Heura, BeBetter... Ces alternatives à la viande venues de l'étranger

Les solutions à base de protéines végétales susceptibles de remplacer la viande commencent à trouver leur place en France. Mais les startups de l'Hexagone doivent désormais faire face à une offensive d'entreprises étrangères bien décidées à leur damer le pion.

Temps de lecture : minute

28 septembre 2021

Nuggets, steaks, aiguillettes, galettes de lentilles... Récemment arrivés dans nos rayons comme des substituts à la viande, les produits à base de protéine végétale ont réussi l'exploit cette année de se faire un place au Sirha, le Salon international de la restauration, de l'hôtellerie, et de l'alimentation, à Lyon. Preuve de l'intérêt et de la curiosité que ces alternatives suscitent auprès des professionnels, alors que de plus en plus de monde se demande si l'alimentation sans viande peut sauver la planète.

À côté des désormais connus Les Nouveaux fermiers ou Hari&Co , bien implantés chez Carrefour et auprès des professionnels de la restauration, deux autres marques ont été présentées au stand "Innovation" du salon : Accro - et ses boulettes veggie à base de pois - et La Vie. Restée dans l'ombre jusqu'ici, la marque La Vie tente un pari, celui de proposer des tranches de bacon et des lardons entièrement végétaux, à base de soja et d'une émulsion de gras. Le gras est une des grands problématiques à laquelle est confrontée le secteur du végétal qui se tourne souvent vers le beurre de coco, de karité ou certaines huiles pour tenter d'approcher la

texture moelleuse de la viande.

À lire aussi
L'alimentation sans viande peut-elle sauver la planète / Les Nouveaux Fermiers

Des solutions qui fondent à basse température et sont incapables d’apporter le côté croustillant d’une bonne tranche de lard, estime un représentant de la Vie. C’est le point sur lequel a travaillé la startup derrière la marque, 77Foods, au cours des deux dernières années. Solution qui a d'ailleurs donné lieu au dépôt de plusieurs brevets sur le sujet.

Son autre argument est financier : un prix attractif par rapport à ses concurrents. À 2,90 euros la barquette, elle affiche ainsi son ambition d’entrer dans le quotidien de tous les Français et pas seulement de ceux qui ont un pouvoir d’achat élevé. Les curieux pourront la trouver dès le 4 octobre chez certaines enseignes Carrefour.

À la conquête de l’Hexagone

Seules sur leur marché, les marques françaises ont réalisé un véritable travail d’évangélisation auprès des grandes enseignes mais aussi des restaurateurs et des consommateurs dont les premiers substituts n’étant pas toujours à la hauteur des promesses. Maintenant que ce cap est passé, elles vont devoir faire face à l’arrivée d’une concurrence portée par les pays étrangers.

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

Heura, BeBetter, Planted… Ces alternatives végétales espagnoles et suisses aux produits d’origine animale ont récemment débarqué chez nous. En mai pour Heura et Planted. Avec deux stratégies bien distinctes. La première, déjà bien implantée à Barcelone, compte bien se faire une place dans l’Hexagone en misant sur un packaging festif, une liste d’ingrédients resserrée, pas de soja et l’activisme de ses fondateurs. Déjà présents chez Franprix, les produits devraient bientôt arriver dans d’autres supermarchés.

La marque suisse Planted a planté son drapeau en France, nouvelle étape dans sa stratégie d'expansion européenne. Non disponible en supermarché, elle s’attaque d’abord à la restauration même si son ambition est également de s’inviter dans nos foyers.

Dernière des trois marques présentées, BeBetter propose un beurre végétal au goût le plus neutre possible. Le produit est gras en bouche mais plutôt insipide. Un objectif visé par les fondateurs qui destinent leur solution aux professionnels de la restauration, dans un premier temps. La marque ne laisserait pas indifférent certains industriels du secteur.

Reste à savoir comment les Français accueilleront ces nouvelles marques et s'il y aura de la place pour tout le monde, alors que le marché n'est que balbutiant.

À lire aussi
Comment la viande s'est végétalisée

Article écrit par Anne Taffin