.*

*Les détaillants et les fabricants de produits alimentaires ont un rôle vital à jouer dans la transition vers une économie à faible émission de carbone, mais le rapport de FAIRR montre que la majorité des grandes entreprises alimentaires n'ont toujours pas d'objectifs concrets pour faire face aux risques climatiques ou même pour répondre à la demande croissante des consommateurs en matière de viande et de produits laitiers alternatifs.*

*Alors que de nombreuses entreprises sont à la traîne, nous sommes heureux que FAIRR ait constaté un leadership de la part des plus grands détaillants et fabricants de produits alimentaires, y compris les principaux supermarchés au Royaume-Uni, ainsi qu'une innovation remarquable en matière de protéines durables. 2021 est l'année de la viande cultivée en laboratoire avec un investissement record de 506 millions de dollars, et prend désormais sa place aux côtés des protéines végétales dans les agendas d'investissement. »*

Le rapport complet 'Appetite for Disruption: The Final Serving' et [le Sustainable Proteins Hub interactif](#) sont disponibles sur <http://fairr.org> pour les membres.

### **À propos de FAIRR**

*L'initiative FAIRR est un réseau d'investisseurs, fondé par Jeremy Collier et regroupant 40,000 milliards de dollars d'actifs sous gestion. FAIRR travaille avec les investisseurs institutionnels pour définir les questions ESG importantes liées aux systèmes d'élevage et de pisciculture intensifs et leur fournir les outils nécessaires pour intégrer ces informations dans leur gestion d'actifs et leurs décisions d'investissement. Cela inclut l'indice Collier*

*FAIRR, la première évaluation complète au monde des plus grandes entreprises mondiales de protéines animales sur les questions environnementales, sociales et de gouvernance. Visitez [www.fairr.org](http://www.fairr.org) et suivez @FAIRRInitiative.*