



HAL
open science

Les légumineuses dans les produits agroalimentaires

Tristan Salord, Marie-Benoît Magrini, Guillaume Cabanac, Cecile Barron,
Valérie Lullien-Pellerin, Magalie Weber, Adeline Boire, Marie-Josephe Amiot,
Valérie Micard

► To cite this version:

Tristan Salord, Marie-Benoît Magrini, Guillaume Cabanac, Cecile Barron, Valérie Lullien-Pellerin, et al.. Les légumineuses dans les produits agroalimentaires : une analyse desancements produits dans le monde, en Europe et en France sur la décennie 2010-2021. 2023, 6p. 10.17180/xtcv-5b27 . hal-04074159

HAL Id: hal-04074159

<https://hal.inrae.fr/hal-04074159>

Submitted on 19 Apr 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Les légumineuses dans les produits agroalimentaires

Une analyse des lancements produits dans le monde, en Europe et en France sur la décennie 2010 – oct. 2021



L'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement INRAE a mené une analyse des produits alimentaires nouvellement commercialisés dans le monde, à partir de la base de données MINTEL-GNPD, afin d'apprécier la progression d'usage des ingrédients à base de légumineuses dans les grandes régions du monde, dont l'Europe.



Les légumineuses

Les légumineuses présentent de **nombreuses fonctionnalités nutritionnelles et technologiques pour l'industrie agroalimentaire** (sources végétales de protéines et fibres, indice glycémique faible, teneurs en micronutriments essentiels, sans gluten...). Elles ont également de nombreux **atouts agro-environnementaux** (fixation de l'azote atmosphérique, diversification des espèces cultivées, fertilité des sols...).

... mais elles restent peu utilisées et consommées

7,5 kg/pers/an
dans le monde

2,5 en France

(FAO 2019, Agreste, 2022)

La FAO distingue le soja des « pulses ». En Europe, les « pulses » désignent: **protéagineux** (pois, féveroles, lupins) & **légumes secs** (haricots, lentilles, pois chiches, pois cassés, fèves...).

Les lancements produits recensés dans la base MINTEL-GNPD

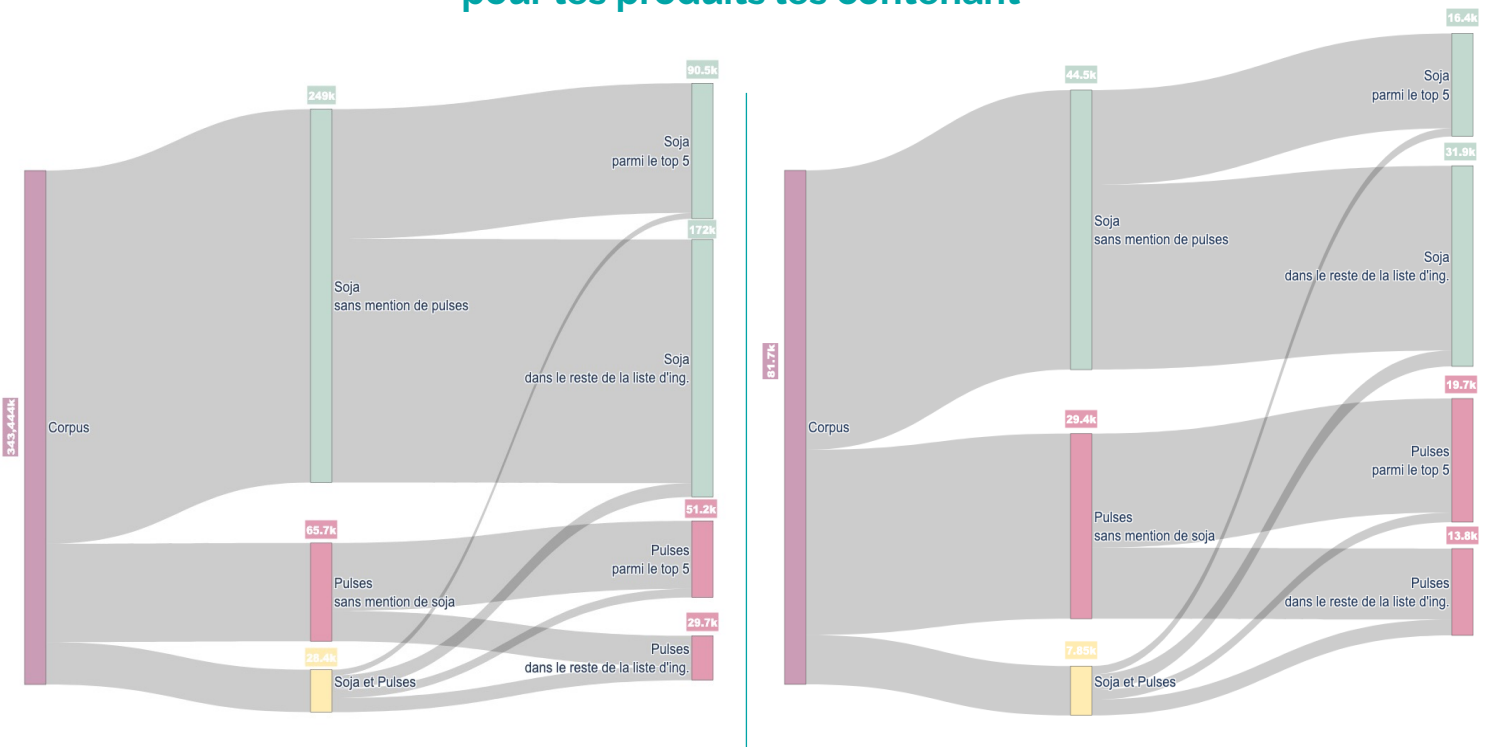
4 millions de lancements produits dans le monde dont près de 345 000 contenant du soja et/ou des « pulses »

Cette base recense dans plus de 80 pays du monde les produits lancés sur leur marché (nouveau, extension de gamme, reformulation, repackaging...) qui reflètent la dynamique du renouvellement de l'offre agroindustrielle.

Répartition du soja et des pulses parmi les 5 premiers ingrédients ou le reste de la liste* pour les produits les contenant

MONDE

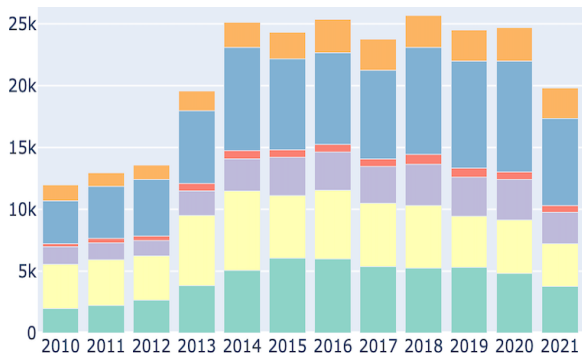
EUROPE



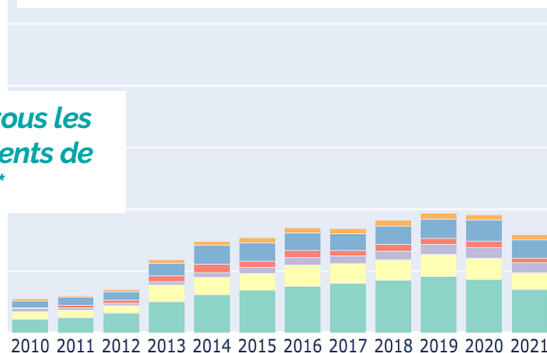
* La médiane du nombre d'ingrédients des produits analysés est de 22

Le soja, ingrédient majeur comparativement aux pulses

Produits ayant au moins un ingrédient à base de soja



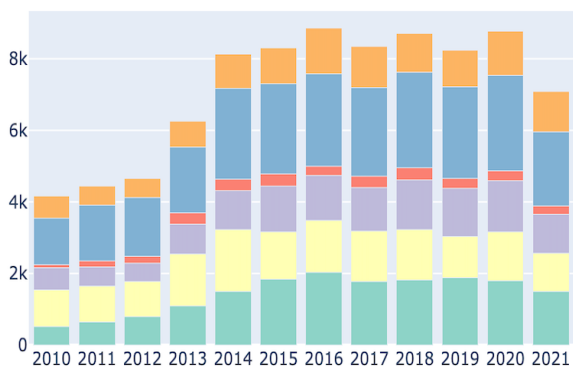
Produits ayant au moins un ingrédient à base de « pulses »



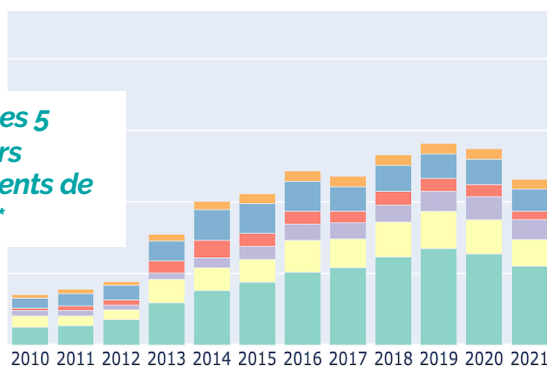
- South-East Asia
- East Asia
- South Asia
- South America
- North America
- Europe

Parmi tous les ingrédients de la liste*

Nombre de lancements produits dans les principales régions du monde : données téléchargées de janvier 2010 à oct. 2021. Compte tenu des données incomplètes du dernier trimestre 2021, une dynamique similaire à 2020 peut être considérée pour 2021.



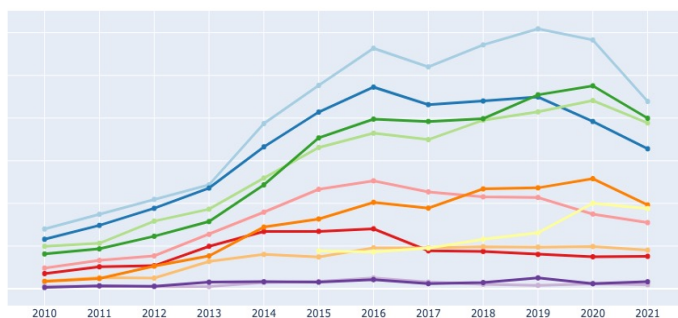
Parmi les 5 premiers ingrédients de la liste*



L'Europe est la seule région du monde à présenter une dynamique de lancements de produits avec soja ou pulses comparable, alors que dans le reste du monde ceux avec soja présentent une croissance de mise sur le marché plus élevée. Les mentions valorisantes liées à l'environnement sont plus fréquentes en Europe.

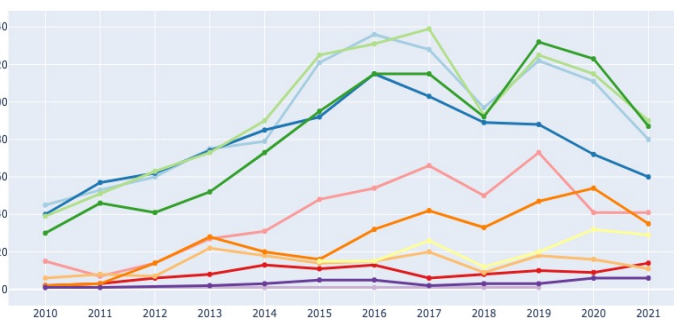
Focus sur les mentions valorisantes* affichées sur ces produits en Europe

Produits avec espèce parmi les 5 premiers ingrédients

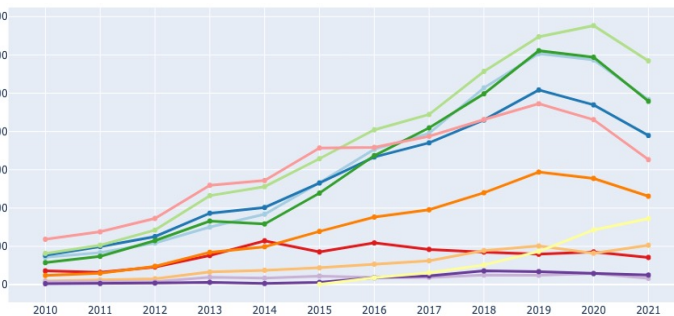
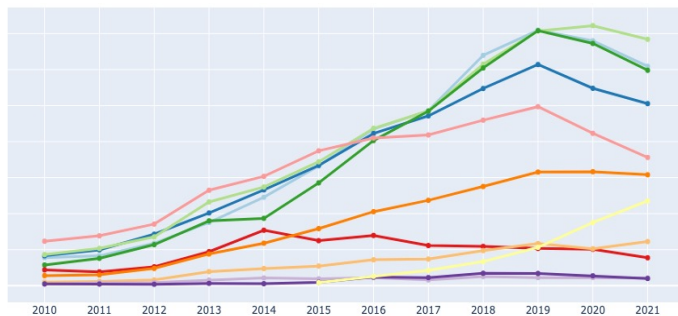


SOJA

Produits avec espèce dans le descriptif-produit



PULSES



- HealthyClaims
- FreeFrom
- EnvironmentalOriented
- VegDiets
- Convenience
- No Claim
- EthicalConcerns
- OtherClaims
- DemographicPop
- WholeGrain
- PlantBased

*Voir Glossaire en dernière page

Vers une plus grande diversité d'espèces légumineuses utilisées par l'offre agroindustrielle ?

MONDE

FREQUENCES D'APPARITION DES ESPECES SOJA & PULSES dans les produits de 2010 à oct.2021

Espèce	A - qqe soit position dans liste ing.	%	B - dans les 5 premiers ing.	%	C - dans le descriptif	%	D - Pour l'espèce, part produits l'ayant parmi les 5 prem. ing.
Glycine max	277 656	72	93 359	62	11 382	19	34%
Pisum sativum	36 144	9	16291	11	10 873	18	45%
Phaseolus vulgaris	25 358	7	14 668	10	15 055	25	58%
Cicer arietinum	16 160	4	11 560	8	7 959	13	72%
Lens culinaris	9 706	3	7 083	5	6 875	12	73%
Ceratonia siliqua	7 212	2	89	<1	7	<1	1%
Phaseolus coccineus	4 601	1	2 398	2	3 796	6	52%
Vigna radiata	3 899	1	2 005	1	1 323	2	51%
Lupinus angustifolius	1 715	<1	669	<1	455	1	39%
Vigna angularis	1 284	<1	698	<1	411	1	54%
Dolichos lablab	1 162	<1	447	<1	0	0	38%
Vicia faba	766	<1	471	<1	353	1	61%
Vigna unguiculata	672	<1	345	<1	247	<1	51%
Vigna mungo	574	<1	437	<1	104	<1	76%
Cajanus cajan	202	<1	136	<1	142	<1	67%
Phaseolus acutifolius	196	<1	118	<1	1	<1	60%
Pachirhizus erosus	191	<1	59	<1	12	<1	31%
Vigna aconitifolia	140	<1	84	<1	19	<1	60%
Canavalia gladiata	122	<1	31	<1	23	<1	25%
Cyamopsis tetragonoloba	37	<1	13	<1	0	<1	35%
Lathyrus sativus	14	<1	9	<1	4	<1	64%
Canavalia ensiformis	13	<1	6	<1	4	<1	46%
Psophocarpus tetragonolobus	9	<1	3	<1	6	<1	33%
...
Total*	387 863	100	150 985	100	59 067	100	39%

EUROPE

FREQUENCES D'APPARITION DES ESPECES SOJA & PULSES dans les produits de 2010 à oct.2021

Espèce	A	%	B	%	C	%	D
Glycine max	52 293	54	17 187	44	1 778	9	33%
Pisum sativum	16 858	18	6 548	17	4 810	24	39%
Phaseolus vulgaris	7 817	8	4 272	11	4 194	21	55%
Cicer arietinum	7 723	8	5 521	14	4 388	22	71%
Lens culinaris	4 907	5	3 776	10	3 751	19	77%
Ceratonia siliqua	2 133	2	45	<1	4	<1	2%
Lupinus angustifolius	1 374	1	521	1	335	2	38%
Vigna radiata	955	1	361	1	200	1	38%
Phaseolus coccineus	913	1	446	1	465	2	49%
Vigna unguiculata	212	<1	93	<1	70	<1	44%
Vigna angularis	212	<1	131	<1	87	<1	62%
Dolichos lablab	204	<1	126	<1	0	<1	62%
Vicia faba	193	<1	119	<1	96	<1	62%
...
Total*	95 966	100%	39 228	100%	20 259	100%	41%

* Certains produits contiennent plusieurs espèces légumineuses aboutissant à un nombre total de fréquences plus élevé que le nombre de produits analysés.

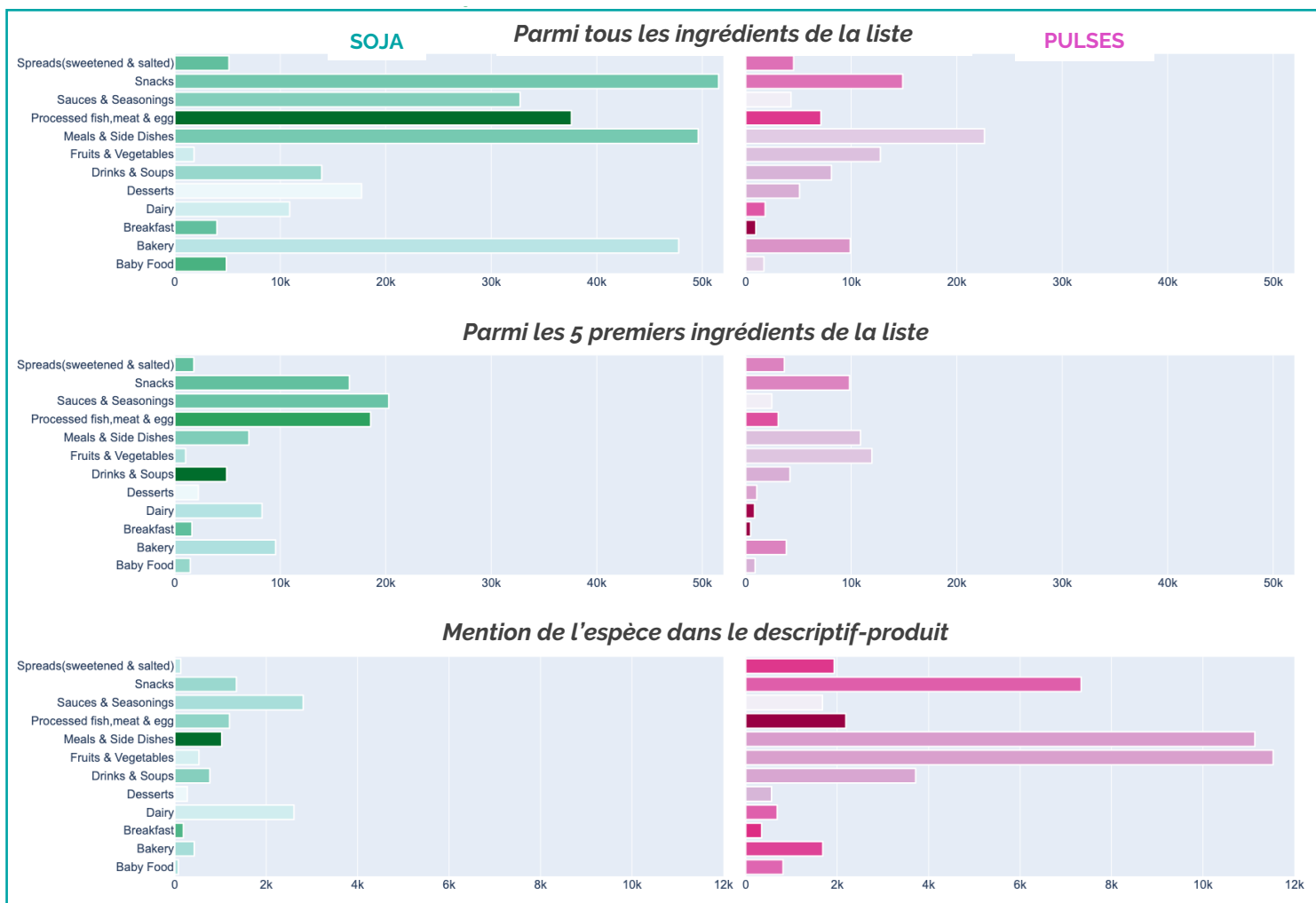
33 espèces légumineuses identifiées dans le monde

