

Marchés porteurs à l'export...

L'alimentation végétale bio au Royaume-Uni

L'Europe est le premier marché mondial pour les substituts de viande¹. Aujourd'hui le «Plant-Based Food»² est présent dans tous les rayons, de tous les circuits de distribution. Super Fabio passe en revue le marché le plus dynamique et prometteur, celui du Royaume-Uni³.

“ ... Au Royaume-Uni, le marché de l'alimentation végétale (majoritairement biologique) annonce un taux de croissance de +9 % (2020-2022), compte 2,5 Mio de consommateurs et pèserait 160 Mds € à l'horizon 2030. ”

Quelles sont les origines et le moteur de cette dynamique de marché ?

Forte d'une importante communauté Indienne, 9 % de la population britannique s'identifie comme végétalienne (par comparaison c'est 5 % en France) et 24 % comme flexitarienne. Une grande distribution (GD) très puissante tire en avant cette consommation fournissant de fait un nouveau relais de croissance au bio.

Quels sont les obstacles et les voies d'entrée de ce marché ?

Les acheteurs sont très difficiles d'accès et le Brexit, combiné aux exigences spécifiques des distributeurs locaux dressent des barrières infranchissables. L'option la plus rentable et efficace reste d'exposer au salon de référence, le Plant Based World Expo⁴. À condition de conjuguer une sérieuse prospection amont avec les options gratuites de rendez-vous acheteurs proposées par l'organisateur.

“ Il est vital de mettre en œuvre des matières premières bio car les consommateurs se soucient de l'endroit où un produit est fabriqué et de ce qu'il contient. Alexander Eder, Co-fondateur de Plantify of Meat® (marque vegan populaire en Allemagne) ”

Quels sont les atouts de la bio-vegan française ?

La santé étant la principale raison pour laquelle les consommateurs choisissent le Vegan, ils priorisent le bio perçu comme l'alternative alimentaire la plus saine. Plus encore, la France, 5ème fournisseur agro-alimentaires au Royaume Uni, est reconnue allier sécurité alimentaire et qualités gustatives. C'est précisément sur ces deux terrains, innovation des process et «clean label»⁵ au service des saveurs, que se joue la bataille.



Innovation des process

Elle permet de concilier nutrition et goût : les attentes majeures des consommateurs vegan. Par exemple, la fermentation profite aux versions végétales des fromages non laitiers. En 2022 c'est une PME française qui lance une première mondiale avec sa délicieuse bûchette lactofermentée soja & amande extrêmement riche en Vitamine B12.

Quels sont les segments de marché les plus porteurs ?⁶

L'alternative végétale à la viande, les « me-too » type burger végétal et les protéines végétales, type pâtes aux légumineuses, représentent environ 50 % des ventes. Suivent les laits végétaux (29 %), les yaourts et alternatives fromagères (10 %), les pâtes à tartiner (6,5 %), les sucrés et desserts (4,5 %).⁷

Quel est le poids des principaux circuits de distribution ?

La GD, des enseignes qualitatives comme Waitrose ou Marks & Spencer jusqu'au discounter Lidl dominant avec environ 60 % de part de marché suivie des indépendants (15 %), la livraison à domicile et le e-commerce (16 %), puis la restauration (6 %).⁸

1) Copyright © Azelis 2024.

2) L'alimentation à base de végétal

3) Royaume-Uni : l'Angleterre, l'Écosse, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord

4) <https://plantbasedworldurope.com/exhibit/>

5) Un minimum d'ingrédients et la garantie d'une traçabilité robuste et pérenne

6) Innova Market Insights ; <https://www.innovamarketinsights.com/trends/plant-based-consumer-trends-in-europe/>

7) © Zion Market Research; Vegan Food Market Size, Share, Trends, Demand, Analysis, Growth 2032

8) Bio Linéaires n° 114, page 55



Denan et Associés

Exporter la bio innovante de France

Jean-Marc Denan

DENAN
& ASSOCIÉS

jm@denan.fr / www.denan.fr