

Aliments synthétiques : Tendances de la demande

Remarques préliminaires :

Broad et al. (2022) ont analysé dix groupes cibles interrogés sur des alternatives aux produits laitiers, les chercheurs ont constaté que les répondants étaient timidement ouverts aux produits, soulevant constamment des questions sur leur processus technique de création et la sécurité globale du produit.

Cependant, "très peu" de participants dans cet échantillon constitué "d'adopteurs précoces" ont exprimé une forte opposition initiale au concept, tandis que la plupart des personnes interrogées hésitaient à envisager le produit pour leur propre consommation. "En fin de compte, les personnes interrogées ont réclamé une communication transparente de la part de toutes les parties impliquées dans le développement, la réglementation et la vente de produits laitiers sans animaux, et ont estimé qu'à partir de là, elles pourraient décider s'il s'agit d'un produit qu'elles souhaitent consommer", écrivent les chercheurs.

En outre, Bryant et Barrent (2020) remarquent que les **consommateurs ont tendance à mieux percevoir les effets de l'imitation de viande cultivée en laboratoire sur la société qu'au niveau individuel (en termes de goût, de nutrition et de sécurité alimentaire), ce qui se traduit par des positions qui peuvent être favorables à cette alternative à la viande sur le principe bien que préférant ne pas en manger eux-mêmes.**

Il convient de garder ces points à l'esprit lors de l'analyse des prévisions de marché proposées par différentes organisations et entreprises.

Comme les aliments synthétiques ne sont autorisés nulle part à être mis sur le marché, sauf à Singapour pour certains d'entre eux, les gens raisonnent théoriquement sur des produits qui sont loin de leur vie quotidienne. Une telle situation tend généralement à favoriser les concepts bien « marketés » tant que ceux-ci ne sont pas remis en question dans le détail.

Les prévisions du marché :

Une étude du Boston Consulting Group et de Blue Horizon Corporation prévoit que le marché des aliments cultivés - y compris l'imitation de viande, des fruits de mer, des produits laitiers et des œufs - atteindra environ 18 milliards de dollars, soit 6 millions de tonnes métriques, d'ici 2035, ce qui correspond à 0,7 % des 882 millions de tonnes métriques de protéines globales qui devraient être consommées en 2035.

Les projections de différentes institutions bancaires et analyses de marché supposent que le secteur ne couvre qu'une fraction de l'industrie traditionnelle de la viande (estimée à 328 millions de tonnes et d'une valeur de plus de 1000 milliards de dollars en 2020) (figure 2).

Néanmoins, les porte-parole de l'industrie de l'imitation cultivée de viande affirment que leur ambition est d'atteindre 10% du marché de la viande traditionnelle d'ici 2030. Une telle tendance bouleverserait les marchés traditionnels de la viande et sa consommation, la

manière dont les consommateurs perçoivent la nourriture, ainsi que l'attachement culturel qui l'accompagne.

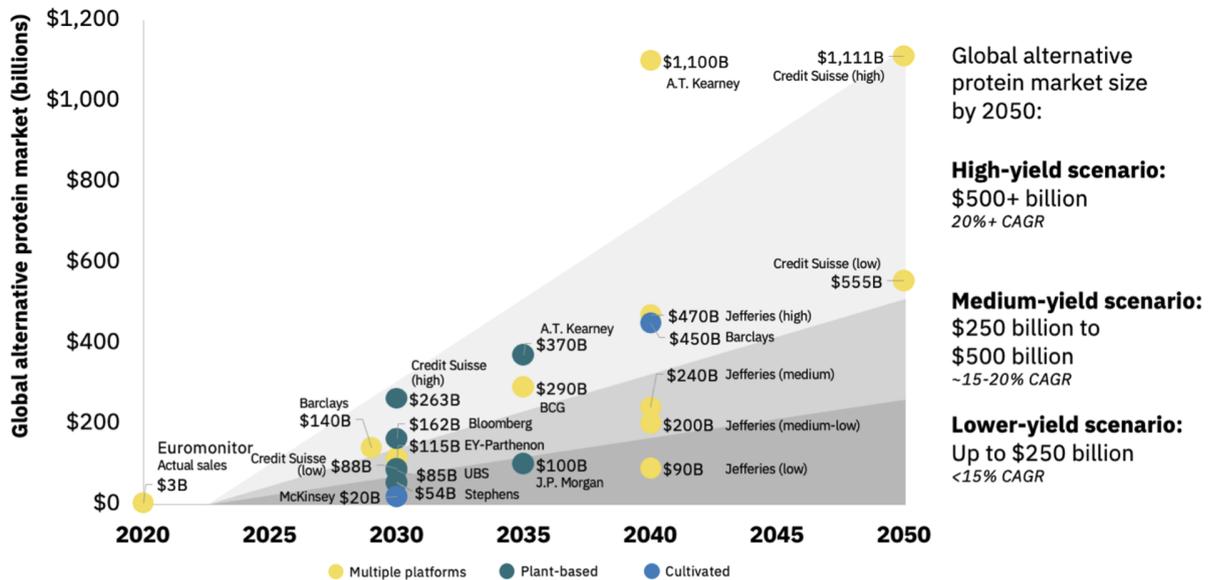


Figure 2 : Projections de la taille du marché des produits carnés alternatifs (2021).
Source : Rapports de plusieurs institutions bancaires

En outre, ces derniers temps, les **produits hybrides** - à base de plantes combinées à de l'imitation synthétique de viande - sont de plus en plus testés sur le marché et représentent un produit intéressant pour l'industrie, car ils sont moins chers que les produits carnés entièrement cultivés en laboratoire et améliorent le goût et la texture. Par exemple, Hoxton Farms a développé des imitations de graisses animales cultivées dans le but de les intégrer dans des alternatives de "viandes" à base de plantes. Future Meat Technologies et Artemys Foods ont ajouté des ingrédients d'origine végétale à la production d'imitation synthétique de viande afin de réduire les coûts de production et d'étendre leurs capacités de mise à l'échelle.

Si, dans un premier temps, les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour la nouveauté des imitations cultivées de viandes, les prix devront finalement atteindre la parité avec les produits carnés traditionnels.

Par exemple, la start-up Future Meat Technologies affirme que le prix de production de 110 grammes d'imitation de viande de poulet cultivé est de 4 dollars, soit 16,49 dollars la livre, alors que le prix de production de poulets biologiques élevés dans des fermes peut coûter entre 1,50 et 8 dollars la livre.

Cependant, les consommateurs pourraient avoir du mal à distinguer les produits cultivés d'aujourd'hui qui ne ressemblent guère à un steak.

En fait, les produits carnés cultivés actuels sont un conglomérat d'un type de cellule, comme la fibre musculaire, qui doit être combiné à d'autres ingrédients pour former un produit carné transformé, comme une saucisse ou des imitations de galettes de viande.

En raison des limites technologiques, il faudra peut-être attendre encore des années avant de pouvoir cultiver des imitations de steaks entièrement formés. En conséquence, la demande des

consommateurs restera probablement faible jusqu'à ce que les produits cultivés reproduisent mieux le goût, la texture et l'arôme de la viande animale (pour plus d'informations, voir l'article de cette série consacré à la définition des aliments synthétiques).

Certains produits à base de plantes sont plus populaires auprès des consommateurs parce qu'il est plus difficile de les distinguer des burgers de viande.

La technologie de bio-impression 3D pourrait néanmoins permettre de développer des imitations de steaks cultivés en leur ajoutant structure et persillage. Un tel produit cultivé a été "imprimé" en février 2021.

Malgré les chiffres qui dépeignent un marché futur possiblement en croissance, les faits assurent que tout ce qui brille n'est pas de l'or.

A noter que l'exercice 2022 s'annonce plus délicat pour certaines entreprises produisant des substituts végétariens de la viande. Le producteur de hamburgers végétariens Beyond Meat a perdu près de 80 % de sa valeur boursière en raison d'une surestimation des tendances de la demande. Dans le même temps, le géant de la viande JBS a également annoncé qu'il allait fermer ses activités américaines dans le domaine de l'alimentation végétale, tout comme Maple Leaf Foods, qui a également réduit ses activités (Sharon Lam, Reuters Breakingviews, 5/10/2022).

Sources :

- Bryant, Barnett, "L'acceptation de la viande de culture par les consommateurs : une revue actualisée (2018-2020)". *Sciences appliquées*, 10(15):5201, 2020. DOI:[10.3390/app10155201](https://doi.org/10.3390/app10155201)
- Bryant, Christopher, van Nek, Rolland, "European Markets for Cultured Meat : A Comparison of Germany and France". *Foods* 9, no. 9 : 1152, 2020. <https://doi.org/10.3390/foods9091152>
- Bryant, Sanctorem, "Alternative proteins, evolving attitudes : comparing consumer attitudes to plant-based and cultured meat in Belgium in two consecutive years". *Appetite* 161 (11):105161. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105161>
- Bryant, Szejda, Parekh, Deshpande, Tse, "Une enquête sur les perceptions des consommateurs concernant la viande végétale et la viande propre aux États-Unis, en Inde et en Chine". *Frontiers in sustainable food systems*, 2019. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2019.00011>
- Bryant, Krelling, "Les protéines alternatives au Brésil : nomenclature des viandes végétales et de culture". 2020. DOI : [10.31219/osf.io/zp79k](https://doi.org/10.31219/osf.io/zp79k)
- Broad, Zollman Thomas, Dillard, Bowman, Le Roy, "Framing the futures of animal-free dairy : using focus groups to explore early-adopter perceptions of the precision fermentation process", *Frontiers on nutrition, Nutrition and sustainable diets*, 2022. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.997632>.

- Eurobaromètre, "Valeurs sociales, science et technologie", 2005. Source en ligne, consulté le 11 octobreth, 2022 : <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/448>
- Franceković, García-Torralba, Sakoulogeorga, Vučković, Perez-Cueto, "Comment les consommateurs perçoivent-ils la viande de culture en Croatie, en Grèce et en Espagne ?". *Nutriments* 13, no. 4 : 1284, 2021. <https://doi.org/10.3390/nu13041284>
- Gómez-Luciano, Kluwe de Aguiar, Vriesekoop, Urbano, "Consumers' willingness to purchase three alternatives to meat proteins in the United Kingdom, Spain, Brazil and the Dominican Republic", *Food Quality and Preference*, Volume 78, 2019, 103732, ISSN 0950-3293, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103732>.
- Hocquette et al, "Éduquer les consommateurs ne croit pas que la viande artificielle est la solution aux problèmes de l'industrie de la viande ". *Journal de l'agriculture intégrative*, 2015, 14(2) : 273-284. [doi : 10.1016/S2095-3119\(14\)60886-8](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(14)60886-8).
- Mancini, Antonioli, "Exploration de l'attitude des consommateurs à l'égard de la viande cultivée en Italie". *Meat Sci*, 150:101-110, 2019. [doi : 10.1016/j.meatsci.2018.12.014](https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2018.12.014). Epub 2018 Dec 28. PMID : 30616073.
- Milfont, Zubielevitch, Milojev *et al*, "Ten-year panel data confirm generation gap but climate beliefs increase at similar rates across ages". *Nat Commun* 12, 4038 (2021). <https://doi.org/10.1038/s41467-021-24245-y>
- Liu, Jingjing, E. Hocquette, Ellies-Oury, Chriki, J-F Hocquette, "Chinese Consumers' Attitudes and Potential Acceptance toward Artificial Meat". *Foods* 10, no. 2 : 353, 2021. <https://doi.org/10.3390/foods10020353>
- Shaw, Mac Con Iomaire, "Une analyse comparative des attitudes des consommateurs ruraux et urbains envers la viande cultivée". *British Food journal*, 2019, ISSN : 0007-070X.
- Szejda, Stumpe, Raal, Tapscott, "South African consumers adoption of plant-based and cultivated meat : a segmentation study". *Frontiers in sustainable food systems*, 2021. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.744199>