

# ... moins carnée

## Insectes et algues envahiront nos assiettes

Les produits de substitution à la viande les plus fous se multiplient. Et ils ont de bonnes chances de s'imposer, grâce à des coûts de production en baisse constante.

**M**ême sans dévorer de viande, il y a de quoi voir rouge ! Selon les experts, l'élevage constituerait en effet l'un des premiers facteurs du réchauffement climatique, en générant près de 15% des émissions de gaz à effet de serre, ou en étant responsable de 70 à 90% de la déforestation amazonienne. Ce n'est pas mieux côté santé : l'OMS (Organisation mondiale de la santé) a ainsi classé la viande transformée, notamment la charcuterie, comme cancérigène probable pour l'homme. Tandis que l'Institut national du cancer recommande de limiter sa consommation de viande rouge à 500 grammes par semaine. En attendant, chaque Français avale 85 kilos de viande par an, dont seulement 28 de volaille, selon les estimations de l'Agreste (service statistique du ministère de l'Agriculture).

Les consommateurs semblent d'ailleurs avoir reçu le message : si les végétariens ne représentent, selon FranceAgriMer, que 2,2% de la population, un quart des Français se revendiquent comme flexitariens. « Et cherchent donc à diminuer leur consommation de viande, sans l'écarter complètement de leur régime alimentaire », rappelle Xavier Terlet, spécialiste de ces tendances au sein du cabinet Protéines XTC. Il faut dire que l'industrie se plie en quatre pour leur proposer des alternatives susceptibles de leur fournir les neuf acides aminés de protéines, essentiels, que renferme la viande. Le marché des protéines végétales, notamment, est particulièrement encombré. On connaissait déjà les précurseurs, tels l'américain Beyond Meat et l'espagnol Heura, ou encore Garden Gourmet, cette

filiale de Nestlé devenue leader du marché dans l'Hexagone. Ou, à Carrefour, la marque Veggie, lancée dès 2015, et depuis élargie à Carrefour Sensation végétal, imitant nuggets, émincés ou steaks hachés.

Mais voilà que de toutes nouvelles start-up françaises viennent se frotter à ces mastodontes. C'est ainsi que HappyVore, fondé en 2019, bluffe avec ses steaks, ses merguez ou son chorizo faits de pois et de soja. Le vendéen La Vie, lui aussi créé en 2019, se positionne sur l'imitation de la viande de porc, pour créer des lardons et du bacon. Quant à Umiami, débarqué en 2020, il fournit différents industriels avec une texture végétale exclusive. « Elle est capable d'imiter de la viande, mais aussi n'importe quel filet de poisson », indique son dirigeant, Tristan Maurel. Et si, jeunes pousses Zalg et Algama mises à part, les initiatives hexagonales restent timides en matière d'aliments composés d'algues, la France peut se targuer d'une sacrée longueur d'avance sur l'élevage d'insectes à des fins alimentaires. « Trois des quatre leaders mondiaux sont français, avec Ynsect, Agronutris et Innovafeed », rappelle Antoine Peeters, du consortium tricolore Protéines France.

### On compte même le nombre de coups de dents pour imiter la sensation de mâche

Pour s'imposer, ces start-up devront d'abord vaincre les a priori des consommateurs, encore solides. C'est en cours. « On a tellement travaillé nos produits depuis quatre ans que le goût n'a plus rien à voir aujourd'hui », promet ainsi Nicolas Schweitzer, cofondateur de La Vie. « On mesure le nombre de coups de dent, pour retrouver le même type de mâche que la viande », explique de

son côté Guillaume Dubois, cofondateur de HappyVore. Les recettes relèvent souvent d'un subtil dosage. « Le pois permet de maintenir l'apport en acides aminés, tandis que des huiles végétales donnent une sensation juteuse. Et si l'amidon de pomme de terre solidifie la texture, la betterave recrée la couleur de la viande crue et cuite », poursuit Guillaume Dubois.

