MASTER ALIMENTATION

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

Mémoire de deuxième année

Vers la compréhension des perceptions des produits analogues à la viande

Présenté par :

Margaux Huille

Année universitaire : **2016 - 2017**

Sous la direction de : **Olivier Lepiller**

Vers la compréhension des perceptions des produits analogues à la viande

« L’ISTHIA de l’Université de Toulouse Le Mirail n’entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteure ».

Remerciements

Je remercie tout d'abord Olivier Lepiller, mon maître de mémoire, pour m'avoir permis de concrétiser cette recherche en m'ouvrant son réseau professionnel, et pour avoir su m'orienter par ses précieuses remarques.

Egalement, je tiens à remercier l'Interprofession des huiles et protéines végétales, Terres Univia, pour m'avoir permis de mener à bien cette recherche et fait confiance alors que je n'étais pas sur place.

A Noémie Simon, ma référente de stage, toujours présente et avenante au cours de ces 6 mois. Elle m'a soutenue dans l'appréhension du fonctionnement de ce milieu professionnel dont je ne suis pas familière.

A Ludovic Badin, directeur de la Biocoop *La Camargue*, à Arles, qui a joué un rôle important dans l'accomplissement de mon terrain en me permettant de passer du temps dans son magasin.

Aux professionnels qui m'ont permis de mieux comprendre les enjeux de cette filière des produits analogues à la viande : Erwan de Gavelle, Sylvain Goyer, Joël Pichon et également Ludovic Badin.

A tous les répondants des entretiens pour m'avoir accordée de leur temps.

A mes relectrices avisées : Marie-Laure et Marine ; à Alexis pour ses conseils toujours très voire trop pertinents ; et plus généralement à mes amis et ma famille pour leur soutien moral sans faille au cours de ces derniers mois.

A Anne Dupuy et Stéphanie Goiran, avec qui j'ai beaucoup appris au cours de mon précédent stage. Elles m'ont apporté de précieux enseignements et fait remarquer les aspects les plus enthousiasmants de la recherche.

Aux collègues et professeurs qui m'ont ouverts leurs réseaux pour concrétiser cette expérience unique et éprouvante qu'est un projet de recherche.

Sommaire

Introduction 7

Partie 1 Revue de littérature 9

CHAPITRE 1 : Etat des lieux sociologie de l'alimentation : légumineuse et viande 10

1 La sociologie de l'alimentation 10

2 La viande, un aliment difficile à penser 13

3 Les légumineuses, un rapport oscillant entre désaffection et réaffection 21

CHAPITRE 2 Une nouvelle vision de l'alimentation 32

1 Modernité alimentaire, une source d'inquiétude 32

2 La protéine, un nutriment familier au cœur de grands enjeux 37

3 Vers une transition alimentaire 41

Chapitre 3 Les produits analogues à la viande 50

1 Présentation de ces nouveaux aliments 50

2 Intégration des produits analogues à la viande dans le modèle alimentaire 63

Conclusion 71

Partie 2 Présentation de l'étude 73

Chapitre 1 Problématique et hypothèses 74

1 Présentation du stage 74

2 Mise en problématique 75

3 Présentation des hypothèses 77

Chapitre 2 Méthodologie 81

1 Méthode de collecte des données et d'analyse 81

2 Les méthodes employées 83

Chapitre 3 Analyse 97

1 Analyse des entretiens 97

2 Retour sur les hypothèses 134

Conclusion générale 140

Bibliographie 143

Introduction

Bien des différences éloignent le mangeur d'il y a un siècle du mangeur moderne. Alors que manger à sa faim était un privilège, l'accès à une nourriture suffisante en quantité s'érige, à présent, comme un droit universel en Occident. Auparavant, la consommation de produits carnés était représentative d'une prospérité relative et réservée aux classes sociales les plus aisées. Notamment parce que c'était un aliment plus rare que les végétaux, donc plus cher et par conséquent plus désirable. C'était ainsi un élément de distinction, éminemment convivial, associé aux grandes occasions. Mais, depuis un demi-siècle, la viande se retrouve dans toutes les assiettes, et ce qui était jadis l'objet de tous les désirs s'en trouve déclassé, abandonné des élites, qu'elle ne permet plus de valoriser. Bonne à penser, la viande est dite par les anthropologues à la fois universellement recherchée et valorisée, et objet de tabous et d'aversions gustatives et cognitives (Fischler et Raude, 2006). Une dualité qui se traduit par une forte ambivalence dans les représentations symboliques de notre société, comme on peut le constater avec les interdits religieux qui la concernent.

Après une croissance exponentielle, de la révolution industrielle (au XIXème siècle) aux années 80, la consommation de viande est en baisse depuis deux décennies. On voit émerger, dans la société française, une critique de la consommation de viande, que ce soit par la mise en avant d'arguments sanitaires, éthiques ou écologiques. Ces discours ciblent principalement l'industrialisation des processus de fabrication. Les diverses crises alimentaires et sanitaires sont venues ébranler la confiance des français en le système de production alimentaire. Cette réduction de la consommation de viande est accompagnée par une augmentation de la consommation de produits végétaux riches en protéines. C'est ce que Claire Lamine (2008) nomme « la végétarisation » de l'alimentation. Les discours nutritionnels sont parfois mis en avant pour expliquer ce phénomène : ils recommandent une faible consommation de matière grasse et une augmentation des végétaux.

Ainsi, en corrélation avec cette réduction de la consommation de viande, un nouveau type d'aliments végétaux apparait dans les rayons des lieux d'approvisionnement. Ces produits sont positionnés par leurs producteurs comme alternatives à la viande, et ce à différents niveaux : nutritionnel, avec des apports protéiques qui seraient équivalents ; organoleptique ; et également dans les modes de préparation et de consommation. Bien qu'étant encore peu connus et intégrés aux modèles alimentaires, une partie croissante de la population s'y intéresse à mesure que les producteurs développent de nouveaux produits. Ces derniers seraient plus intéressants que la viande dans les assiettes, à la fois par leur moindre impact sur l'environnement, la santé des consommateurs et le bien-être animal, puisqu'ils ne contiennent pas de produits carnés.

La présente étude a été encadrée par l'Interprofession des huiles et protéines végétales, Terres Univia, pour qui il est important de pouvoir appréhender la manière dont ces produits sont perçus par les individus qui les consomment. Nous allons étudier, au cours de ce stage recherche, qui sont les consommateurs de ces aliments, les représentations qu'ils en ont, la place que ces aliments prennent dans leur modèle alimentaire et les changements auxquels ils sont associés. Ainsi cette recherche a-t-elle débuté avec la question suivante : « En quoi la consommation de produits analogues à la viande est-elle révélatrice de transformation dans le modèle alimentaire de ces consommateurs ? ».

Le document qui suit s'organise en deux parties. Dans la première, à travers une revue de la littérature, nous présenterons le contexte dans lequel se sont développés les produits analogues à la viande. La deuxième partie sera consacrée à la mise en problématique de notre objet d'étude, aux hypothèses et à la méthodologie visant à y répondre. Enfin, les résultats de notre terrain seront exposés, suivis de leur analyse.

Partie 1 Revue de littérature

CHAPITRE 1 : Etat des lieux sociologie de l'alimentation : légumineuse et viande

1 La sociologie de l'alimentation

La sociologie de l'alimentation a été fondée par Claude Fischler à partir des années 70 dans la lignée des travaux d'Edgar Morin qui articule la physiologie, la psychologie avec la sociologie. Cette pluridisciplinarité est précieusement conservée pour appréhender les multiples facettes du mangeur et de ce qui est mangé (Fischler, 1979). Une synthèse des travaux autour de l'alimentation en sciences humaines et sociales (histoire, psychologie, anthropologie, sociologie notamment) a été audacieusement proposée par Fischler à travers son ouvrage classique : « l'Homnivore » paru en 1990. L'auteur y présente trois caractéristiques du fait alimentaire humain que l'on peut observer dans l'ensemble des groupes existants ou ayant existé. Ces universaux anthropologiques sont « la pensée classificatoire », le « paradoxe de l'omnivore » et le « principe d'incorporation ». Nous rajoutons également la présentation de l'espace social alimentaire définit par Jean-Pierre Poulain (2002-1) car ce sont des concepts clés que nous remobiliserons tout au long de ce dossier.

1.1 Les apports de l'Homnivore

Le caractère omnivore de l'homme lui permet de consommer un grand nombre de choses naturelles. C'est notamment ce qui a permis aux groupes humains de vivre dans des milieux très divers. Cependant, cette liberté est accompagnée d'une contrainte fondamentale : celle de devoir varier les aliments consommés. En effet, un certain nombre d'éléments essentiels au maintien en bonne santé ne sont pas synthétisables par le corps humain. Cette obligation va le contraindre à sortir de sa zone de confort malgré la peur de l'ingestion du « mauvais objet ». Créateur d'une anxiété, cette nouveauté soumet l'homme à une injonction contradictoire entre néophobie (prudence, crainte de l'inconnu, résistance à l'innovation) et néophilie (tendance à l'exploration, besoin du changement, de la nouveauté, de la variété) (Fischler, 2014). Face à cette « anxiété fondamentale » qui caractérise le rapport de l'homme à son alimentation, la cuisine, comme « corps de pratiques, de représentations, de règles et de normes reposant sur

des classifications » (Fischler, 1993, p.64) est construite essentiellement pour répondre à cette ambivalence. Les régimes « alimentaires, ensembles de représentations et de pratiques culturelles » (idem), permettent l'identification des catégories du mangeable, par la cuisine notamment, et ainsi une consommation alimentaire moins anxiogène.

L'acte d'incorporation illustre l'anxiété de l'homme omnivore quant à son alimentation, puisqu'il consiste à faire franchir à l'aliment la barrière entre le monde extérieur et notre corps. Dans ce mouvement, le mangeur, d'une part, incorpore les sens dont il aura préalablement investi ses aliments, et d'autre part est intégré dans un collectif qui partage ces symboles. Le principe d'incorporation nous fait comprendre que l'homme cherche à maîtriser son corps, son identité, son esprit. Ainsi des listes d'aliments considérés comme impurs sont établis par des communautés de mangeurs dont l'incorporation rendrait impur le corps d'un membre de la communauté : c'est donc également un élément fondateur de l'identité collective, et dans un même temps celui de l'altérité. Ainsi un individu consomme des aliments qui l'incorporent dans un système culinaire instauré par un groupe (Fischler, 2014).

C'est du principe d'incorporation que découle la pensée classificatoire. Pour répondre à cette anxiété fondamentale de l'omnivore, l'homme différencie ce qui est comestible de ce qui ne l'est pas. « Pourquoi nous ne consommons pas tout ce qui est biologiquement comestible » dans notre environnement ? Cette interrogation émise par Fischler (2014) a été par la suite nommée par Jean-Pierre Poulain *la pensée classificatoire* (2002). En effet, il n'est pas de groupe humain connu qui ne possède « un appareil de catégories et de règles alimentaires, qui ne connaisse aucune prescription ou interdiction concernant ce qu'il faut manger et comment il faut manger » (Fischler, 2014). Parmi les choses potentiellement comestibles au monde, seule une partie est donc classée comme « mangeable », l'ordre des classifications culinaires permet de clarifier ces règles culturellement établies en indiquant la manière d'accommoder et de préparer les aliments entre eux. Le modèle alimentaire[1] se construit sur ces règles informelles instituées par les sociétés (Raude, 2008, p.212). Son rôle est de faciliter les prises alimentaires des individus d'une société en établissant une classification de ce qui se mange et la manière de le manger. Les catégories alimentaires s'inscrivent au sein d'un modèle alimentaire. Elles ont le rôle de classer les aliments comestibles en différents groupes afin d'aider à leur préparation et consommation à travers les règles de classification culinaires.

[1] Le modèle alimentaire est un ensemble sociotechnique et symbolique qui caractérise l'appartenance d'un mangeur à un milieu social (Poulain, 2002-3)

1.2 L'espace social alimentaire

L'espace social alimentaire a été défini par Jean-Pierre Poulain (2002-1). Il correspond à la zone de liberté laissée au mangeur humain par les contraintes biologiques, liées à son statut d'omnivore, et les contraintes écologiques du biotope dans lequel il est installé, et qui se transforment en contraintes économiques dans les sociétés industrialisées. L'espace social alimentaire se décompose en plusieurs espaces :

L'espace du mangeable : parmi la multitude de choses qui peuvent être des aliments, chaque groupe d'hommes n'en consomme qu'un petit nombre. Ce choix s'articule sur des représentations symboliques qui participent à la différenciation culturelle entre les groupes sociaux, car à environnement équivalent les choix ne sont pas identiques d'une culture à l'autre.

Le système alimentaire correspond à l'ensemble des structures technologiques et sociales qui vont de la collecte jusqu'à la préparation culinaire en passant par toutes les étapes de la production et de la transformation qui permettent à l'aliment d'arriver jusqu'au consommateur.

L'espace du culinaire : « Pour le sociologue, la cuisine est un ensemble d'actions techniques, d'opérations symboliques et de rituels qui participent à la construction de l'identité alimentaire d'un produit naturel et le rendent consommable. » (Poulain, 2002-3, p.26). L'espace du culinaire est à la fois un espace où se réalisent les opérations culinaires mais aussi un espace au sens social, qui rend compte de la répartition sociale des activités de cuisine.

