

Comment la viande s'est végétalisée

La surconsommation de viande est aujourd'hui considérée comme un problème public majeur par de nombreux scientifiques et organisations internationales. Comment le marché des protéines dites « alternatives » s'est-il développé ?

Temps de lecture : minute

25 août 2021

Cet article est republié à partir de [The Conversation France](#)

La consommation moyenne globale de viande par personne aurait doublé en 50 ans, un rapport de la FAO estimant même que cette consommation augmenterait de 76 % d'ici 2050. Cet essor, notamment dans les pays émergents comme en Chine et Asie de l'Est, exerce une pression importante sur les ressources naturelles ; c'est ce que soulignent des rapports de la FAO, du GIEC ou des études scientifiques.

Pollution, antibiorésistance et questionnement éthique

L'élevage s'est intensifié et industrialisé : en France, par exemple, on a pu observer une réduction du nombre d'exploitations malgré une augmentation de la production ; dans un récent rapport l'ONG Greenpeace rappelle ainsi que 1 % des exploitations françaises produit aujourd'hui les deux tiers des porcs, poulets et œufs.

L'élevage génère d'autre part une importante pollution : l'azote et le phosphore présents dans les déjections animales dégradent les eaux de surface et souterraines, nuisant aux écosystèmes aquatiques et à la santé humaine. En France, Greenpeace a dénoncé le lien entre prolifération des algues vertes et industrialisation de l'élevage breton.

L'élevage serait également responsable de fortes émissions de gaz à effets de serre – la FAO estime cette part à 14,5 % des émissions de GES globales – et aurait des impacts négatifs sur les habitats naturels ; en constituant notamment un facteur clé de la déforestation et en occupant de manière préoccupante les surfaces émergées. Toujours selon la FAO, 70 % des terres agricoles mondiales seraient aujourd'hui affectées à la production de nourriture pour les animaux d'élevage, soit 30 % des terres émergées.

Au-delà de ces impacts environnementaux, il faut aussi mentionner des problématiques de

santé publique, l'élevage intensif ayant par exemple une part de responsabilité dans l'accélération du phénomène de résistance aux antibiotiques. Par sa participation à la déforestation, l'élevage serait également responsable d'une fragmentation des habitats et d'une augmentation des contacts entre humains, animaux sauvages et pathogènes, développant le risque de zoonoses.

Mentionnons enfin la dimension éthique de cette consommation de viande et du sort réservé aux animaux d'élevage, qui s'invitent régulièrement dans le débat, alimenté par les actions d'associations de défense de la cause animale comme L214.