Mêmes efforts de créativité chez les spécialistes des algues. « On espère lever les freins à la consommation en proposant des produits gourmands », explique Vincent Lacaze, cofondateur de Zalg, dont les cubes verts ont reçu le Prix de l'innovation du Sial (Salon international de l'alimentation) à Paris en 2022. Cette opération séduction sera plus compliquée, en revanche, côté insectes. Et cela, même si le consommateur peut déceler « des notes de noisette et de cacahuète dans le ténébrion », comme l'indique Noémie Dubourdiou, présidente de la FFPIDI (Fédération française des producteurs, importateurs, distributeurs d'insectes). Les études de marché montrent en effet qu'il sera plus facile d'intégrer ces insectes à notre alimentation s'ils restent invisibles, en se consommant sous forme de poudre. Agronutris, qui fournit plusieurs entreprises, arrive ainsi à les glisser dans des biscuits, des aliments pour sportifs ou des substituts à la viande.

Mais si ces alternatives ont de sérieuses chances de s'inviter dans nos assiettes, c'est aussi que leurs coûts de production s'approchent désormais de ceux de la viande, en moyenne vendue moins de 20 euros le kilo. « En 2022, aux Pays-Bas, le prix des substituts en protéines végétales a pour la première fois atteint la parité avec celui de la viande, quand il n'est pas passé au-dessous, observe Nicolas Dhers, directeur ➔





**HAPPYVORE,**  
 l'étendard gaulois de  
 la viande végétale



**15%**  
 de croissance  
 par mois

Certes, Garden Gourmet, cette filiale du suisse Nestlé, détient encore la moitié du marché de la viande végétale en France. Mais le numéro 2, le français HappyVore, fondé par Guillaume Dubois (à gauche) et Cédric Meston, entend bien lui ravir sa place de leader. Tout d'abord grâce à son site de Chevilly (Loiret) d'une capacité de production de 10 000 tonnes par an. «Il abrite la plus grande usine de France du similibamé», assure Guillaume Dubois. Mais aussi grâce à sa R&D qui, quatre ans après le

lancement de la jeune pousse, mobilise toujours la moitié des investissements et emploie 15 salariés, sur les 70 que compte l'entreprise. La quasi-totalité du chiffre d'affaires est réalisée dans l'Hexagone, via 2 000 points de vente en grande distribution et 1 500 restaurants. Ces derniers pourront servir la stratégie de développement commercial de l'entreprise, qui n'est pas encore rentable: faire goûter le produit sur le lieu d'achat.



**ZALG,** le breton  
 qui popularise  
 les algues



**1%**  
 de la production  
 mondiale d'algues  
 est européenne

PHOTOS: HAPPYVORE / PISTOU/ZALG

Lorsqu'on lui demande d'imaginer les perspectives de développement de sa start-up basée à Vannes (Morbihan), spécialisée dans les cubes d'algues prêts à poêler, son cofondateur Vincent Lacaze (à droite, accompagné de Tanguy Gestin) regarde vers l'Extrême-Orient. «Les Japonais, par

exemple, en mangent 8 kilos par an et par habitant. C'est l'équivalent de notre consommation de salade en France», rappelle-t-il. Dans l'Hexagone, seuls quelques villages côtiers cuisinent l'algue. Mais l'appétit des consommateurs semble bel et bien là pour les produits de cette société, qui

s'est lancée en avril 2022 et qui ne s'approvisionne qu'auprès de cultivateurs bretons. «Après un passage à la télévision, notre serveur a explosé sous le nombre de messages que nous avons reçus», ajoute Vincent Lacaze. De quoi permettre de développer les effectifs, limités à cinq personnes.

→ RSE chez Carrefour. Ce stade sera prochainement atteint en France, ces alternatives connaissant une forte croissance depuis quatre ou cinq ans. C'est ainsi que, si les imitations de lardons de La Vie restent plus chères que les vrais, son bacon végétal ne coûte désormais pas plus que l'original. Et cette baisse des prix est aussi enclenchée côté algues. «Sur les œufs et le lait, nos microalgues permettent de fabriquer des alternatives moins onéreuses. Pour le poisson, nous restons toutefois plus chers», détaille Gaëtan Gohin, cofondateur d'Algama. Chez Zalg, le cube d'algues est encore facturé 30 euros le kilo, mais une production à plus grande échelle permet à la start-up de viser une baisse du coût, pour une commercialisation en grandes surfaces dès 2024. L'acquisition récente d'usines, pour produire en propre, comme chez Algama et Umiami, aidera à monter en puissance.