L'espace des habitudes de consommation recouvre l'ensemble des rituels qui entourent l'acte alimentaire au sens strict. La définition du repas, son organisation structurelle, la forme de la journée alimentaire (nombre de prises, formes, horaires, contextes...), les modalités de consommation (manger à la main, avec des baguettes, au couteau et à la fourchette...), la localisation des prises, les règles de placement des mangeurs... varient d'une culture à l'autre et à l'intérieur d'une même culture, selon les groupes sociaux.

La temporalité alimentaire : L'alimentation s'inscrit dans une série de cycles temporels socialement déterminés comme le cycle de la vie des hommes.

L'espace de différenciation sociale : Manger marque aussi les frontières identitaires entre les groupes humains, d'une culture à l'autre.

2 La viande, un aliment difficile à penser

Comme nous venons de le voir, les catégories alimentaires et leur système de classification culinaire sont particulièrement importants dans l'établissement d'un régime alimentaire pérenne. Dans cette organisation, le classement des aliments issus d'animaux fait l'objet d'une attention toute particulière. La symbolique de la viande est fondamentale dans la compréhension de la place que cette catégorie tient actuellement. D'ailleurs Roland Barthes présente la viande de bœuf comme « mythe national » :

> *« […] le bifteck est, en France, élément de base, nationalisé plus encore que socialisé […] National, il suit la cote des valeurs patriotiques : il les renfloue en temps de guerre, il est la chair même du combattant français, le bien inaliénable qui ne peut passer à l'ennemi que par trahison. » (1957, p.73)*

Le dictionnaire Larousse définit ainsi la viande « *aliment tiré des muscles des animaux, principalement des mammifères et des oiseaux*. », faisant référence à une catégorie alimentaire normativement établie (Vialles, 2007a). Ce que les sociétés modernes considèrent comme étant de la viande n'est qu'une partie des chairs animales comestibles, c'est une catégorie alimentaire culturellement construite et ethnocentrée (Cazes-Valette, 2008, p.19). A y regarder de plus près, ce que l'homme occidental considère actuellement comme « mangeable » est ce qui est périphérique à l'animal, le « surplus de vie », alors que les organes vitaux, c'est-à-dire les abats, sont très peu consommés. On peut voir dans cette pratique un rejet de ce qui rappelle que l'animal était un être vivant (Evans et Miele, 2012), mais aussi la similitude avec l'homme dans ce qui le constitue physiquement.

Tous les animaux ne sont pas considérés comme consommables par l'homme, et cette classification de l'ordre du mangeable est aussi variée que les cultures du monde. Edmund Leach (1980) a démontré les variables anthropologiques qui classent les animaux pouvant faire partie du modèle alimentaire d'une culture sous l'appellation de viande. Selon cet anthropologue, un animal est considéré comme mangeable en fonction de la distance symbolique des hommes par rapport à cet animal. Ainsi ce serait à mi-distance (ni trop proche, ni trop éloigné) qu'une espèce peut être consommée par l'homme.

2.1Consommation de viande

Pendant la révolution industrielle, et conjointement à l'augmentation du niveau de vie, la viande est devenue une denrée plus accessible à l'ensemble de la population (De Labarre, 2004). On estime, en France, à 20kg la consommation apparente de viande par habitant et par an en 1850, poids qui va doubler à la fin du siècle et augmenter jusqu'à atteindre son pic en 1998 avec 94 kg de produits carnés mangé cette année-là (FranceAgriMer, 2014). L'augmentation générale de la consommation de produits carnés provient notamment d'une homogénéisation de la population française –qui se rassemble en zone urbaine– et à une réduction relative des inégalités sociales et géographiques. Pendant cette période, la forte augmentation de la part des protéines animales[2] dans les régimes alimentaires est à corréler avec la hausse du pouvoir d'achat et la baisse de leurs prix relatifs. Mais depuis 1998, les français mangent moins de viande ; ainsi, en 2014, le poids de viande consommé par habitant s'élevait à 86,3 kg (FranceAgriMer, 2015). Seule la consommation de volailles est en augmentation depuis les années 70. Une tendance renforcée par la baisse des parts des viandes bovines et ovines depuis les années 90. Ainsi on peut dire que cette réduction des quantités de viandes dans l'alimentation des Français s'inscrit comme un phénomène structurel et non seulement conjoncturel, car il s'inscrit dans la durée et touche quasiment l'ensemble des espèces animales comestibles.

2.1.1 Des consommations socialement différenciées

Les différentes viandes cristallisent de nombreuses représentations qui vont être mobilisées par les individus en fonction de leur identité sociale. Bien que consommée par l'ensemble de la population, la viande reste un marqueur décisif de différenciation et de hiérarchisation sociale (Raude, 2008, p.59). Ainsi le niveau d'éducation, la catégorie socio-professionnelle, l'âge ou encore le cycle de vie influent sur les achats et la consommation de cet aliment. En 2014, le Rapport de FranceAgriMer sur les consommations de produits carnés souligne toujours des disparités entre les classes supérieures et le reste de la population ; les ménages aisés consommeraient surtout des viandes fraîches et peu élaborées, à l'inverse des autres classes sociales.

On trouve une autre corrélation entre le niveau d'éducation et la consommation de viande : les individus les plus diplômés se tourneraient plutôt vers des viandes certifiées par des signes

[2] Dans les années 1955-1959 la part moyenne de protéines animales dans le régime alimentaire des français est de 30%, elle a continué à croitre pour dépasser les 50% en 1980 dans les pays du sud de l'Europe (Lepage et Deligne, 2004, Raude, 2008, p.59).

de qualité et mangeraient plus de poisson que les autres (FranceAgriMer, 2015). Ceux qui ont un faible niveau d'éducation mangeraient de plus grandes quantités de produits carnés, avec une préférence pour le bœuf, le porc et la charcuterie (Recours et Hébel, 2007). A ce niveau, la théorie de la distinction de Pierre Bourdieu (1979) s'est inversée : il y démontrait que l'augmentation de la consommation de viandes bovines était un indicateur d'ascension sociale. A présent, l'objectif d'un corps svelte tout comme la consommation des viandes brutes (Poulain, 1997, p.108) entraînent une baisse effective des aliments carnés dans le régime alimentaire, au profit de viandes socialement valorisées (Lepage et Deligne, 2004).

De manière plus générale il est admis que le goût pour la viande est une caractéristique éminemment masculine, tout particulièrement en ce qui concerne la viande rouge, alors que les viandes blanches seraient plus appréciées par les femmes (Cazes-Valette, 2008). Cela viendrait du fait que les viandes rouges représentent dans l'imaginaire collectif la force, la violence, la mort par la présence du sang, alors que les viandes blanches rappellent le lait maternel comme un symbole positif de vie. De plus, la consommation de viandes rouges serait interprétée comme une volonté de domination des hommes sur les animaux (Cazes-Valette, 2005).

Bien que l'on trouve des comportements différents d'une génération à l'autre, Combris et Grignon (1997) ont observé qu'il y avait systématiquement une augmentation progressive jusqu'à soixante ans de la consommation de viande, suivie d'une réduction. Mais on trouve dans chaque génération des comportements différents en fonction du niveau d'éducation. De plus, depuis trois générations, on constate une consommation systématiquement moindre de viande (et surtout de viandes rouges) des cadets par rapport à leurs aînés aux mêmes âges.

2.1.2 Les moyens de gestion de l'anxiété associée à la viande

L'industrialisation du secteur agroalimentaire, en opacifiant la production alimentaire, a réveillé des peurs collectives quant aux dangers potentiels sur la santé et l'environnement (Cazes-Valette, 2008). Cet éloignement a coupé l'aliment viande de son origine animale, ou plutôt les animaux destinés à la consommation sont sortis du monde vivant pour devenir des choses. Ce contexte, qui a notamment permis l'accès à la viande quotidienne à l'ensemble de la population, met à distance le mangeur qui est en bout de chaîne du processus de transformation de cet aliment. Les morceaux de viandes qui sont proposés à la consommation sont homogènes et prédécoupés. Ce sont des substances culinaires qui sont pensées vers l'aval, choisies en fonction du plat que l'on souhaite préparer (Noélie Vialles, 2007a ; Evans et Miele, 2012).

Ces nouvelles représentations de la viande sont dites sarcophagiques par Noélie Vialles (1987), leur objectif est de faciliter la régulation de l'anxiété associée à la consommation d'aliments carnés. C'est une logique de « mangeurs de viande » dans laquelle rien (ou le moins possible) ne vient rappeler la bête vivante, la désanimalisant (Vialles, 1987). On peut voir cette logique à l'œuvre dans le fait que la viande proposée à la consommation est de plus en plus transformée, préparée, au détriment des abats dans lesquels l'animal est trop identifiable. Cette sociologue a conceptualisé un second mode de gestion de l'anxiété liée à la consommation de produits carnés, les zoophages, ou « mangeurs d'animaux ». Ces derniers considèrent une partie des animaux comme fournisseurs de viande, on les retrouve particulièrement dans les sociétés traditionnelles. La zoophagie repose sur une vision anthropocentriste du monde, qui place les hommes dans une position dominante permettant la consommation des animaux –considérés inférieurs. En pratique, les zoophages cherchent à reconnaître la nature animale de leurs aliments et consommer ce qui constitue les organes vitaux des animaux ne leur pose pas de difficultés (Vialles, 2007a). Ce seraient en particulier les classes supérieures qui auraient cette relation aux viandes (Lepage et Deligne, 2004). Ces modèles socioculturels de gestion du meurtre alimentaire sont deux logiques opposées visant à régler le rapport que l'homme entretient avec l'animal par l'intermédiaire de la viande (Anzalone, 2005). Avec le processus de civilisation des mœurs, l'augmentation des intermédiaires, l'industrialisation de la production de viande et l'urbanisation de la population, la raison sarcophagique a pris l'ascendance sur les pratiques zoophagiques (Raude, 2008, p.83).

Evans et Miele (2012) proposent une autre lecture de notre rapport actuel à la viande. Pour ces chercheurs britanniques, l'incapacité de certains consommateurs à faire la connexion avec l'origine animale de leurs aliments ne résulterait pas forcément d'un déni intentionnel, elle serait plutôt le résultat d'une interprétation éthique alternative qui soulignerait différentes propriétés des aliments carnés. Cette vision des aliments d'origine animale mettrait en avant certaines caractéristiques et en effacerait d'autres. Actuellement, on pourrait dire que les consommateurs portent un intérêt pour l'apparence, la qualité, le goût et les valeurs nutritionnelles des aliments carnés plutôt que pour les signes de l'origine animale ou encore le bien-être animal (bien que ces caractéristiques reprennent de l'importance pour certaines catégories sociales). L'animal peut aussi être mis en avant ou en retrait à travers le langage, les concepts, les symboles et également à travers une interaction plus viscérale, sensorielle, avec les aliments issus d'animaux. Néanmoins on retrouve des survivances de l'animal dans la perception de la viande, comme l'indiquaient ces participants des focus groups menés par Evans

et Miele (2012) en associant la couleur anormalement pâle d'une viande à de potentiels signes de maltraitance animal. Ou encore la texture d'une viande refléterait le mode de vie de l'animal, une viande dure serait issue d'un animal qui aurait vécu en extérieur avec l'opportunité de renforcer ses muscles, une viande plus tendre, plus grasse serait due à une vie plus sédentaire, confinée.

2.2Perceptions des risques associés à la viande

Depuis une décennie, la multiplication des alertes (sanitaires, environnementales ou politiques) a largement mis en avant la notion de risque. Pourtant, il est important de garder à l'esprit que les perceptions du risque sont des constructions sociales normativement élaborées et qui relèvent, même dans les analyses techniques et scientifiques des risques, de jugements de valeurs (Raude, 2008).

Les risques liés au domaine alimentaire ont changé de nature depuis un siècle, et soulèvent plus d'inquiétudes qu'auparavant. Paradoxalement les décès liés aux problèmes de sécurité sanitaire étaient bien plus importants, mais les mangeurs étaient globalement protégés par les traditions culinaires (Raude, 2008, p.2). Jusqu'au XIXème siècle, les risques étaient perçus comme provenant de l'environnement, pourvoyeur de pénurie et de dangers, mais depuis ils sont plutôt associés à l'action de l'homme. Ainsi, une partie de la filière alimentaire est perçue comme dénaturalisant les aliments, les transformant en artefacts par des processus industriels allant à l'encontre de la nature et inspirant les pires craintes d'intoxications (cas de la vache folle, du poulet au dioxine, aux hormones, et aux antibiotiques) (De Labarre, 2004). La place actuelle du risque dans l'imaginaire collectif met en péril la confiance dans les dispositifs symboliques et institutionnels primordiaux dans le fonctionnement de notre système alimentaire, et c'est notamment cela qui fait paraître les risques comme plus élevés. C'est aussi dû au fait que plus une activité gagne en sécurité, moins le risque résiduel qui lui est intrinsèquement associé est socialement acceptable (Raude, 2008, p.3). En prévention des risques annoncés, les individus peuvent adapter leurs comportements alimentaires, notamment en réduisant leur exposition au risque en diminuant leur consommation du produit visé. Jocelyn Raude (2008, p.236) a remarqué une relation statistique entre la consommation de viande et la sensibilisation aux risques alimentaires dans la population française, soulignant la prégnance de l'anxiété associée à l'incorporation de cet aliment.

