

Étude UNIGRAINS : La Nutrition-Santé à l'heure des transitions

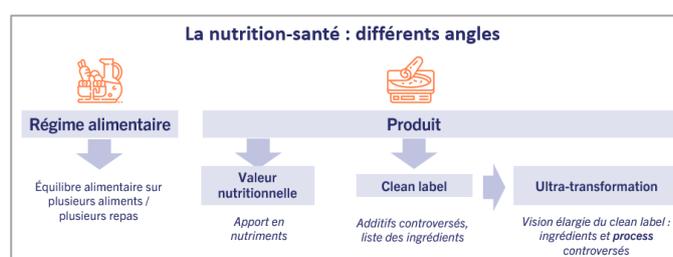
Stratégies & paradoxes pour l'industrie agri-agroalimentaire

Paris, le 8 juillet 2025 – A l'occasion de la 3^{ème} édition des Rencontres d'Unigrains, l'investisseur-partenaire des entreprises de l'agri-agroalimentaire a publié une nouvelle étude : **La Nutrition-Santé à l'heure des transitions – Stratégies & paradoxes pour l'industrie agri-agroalimentaire.**

Eric Porcheron, Responsable d'Études Économiques & Stratégiques Senior chez Unigrains et coordinateur de ce travail, déclare : « *La nutrition-santé constitue à la fois un enjeu de santé publique et un levier stratégique pour les entreprises agroalimentaires. Les avancées scientifiques entraînent de nouvelles exigences réglementaires et nourrissent les stratégies de différenciation des clients en aval. Dans ce contexte, les industriels doivent maintenir une veille active et réévaluer en permanence leurs gammes de produits à l'aune de ces évolutions.* »

1. Une pression croissante et un périmètre évolutif

La nutrition-santé vise à promouvoir une alimentation plus saine face à l'essor de certaines maladies liées aux comportements alimentaires (obésité, diabète de type 2, certains cancers...). Elle s'appréhende à différents niveaux. L'équilibre du régime alimentaire reste un axe clé : une alimentation diversifiée permet de limiter les risques d'excès ou de carence. Mais elle interroge également la composition des produits et les process mis en œuvre.



Si l'on parle habituellement de sucre, sel, matières grasses ou encore protéines, la question des fibres nécessite une attention toute particulière en raison du déficit observé dans le régime alimentaire des Français.

Le *clean label* reste quant à lui une tendance de fond, irréversible et incontournable, évolutive au fil des avancées scientifiques, de la pression médiatique ou encore des exigences des distributeurs pour leurs marques propres. Le concept d'ultra-transformation s'invite désormais dans le débat, non tranché à ce jour comme en témoigne l'avis de l'Anses¹ publié en janvier dernier, mais qu'on ne peut occulter.

2. Des démarches pour promouvoir une alimentation saine

Les pouvoirs publics déploient depuis de nombreuses années des initiatives pour favoriser une alimentation plus équilibrée. En complément des recommandations nutritionnelles et des campagnes de sensibilisation, ils encouragent les industriels à utiliser le Nutri-Score, système de notation fortement ancré dans le paysage alimentaire français (sans faire toutefois l'unanimité en Europe). La restauration collective constitue une autre clé de voûte des politiques publiques et est, à ce titre, fortement réglementée.

Au-delà, les différents acteurs de la filière jouent un rôle essentiel au travers des démarches proactives qu'ils mènent. Pour les industriels de l'agroalimentaire, les leviers portent sur la formulation des produits (sélection des matières premières, utilisation d'alternatives aux additifs controversés...), le choix des

¹ Anses : agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail.

process (qui peuvent améliorer les qualités nutritionnelles des produits mais aussi être un levier pour le *clean label*) et la communication sur ces démarches auprès du consommateur.

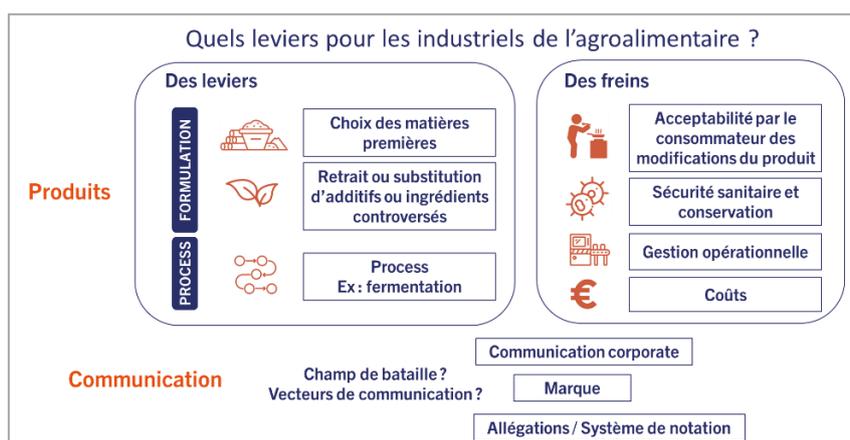
3. Des freins et des paradoxes

Le prix et le goût sont les premiers critères de choix à l'achat d'un produit alimentaire en France, comme le rappelle un sondage OpinionWay de décembre 2024. Les bénéfices santé des aliments constituent bien un levier de communication, mais le consommateur reste sensible au prix et ne fait pas l'impasse sur le goût. Il ressort également des enquêtes la perception d'une forte inertie dans l'évolution des comportements alimentaires, qui renvoie au rôle essentiel de l'éducation.

La question de la « végétalisation de l'assiette » illustre la complexité des enjeux liés à la nutrition-santé. Ce terme désigne l'ensemble des démarches visant à augmenter la part des aliments d'origine végétale dans les régimes alimentaires, qu'il s'agisse de produits bruts ou transformés et qu'ils cherchent ou non à mimer les produits d'origine animale. Les dynamiques de marché apparaissent contrastées entre pays. Les ventes en volume d'alternatives à la viande en grande distribution se sont ainsi stabilisées en France de 2021 à 2023 tandis qu'elles ont progressé de 20% en Allemagne sur la même période et reculé de près de 20% aux Etats-Unis. L'étude souligne par ailleurs certains paradoxes. Certaines gammes, bien que soigneusement élaborées sur le plan nutritionnel et organoleptique, peinent à convaincre le consommateur. D'autres sont au contraire critiquées pour ne pas être suffisamment *clean label* ou pour être considérées comme trop transformées. Les opérateurs peuvent également se heurter à des difficultés pour accéder à un approvisionnement de proximité en quantité suffisante ou à prix compétitif (exemple de la lentille ou du haricot). A cela s'ajoutent pour certaines démarches des freins pour générer de la valeur dans les filières.

4. Des opportunités pour les acteurs du marché

Dans un contexte de pression croissante et d'élargissement du périmètre des sujets de nutrition-santé, les enjeux se situent à tous les niveaux de la filière : dans l'industrie agroalimentaire, qui doit continuer de progresser sur ces sujets, chez les ingrédients, pourvoyeurs de nouvelles solutions, au niveau de l'amont agricole, qui joue un rôle clé dans la co-construction de démarches créatrices de valeur, sans oublier l'aval au travers de la distribution de détail et de la restauration. Pour Unigrains, ce cadre, certes complexe et évolutif, est une source d'opportunités, d'innovation et de différenciation pour les acteurs du marché.



A propos d'Unigrains

Unigrains, société d'investissement spécialiste de l'agroalimentaire et de l'agro-industrie, accompagne depuis plus de 60 ans les entreprises en mettant à disposition de leurs dirigeants des solutions financières sur mesure, en fonds propres et quasi-fonds propres, ainsi que son expertise sectorielle reconnue. Unigrains gère aujourd'hui plus d'un milliard d'euros, et est partenaire de 80 entreprises, intervenant à différents stades de leur développement, notamment lors de réorganisation du capital, d'investissements stratégiques et d'opérations de croissance externe. Pour plus d'information : www.unigrains.fr

Contact Presse Unigrains : Ari Levine / alevine@unigrains.fr / +33 (0)6 69 20 79