

# ALIMENTATION SAIN ET DURABLE, L'AFFAIRE DE TOUS



## Quels nouveaux business models pour intégrer les enjeux de la transition alimentaire ?

*Les Échos Études ont publié en juin dernier une étude sur les stratégies des IAA et enseignes face aux enjeux de la transition alimentaire. Cette étude à 360° présente les chiffres des marchés des produits sains et les perspectives à l'horizon 2025. En outre, elle décrypte les nouveaux comportements alimentaires et les nouvelles exigences des consommateurs en matière d'alimentation saine et durable. Enfin, cette étude propose une analyse des réponses et stratégies des industriels de l'agroalimentaire et des distributeurs conventionnels face aux enjeux de la transition alimentaire.*

### Réussir la transition alimentaire, enjeu majeur du XXI<sup>e</sup> siècle

La refonte de notre système alimentaire est devenue indispensable compte tenu de ses lourds impacts sur la santé et la planète : l'empreinte environnementale forte de la chaîne alimentaire, le coût de santé publique lié aux affections engendrées par un régime alimentaire actuel trop riche et déséquilibré (maladies chroniques comme le diabète et les maladies cardio-vasculaires, hausse de l'obésité,...). Transition nutritionnelle et transition écologique vont donc de pair dans cette mue : il s'agit de modifier les pratiques pour diminuer les impacts de notre alimentation sur le dérèglement climatique et également de faire évoluer les comportements afin d'améliorer la santé

humaine. A l'urgence d'agir pour imposer un modèle sain et durable, se greffe l'enjeu démographique puisqu'il va falloir répondre aux besoins d'une population mondiale croissante (9,8 milliards d'individus en 2050).

### Les tendances de marché reflètent les nouvelles exigences des consommateurs

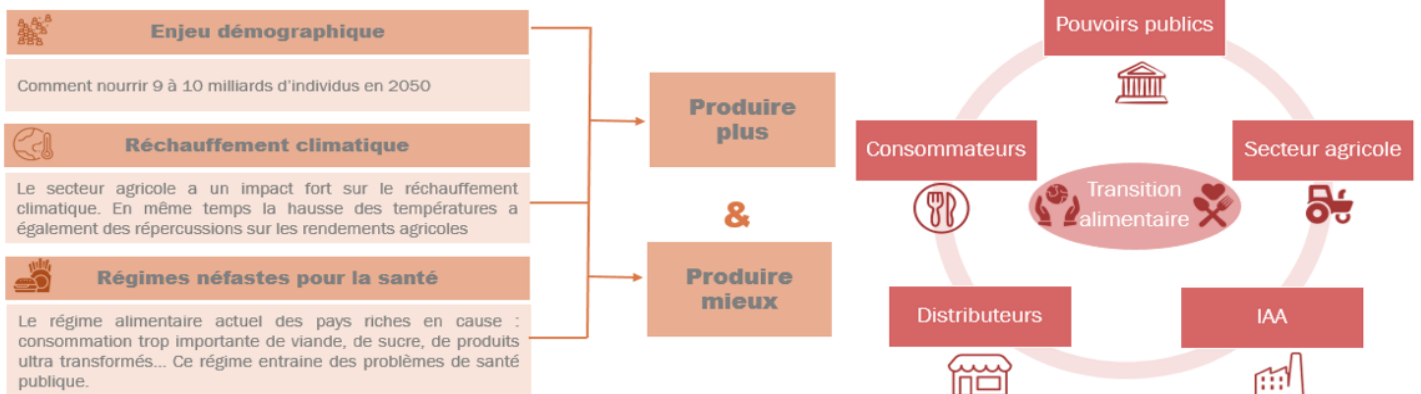
Dans le même temps, les comportements de consommation changent avec des consommateurs de plus en plus attentifs à leur alimentation. Préoccupations liées à la santé, à la protection de l'environnement, à la réduction des déchets, au bien-être animal..., le consommateur s'oriente vers une consommation plus responsable, en consommant moins mais mieux. Cela se traduit dans les évolutions de marché. Dans un contexte de déconsommation en volume pour les PGC en GMS, le marché des produits sains tire son épingle dans tous les rayons de l'alimentaire avec une progression à deux chiffres (le bio poursuit son développement, le végétal décolle, les promesses « sans » redynamisent certaines catégories...). Par ailleurs, la transparence est désormais de mise. Le consommateur, en demande d'informations sur ce qu'il consomme (origine, recettes, type de production,...), dispose maintenant de nouveaux outils pour être mieux informé. Les industriels et distributeurs n'ont d'autre choix que de répondre à cette demande de

transparence. Ces nouvelles exigences aident à faire bouger les lignes du côté des acteurs.