2.2.1 Perception du risque en fonction de rationalités sanitaires

On observe une préoccupation croissante des consommateurs pour leur santé. Le rôle que jouent les instances publiques dans l'évaluation et la communication des risques associés à la viande montrent combien les inquiétudes sont fortes. Notamment, en octobre 2015, l'OMS a déclaré que les viandes rouges et les viandes transformés jouent un rôle faible mais significatif dans l'augmentation des risques de cancer. Des recommandations ont également été formulées par l'ANSES (L'agence nationale de la sécurité sanitaire de l'alimentation) en décembre 2016 lors de la réactualisation des repères du PNNS[3] (programme national nutrition santé) qui limitent à 500g par semaine la consommation de viande hors volailles. Ces discours nutritionnels accusent les produits carnés d'avoir des effets positifs sur l'augmentation des maladies chroniques, comme l'hypertension, le diabète et tout autres problèmes qui peuvent être liés au surpoids. Ainsi, la culture médicale et ses représentants légitimes (corps médical et les scientifiques) recommandent à la population, de manière quasi-unanime, une régulation à la baisse de la consommation de viande. De plus, les nombreuses crises sanitaires de ces dernières décennies, ont, elles aussi, poussé les individus à réduire leur consommation de viande. Et l'on voit se développer une recherche de frugalité, au travers d'une restriction des produits carnés, une attitude qui rejetterait les aliments superflus proposés par nos sociétés en situation de surabondance.

2.2.2 Perception du risque en fonction de rationalités éthiques

Les revendications critiques des végans[4] ou encore des antispécistes[5] poussent l'ensemble de la société française à se poser des questions sur la relation des individus aux animaux de rente. Par les médias, et tout particulièrement Internet, les discours de ces groupes, encore marginaux, attirent l'attention sur la consommation de viande. Par leur biais une rationalité altruiste se développe dans notre société qui postule un rapprochement entre les hommes et les espèces animales. Ces préoccupations morales vont régir les comportements alimentaires des

[3] Lancé en 2001 par l'AFSSA (devenue ANSES), ce programme a pour objectif l'amélioration de l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur la nutrition.
[4] Le véganisme est un mode de vie visant à exclure de l'alimentation tout produit ou sous-produit d'origine animale (chair, lait, œufs, miel) et, plus généralement, à exclure de la consommation tout produit ayant nécessité au cours de sa fabrication l'exploitation d'un animal (cuir, laine, etc.). Il découle directement de la philosophie animaliste qui étend les principes humanistes aux animaux, considérant que, à partir du moment où ceux-ci peuvent ressentir de la souffrance, l'homme est débiteur à leur égard d'une certaine obligation morale.
[5] L'antispécisme est une critique philosophique qui part du postulat que l'être humain n'est pas supérieur en valeur ni en droit aux animaux et qui insiste sur l'importance de considérer de manière égalitaire chaque espèce du règne animal.

individus sensibilisés à la cause animale ; leur perception des risques et la recherche d'un bien-être vont alors être extériorisées et délocalisées vers l'animal de rente.

Ainsi, une réduction de la consommation de viande peut être vécue comme un acte militant visant à exprimer le sentiment que les institutions ne font pas ce qu'il faudrait pour satisfaire les préoccupations des individus sur la question du bien-être des animaux de rente. Un sentiment d'indignation est souvent présent autour de cette problématique : les individus ont envers les institutions concernées des attentes relevant d'enjeux éthiques et moraux qui sont difficilement pris en compte (Raude, 2008, p.104). Cette réaction est une réponse affective des individus due à la sensation que les principes du contrat social et les valeurs morales n'ont pas été respectés. Il est également aisé de percevoir un scepticisme latent, voire une défiance à l'égard de l'industrie agro-alimentaire, surtout en ce qui concerne son aptitude et sa bienveillance envers les animaux dont elle a la charge.

Cependant cette question du traitement des animaux est décorrélée des préoccupations quotidiennes des individus. Au cours de l'acte d'achat en tout cas, le bien-être animal est bien moins présent que dans les déclarations des individus. Le bien-être animal est devenu la responsabilité des consommateurs : ainsi fait-on passer vers la sphère privée une question qui relevait auparavant de la sphère publique, alors que les consommateurs, en bout de chaîne, ont des difficultés à juger des conditions de vie des animaux d'élevage (Kjaernes et Lavik, 2007). L'écart entre le goût du carné et l'identification affective avec les animaux, par la question de leur bien-être, s'est figée en un clivage mental et pratique. On retrouve la figure du sarcophage qui est alternativement carnivore et zoophile (Vialles, 2007-2).

Néanmoins de plus en plus d'individus, trop inquiets des mauvaises conditions de vie des animaux d'élevage, peuvent en venir à refuser l'idée de participer à leur mise à mort en s'abstenant de les manger. Geneviève Cazes-Valette (2008, p.228) a constaté une corrélation entre l'acceptation de l'abattage et l'intensité de la consommation de viande, montrant qu'une moindre consommation de viande pourrait être d'ordre moral. Le bien-être des animaux est donc une question à la fois d'ordre sociétale, économique, organisationnelle, mais aussi relevant d'une éthique personnelle.

2.2.3 Perception du risque en fonction de rationalités environnementales

La rationalité écologique est issue d'une perception exogène du risque, c'est-à-dire qu'elle ne concernerait pas uniquement l'individu mais un ensemble d'éléments naturels. Depuis quelques décennies l'impact négatif des activités de notre société sur l'environnement

inquiètent. Se forme une critique des modes industriels de production, de transformation et de distribution alimentaire, vus comme particulièrement coûteux pour la planète. Il sera mis en opposition tout ce qui est industriel contre tout ce qui ressort du « naturel » et du traditionnel, diabolisant le premier et survalorisant les seconds (Lepiller, 2012). A la fois dramatiques et moralisateurs, les discours sur les risques environnementaux critiquent les pratiques des individus, les faisant culpabiliser et les rendant responsables de la dégradation de la planète. La diffusion massive de ces discours anxiogènes a sensibilisé les consommateurs à la cause environnementale, les amenant à effectuer des modifications dans leurs habitudes de consommation[6].

Dans ce contexte, la production industrielle de viande va être réprimandée pour ses pratiques coûteuses en énergie et spécialement polluantes. Depuis les années 1970, le monde scientifique alerte sur les conséquences que les élevages pourraient avoir sur la planète (Lepiller, 2012). Ainsi, l'élevage industriel poserait de nombreux problèmes : concurrence avec les humains quant à l'accès aux ressources alimentaires végétales, forte émission de gaz à effet de serre pour les ruminants [18% selon le rapport de la FAO (2006)], consommation d'une grande quantité d'énergie et d'eau, pollution des terres et de l'eau, déforestation… pour toutes ces causes, la consommation de viande est décriée en raison d'un potentiel risque de dégradation de notre environnement –et, par voie de conséquence, de notre qualité de vie.

Conclusion

On voit donc que la viande reste un aliment valorisé, même si sa position prépondérante dans la hiérarchie culinaire semble déstabilisée. Il y aurait une redéfinition partielle des pratiques alimentaires au travers de phénomènes de changement du système culinaire défini par Fischler (1993) comme pouvant relever de la substitution, de l'adoption ou bien de la transformation structurelle. Ces trois types de changements sont présents lors d'une réduction de la quantité de viande dans l'alimentation. Ainsi, on voit une substitution entre la viande rouge brute et les viandes transformées blanches, l'adoption de produits alternatifs à la viande, et une transformation structurelle à travers une végétarisation partielle de l'alimentation. Avec la diminution générale de la consommation de viande, des échanges entre les sous-catégories de produits carnés ont été effectués (Combris, 2006). Ainsi, la végétarisation de l'alimentation (Lamine, 2008), c'est-à-dire le remplacement de produits animaux par des aliments végétaux,

[6] L'émergence du critère de durabilité dans l'alimentation est porteur de nouveaux segments de marché florissants tel que le commerce des aliments issus de l'agriculture biologique, la consommation alimentaire locale ou encore la réduction de la consommation de viande.

apparaît comme socialement valorisé et créateur de distinction. Ces transferts amènent à une exclusion de certaines espèces animales hors des catégories du mangeable. C'est notamment le cas du cheval ou encore du lapin, qui sont en passe d'être considérés comme des animaux de compagnie plutôt que des animaux mangeables. Par ces changements, on voit une redéfinition des catégories alimentaires, les végétaux occupant une place centrale et valorisée, même si le végétarisme n'est pas forcément en ligne de mire ; quant à la viande, elle est perçue comme étant à modérer.

3 Les légumineuses, un rapport oscillant entre désaffection et réaffection

Les légumineuses à graines ont été au centre des régimes alimentaires par le passé, mais la plus grande disponibilité de la viande les en a éjectées. Pour autant, ces plantes ont conservé des atouts que l'on commence à remobiliser à divers niveaux de la filière alimentaire maintenant que les préoccupations se déplacent vers des notions de préservation de l'environnement et de sécurité alimentaire. Ce renouveau des légumineuses dans notre système alimentaire indique un changement drastique des priorités : les débuts de la modernité alimentaire, associé à une situation nouvelle d'abondance, permettait une réflexion présentiste, alors que nous sommes actuellement taraudés par un futur incertain.

3.1Définition

La FAO a fixé en 1994 la définition des légumineuses à graines (2016). Ce sont des espèces végétales qui appartiennent à la famille des Fabacées qui comprend les plantes récoltées pour l'obtention de grains secs à faible teneur calorique. On y trouve les haricots rouges, haricots blancs, féveroles à petits grains, pois chiche, pois cassés, haricots mungo, lentilles, lupin. La nomenclature française distingue les protéagineux (regroupant pois protéagineux, lupin et féverole[7]) historiquement orientés au lendemain de la seconde guerre mondiale pour

[7] Dans l'usage courant, le terme « protéagineux » regroupe l'ensemble des espèces cultivées jusqu'à maturité de la graine (Schneider et Huyghe, 2015, p. 28).

l'alimentation animale, et les légumes secs traditionnels[8] utilisés majoritairement pour l'alimentation humaine (lentilles, pois, haricots, pois chiche…). Le soja, classé dans les oléo-protéagineux, tend à constituer une catégorie spécifique par sa double richesse en huile et en protéines (Magrini et al., 2014). De même, les légumineuses qui sont consommés comme des légumes –tel que les petits pois ou les haricots verts– ne sont pas considérés comme des légumes secs puisqu'ils sont considérés immatures, ainsi ils sont plutôt perçus comme des légumes.

3.2 Intérêts des légumineuses

Les atouts des légumineuses sont multiples et touchent à différentes étapes de la filière alimentaire. Au niveau de la production alimentaire, que ce soit pour les hommes ou les animaux, les légumineuses constituent une source de protéines végétales, elles ont un impact environnemental faible et rendent de précieux service au niveau agronomique. Plus largement, les légumineuses peuvent répondre aux attentes des consommateurs en termes de plaisir, de goût, de diversité, de santé, de praticité, de naturalité.

3.2.1 Intérêts des légumineuses sur la santé et nutrition

Les vertus des légumineuses sur la santé sont mises en avant par les différents pouvoirs publics et organismes privés qui traitent des questions de nutrition dans le paysage médiatique et scientifique international. La FAO, notamment, présente dans son rapport les légumineuses (2016) comme les atouts incontournables d'un régime alimentaire équilibré. Effectivement, leur profil nutritionnel offre un index glycémique faible (avec une moyenne de 40, il est parmi les plus bas des végétaux), un nombre de calories (260-360 kcal/100g) et une teneur en graisse bas. De plus, elles ne contiennent ni cholestérol ni gluten. Elles ont également une bonne teneur en protéines (avec un taux moyen qui varie entre 22 et 40%) et sont riches en fibres, ce qui tend à augmenter la sensation de satiété. En ce qui concerne les vitamines, elles sont de bonnes sources de vitamine B, de minéraux (fer, magnésium, phosphore, potassium, et dans une moindre mesure, de calcium). En revanche la plupart des légumineuses contiennent des facteurs « anti-nutritionnels » responsables d'une faible digestibilité des protéines.

Leur intérêt nutritionnel les fait figurer dans la plupart des recommandations alimentaires émises par les gouvernements à travers le monde, mais elles ne sont pas mises en avant de la même manière en fonction des cultures alimentaires nationales[9]. En revanche, les légumineuses

[8] L'appellation courante « légumes secs » désigne les graines de légumineuses récoltées à maturité et faciles à conserver de façon naturelle (Schneider et Huyghe, 2015, p. 28).
[9] Les pays où les légumineuses fondent la base du régime alimentaire tel que l'Inde, l'Afrique du Sud, le Mexique ont créé une catégorie à part entière dans leurs recommandations (Fondation Louis Bonduelle, 2016).

ne sont pas encouragées pour les mêmes raisons : ce peut être pour leur teneur en protéines (elles sont alors classées avec les viande ou « viande de substituts », c'est le cas du Canada, Etats-Unis, Royaume-Uni, Italie ou encore la Suède) ou bien pour leur teneur en glucides (elles sont alors classés avec les féculents, c'est le cas en France, Pays-Bas, Chine) (Fondation Louis Bonduelle, 2016). En décembre 2016, dans sa réactualisation de ses recommandations alimentaire pour le PNNS, l'ANSES a extrait les légumineuses du groupe des féculents, les séparant des céréales. Les recommandations mettent plus globalement l'accent sur une consommation renforcée et régulière (pluri-hebdomadaire) de légumineuses avec une consommation optimal de 36g minimum à 100g maximum par jour. L'objectif serait d'atteindre un ratio égal de protéines végétales et animales, alors qu'actuellement, la consommation connaît un déséquilibre de 30%-70% en défaveur des protéines végétales.

3.2.2 Intérêts des légumineuses sur la sécurité alimentaire mondiale –nutrition internationale

Le coût des légumineuses est probablement leur atout principal : elles constituent la principale source de protéines pour les pays en état d'insécurité alimentaire. Presque 80% des apports en protéines des pays en développement viennent des plantes. En comparaison, elles représentent seulement 43,3% des apports en protéines pour les pays développés (FAO, 2016). Ainsi leurs propriétés nutritionnelles sont-elles fondamentales pour les populations n'ayant pas accès à un régime alimentaire diversifié et riche en protéines animales. De plus, elles peuvent être stockées longtemps sans perdre leur valeur nutritive, ce qui permet de réduire le gaspillage alimentaire. Enfin il existe une grande diversité de légumineuses aux conditions de cultures variées : certaines notamment sont adaptées aux milieux arides, ce qui assure leur présence sur l'ensemble des continents.

3.2.3 Intérêts des légumineuses sur l'environnement

En réponse aux enjeux environnementaux de ces dernières décennies, la société occidentale remet en cause l'actuel système de production agricole pour en concevoir un plus durable. Ces changements ont pour objectifs de réduire son impact négatif sur les milieux, de gérer la raréfaction de certaines ressources (spécifiquement l'eau et les énergies fossiles) et de s'adapter aux changements climatiques (Voisin et al., 2013). Les légumineuses ont un rôle important à jouer dans le développement de nouvelles pratiques agricoles efficientes et respectueuses de l'environnement. En 2011, la Commission de l'Agriculture et du Développement Rural du

Parlement Européen mettait en avant les avantages qu'apporteraient une plus grande production de légumineuses pour relever les défis environnementaux de nos régions[10].

Les bienfaits que les humains obtiennent des écosystèmes ont été baptisés « services écosystémiques » lors de *l'Évaluation des Écosystèmes pour le Millénaire*, réalisé en 2005 par les Nations Unies[11]. Le service particulièrement valorisé chez les légumineuses est leur capacité à capter l'azote de l'air. Ce mécanisme a un impact environnemental positif majeur qui rend inutile l'apport d'azote dans les cultures de légumineuses et le restitue aux cultures suivantes ou associées pour un rendement équivalent voire supérieur (Schneider et Huyghe, 2015). Cet atout de taille contribue à un moindre recours aux engrais azotés de synthèse. Ces derniers sont les principaux émetteurs de gaz à effet de serre en agriculture ; un moindre emploi permettrait à la fois de participer à la mitigation du changement climatique et à la réduction de l'épuisement des énergies fossiles (Voisin et al., 2013). Néanmoins les bénéfices apportés par les légumineuses sont faiblement pris en compte dans la rémunération des agriculteurs, qui est évaluée en fonction des rendements (Voisin et al., 2013). Les bénéfices des légumineuses dans les systèmes de production agricole doivent être envisagés sur le long-terme et pensés plus largement qu'en termes de rendement de production.

3.3La place des légumineuses dans le temps

Nous allons voir dans cette partie les grandes tendances qui ont rythmé la production et les techniques de cultures des légumineuses dans le système agricole français, puis nous verrons l'évolution de leur consommation et de leurs représentations. Cela afin de comprendre la place que les légumineuses à graines tiennent aujourd'hui dans notre système alimentaire.

3.3.1 Evolutions et états de la production de légumineuses en France

Les légumineuses à graines sont parmi les premières espèces cultivées par l'homme, les plus vieilles domestications datent de 12 000 ans dans le croissant fertile (Schneider et Huyghe, 2015, p.25). Les principaux légumes secs consommés en France sont les pois chiches (cultivés depuis 9 000 ans), les lentilles (cultivées depuis 10 000 ans), les haricots secs (qui sont arrivés en Europe à partir du XVIème siècle). Avant le XIXème siècle, la production végétale était

[10] Rapport de la Commission Européenne, *sur le déficit de l'Union en protéines végétales: quelle solution à un problème ancien?*, paru le 04/02/2011, (En ligne) http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2011-0026+0+DOC+XML+V0//FR (Consulté le 04/09/2017)

[11] « Les services que procurent les écosystèmes sont les bénéfices que les humains tirent des écosystèmes. Ceux-ci comprennent des services de prélèvement tels que la nourriture, l'eau, le bois de construction, et la fibre ; des services de régulation qui affectent le climat, les inondations, la maladie, les déchets, et la qualité de l'eau ; des services culturels qui procurent des bénéfices récréatifs, esthétiques, et spirituels ; et des services d'auto entretien tels que la formation des sols, la photosynthèse, et le cycle nutritif. » (Millenium Ecosystem Assessment, 2005).

employée non seulement pour alimenter les hommes mais aussi leurs animaux (énergie pour les animaux de rentes employés aux transports et aux travaux agricoles), elle servait également de matériaux (bois, paille, fibres) et de fertilisants. Les légumineuses jouent dans le temps et au niveau mondial (surtout en Asie, Amérique latine et en Afrique) un rôle de premier ordre dans l'alimentation humaine. A partir du XIXème siècle, l'emploi du charbon, du pétrole et d'autres ressources minières a réduit la production végétale à l'alimentation. Les quantités produites deviennent supérieures aux besoins alimentaires humains et animaux, entraînant une chute des prix qui facilite l'augmentation des cheptels et rend la viande plus accessible à l'ensemble de la population.

3.3.1.1 Production actuelle de légumineuses

Au niveau mondial, la production de légumineuses à graines est estimée en moyenne à 334 millions de tonnes par an entre 2008 et 2012. La production mondiale de légumineuses à graines s'est accrue de 325% entre 1964 et 2012. La culture du soja prédomine largement les autres légumineuses, en représentant 75% de la production en 2012 (Schneider et Huyghe, 2015, p.42). En Europe, les légumineuses à graines représentent seulement 2% des surfaces de grandes cultures ; en comparaison, leur assolement représente 10 à 25% sur les autres continents. De plus, leurs cultures sont en régression. Les deux causes principales en seraient les effets du marché, et de la réglementation.

La France a connu une forte régression des surfaces cultivées en protéagineux (pois, féverole et lupin doux) : ils atteignaient 753 750 ha en 1993, et sont passés en 2012 à 197 000 ha (Schneider et Huyghe, 2015). Alors même qu'ils représentent, avec le soja, près de 94% des surfaces françaises de légumineuses à graines. Cette réduction est multifactorielle, mais s'explique principalement par les évolutions réglementaires et la dégradation de la compétitivité de ces cultures en termes de prix de vente et de rendement. En revanche, depuis le début des années 2010, on observe une augmentation des surfaces de légumes secs passer en agriculture biologique[12] (Schneider et Huyghe, 2015, p.48). Les légumineuses à graines, en culture, ne représentent que 2% des surfaces arables françaises. Elles ont néanmoins connu un développement rapide dans les années 1980 grâce aux incitations de la politique agricole commune (PAC), passant de 150 000 ha en 1982 à 820 000 ha en 1993. Cependant après cette

[12] En 2013, l'Agence Bio estimait que 20% de la production nationale de lentilles et pois chiches était cultivés en agriculture biologique en France. La filière biologique du soja représente quant à lui 25% de la production française. (En ligne) http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BrochureCC/CC2013_chap5_Vegetal.pdf (Consulté le 06/09/2017)

période glorieuse, la compétitivité des légumineuses s'est affaiblie et les aides publics ont diminué ; un contexte qui a contribué à la réduction de leurs surfaces (à peine 200 000 ha en 2013) (Schneider et Huyghe, 2015). Actuellement, les récoltes à destination de l'industrie agro-alimentaire, pour la consommation humaine, sont évaluées à 120 000 tonnes par an (Magrini, 2014).

3.3.1.2 Un désintérêt pour les légumineuses –post seconde guerre mondiale

Depuis les années 1960, la production française de légumineuses est en décroissance. Cette baisse est due à un contexte climatique et parasitaire de moins en moins favorable et aux importations massives de soja (provenant en majorité des Etats-Unis) pour nourrir les animaux d'élevages. Ce phénomène est également dû à un soutien politique européen tourné vers la production de céréales (Voisin et al., 2013). Ce contexte défavorable amène les producteurs de légumineuses à se détourner de ces cultures[13] qui se sont peu à peu marginalisées. Ces conditions constituent un « verrouillage » du système sociotechnique de la filière des légumineuses : l'ensemble du système agricole s'est organisé autour des céréales, et bien que les légumineuses puissent avoir de nombreuses vertus, les changements sont difficiles à causes des mécanismes d'auto-renforcement des modes de production en place (Voisin et al., 2013 ; Magrini et al., 2014). Le fonctionnement socio-organisationnel de ce système est très bien décrit par Anne-Sophie Voisin (2013) :

> *« Les réseaux d'acteurs contribuent au verrouillage, dans la mesure où aucun des acteurs n'a intérêt à changer son comportement tant que celui des autres n'évolue pas. Qu'il s'agisse de chercheurs, de politiques, de dirigeants industriels ou de représentants syndicaux, leur position dans les institutions et leur interconnection contribuent à aligner leurs choix en faveur d'un paradigme technologique partagé et auquel chacun trouve des avantages. […] Ainsi, bien que l'intérêt de développer les légumineuses soit admis par tous, celles-ci restent marginales, parce que les systèmes de production, les industries de transformation et les filières se sont progressivement organisées, puis renforcées, sans elles. »*

Mais même si le système agricole dominant freine l'intégration de la culture des légumineuses, ces dernières peuvent être adoptées par des acteurs à la recherche d'une différenciation sur le marché, notamment à travers les marchés dits de « niches » à plus forte valeur ajoutée, tel que les produits analogues à la viande à base de légumineuses à graines.

[13] La marge brute annuelle des légumineuses est de l'ordre de 2 à 6 fois moins importante que celle des cultures non légumineuses en France (in Magrini et al., 2014).

3.3.1.3 Perspectives pour les cultures de légumineuses à graines

Les pressions environnementales actuelles redirigent l'attention sur les quatre finalités d'antan de la production de légumineuses : l'alimentation humaine (substitution aux produits carnés), l'énergie (par les agro-carburants), les matériaux (bois et paille) et les fertilisants (remplaçant les engrais minéraux de synthèse). Leur réintroduction dans le système agricole demande une réorganisation et une optimisation de la filière (réduction du gaspillage, amélioration du rendement énergétique, baisse de la consommation de viande pour une meilleure répartition de la production végétale) [14]. Une plus grande diversification des cultures permettrait le déverrouillage du système de production de légumineuses.

En 2011, la situation de dépendance concernant l'approvisionnement en protéines végétales amenait le Parlement européen à adopter une résolution sur le déficit de l'union européenne en protéines végétales. Dans lequel il émettait des suggestions pour redynamiser la production de légumineuses et rétablir un équilibre du ratio de production à destination de l'alimentation animale et humaine[15]. En 2014, le ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt Stéphane Le Foll a présenté le « plan protéines végétales » [16]. Il est constitué d'une série de mesures qui s'étalent de 2014 à 2020 avec pour objectif la plus grande autonomie de la France pour répondre à ses besoins en protéines végétales, on y retrouve une mise en application d'une partie de l'avis émis par la commission européenne en 2011. Ce plan prend appui sur la nouvelle réforme de la PAC et notamment le *paiement vert*[17] en application depuis 2015, qui encourage les exploitants agricoles à adopter des pratiques en faveur de l'environnement.

3.3.2 Evolution de la consommation de légumineuses dans le temps

L'homme utilise les légumineuses à graines depuis la découverte de l'agriculture. Et jusque dans les années 50, les légumes secs occupaient une place centrale dans l'alimentation des

[14] D'après l'intervention de Nicolas Bricas aux Rencontres de la Fondation Louis Bonduelle, Paris, juin 2016.

[15] « *Afin de donner aux agriculteurs de nouvelles incitations à cultiver et utiliser des protéagineux, en plus des céréales et des oléagineux ou de leurs sous-produits, la réforme de la PAC devrait inclure des mesures transversales, qui ne proposent pas une prime spécifique à certaines cultures, mais qui encouragent des pratiques agricoles répondant aux défis de l'heure, en même temps qu'elles combleraient le déficit en protéines de l'Union. […] La Commission devrait aussi envisager un soutien spécifique à des investissements dans des installations de stockage – de niveau régional et local, ou par exploitation –, de nettoyage et de transformation à la ferme des protéagineux, dans le cadre de programmes de développement rural. […] La Commission pourrait également envisager de rétablir une unité "Recherche en agronomie" au sein de la direction générale de l'agriculture et du développement rural.* » (En ligne) http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2011-0026+0+DOC+PDF+V0//FR p.12 (Consulté le 06/09/2017)

[16] *Plan protéines végétales 2014-2020*, publié le 20/06/2016 (En ligne) http://agriculture.gouv.fr/plan-proteines-vegetales-2014-2020 (Consulté le 06/09/2017)

[17] Trois critères doivent être remplis pour obtenir ce soutien aux revenus, dont la nécessité d'avoir une diversité d'au moins trois cultures sur ses terres et l'obligation de dédier 5% de la surface occupée par des cultures fixatrices d'azote –des légumineuses.

Français. Elles étaient peu coûteuses et avaient des durées de conservations longues : c'était des aliments particulièrement consommés par les couches sociales les plus défavorisées (les haricots étaient « la viande du pauvre »). Ainsi elles satisfaisaient presque exclusivement les besoins protéiques d'une majeure partie de la population. Les fèves et les haricots étaient les légumes secs les plus couramment consommés, mais les lentilles et les pois chiches avaient aussi leur place dans les habitudes alimentaires des Français.

A la suite de la seconde guerre mondiale s'est opéré une série de changements majeurs dans les régimes alimentaires. L'augmentation de la part des produits carnés, de la consommation de sucre et de produits transformés ont amené à une baisse spectaculaire de la consommation de légumineuses à graines. Elles sont passées de 7,3 kg par an et par personne en 1920 à seulement 1.6 kg en 1996. En revanche, les contraintes sanitaires et environnementales actuelles favorisent la redécouverte des légumineuses par les consommateurs qui réapprennent à les intégrer dans leurs habitudes alimentaires. Depuis une décennie, leur consommation a cessé de diminuer, elle stagne actuellement à 1,42 kg en moyenne entre 2001 et 2008, avec une consommation chez près de 30% de la population française[18]. Cette éviction des légumineuses des régimes alimentaires provient de plusieurs mécanismes de verrouillages qui agissent de concert : on voit une préférence sans précédent pour les céréales et les viandes qui répondent aux mêmes besoins que les légumineuses. Les faibles innovations de l'industrie agroalimentaire rendent caduques l'utilisation des légumineuses alors que les consommateurs attendent des aliments plus pratiques à préparer. Les recommandations nutritionnelles françaises, en intégrant les légumineuses à la catégorie des féculents aux côtés des céréales, a accru leur effacement des discours de santé publique. Enfin, leur manque de visibilité commerciale dans les lieux d'approvisionnement où elles n'ont pas de rayons attitré les pénalise considérablement, en les sortants des achats routiniers des consommateurs (Fondation Louis Bonduelle, 2016).

Leur praticité d'utilisation reste perçu comme faible ; hormis les lentilles, les autres légumes secs nécessitent des préparations culinaires longues, surtout comparativement aux céréales qui ont bénéficié d'innovations technologiques visant à réduire leur temps de cuisson. Ces contraintes de préparation sont renforcées par le manque de savoir-faire, et ces freins semblent rédhibitoires pour leur achat. Pour ces raisons, le marché des légumes secs connaît des difficultés à se dynamiser et ainsi à engranger des innovations et une communication qui les rendrait plus attractifs. On retrouve aussi les problèmes de flatulences associés à la digestion

[18] Jean Harzig, *Fruits et légumes et enjeux nutritionnels*, publié en 2001 (En ligne) http://technofruits2001.cirad.fr/fr/harzig.htm (Consulté le 06/09/2017)

des graines entières de légumineuses qui viennent s'ajouter à la réticence observés chez les consommateurs. Ce désagrément peut être éliminé par une préparation appropriée des légumes secs, mais cela demande à nouveau un investissement dans la mise en œuvre de ces aliments. Cette vision des légumes secs rend leur commercialisation d'autant plus complexe qu'elles sont soumises à un déficit d'image auprès des consommateurs (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2014, p.294).

On observe cependant un regain d'intérêt pour les légumineuses depuis une décennie : ce changement de tendance est corrélé à une baisse de la consommation de viande en association à une amélioration de l'offre des légumes secs avec l'arrivée d'évolution techniques (développement des légumineuses en conserves) et de produits transformés en contenant qui facilitent leur consommation. On voit d'ailleurs que l'industrie agroalimentaire travaille sur l'attractivité de nouveaux produits à base de légumes secs : avec des aliments précuits, plus rapides à préparer. Ces usages innovants des légumineuses sont appuyés par les instances publiques, au travers du plan National Nutrition et Santé (PNNS) et de l'ANSES qui recommande la consommation de légumineuses et la baisse de la consommation de viande. Mais selon Jacques Gueguen, Directeur de recherche centre INRA Angers-Nantes, augmenter la part de légumineuses dans les régimes alimentaires demande un travail profond sur l'offre et la communication de ces aliments. Il a ciblé quatre critères d'acceptabilité pouvant amener à leur consommation : une meilleure communication sur les bénéfices pour la santé ; l'amélioration de la praticité (temps de préparation) et de la qualité organoleptique ; la diversité des produits ; et, dans une moindre mesure, une meilleure communication sur les bénéfices environnementaux[19].

On observe que les légumes secs sont en train d'être réappropriée par certaines catégories de mangeurs, ceux qui auraient réduit leur consommation de viande et bien sûr les végétariens. Quelques marchés de niche se sont constitués dans les ingrédients à intégrer dans des préparations, tels que celui de l'amidon et des protéines de pois, ou sur le marché des légumes secs avec les productions sous label, voire également des marchés en export de graines entières tels que les féveroles pour le marché égyptien, ou les pois verts pour le marché indien. (Magrini et al., 2014)

[19] Issu de la présentation PPT « Etat des recherches sur les protéines végétales. Verrous et leviers de l'innovation. » Effectuée par Jacques Gueguen au colloque PONAN, le 19 novembre 2013.

3.3.3 Représentations des légumineuses

Les légumes secs gardent une image négative attachée à une alimentation pauvre et démodée, issue de milieu rural (Fao, 2016). Leur apparition se fait à travers quelques plats traditionnels où ils sont détrônés par la viande qu'ils accompagnent invariablement : dans le cassoulet, l'élément de terroir n'est plus le haricot mais la saucisse. D'ailleurs l'imaginaire des légumes secs n'est justement pas très riche. Les historiens, notamment, se sont bien davantage intéressés aux céréales, présentées comme des plantes de civilisations. Nos sociétés ont été profondément marquées par des périodes de pénuries au cours desquelles les légumineuses ont joué un rôle majeur par leur apport nutritionnel, leur facilité de conservation, de transport, d'utilisation et de production[20].

Martine Champ et Al. (dans Schneider et Huyghe, 2014, p.281) reprennent les résultats d'une étude sur les attentes et motivations à la consommation des protéines végétales, et notamment sur les légumes secs menée en 2000 par le GEPV (Groupement d'Etude des Protéines Végétales) : les représentations autour des légumineuses peuvent être contradictoires, entre image passéiste et de modernité, aliment diététique ou indigeste. Cela dépend notamment des lieux d'approvisionnement et de la transformation que les légumes secs ont subi (les boites de conserves sont associées aux grandes surfaces, donc peu appréciées, contrairement aux légumineuses en vrac des magasins biologiques). On perçoit également des réserves sur la transparence de la filière de production et de transformation, depuis les années 2000, des efforts ont été faits sur la traçabilité des légumineuses qui sont maintenant souvent associées à un label ou à une région. Les caractéristiques nutritionnelles de ces aliments sont perçues positivement (protéines végétales, apports nutritionnels spécifiques, glucides lents, absence de lipides…) mais restent cependant contrebalancés par de nombreuses idées reçues : risques de flatulences, aérophagie, somnolence et prise de poids. De même sur le plan organoleptique, les saveurs et textures des légumes secs peuvent être appréciés, mais ils conservent un aspect bourratif. La diversité des espèces est perçue positivement, mais la méconnaissance des préparations possibles démotive leur mobilisation lors des repas. En revanche, leur consommation est marquée par la convivialité associée à certains plats traditionnels, comme le couscous ou le cassoulet. Comme nous l'avons vu précédemment, les légumes secs ne forment pas un marché très dynamique. Cela se ressent dans les motifs d'achat (jamais impulsifs) ; le marketing joue

[20] D'après l'intervention de Florent Quellier aux Rencontres de la Fondation Louis Bonduelle, Paris, juin 2016

d'ailleurs un rôle mineur dans cette décision. Les lentilles sont les légumineuses les plus appréciées et les plus consommées en France, notamment pour leur praticité de préparation.

Conclusion

Dans l'objectif de modifier les comportements alimentaires d'une population, il s'agit de lui proposer des légumineuses sous diverses formes avec une image modernisée et de praticité. Toutefois, le déblocage de la production des légumineuses nécessite l'appui des instances publiques afin de soutenir en aval des démarches innovantes, notamment par de la recherche multidisciplinaires.

Ainsi, de nombreux projets éclosent, associant instituts de recherche, organismes publics et privés : LEGATO[21] (légumineuses pour l'agriculture de demain) 2014-2017, coordonné par l'INRA de Dijon et financé par l'Union Européenne, vise à favoriser la réintroduction des légumineuses dans les cultures européennes. LEGUME-FUTURES[22] (2010-2014) quant à lui été concentré sur les aspects économiques et environnementaux de la production de légumineuses à graines. IMPROVE[23] est une plateforme européenne, créée en France en 2013, qui mutualise les innovations autour des protéines végétales. PROFETAS[24] (protéines alimentaires, environnement, technologie et société) observe la consommation de protéines en relation avec le développement durable. L'année 2016 a été proclamée « Année des légumineuses » par les Nations-Unies afin de sensibiliser l'opinion publique aux avantages nutritionnels et environnementaux de ces aliments. Bien d'autres sont actuellement en cours, comme COSELAG[25] (2016-2017) qui a pour objectif l'amélioration variétale des légumineuses à graines afin de faciliter la transition agricole et agro-alimentaire en cours.

[21] Legume of the Agriculture of TOmorrow, (en ligne) http://www.legato-fp7.eu/ (consulté le 08/09/17)
[22] Legume Futures, Legume supported cropping systems for Europe, (Enligne) http://www.legumefutures.de/images/Legume_Futures_General_Report_on_website.pdf (Consulté le 08/09/17)
[23] Improve, par l'Institut Mutualisé des Protéines Végétales, (En ligne) http://www.improve-innov.com/ (Consulté le 08/09/17)
[24] PROtein, Foods, Environment, Technology and Society (PROFETAS) http://www.ivm.vu.nl/en/Images/3.2_Projects_-_Food_tcm234-188180.pdf (Consulté le 08/09/17)
[25] Projet COSELAG, (en ligne) https://www6.inra.fr/coselag (consulté le 08/09/17)

CHAPITRE 2 Une nouvelle vision de l'alimentation

A la sortie de la seconde guerre mondiale, un bouleversement des structures sociétales induit un changement profond dans la relation des populations occidentales à leurs aliments. La modernité alimentaire fragilise les normes et valeurs, déstabilisant les individus qui doivent faire des choix difficiles parmi une profusion de nouveaux aliments. Dans ce contexte, les injonctions de santé des politiques publiques, soutenues par les scientifiques, vont partiellement servir de repères pour ces consommateurs perdus. L'accent est particulièrement mis sur les apports en protéines et les *bons* aliments qui en contiennent, sous couvert d'un questionnement plus général pour la conservation d'un système alimentaire qui réponde aux besoins des populations à venir. Ainsi l'attention se porte-t-elle sur certains aliments considérés comme durables.

1 Modernité alimentaire, une source d'inquiétude

La *modernité alimentaire* désigne un changement profond dans la relation des populations occidentales à leur alimentation. Ce nouveau rapport serait induit par un bouleversement des structures sociétales à la sortie de la seconde guerre mondiale. Nos aliments ont radicalement changé de statut : ils seraient à présent assimilés à des objets de consommation gérés par le florissant secteur de l'agro-alimentaire, disponibles en grandes surfaces, plutôt que perçus comme une denrée entre nature et culture, nécessaires à notre survie. Pendant les trente glorieuses, la production, la transformation et la distribution des denrées alimentaires s'industrialisent et se massifient. L'abondance alimentaire prend le pas sur la restriction ancestrale, qui dictait les comportements alimentaires jusqu'alors. Bien que les différences de classes persistent, les inégalités tendent à se réduire, toutes les strates sociales ont enfin accès à une nourriture riche et en quantité suffisante. L'exode rural, la tertiairisation des emplois, l'industrialisation et la féminisation des emplois, mais aussi l'accès à une consommation croissante face à un choix démesuré, ont bouleversé les structures sociales établies (Baudrillard, 2003). La diminution du temps de travail, les nouvelles contraintes dues aux transports, la diversification des activités amènent de nouvelles préoccupations ; les individus veulent une meilleure emprise sur leur emploi du temps et remettent en cause l'organisation traditionnelle du temps basée sur les rythmes collectifs (Fischler, 1993).

1.1L'étirement de la « filière du manger »

Jean-Pierre Corbeau désigne par l'expression « filière du manger[26] » l'ensemble des acteurs et des interactions qui rendent possible les *actes du manger*. Elle permet de bien représenter les évolutions du système de production agricole qui s'est complexifié. L'urbanisation croissante de notre pays a éloigné les individus des zones rurales, lieux de production alimentaires et en grande partie dédié à l'agriculture. Ainsi les interactions directes avec les producteurs et l'environnement agricole sont devenues moins importantes et se sont fait plus distantes. Dans ce contexte, la question des origines des aliments acquiert une place plus importante qu'auparavant. Et ce, d'autant plus que de nouveaux intermédiaires se sont intercalés entre les phases de production et l'approvisionnement des denrées alimentaires. Les industries de la transformation des aliments se sont mis à occuper une fonction de plus en plus importante – sorte de palliatif à la baisse du temps accordé dans les foyers aux tâches culinaires– on observe une délégation à ces industries de la transformation ménagère. Et cette opération se fait à grande échelle, augmentant l'opacité sur l'origine des produits qui sont de plus en plus associé à des technologies innovantes et donc méconnues des consommateurs. L'aliment est à présent pourvu d'un emballage qui empêche également de juger par soi-même de la qualité du produit, ainsi le marketing alimentaire se déploie pour pallier les doutes qui s'installent chez les mangeurs qui deviennent des consommateurs.

1.2Un brouillage des repères alimentaires

Le réseau alimentaire qui inscrit l'homme dans son environnement s'est étendu, globalisé, entraînant une perte de repères pour le mangeur, qui doit maintenant choisir parmi une énorme quantité d'aliments plus ou moins bien identifiés. Alors que l'alimentation n'a jamais été aussi sûre en termes hygiéniques et médicaux, les peurs à ce sujet sont particulièrement d'actualité. Ce serait notamment dû aux relais d'informations venant des sciences qui seraient, fatalement, indécises et contradictoires (Poulain, 2002). Le choix du mangeur en serait doublement compliqué : par l'opulence et par les conséquences non-neutres de son choix sur sa santé ; et la charge mentale est encore plus lourde lorsque l'on sait que ces choix impactent bien souvent d'autres individus.

[26] *« Ce concept permet d'envisager les processus de notre alimentation comme un phénomène social émergeant avec la décision de produire tel ou tel type d'aliment plutôt que tel autre, pour aller jusqu'à l'imaginaire attaché à la digestion, aux impressions laissées par la commensalité ou la convivialité ainsi qu'aux discours les présidant.[…] Une telle perception de nos comportements alimentaires s'intéresse aux techniques de production, de transformation des matières premières, au déplacement des nourritures et à leur stockage, à leur commercialisation et à leur distribution. Elle saisit la décision et le comportement d'achat ainsi que les éventuels actes de préparation culinaire. Elle analyse particulièrement les manières à table, la "mise en scène" du repas ou de la prise alimentaire qui peut s'y substituer. Elle appréhende les interactions associées à l'alimentation et les techniques corporelles du manger.»* (Corbeau, 2002, p.18)

A cela s'ajoute les crises sanitaires alimentaires qui mettent à l'épreuve la confiance fragile qui s'instaure entre les mangeurs et leurs aliments. Elles se caractérisent par deux éléments spécifiques à cette période de modernité alimentaire : les innovations techniques aux conséquences inconnues et la réflexivité scientifique largement divulguée et mise en scène par les médias (Poulain, 2002). Les arguments moraux et éthiques y côtoient les arguments techniques, politiques ou sociaux, entraînant fatalement des rapports de méfiance envers les actions de l'ingénierie technique, qui serait accusée de sacrifier les précautions concernant la santé des mangeurs à des fins mercantiles.

Dans ce contexte, l'arrivée d'aliments fabriqués selon des modes de transformation industriels (impliquant une certaine opacité sur leurs procédés de fabrication) peut être considérée comme des aliments risqués, anxiogènes. Claude Fischler parle « d'artefact mystérieux, un OCNI, « *objet comestible non identifié », sans passé ni origine connus. […] Il flotte pour ainsi dire dans un no man's land extra-temporel : le froid, le vide ou la déshydratation le protègent contre la corruption, c'est-à-dire contre le temps ; mais du même coup, ils le coupent de la vie.* » (2014, p.218). Les systèmes classificatoires ont du mal à identifier ces produits, et cela impacte négativement leur rôle dans la gestion de l'anxiété intrinsèque au rapport paradoxale de l'homme à la nouveauté.

1.2.1 La naturalité comme nouveau repère

Ce serait désormais à la nature que reviendrait le soin d'autoriser l'incorporation d'un nouvel aliment, dont le caractère évident et incontestable va se constituer en repère. On observe un déplacement de la confiance d'une partie des mangeurs du milieu scientifique vers le naturel, qui est marqué par une non-intentionnalité rassurante, car la nature ne peut pas être accusée de défendre ses intérêts.

Un aliment naturel est définit par les mangeurs comme étant « un ensemble complexe d'idées qui renvoient à ce qui est garanti d'origine ou authentique, issu de la nature, et n'aurait pas été transformé par les humains » (Fischler, 2008), ainsi ce mot s'oppose à l'artifice, aux produits « transformés ». C'est sur ce dernier élément que se fonde l'enthousiasme alimentaire pour le naturel. La traçabilité découle de cette recherche du « naturel ». C'est-à-dire avoir accès aux informations permettant de connaître la provenance d'un produit. Le mangeur est donc devenu soucieux de l'origine du produit. Nous pouvons observer qu'il y a actuellement un engouement pour la naturalité à travers le nombre croissant de produits industriels dont les fabricants s'engagent sur la qualité et leur bonne conduite. Le travail de naturalisation des produits industriels de la part des entreprises agro-alimentaires consiste à valoriser des produits

diététiquement corrects en s'appuyant sur des arguments issus de la biologie et de la nutrition qui font référence à la nature.

1.2.2 Les inquiétudes comme constante anthropologique

Pour autant, la confiance en ce que l'on mange n'a jamais été constante : les inquiétudes ont forgé notre rapport à l'alimentation de tout temps de manière plus ou moins forte en fonction des moments et des lieux. La modernité alimentaire est associée à un rapport plus réflexif et individuel des mangeurs à leur alimentation. On voit actuellement tout un pan du régime alimentaire dominant remis en cause au profit d'une multitude de types d'alimentation. Ainsi l'environnement et la culture ne sont plus les seuls à construire les habitudes alimentaires, ils doivent à présent composer avec des considérations éthiques ou encore de santé. Les aliments seront choisis selon des procédés de production, de transformation, et de distribution. La confiance en ces aliments n'est pas un acquis, elle se construit en permanence. Ainsi, l'adhésion au modèle alimentaire culturellement établis va découler d'un cheminement personnel plus que par « tradition ». Cependant ce cheminement met à mal la légitimité de ce construit social qui était jusque-là incontestable. Il y a toujours des mouvements qui réorganisent l'espace social alimentaire favorisant l'individualisation et d'autres la socialisation, Jean-Pierre Poulain nomme ce phénomène « flux et reflux du social » (2002-1).

1.2.3 Cacophonie alimentaire et « gastro-anomie »

Les discours des pouvoirs publics s'ajoutent au flux continue d'information concernant l'alimentation venant du milieu scientifique, et dont le contenu peut être très contradictoire et incertain ; du milieu marchand avec la communication des entreprises sur leurs produits, associées aux interprofessions qui travaillent sur la valorisation de l'ensemble d'un secteur de produits ; des médias qui relaient partiellement ces informations ; sans parler des savoirs profanes qui circulent par des réseaux de connaissances et sur internet. Fischler nomme ce phénomène un « brouhaha diététique » qui « se fond dans une véritable et planétaire cacophonie alimentaire. […] Le mangeur désorienté, à la recherche de critères de choix, trouve surtout à nourrir ses incertitudes. » (2014, p.202).

Les recommandations, prohibitions et nombreuses prescriptions apparaissent sous forme d'injonctions contradictoires qui sont apparues par le biais d'une absence de règles. L'affaiblissement des contraintes sociales, l'individualisme et l'industrialisation de l'alimentation coupe le lien entre l'homme et la nature, générant une anxiété alimentaire nommée par Claude Fischler « Gastro-anomie » (2014, p. 212). L'affaiblissement des normes sociales et la multiplication des discours nutritionnels en association à une situation de surabondance alimentaire contraignent les individus à prendre des décisions qui auparavant incombaient à une instance supérieure. Ainsi l'espace social alimentaire n'est plus aussi bien

implanté, laissant les mangeurs structurer eux-mêmes leurs prises alimentaires en fonction des autres activités qui s'imposent à eux.

1.3 Nutritionnalisation de l'alimentation

Le discours nutritionnel a pour objectif la santé ou l'esthétique corporelle, il responsabilise l'individu et l'amène à maîtriser son devenir. C'est une rationalité en finalité, selon le vocabulaire de Max Weber, qui vient alors gouverner les prises alimentaires par la légitimation de valeurs de type rationnel (Fischler, 2013, p. 254). Bien que l'influence de la nutrition se soit développée, la gastronomie et l'hédonisme alimentaire qui caractérisent le rapport des Français à l'alimentation ralentissent son expansion. De même, au sein de la population, on constate des différences de sensibilité face aux arguments scientifiques : le sexe et le niveau d'éducation influencent particulièrement la perméabilité de ces messages. La scientifisation de l'alimentation se substitue aux raisons traditionnelles socialement normées de manger, imposant des raisons nutritionnelles à la place.

Au cours des années 70 à 90, le corps scientifique va affirmer que l'alimentation est la cause de « maladies de civilisation ». Serge Hercberg, épidémiologiste spécialisé en nutrition et président du PNNS, écrit en 1991, « *qu'il n'est pratiquement de grands secteurs de la pathologie dans lesquels le phénomène alimentaire ne puisse être soupçonné de jouer un rôle plus ou moins direct* » (Poulain, 2002-1). Ce sera le point de départ d'une prise de conscience par les acteurs publics et privés mais aussi des consommateurs de l'impact de l'alimentation sur la santé, la médecine prenant de plus en plus d'emprise sur l'alimentation. Jean-Pierre Poulain parle de « dynamique de médicalisation », il la définit comme étant un :

> *« Processus dynamique par lequel des problèmes, jusque-là considérés comme non médicaux, sont définis et traités en termes de maladie et de dysfonctionnement. […] Elle est avant tout la redéfinition d'un problème existant dans un langage médical. […] Elle envahit les esprits et s'insinue dans les espaces où peut se manifester une préoccupation de santé.» (2002-3).*

La situation d'abondance alimentaire amène à un glissement des préoccupations des individus passant de la suffisance alimentaire au manger sain. L'état de santé des individus va être présenté comme source de bonheur par les campagnes de santé publique, puis renforcé par l'industrie agro-alimentaire en mettant en place un système d'allégations nutritionnelles et de santé sur leurs packagings. D'après Christine Durif-Bruckert, les différents facteurs qui ont permis la montée de cette médicalisation sont la disponibilité des informations, la montée de l'individualisme et le culte du mieux-être (2007).

2 La protéine, un nutriment familier au cœur de grands enjeux

Dans un contexte sociétal où la science tient une place importante dans la structuration des prises alimentaires, les protéines vont être au centre d'un grand nombre de communications. Elles ne sont plus seulement associées à des recommandations floues, mais sont entrées dans les perceptions sensorielles des consommateurs : participant à la sensation de satiété et au contrôle de la faim. Autour des protéines s'est créée toute une symbolique positivement perçue de renforcement de la masse musculaire et d'atout santé dans une optique de minceur. Une opportunité qui n'a pas été ignorée par les industriels de l'agroalimentaire qui s'en sont emparés dans leur communication marketing, mais également dans la préparation de leurs produits (Sexton, 2016).

2.1 La place des protéines dans la science et consommation

Historiquement, les protéines étaient surtout issues des aliments végétaux puisque la viande était un aliment rarement disponible. Le contexte d'abondance alimentaire de nos sociétés occidentales a permis d'accroître considérablement les apports en produits carnés qui se sont banalisés, comme nous l'avons vu précédemment. Cette transition a provoqué un basculement des apports protéiques des sources végétales à animales. Faisant des produits issus d'animaux les aliments représentatifs des protéines. Ceci se vérifie même dans le milieu scientifique où l'on observe des chercheurs anglophones, notamment, qui parlent d'« alternative proteins », et non de protéines végétales. C'est dire à quel point les protéines issues de produits animaux sont devenues le référentiel des protéines dans les pays développés (Sexton, 2016). Depuis une décennie, nous sommes à nouveau en transition vers la situation initiale : un retour des protéines végétales dans les apports énergétiques (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2015).

2.1.1 Définition d'une protéine

Les protéines sont l'une des trois grandes familles de macronutriments. Elles sont impliquées dans le renouvellement des tissus musculaires et cutanés, elles jouent aussi un rôle dans la fabrication des anticorps, le transport de l'oxygène dans l'organisme ou encore dans la digestion, pour finir, elles constituent l'unique source d'azote de l'organisme. Pour maintenir ces fonctions physiologiques, notre organisme synthétise en continu des protéines dont les constituants de base, les acides aminés, proviennent de notre alimentation. Voici la définition d'une protéine donnée par l'ANSES :

« Schématiquement, les protéines peuvent être considérées comme de longues chaînes linéaires ou ramifiés, plus ou moins repliées sur elles-mêmes, organisées dans l'espace ou non. Les acides aminés sont les unités de base constituant les protéines. Il existe un très grand nombre d'acides aminés différents mais seulement vingt sont utilisés par l'organisme pour la fabrication des protéines. Parmi ces vingt acides aminés, onze peuvent être fabriqués par le corps humain et les neuf autres sont dits indispensables, car l'organisme est incapable de les synthétiser en quantité suffisante pour satisfaire ses besoins. Ces acides aminés doivent par conséquent être apportés par l'alimentation. La composition en acides aminés des protéines est prise en compte pour évaluer la qualité protéique de notre alimentation.» [27]

L'homme peut trouver des protéines dans des aliments d'origine animale (viande, produits laitiers, œufs, poisson, mollusques) ou végétales (elles proviennent majoritairement des graines, des produits céréaliers, des légumes secs, algues. De ces graines végétales sont extraits des ingrédients : les matières protéiques végétales (MPV) qui sont des farines, concentrés ou isolats de blé, soja, pois, ou encore de lupin).

2.1.2 Entre disponibilité et recommandations des apports en protéines

L'ANSES recommande un apport nutritionnel en protéines de 0.83 g/kg/j pour les adultes en bonne santé de moins de 60 ans, la limite supérieure quant à elle est de 2,2 g/kg/j. Les protéines doivent couvrir entre 10 et 27% de l'apport énergétique journalier. L'étude INCA 2[28] indiquait que les consommations des français correspondaient en moyenne à 17% des apports énergétiques totaux quotidiens. La répartition entre protéines végétales et animales, est en revanche inégalitaire. Les produits carnés sont les principaux fournisseurs, suivis par les produits laitiers qui prennent, puis les produits de panifications et les pains. Alors que les recommandations de l'EFSA (autorité Européenne de Sécurité des Aliments) préconisent une répartition équilibrée des protéines végétales et animales[29].

Les protéines ingérées ne sont pas assimilées en intégralité par l'organisme : une partie est perdue lors de la digestion des aliments. Notamment parce que les acides aminés interagissent avec d'autres nutriments au cours de ce processus et peuvent en être prisonniers. On retrouve de ces composants dits « antinutritionnels » notamment dans les légumes secs. La digestibilité des protéines issues de végétaux dépendrait de la structure de l'aliment (de sa composition en

[27] Site Anses protéines : www.anses.fr/fr/content/les-proteines (consulté le 17/08/2017)
[28] Etude menée entre 2006 et 2007 par l'ANSES sur les consommations alimentaires individuelles au niveau national.
[29] Rémond Didier, *Quel équilibre entre protéines animales et protéines végétales pour une alimentation saine et durable ?* Rencontre de l'Inra « Les enjeux de la sécurité alimentaire mondiale » au Salon International de l'Agriculture. https://inra-dam-front-resources-cdn.brainsonic.com/ressources/afile/277981-279a2-resource-didier-remond-rencontre-sia-2015-didit.html (consulté le 17/08/2017)

composants antinutritionnels), les protéines contenues dans les céréales seraient digestibles entre 50 et 90%, pour les isolats et farines de légumes secs, c'est-à-dire l'extraction de protéines issues de ces produits, la digestibilité est bien supérieure, autour de 80%. Cela dépend aussi des procédés culinaires qui influent sur leur teneur en facteurs antinutritionnels : ainsi le trempage, la germination et la cuisson accroissent la digestibilité des protéines (Fondation Louis Bonduelle, 2015).

2.2Les protéines d'origine animale

Sur le plan des représentations, ce sont les produits carnés qui viennent à l'esprit lorsque l'on parle de protéines. Intimement associées, ces aliments et ce nutriment essentiel ont une symbolique commune qui est celle d'apporter force et énergie, des éléments qui ont été historiquement hautement valorisés par l'homme en situation d'insécurité alimentaire. L'accroissement de la part des protéines animales dans la ration calorique est associé au niveau de richesse d'un pays. Mais l'attirance ressentie par la majorité des populations envers les produits carnés répond aussi à des déterminants biologiques. La viande étant sources de matières grasses, cet apport d'énergie cumulé à la sensation de satiété amenée par les protéines répond de manière efficace aux besoins de l'organisme. Une combinaison particulièrement appréciée, que l'on nomme « conditionnement énergétique » (Rastoin et Ghersi, 2010). Effectivement, au niveau nutritionnel, les protéines animales restent de meilleure qualité nutritionnelle et sont mieux assimilées par l'organisme (Fondation Louis Bonduelle, 2015).

2.3Les protéines d'origine végétale

Les protéines végétales et animales n'ont pas les mêmes caractéristiques, en plus de ne pas être présentes dans les mêmes proportions dans les produits végétaux ou issus d'animaux et de ne pas être digestibles de la même manière. La qualité d'une protéine repose sur sa composition en acides aminés et sa digestibilité. A ce niveau-là les produits animaux apportent des protéines dont la composition en acides aminés est plus riche que les protéines d'origine végétales. Ces dernières ont une composition dite « déséquilibrée » en acides aminés : l'un des acides aminés indispensables est présent en quantité inférieure à la « protéine de référence » [30]. Il est possible de compenser cet écart en associant différentes sources protéiques végétales : la protéine va puiser l'acide aminé dit « limitant » de la première source végétale, qui n'est pas présent en quantité suffisante dans la seconde qui aura été consommée dans une période inférieure à 24

[30] La protéine de référence est un profil d'acides aminés établi sur la base des besoins moyens de l'organisme par l'AFSSA (Agence française de sécurité sanitaire des aliments) en 2007. Et ce, en fonction de différents critères que sont la consommation, la qualité, les besoins et les recommandations.

heures. Les protéines de légumineuses sont en effet relativement riches en lysine et pauvres en acides aminés soufrés, alors que les protéines de céréales sont pauvres en lysine et plus riches en acides aminés soufrés (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2015, p. 269). Ainsi on recommande pour les individus faisant une consommation limitée en produits animaux de combiner, au cours d'un même repas, 2/3 de produits céréaliers à 1/3 des légumes secs. On retrouve d'ailleurs dans un bon nombre de culture alimentaire à dominante végétale des plats emblématiques faisant cette association : on peut citer le mélange riz ou maïs et haricots rouges en Amérique latine ou encore le couscous associant la semoule de blé dur au pois chiche en Afrique du Nord.

2.3.1 Des protéines végétales dans les procédés de transformation industriels : les MPV

On trouve de plus en plus dans le commerce les légumineuses à l'état de graines séchées brutes[31], mais elles sont également destinées à être utilisées comme ingrédients de l'industrie agro-alimentaire dans des préparations où elles ne sont pas forcément mises en avant[32]. Les technologies de transformation des graines de légumineuses ont particulièrement évolué ces dernières années. Ce développement s'explique par l'avancée des connaissances nutritionnelles et une meilleure coordination des acteurs de ce secteur autour des propriétés fonctionnelles et de leurs applications dans l'industrie agro-alimentaire (Magrini et Al., 2014). A présent, leur intégration dans des préparations se révèle utile à de nombreux égards. On les y trouve sous la forme de matières protéiques végétales (MPV)[33].

En plus d'être peu coûteuses et d'apporter des protéines au produit finis, ces MPV permettent d'optimiser la texture et/ou la stabilité physique des préparations auxquelles elles sont ajoutées grâce à leurs propriétés émulsifiantes, moussantes et de rétention d'eau notamment. A l'heure actuelle, ces matières protéiques végétales sont présentent qu'en très petites quantités dans des produits de grande consommation. Cette faible progression s'explique par leurs performances en comparaison de certaines protéines animales (protéines laitières, ovo-produits, gélatine…) et leur goût végétal trop prononcé par rapport aux attentes des consommateurs. Au-delà de ces atouts techniques, l'emploi des matières protéiques végétales peut contribuer à la sécurisation et à la durabilité des systèmes alimentaires : ce sont les sources de protéines connues à ce jour avec l'impact environnemental le plus faible (en

[31] Le marché de la consommation alimentaire des graines entières de légumineuses en France (lentilles, haricots, pois chiche) est estimé à 100 000 t/an, dont une majeure partie est importée (Magrini et Al., 2014).
[32] 120 000 t/an de graines produites en France sont destinées à cette utilisation. Au niveau de la production française, ce débouché des ingrédients industriels représente un poids deux fois plus important dans la production agricole française de légumineuses à graines (Magrini et Al., 2014).
[33] Définition du *Codex Alimentarius* 2007 à Rome : « Les MPV auxquelles s'applique cette norme sont des produits alimentaires obtenus à partir d'oléagineux, de légumineuses ou de céréales par réduction ou élimination de certains des principaux constituants non protéiques (eau, huile, amidon, autres glucides), de manière à obtenir une teneur protéique (N x 6,25) de 40 % ou plus. La teneur protéique est calculée sur la base du poids sec à l'exclusion des vitamines et des sels minéraux. » www.codexalimentarius.org/about-codex/fr/ Consulté le 18/08/2017

moyenne, il faut 5kg de protéines végétales pour produire 1kg de protéines animales et leur production nécessite moins d'apport en eau) (FAO, 2016).

2.3.2 Acceptabilité des protéines végétales

A la demande du GEPV, une étude a été menée en 2011, 2014 puis 2016 sur les perceptions des protéines végétales par les consommateurs. Les protéines sont rattachées à des fonctions nutritionnelles spécifiques : elles participeraient principalement au renouvellement des tissus musculaires (pour 81% des répondants), et leur apport en énergie est cité de plus en plus, passant de 49% en 2011 à 57% en 2016. On constate que les protéines végétales sont de plus en plus connues. Les protéines sont le nutriment le plus positivement perçu. Les quantités de protéines contenues dans les légumineuses et dans la viande sont considérées comme équivalentes pour 44% des répondants contre 34% cinq ans plus tôt[34].

Les répondants, en revanche, sont peu familiers avec le terme de protéine végétale, bien que ce soit positivement perçu : elles seraient bonnes pour la santé, mais aussi bonnes pour l'environnement, indispensables à tous et complémentaires des protéines animales. Les intentions d'achats de produits contenant des protéines végétales sont associées à une amélioration de l'équilibre nutritionnel, à une curiosité des consommateurs et à une forte volonté de diversifier de leur alimentation (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2015, p.282). Si 37% des répondants, dont une majorité des seniors et des foyers contenant au moins un végétariens, perçoivent très positivement les protéines végétales pour leurs qualités nutritionnelles et environnementales, 33% représentés par de jeunes individus, plutôt de CSP basses ou habitants dans des foyers sans enfant les perçoivent comme peu moderne, chères et moins bonnes que les protéines animales. En revanche, un quart des répondants affirme vouloir consommer plus souvent des produits contenant des protéines végétales, avant tout pour des raisons de curiosité et d'atouts nutritionnels. On constate aussi que 39% ont également l'intention de réduire leur consommation de viande pour des raisons de santé et environnementales.

3 Vers une transition alimentaire

D'ici 2050, les démographes annoncent dans le meilleur des scénarios une augmentation de la population d'au moins 2 milliards de personnes, atteignant les 9 milliards d'habitants sur terre. De nouveaux venus qu'il va falloir nourrir tout en ayant peu de terres arables non cultivées à disposition,

[34] GEPV, Lettre Position n°61, octobre 2016

alors que l'augmentation de la productivité agricole semble un facteur essentiel pour remplir les objectifs de sécurité alimentaire. Cette notion a été établie par le Comité de la Sécurité alimentaire mondiale lors du Sommet Mondial de l'Alimentation à Rome en 1996. En voici la définition :

> *« La sécurité alimentaire existe lorsque tous les êtres humains ont, à tout moment, la possibilité physique, sociale et économique de se procurer une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins et préférences alimentaires pour mener une vie saine et active »* (FAO, 2003)

Cette transition démographique est accompagnée d'une transition épidémiologique caractérisée par la réduction des maladies infectieuses, contagieuses et la malnutrition (voire la famine périodique) liée à un changement de style de vie (urbanisation, abondance alimentaire). Et en parallèle on voit une croissance des maladies dites de civilisation (obésité, maladies cardiovasculaires, diabète de type 2, etc.). Une évolution qui vient questionner ces nouvelles habitudes alimentaires et qui interpelle tout particulièrement la transition alimentaire opérée en premier par nos sociétés occidentales et à présent en cours dans les pays en développement.

3.1De la théorie de la transition démographique à la transition alimentaire

Dans les années 1930, Frank Notestein théorise la transition démographique afin de comprendre l'influence des facteurs de modernisation des sociétés sur l'évolution des taux de mortalité et de natalité. Dans les sociétés traditionnelles, on observe des taux de natalités élevés qui compensent des taux de mortalités forts qui permettent un maintien des effectifs de la population. L'amélioration des conditions de vie (au niveau de l'hygiène, de l'accès aux soins, de la prise en charge médicale de la grossesse) va faire baisser les taux de mortalité tout en conservant les mêmes taux de natalité qui sont rattachés à des facteurs culturels (répartition des rôles entre les genres, entre les générations…). Il en résulte une croissance de la population et donc de ses besoins, qui vont bouleverser le mécanisme de développement en marche. On nomme ce phénomène « stop and go » (Poulain, 2015).

Les épidémiologistes vont reprendre ce modèle de la transition démographique pour comprendre l'évolution des causes de la mortalité à chaque étape du cycle. De même, les nutritionnistes et les sociologues vont s'intéresser aux changements alimentaires qui caractérisent ce processus de modernisation. Barry Popkin a élaboré dans les années quatre-vingt le modèle de la transition nutritionnelle à partir de celui de Frank Notestein pour étudier le passage d'une société rurale traditionnelle à une société développée et urbanisée. Il dégage deux caractéristiques : l'augmentation de la part des produits carnés et des matières grasses, d'origine animale notamment. Actuellement, les théories de la transition alimentaire tendent vers une modernité convergente : tous les modèles de consommation alimentaire de la planète convergeraient vers le modèle occidental (par exemple dès que la population chinoise gagne 10 dollars de PIB, sa consommation de produits animaux augmenterait). C'est un phénomène qui se vérifie à l'échelle macroscopique, cependant les rythmes de progression

varient fortement entre les sociétés : on nomme ce phénomène « l'inertie des cultures alimentaires » (Poulain, 2015). Si l'augmentation de la richesse d'un pays va effectivement amener à une augmentation de la consommation des produits animaux, la manière dont cela va se produire va être adaptée à la culture, aux normes et aux valeurs de cette société spécifique.