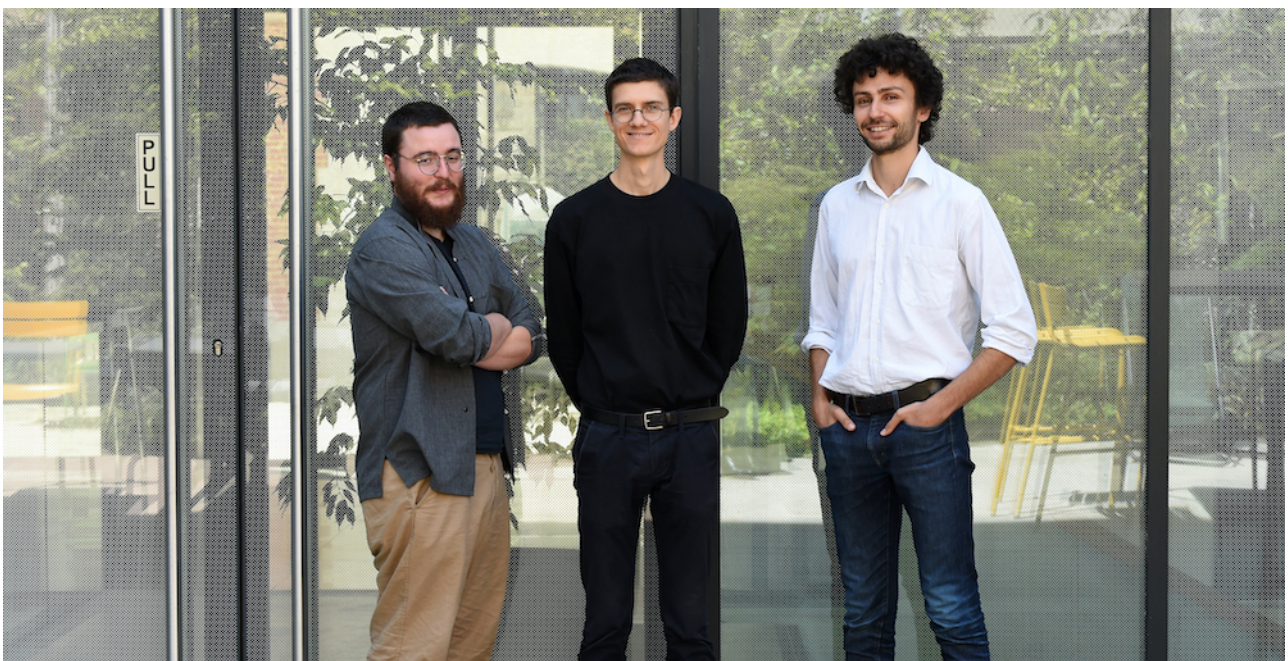
Proposer des alternatives

Face à ces multiples constats, un nouveau marché se développe : celui des protéines dites " alternatives ". Ces protéines sont principalement d'origine végétale, on les retrouve notamment dans les légumineuses, mais aussi dans les céréales et fruits oléagineux. Ces alternatives pourront également, dans le futur, provenir de l'agriculture cellulaire et de la viande dite " cultivée ".

Nous allons voir, en nous basant sur nos travaux, comment cette nouvelle offre a été construite pour les viandes végétales, en étudiant les représentations et la réception par les consommateurs.

De la viande élaborée avec des plantes

Les " viandes végétales " se basent sur la transformation de légumineuses, notamment du pois protéagineux et du soja. Elles peuvent également être développées à partir de champignons : la marque Quorn commercialise par exemple ses substituts de viande à base de mycoprotéine, produite à partir de *Fusarium venenatum*. Le produit est ensuite transformé et aromatisé.



À lire aussi

Le foie gras sans viande, une invention forcément made in France

Par leur imitation de la viande – tant sur le goût que l'apparence et la texture –, ces produits permettraient de la remplacer partiellement, tout en ne modifiant ni la structure des repas, ni les habitudes de cuisine des consommateurs. Elles permettent ainsi de corriger l'image d'une alimentation végétale et végétarienne considérée comme insipide, trop radicale et politique.

Si les légumineuses, riches en protéines, peuvent à elles seules constituer des substituts à fort potentiel pour élever l'apport en protéines végétales dans l'alimentation, elles pâtissent néanmoins d'une image assez négative ; délaissées au lendemain de la Seconde Guerre mondiale au profit des pâtes et de la viande, elles sont considérées comme étant difficiles à digérer, compliquées et chronophages à cuisiner.

Un secteur dynamique

Ces alternatives végétales étaient autrefois uniquement distribuées en magasins spécialisés, par des marques peu connues du grand public. Elles sont désormais de plus en plus visibles, grâce à l'investissement de grands groupes comme Carrefour, Herta ou Fleury Michon.

Grâce à leur légitimité sur le marché originel de la viande, ces entreprises visent une clientèle plus large et consommatrice de viande. Xerfi estimait ainsi en 2019 le chiffre d'affaires en France de la vente de produits végétariens et végans à 400 millions d'euros et prévoyait une croissance de 3 % par an.

Barclays estime de son côté le marché de la viande alternative à 140 billions de dollars d'ici 2029. La banque d'investissement estimait ainsi que la viande végétale occuperait d'ici à 2029 10 % du marché global de la viande... contre 1 % aujourd'hui.

Les startups pas en reste

En complément des acteurs historiques (comme Cereal ou Quorn), des grandes marques de distributeurs et d'entreprises spécialisées dans les produits carnés, des start-up se lancent également sur ce marché, ouvrant des lignes de production en France, à l'image des Nouveaux Fermiers ou d'Hari&Co. Elles sont à l'origine d'un soutien aux systèmes de cultures végétales, pour sécuriser un approvisionnement en légumineuses encore timide.

Un nouvel horizon pour les légumineuses

Contrairement à ce qui a pu être affirmé dans certains débats publics, ces produits ne viennent pas se construire "contre les agriculteurs " ; ils pourraient bien leur proposer des solutions en les accompagnant dans une transition agricole plus durable tout en leur offrant de nouveaux débouchés économiques.