Ce point mort sera plus difficile à franchir pour les insectes. «Les dépenses de recherche font parfois grimper les coûts à 200, 400 ou 800 euros le kilo», reconnaît Noémie Dubourdieu, à la FFPIDI. Par ailleurs, les procédures pour valider les étapes de culture (façons d'élever et de tuer les insectes) sont si onéreuses que les sociétés gardent souvent secret ce processus, ou le revendent sous forme de licence. Ces barrières à l'entrée maintiendront les prix élevés,

## Le ver de farine est le premier insecte autorisé à la consommation en France

même si «de 15 à 20 entreprises se lancent sur ce secteur chaque année en France», selon Noémie Dubourdieu. De son côté, Innovafeed a déjà rabaissé les coûts, pour s'approcher des 40 euros le kilo. «Nous visons les 20 euros, un niveau déjà atteint pour les insectes destinés à l'alimentation animale», indique Sébastien Auzenat, responsable des nouveaux produits de la société.

Pour révolutionner nos habitudes alimentaires, il faudra aussi que ces start-up lèvent les derniers freins réglementaires. Notamment côté insectes, où l'immense majorité des élevages est encore destinée aux animaux. «La commercialisation des insectes à des fins d'alimentation humaine a longtemps été interdite en France, alors

que d'autres pays de l'Union européenne (UE) les commercialisaient sous forme de saucisses, de boulettes ou de burgers», note Xavier Terlet (Protéines XTC). Mais la situation devrait vite évoluer, notamment grâce à une victoire, fin 2020, devant la Cour de justice de l'UE, de la start-up Jimini's. En juin 2021, le «Tenebrio molitor» (ténébrion meunier, ou ver de farine) est ainsi devenu le premier insecte officiellement autorisé à la consommation dans l'Hexagone. Trois autres espèces sont également admises, bien loin toutefois des 25 sortes d'algues déjà autorisées à la consommation.

Qui sait d'ailleurs si une dernière alternative, toute simple, ne s'imposera pas à la place de tous ces faux lardons et de ces substituts aux burgers bien saignants ? Les galettes de légumineuses, qui n'ont pas été élaborées pour imiter la viande, existent ainsi depuis longtemps. Et une marque comme Sojasun avait remporté le prix du Sial dès la fin des années 1990. «Il est quand même paradoxal de réaliser une transition vers un régime alimentaire moins carné et d'exiger dans le même temps des produits qui ressemblent à ceux d'origine animale», rappelle Nicolas Tentesaux, directeur général du Sial. Et, dès lors, d'avaler des aliments... encore plus transformés que nos traditionnels plats de viande ou de charcuterie!

ROMAN EPITROPAKIS

PHOTOS : HEURA : MIGUEL COLL MCLAS



## HEURA, l'espagnol qui conquiert l'Europe



# 24

pays d'implantation sont visés

La simplicité avant tout ! Pour concocter ses alternatives à la viande, cette marque née à Barcelone, dont le chiffre d'affaires double tous les ans (à 14,7 millions d'euros au premier semestre 2022), recourt en effet à une recette basée sur «la plus courte composition possible». Soit du soja, des pois,

de l'huile d'olive, des épices et de l'eau. Auxquels s'ajoute un peu de vitamine B12, utile pour la formation des globules rouges dans le sang. Reste que, pour tenir l'objectif de s'implanter dans 24 pays européens, les fondateurs, Marc Coloma (à gauche) et Bernat Ananos, devront sûrement varier les ingrédients, et

solliciter davantage leurs équipes de R&D. «Tout reste à découvrir pour approfondir le goût», confirme Laurent Gubbels, porte-parole de l'entreprise. En attendant, la France, qui fait partie de ce plan de conquête, compte déjà pour plus de 10% des ventes réalisées en 2022, un an après son arrivée dans notre pays.