### Industriels et distributeurs conventionnels sont en ordre de marche

Du côté des industriels, on constate un vrai changement opéré ces derniers mois. Ainsi, les grandes marques rattrapent leur retard sur le bio, avec de très nombreux lancements en 2018 et 2019. Nestlé va ainsi décliner l'ensemble de ses marques en bio dans les mois qui viennent, Danone a également annoncé le passage en bio de plusieurs de ses marques emblématiques. Concernant le marché bio, l'enjeu pour les industriels va être de sécuriser leurs approvisionnements pour pouvoir répondre à une demande croissante. L'arrivée des applications mobiles type Yuka ainsi que le déploiement du Nutri-Score poussent également les industriels à entamer un vrai travail d'amélioration des recettes. Adopter une démarche proactive en termes de suppression des ingrédients controversés ou d'amélioration des profils nutritionnels, devient nécessaire pour répondre aux enjeux liés à la qualité des produits dans un contexte où le consommateur est beaucoup mieux informé. Après des années de guerre des prix, les distributeurs se positionnent sur le bien manger, la nutrition, la protection de l'environnement. Carrefour est en avance sur le sujet avec la volonté affichée de devenir le leader mondial de l'alimentation saine et durable pour tous. Le distributeur a présenté son plan « Act for Food » fin 2018, avec une dizaine d'actions concrètes en faveur du manger sain et de l'environnement. Leclerc passe également à l'offensive avec l'ouverture de son enseigne spécialisée bio et l'ambition de devenir une des enseignes européennes les mieux-disantes en matière de développement durable et de qualité. Si les annonces des distributeurs se multiplient, il faudra cependant convaincre des consommateurs plutôt méfiants vis à vis de la grande distribution. Transparence, parfaite traçabilité, et qualité seront nécessaires pour retrouver la confiance et réussir cette transition.

## Réussir la transition alimentaire, l'affaire de tous !



Source : Les Echos Études

## Frise chronologique d'apparition des principaux marchés "sans"



Source : Les Echos Études

### CHIFFRE CLE

## 13,4 MRD€

Chiffre d'affaires cumulé des marchés bio, végétal et sans gluten en GMS à l'horizon 2025

Source : Estimations Les Echos Études

## SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### 01 Un environnement et des défis qui changent les règles du jeu

Croissance démographique : nourrir 10 milliards d'individus d'ici 2050  
La chaîne alimentaire : victime et responsable du dérèglement climatique  
Quel régime pour une alimentation saine et durable  
La question du gaspillage alimentaire  
Le rôle des pouvoirs publics

### 02 Le consommateur : nouvelles exigences, nouvelles habitudes de consommation

Flexitariens, végétariens, vegans : évolution des régimes alimentaires  
Un consommateur en perte de confiance  
Une multitude de labels et de signes de qualité pour rassurer  
Un consommateur et connecté et informé

### 03 Les chiffres clés et les perspectives des marchés des produits sains

Le bio : un marché devenu incontournable  
Le marché du végétal décolle  
Les produits « sans » redynamisent les catégories : sans sucre ajouté, sans nitrite, sans gluten, sans résidu de pesticides, sans additifs...  
Les données des produits sains dans les principaux rayons en GMS

### 04 Les réponses et stratégies des IAA

Réduire les impacts environnementaux  
Favoriser les filières et les approvisionnements responsables  
Améliorer les profils nutritionnels et simplifier les recettes  
Développer la consommation de protéines végétales  
Retrouver la confiance des consommateurs  
Lutter contre le suremballage et aller vers le recyclable, réutilisable ou compostable

### 05 Les startups de la Foodtech se positionnent sur l'alimentation saine et durable

### 06 Les réponses et stratégies des distributeurs

Construire des filières et privilégier un approvisionnement durable  
Améliorer la qualité des marques distributeurs : vers le mieux manger  
La grande distribution poursuit son offensive sur le bio  
Vers plus de transparence et de traçabilité  
Valoriser le vrac et participer à la réduction des emballages



#### L' AUTEUR Cécile DESCLOS

Expert du secteur Agroalimentaire  
cdesclos@lesechos.fr

"Depuis plus de 15 ans, je suis les évolutions des secteurs agroalimentaire et distribution, à travers la réalisation de nombreuses publications multicients et d'études ad'hoc, menées pour le compte des industriels de l'agroalimentaire, des enseignes de la distribution et des investisseurs institutionnels. L'environnement réglementaire des secteurs agroalimentaire et distribution, les tendances de consommation, les nouveaux concepts de distribution, la dynamique et la valorisation des marchés, les performances économiques et financières des acteurs font partie des problématiques sur lesquelles je travaille plus particulièrement."

**VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :**

**Service Client :** tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

**Service Presse :** Rakia AHMED tél. 01 87 39 76 26 ou par mail : [rahmed@lesechos.fr](mailto:rahmed@lesechos.fr)

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes »