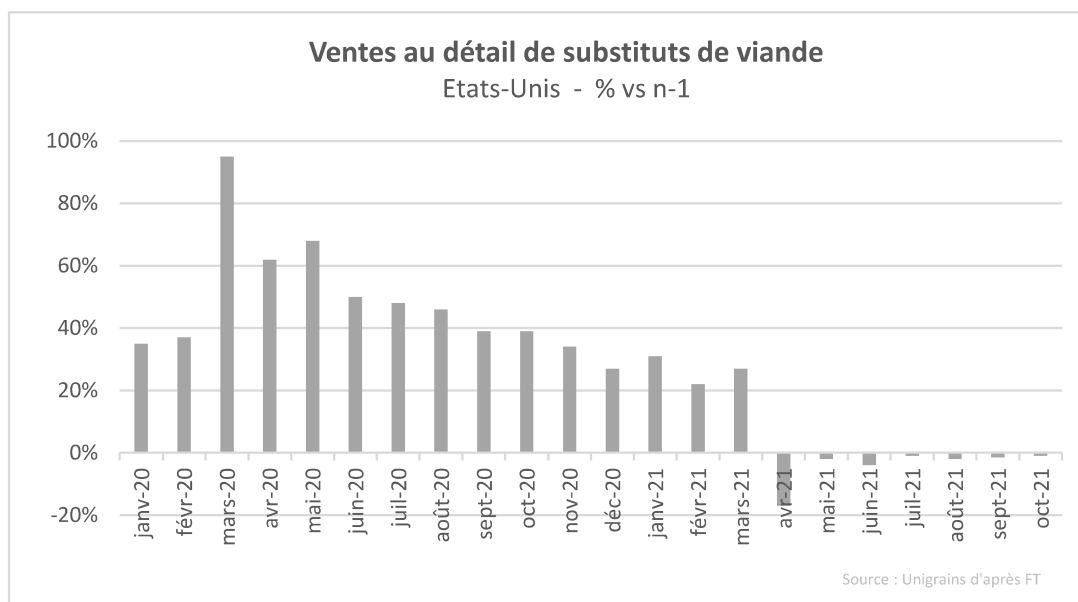




## Les Instantanés d'Unigrains Substituts de viande : le marché américain décroche



### Un ralentissement ponctuel après une année 2020 exceptionnelle

Depuis le printemps, les ventes de substituts de viande ralentissent sur le marché américain, alors même que l'offre continue à se développer à un rythme soutenu. La plupart des analystes estiment que la baisse des ventes est conjoncturelle, et que cette catégorie encore très limitée conserve une marge de croissance pour l'avenir. Ces produits innovants représentent aujourd'hui moins de 2 % des achats de viande en Amérique du Nord, leur premier marché avec plus de 40 % des ventes mondiales<sup>1</sup>.

La majorité des acteurs du secteur voient le décrochage actuel comme temporaire et lié à un contexte particulier. Si les ventes reculent, c'est avant tout parce que 2020 était une année exceptionnelle à tous les égards ; elles restent nettement supérieures à leurs niveaux de 2019. En 2020, les ventes en distribution avaient explosé en raison du transfert d'une partie de la consommation hors foyer vers le domicile, mais aussi parce que la pandémie de Covid-19 avait perturbé la chaîne d'approvisionnement en viande, conduisant à des hausses de prix et des ruptures en rayon. 2020 a également été une année test pour de nombreux consommateurs : face à un foisonnement d'innovations, beaucoup ont essayé les nouveaux produits, mais tous ne sont pas devenus des acheteurs réguliers.

### Des acteurs en difficulté mais des investissements toujours dynamiques

Plusieurs acteurs majeurs ont fait état de difficultés cette année. Aux T2 et T3 2021, le chiffre d'affaires de Greenleaf (division végétale du canadien Maple Leaf Foods) a baissé par rapport à 2020. Quant à Beyond Meat, il n'a pas atteint les objectifs qu'il s'était fixés et son cours a chuté de moitié entre juillet et décembre.

<sup>1</sup> Source Euromonitor



**Ces problèmes individuels peuvent être reliés au ralentissement général des ventes, mais aussi à l'intensification de la concurrence** dans un marché en pleine effervescence. Les startups pionnières de la catégorie ont été suivies par les grands groupes, mais également par les distributeurs comme Kroger qui a largement étendu sa gamme fin 2020 et Target qui a lancé sa marque végétale cette année.

**Du côté des investisseurs, la frénésie ne semble pas terminée.** En 2020, les substituts de viande, d'œufs et de produits laitiers avaient levé le montant record de 2,1 milliards de dollars au niveau mondial. Impossible Foods a annoncé en novembre qu'elle levait à elle seule 500 millions de dollars après avoir enchaîné les lancements de nouveaux produits ces derniers mois.

### Goût, prix et durabilité : des défis essentiels pour l'avenir du secteur

**Il n'en reste pas moins que pour conquérir et garder une part de marché significative, ce secteur doit encore relever un certain nombre de défis.**

**Le goût des substituts de viande disponibles aujourd'hui est loin de convaincre tous les consommateurs.** Beaucoup d'acteurs font le pari de se rapprocher au maximum de la saveur et de l'aspect de la viande, mais ce défi technique oblige à employer des composés et additifs artificiels. Les aliments ultra-transformés qui en résultent rebutent une partie des acheteurs, en quête de naturalité. Pour se démarquer, certaines entreprises privilégient la simplicité des recettes, et proposent des produits qui peuvent s'intégrer dans un repas en y remplaçant la viande sans chercher à en imiter le goût.

**Les substituts végétaux n'ont pas atteint la parité prix avec leurs équivalents animaux.** Il est néanmoins probable qu'un nombre croissant d'entre eux y accède à moyen terme grâce aux économies d'échelle<sup>2</sup>. Par ailleurs, une partie des consommateurs préoccupés par leur santé, la préservation de l'environnement et le bien-être animal restent prêts à payer plus cher les produits qui répondent à ces enjeux. Il s'agit notamment des jeunes générations et des flexitariens, surreprésentés parmi les acheteurs. Faire en sorte que les nouvelles offres répondent effectivement à leurs préoccupations est un enjeu majeur pour le secteur.



---

<sup>2</sup> Beyond Meat s'est fixé pour objectif d'atteindre un prix inférieur à celui de la viande avant 2024 pour l'un au moins de ses produits