Avec la prise de conscience d'une nécessaire diminution de la consommation de viande, le développement du marché des légumineuses pourrait en effet être favorisé.



À lire aussi

Hari&Co réussit son entrée au rayon frais de la grande distribution malgré la crise

Leur culture possède des atouts agro-environnementaux non négligeables ; elle permet, par exemple, de fixer l'azote atmosphérique et donc réduire l'usage d'engrais azotés pour les cultures suivantes. De tels atouts pourraient être davantage valorisés, notamment grâce à l'instauration de paiements pour services environnementaux.

Ces produits doivent toutefois gagner en légitimité auprès des consommateurs, en France notamment, où la question de l'alimentation végétale génère de forts débats politiques et où l'alimentation carnée reste centrale.

La tactique des noms

Les dimensions climatique et environnementale s'avèrent essentielles dans la communication des entreprises sur ces nouveaux produits.

Concernant la question du bien-être animal, par exemple, nous avons étudié comment ces entreprises encouraient le risque d'être targuées d'idéologie en vantant l'absence de produits d'origine animale dans leur production ; les vifs débats autour des noms donnés à ces aliments en témoignent : entre " viande végétale ", " fausse viande " ou " viande végane ", chaque dénomination aura une influence sur le choix des consommateurs.

Cette dynamique complexe pourrait à long terme questionner la légitimité de ces produits.

La culpabilité des mangeurs de viande

Ces aspects de représentations sont essentiels : dans leurs travaux sur la symbolique de la viande, les socio-anthropologues comme Jean-Pierre Poulain ou Noëlle Vialles mettent en avant la centralité de la question de l'animal, et surtout de sa mort.

Cette mort - contestée par de nombreux philosophes depuis l'Antiquité, on pense ici à Plutarque - apparaît incontournable lorsqu'on étudie la viande et les viandes dites " végétales ".

La socio-anthropologie de l'alimentation montre que cette mort est source de forte culpabilité pour le mangeur. Autrefois légitimée dans le cadre de sacrifices, la mort animale est désormais soustraite aux consommateurs, par une mise en distanciation du processus d'abattage et une esthétisation des produits carnés.

Pour l'anthropologue Noëlle Vialles, cette culpabilité se gère par un comportement dit " sarcophage " : les consommateurs feraient tout pour éviter de faire le lien entre viande et provenance animale. La viande est ainsi vidée de sa substance symbolique.

Mais les actions d'organisations de défense animale bousculent désormais cette posture, avec par exemple la diffusion de vidéos tournées dans les abattoirs. En soulignant d'autre part les nombreuses capacités cognitives des animaux de ferme, elles viennent lutter contre les représentations négatives vis-à-vis de ces êtres vivants en mobilisant une approche scientifique.

Ce sont ces consommateurs qui peuvent constituer la cible principale de ce nouveau marché des viandes alternatives, en remplaçant l'origine animale de la viande par une origine végétale (on peut en consommer sans culpabilité).

À l'instar de la viande cultivée en laboratoire, les " viandes végétales " participeraient ainsi à cette même " ruse " de substitution.

Une nécessité de transparence nutritionnelle

Reste un enjeu majeur pour ce nouveau marché, qui porte sur la nécessité d'une transparence nutritionnelle, environnementale et sanitaire.

Notre recherche rappelle la volonté croissante des consommateurs de s'affranchir des produits industrialisés, suremballés et non issus de l'agriculture biologique. Pour ces derniers, si la " viande végétale " peut faire office de facilitateur de transition, elle ne peut représenter une solution sur le long terme.

Une forte attention doit donc être portée aux qualités nutritionnelles et environnementales de ces produits, régulièrement attaqués. Il faudrait ainsi limiter la trop grande transformation, éviter certaines techniques (comme le *cracking*, qui consiste à décomposer à l'extrême les légumineuses) afin de limiter la dégradation des micronutriments.

Une réduction des prix serait également souhaitable, afin d'augmenter l'acceptation de ces produits, certains étant parfois plus chers que leurs équivalents " carnés ". Enfin, d'autres innovations pourront être développées dans le domaine des substituts : il n'existe par exemple à ce jour que très peu de substituts à viande de porc, l'une des plus consommées par les Français.

Lucie Wiat, Docteure en sciences de gestion, Sciences Po Lille et Nil Özçaglar-Toulouse, professeure des universités, Université de Lille

Article écrit par The Conversation France