25% ingrédients légumineuses identifiés concernent des produits lancés en Europe

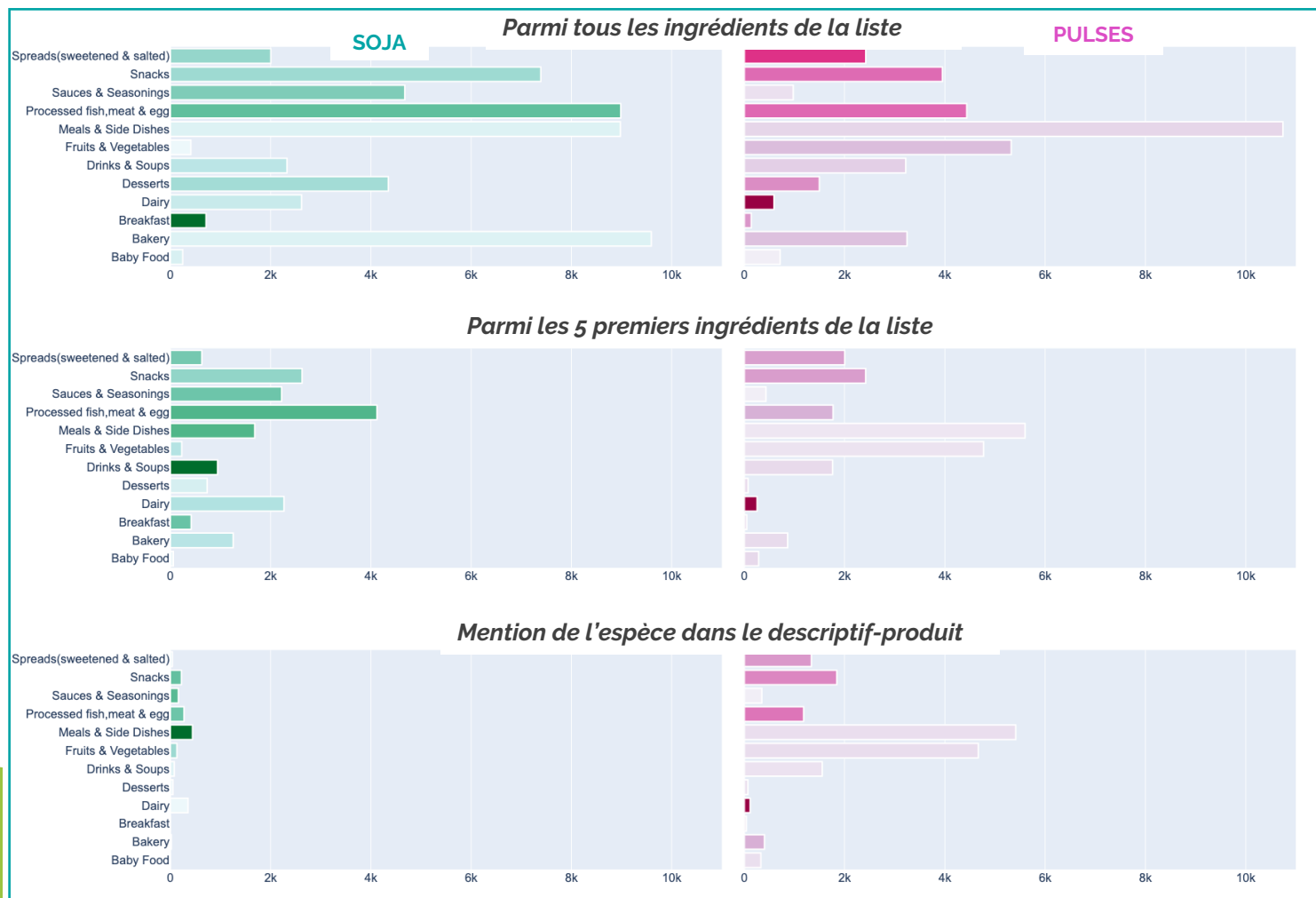
INRAE

Des segments* de marchés inégalement investis par les ingrédients légumineuses sur la décennie

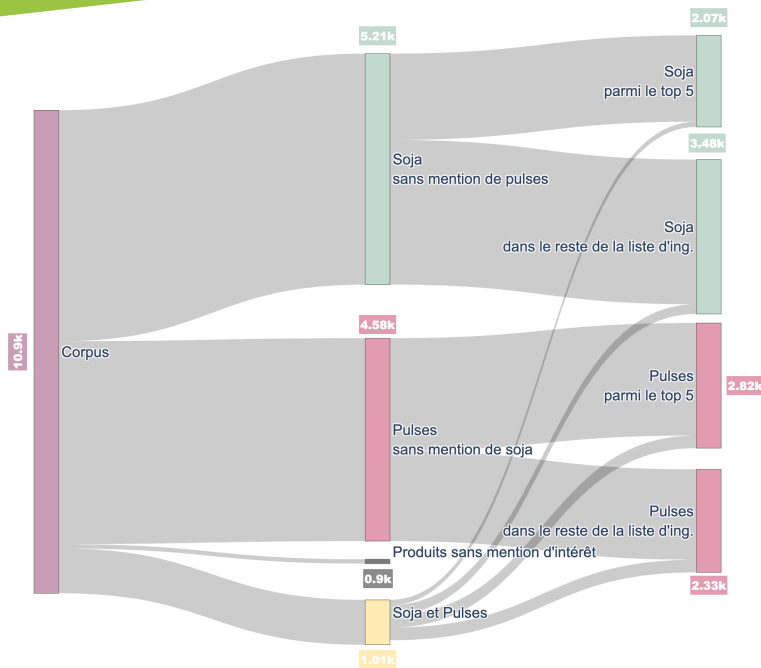
*Voir Glossaire en dernière page



INTENSITÉ DE COULEUR RELATIVE AU TAUX DE CROISSANCE DU SEGMENT* CONSIDÉRÉ SUR LA DÉCENNIE



FOCUS SUR LA FRANCE



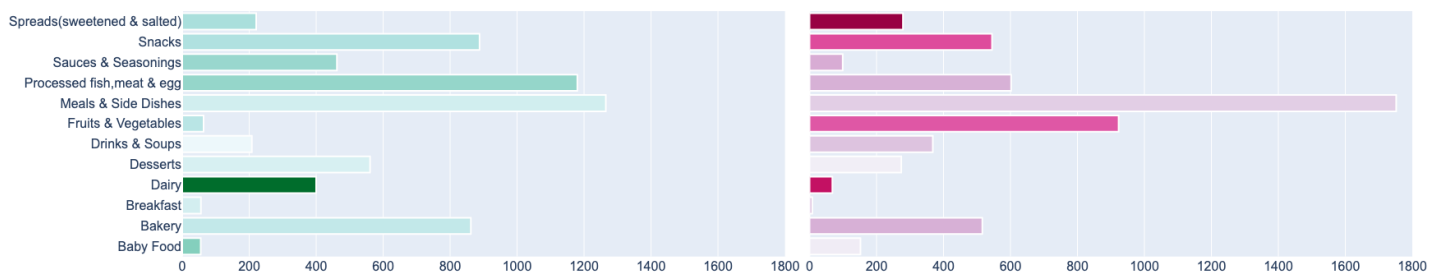
- ✓ Près de **10 000 produits lancés en France** entre 2010 et oct. 2021.
- ✓ Près de **la moitié de ces produits contiennent une légumineuse parmi les 5 premiers ingrédients**. Parmi eux:
 - ✓ pour moitié il s'agit de soja et pour les autres d'un pulse;
 - ✓ les segments de marché majeurs pour ces ingrédients soja sont ceux des substituts aux produits animaux;
 - ✓ les segments de marché majeurs pour ces ingrédients pulses sont ceux des accompagnements, plats préparés et conserves.

Segments de marché des produits lancés en France

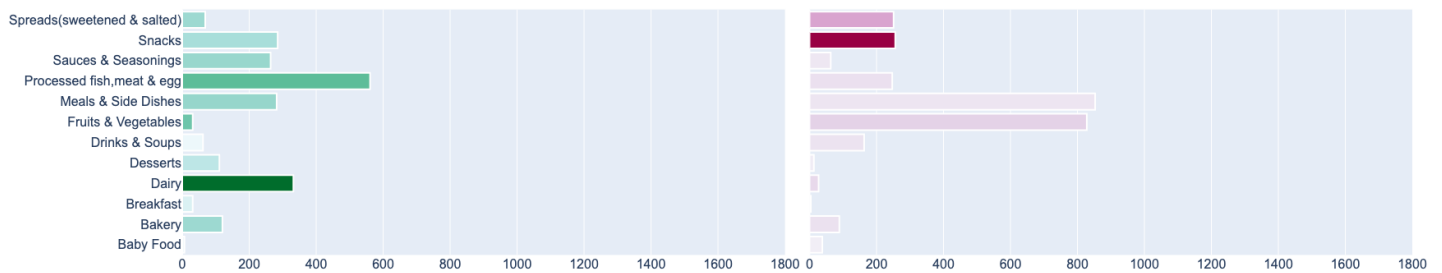
SOJA

Parmi tous les ingrédients de la liste

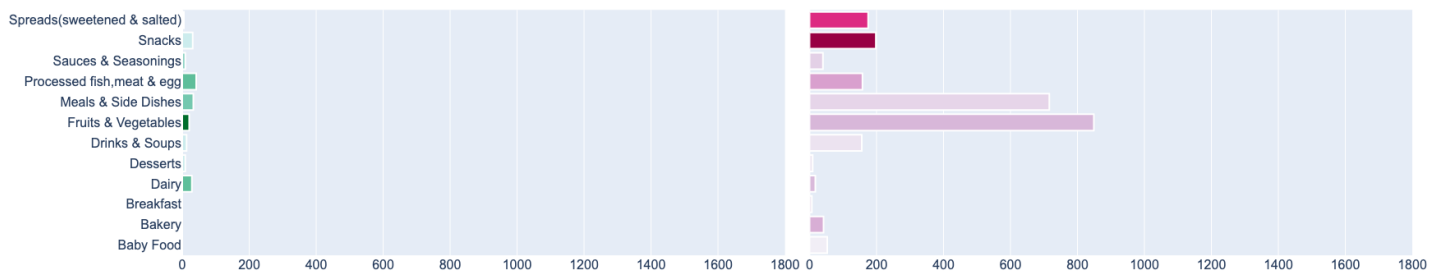
PULSES



Parmi les 5 premiers ingrédients de la liste



Mention de l'espèce dans le descriptif-produit



Intensité de couleur relative au taux de croissance du segment considéré.
Catégorisation des segments de marché en dernière page.

Pour citer ce document :

Salord Tristan, Magrini Marie-Benoit, Cabanac Guillaume, Cécile Barron, Valérie Lullien-Pellerin, Magalie Weber, Adeline Boire, Marie-Joseph Amiot, Valérie Micard, 2023, Les légumineuses dans les produits agroalimentaires : une analyse des lancements produits dans le monde, en Europe et en France sur la décennie 2010-2021, INRAE, 6 pages, <https://doi.org/10.17180/XTCV-5B27>

Pour plus d'informations, contacter la responsable de l'étude :

Marie-Benoit Magrini marie-benoit.magrini@inrae.fr
UMR AGIR - INRAE Occitanie-Toulouse

Les types de lancement produits considérés dans l'étude

Nouveau produit : Produit mis sur le marché par une entreprise qui jusqu'alors n'avait pas commercialisé de produits issus de la même famille de produits sur ce marché géographique, mais a déjà pu le commercialiser dans un autre pays.

Extension de gamme : Nouveau produit mis sur le marché relevant d'une gamme de produits proches et déjà commercialisés par l'entreprise depuis au moins 3 mois sur le marché du pays considéré.

Nouvel emballage : L'emballage du produit a été significativement changé au regard de l'apparence, la taille, l'apparition de nouveaux termes décrivant le produit.

Reformulation : Produit ayant des mentions sur l'emballage du type "nouvelle formule", "nouvelle saveur", "nouveau goût", "recette améliorée", etc. ; ou autre source d'information indiquant une reformulation du produit.

Relancement : Si une mention en ce sens est précisée sur l'emballage ou communiquée par un autre support (salon, site internet, presse...). Si le produit a subi à la fois un changement de formule et d'emballage.

Les types de mentions valorisantes affichées sur les produits

Convenience : Products that have some sort of product or pack features that makes their consumption or use easier for the consumer. This includes ease of use, time-speed, microwaveable, refillable and on-the-go claims, proportionality.

Demographic-Pop. : Products that are targeted at specific sectors of the population and age groups such as male and female; maternal; babies and toddlers, children, teenagers and seniors. This category is based on terms mentioned on the product or by secondary source of information.

Ethical-Concerns : Fair trade; Ethical-human; Ethical-charity; Ethical-animal...

Environmental-Oriented : Ethical-environmentally friendly product or package; Ethical-recycling; Ethical-sustainable (Habitat/Resources); Ethical-biodegradable; carbon-neutral; organic;

Free-From : Ethical-Toxins Free; GMO-free; Gluten free; Dairy free; No carb; No additives/preservatives

Health (and Nutrition) : Nutrition claims refer to any claim that states, implies or suggests that a food has a particular beneficial nutritional property due to: the energy it provides, does or not provide, or provides at reduced/increased rate and/or the nutrients or other substances it contains, does not contain, or contain, or contains at reduced/increased proportions. Health claims refer to any claim that states, implies or suggests that a relationship exists between a food or one of its constituents and health. For instance : Specialised nutrition; Functional; Minus; Plus; High in/added; Suitable for diabetics; low/no/reduced allergen; low/No/reduced lactose; high satiety; reduced glycemic...

PlantBased: When the term plant-based or plant-source is highlighted on the pack

VegDiets : Suitable for vegan and vegetarian : terms like Veggie; meat alternative; ...

WholeGrain : When the term wholegrain is highlighted on the pack

Other claims : Any other category of claims (Halal, all natural products, premium...)

Les segments de marché considérés dans l'étude

Baby food and toddlers : Baby formula, biscuits and rusks for babies and toddlers; growing up milk in the early stages of life for children

Bakery : Baking ingredients; bread products; cakes, pastries & sweet goods; biscuits/crackers/cookies

Breakfast products : Hot and cold cereals

Dairy products : Butter, cream, yogurts, milk, cheese, dairy alternatives (plant-based drinks or yogurts)

Desserts (frozen and chilled), ice creams and sweets : chilled desserts, frozen desserts; dairy-based or plant-based ice creams; dessert toppings; sweets and other confectionaries; jams; Chocolate products

Drinks and soups : Carbonated soft drinks; hot beverages; juices; beverage concentrates and mixes; meal replacements and nutrition supplements; special fermented drinks (kefir, kombucha); sport and energy drinks; dry and wet soups

Fruit and vegetables : All pre-packaged, canned, frozen, and dried vegetables, canned baked beans, pulses, mixed vegetables or pulses to be used for various dishes and canned products. Excludes loose vegetables in bags, unless they have been processed in some way. Most vegetables in brine or olive oil such as beans, corn (sweet corn), peas, mushrooms, asparagus, tomatoes or carrots. Those mixed with meat or fish come under Prepared Meals; and those to be spread on toast come under Spreads

Meals and side dishes : Instant noodles, pasta, rice; meal kits; pastry dishes; pizzas; prepared meals; prepared or ready to eat salads; sandwiches/wraps; side dishes such as noodles, pasta, potatoes, rice, polenta and stuffing; falafels

Processed fish, meat, egg products: Included meat substitutes

Snacks : Bean based snacks such as tofu and other processed pulse snacks; meat or vegetable snacks

Spreads : Dips; meat pastes and pâtés; vegetable pastes; sweet spreads

Sauces and seasonings : Cooking sauces; mayonnaise; oils; pickled condiments; all types of seasonings for enhancing flavours