3.1.1 Les étapes de la transition nutritionnelle

La transition nutritionnelle se déroule en 3 phases, nous prendrons l'exemple de nos sociétés occidentales pour les décrire : Avant la révolution industrielle, la consommation alimentaire est composée majoritairement de céréales, de légumineuses et de tubercules. Les produits sont peu transformés et peu variés. Les populations souffrent régulièrement de famines et de carences nutritionnelles. Le milieu du travail est largement manuel et physique, ce qui amène à la recherche et à la valorisation d'aliments énergétiques.

À la révolution industrielle, les portions alimentaires augmentent apportant une sécurité quantitative et réduisant l'impact d'une sous-alimentation comme la dénutrition. Cette nouvelle situation améliore l'état de santé de l'ensemble de la population, permettant une augmentation des niveaux de vie et l'allongement de la durée moyenne de vie. L'alimentation se diversifie, les avancées technologiques permettent une offre alimentaire nouvelle que l'on peut conserver plus facilement. Les viandes, les produits laitiers, et les produits transformés contenant des sucres complexes et des graisses prennent une place plus importante dans les habitudes alimentaires. Cela entraine une croissance de consommation des lipides, des protéines d'origine animale et des sucres raffinés. Au contraire, les aliments riches en fibres tels que les céréales et produits végétaux sont consommés en moindre proportion qu'auparavant.

Hélène Delisle souligne une troisième phase de la transition nutritionnelle dite du « eating well »: « *Le dernier stade connu de la transition nutritionnelle se caractérise par l'adoption de schémas alimentaires et de modes de vie largement gouvernés par des préoccupations de santé, du moins pour une partie de la population. La minceur tend à remplacer l'embonpoint comme critère de beauté et de santé [...]* » (dans Poulain, 2012, p. 1357). On observe donc un souci plus fort de ce que l'on mange qui se traduirait par une réduction des viandes qui font l'objet de communication de santé publique visant leur réduction.

3.1.2 La transition protéique

La transition alimentaire peut être illustrée par deux étapes critiques portant sur les apports en protéines. La première consiste en un basculement du déséquilibre des sources de protéines, les apports en protéines animales devenant supérieures aux apports en protéines végétales, un état qui conduit à une période de stabilité. La seconde prend la forme d'une rupture pouvant aller dans deux directions opposées : soit on observe une augmentation de la demande en protéines avec un maintien des apports en protéines animales et une plus forte sollicitation des

protéines végétales ; soit une baisse de la demande globale en protéines avec une substitution des protéines animales par des protéines végétales. L'un des enjeux majeurs sur le marché des protéines va être le régime alimentaire qu'adopteront les classes moyennes des pays émergeants[35]. La deuxième phase de la transition alimentaire devrait se produire autour de 2030 pour les pays développés suite à l'intégration des messages nutritionnels qui amènerait une augmentation de la demande en protéines végétales. En fonction des pays, elle serait accompagnée ou non d'une réduction de la part des protéines animales. Deux modèles de secondes transitions sont ainsi observés selon l'évolution de la consommation de protéines animales : « américaine » (en cours aux Etats Unis, Royaume Uni, Allemagne, Finlande, Suède) et « française » (Norvège, Danemark, Autriche, France).

Pour le moment 30% des protéines qui sont consommés dans les pays d'Europe de l'Ouest sont d'origine végétale. Mais selon le rapport AgriMonde (INRA et CIRAD, 2009), pour subvenir aux besoins alimentaires de 9 milliards de personnes, il ne faut pas que la consommation individuelle des produits d'origine animale ne dépasse 500 kcal/j. Actuellement, l'Europe de l'Ouest en fait une consommation supérieure à 1000 kcal par personne et par jour (Schneider et Huyghe, 2015, p.76). En outre, les projections économiques et démographiques montrent qu'en l'état actuel des connaissances et des ressources, le niveau de consommation de protéines animales atteint par les pays les plus riches ne pourra pas se généraliser. De plus, l'augmentation de la population mondiale va créer une pression autour des produits carnés qui vont devenir plus coûteux (tant sur le plan financier qu'environnemental) à produire, entraînant une répercussion des prix vers les consommateurs qui pourraient se reporter ainsi vers des aliments végétaux riches en protéines (Magrini, 2014, p.81).

L'amorce de cette deuxième phase de la transition protéique est une préoccupation politique qui a été mis à l'ordre du jour en 2013 par le gouvernement Hollande. A l'initiative du premier ministre Jean-Marc Ayrault, au travers de la constitution de la commission innovation « horizon 2030 », présidée par Anne Lauvergeon, sept ambitions étaient développées, dont la quatrième portait sur le développement de la production de produits riches en protéines végétales[36]. Cette transition alimentaire est donc soumise à l'évolution des règles institutionnelles, aux progrès technologiques et de l'offre agro-alimentaire industrielle. Émerge, d'ailleurs, une dynamique des industriels et des acteurs de la recherche sur les

[35] Intervention de Luc Ozanne, Communication sur les légumineuses, INRA, 2014

[36] « *De nouveaux produits alimentaires reposant sur des protéines végétales devront être conçus pour répondre à la croissance de la demande alimentaire mondiale que le secteur de l'élevage ne pourra seul satisfaire. Les forces conjuguées de son agriculture, de son industrie agroalimentaire et de sa tradition d'innovation culinaire devraient permettre à la France de disposer d'un important potentiel d'exportation. Par ailleurs, notre richesse agricole pourra également permettre le développement de nouveaux matériaux. » Rapport de la commission innovation horizon 2030 « un principe et sept ambitions pour l'innovation* », http://cadarache.cea.fr/cad/Documents/Entreprises/Valorisation/Ressources/Rapport-de-la-commission-Innovation-2030.pdf, 2013, consulté le 18/08/2017.

protéines végétales qui soutient une diversification des aliments à base de protéines végétales en remplacement ou en complément des protéines animales sur le marché (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2015, p. 290).

3.2Les enjeux d'une alimentation durable

L'évolution des régimes alimentaires d'un pays dans cette transition peut prendre différentes direction, tel que nous l'avons précédemment expliqué avec la deuxième phase de la transition protéique. Selon la prospective AgriMonde (INRA et CIRAD, 2009) l'augmentation des besoins alimentaires globaux en calories se situerait de toute manière dans une fourchette de +40% à +68%. La FAO également estime à une hausse de 40% la demande en protéines d'ici 2030. Ainsi la production de produits riches en protéines va être un élément décisif de sécurité alimentaire pour les décennies à venir. Plus généralement, les chercheurs nous alertent de plus en plus sur la nécessité de penser à la production d'une alimentation qui réponde aux enjeux démographiques, environnementaux et économiques (Fondation Louis Bonduelle, 2015). Ainsi c'est l'ensemble du système alimentaire qu'il faut faire évoluer en priorité vers des pratiques qui impacteraient moins l'environnement, afin de conserver une richesse des sols et accroître leur productivité sur le long terme pour pouvoir nourrir l'ensemble de la population de manière satisfaisante. Et cela dans un contexte complexe associant des paramètres climatiques (augmentation continue de la teneur en CO 2 de l'atmosphère), géopolitiques (globalisation et mondialisation des échanges), économiques et financier (volatilité des prix) et d'approvisionnement en ressources naturelles fossiles qui s'épuisent (Schneider et Huyghe, 2015).

3.2.1 Définition d'alimentation durable

De nombreuses définitions ont été proposées pour définir l'alimentation durable depuis qu'elle a été énoncée pour la première fois en 1987 lors de la Commission Brutland « Notre avenir à tous »[37]. Voici celle qui fait actuellement l'objet d'un consensus, proposée en 2010 par la FAO :

> *« Des régimes alimentaires ayant de faibles conséquences sur l'environnement, qui contribuent à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations actuelles et futures. Les régimes alimentaires durables contribuent à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes, sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines. »* [38]

C'est une notion qui a des enjeux communs avec le développement durable notamment sur le plan politique : avec la transformation des techniques et de l'économie pour les rendre compatibles avec les

[37] Publication rédigée par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'Organisation des Nations Unies, 1987.

[38] FAO, *recommandations alimentaires et durabilité*, Présentation du symposium de la biodiversité, 2010, http://www.fao.org/nutrition/education-nutritionnelle/food-dietary-guidelines/background/sustainable-dietary-guidelines/fr/ (Consulté le 19/08/2017)

exigences environnementales à long terme ; l'établissement d'une équité intragénérationnelle afin d'œuvrer à la promotion de biens collectifs ; mais aussi au niveau intergénérationnelle pour accepter les coûts, obligations et limites déterminés en fonction d'un intérêt pour le devenir des générations futures. Mais il est ardu d'appliquer cette notion de durabilité au secteur de l'alimentation. En effet, l'étirement de la filière alimentaire rend complexe l'appréhension de l'ensemble du système alimentaire par ses acteurs (Esnouf et Al., 2011, p.11).

3.2.2 Place des protéines végétales dans les objectifs de l'alimentation durable

Une agriculture durable doit répondre aux objectifs suivants : ce doit être une agriculture respectueuse de l'environnement, économiquement viable tout en étant socialement équitable et qui soit source de produits sains et de qualité tout en assurant ces critères sur le long terme (Schneider et Huyghe, 2015).

Les légumineuses à graines offrent une bonne couverture des besoins protéiques et répondent à ces objectifs de durabilité. La prospective « AgriMonde 2050 » (INRA et CIRAD, 2009) qui associe des problématiques d'agriculture et d'alimentation à l'échelle mondiale, a étudié la place que pourrait prendre les légumineuses dans les années à venir. Dans un scénario où la disponibilité alimentaire moyenne serait de 3000 kcal par habitant et par jour dans toutes les régions du monde, seulement 16% seraient d'origine animale. Cela entraînerait une diminution de 50% de la disponibilité des produits animaux dans les pays développés et une augmentation significative pour les pays d'Afrique sub-saharienne. Cela induirait, dans les pays de l'OCDE, une substitution croissante des protéines animales par de nouvelles sources de protéines, dont des protéines végétales. Les légumes secs pourraient constituer un levier essentiel pour des systèmes agricoles, alimentaires et énergétiques plus durables et permettre de répondre aux enjeux liés à l'équilibrage des régimes alimentaires, tant sur le plan individuel que mondial.

3.3Végétarisation des modèles alimentaire

Claire Lamine est à l'origine de ce concept de Végétarisation de l'alimentation (2008) : elle désigne par là un phénomène de remplacement de produits animaux par des aliments végétaux dans les habitudes alimentaires d'un individu. Les végétaux occupent alors une place centrale dans le régime alimentaire, ils sont valorisés pour leur image de naturalité et pour leurs bienfaits sur la santé. C'est un changement qui est socialement valorisé et créateur de distinction sociale. Ce processus de végétarisation correspond à la diffusion d'une norme valorisant les produits végétaux et visant à augmenter leur part dans l'alimentation. Cette norme s'est construite sur les discours des scientifiques et des politiques nutritionnelles qui recommandent de limiter les apports en produits carnés. Ainsi on constate, de pair avec la végétarisation de l'alimentation, une remise en question de la consommation de viande qui sera consommées plus

occasionnellement. Cela conduit à un remaniement catégoriel du modèle alimentaire. Ce processus entraîne une responsabilisation des individus qui doivent être plus réflexifs face à leur consommation alimentaires.

3.3.1 Population touchée sensibilisée

La diffusion de la végétarisation de l'alimentation est socialement différenciée. Pour des raisons de distinction sociale on observe chez les classes moyennes intellectuelles une plus grande consommation de produits d'origine végétale qui s'explique par une impossibilité à se distinguer par une consommation élitiste de viande –dont le prix dépasse leurs moyens. Ce déplacement d'intérêt les amène à une végétarisation de leur modèle alimentaire. Il est assorti d'un discours moralisateur envers les individus ayant une alimentation dont les impacts environnementaux, sur le bien-être des animaux de rentes et sur leur santé sont plus néfastes que les leurs (Poulain, 2002-1). Arouna Ouedraogo (2005) constatait également à cette période une surreprésentation des classes sociales supérieures parmi les végétariens, aussi caractérisés par leur consommation de produits d'origine biologique. Ces deux modes de consommation sont corrélés : Claire Lamine a montré qu'une inflexion vers le bio s'accompagne d'une végétarisation des pratiques alimentaires et culinaires. Ainsi, les résultats de son enquête montrent que « 78% des mangeurs bio sont végétariens et ceux qui ne le sont pas ont pour la plupart largement diminué leur consommation de viande. » (2008, p.103).

Ce sont également plutôt une population urbaine qui semble plus prompte à réduire sa consommation de viande. Notamment parce que les messages nutritionnels sont plus intégrés chez ces individus, tout comme les normes d'esthétiques corporelles de minceur qui insinue cette « diabolisation » de la viande dans les représentations. Et ce, autant plus d'efficacité que les animaux d'élevage en sont absent physiquement. A l'inverse, les recommandations nutritionnelles peuvent se heurter à l'importance symbolique de la viande et des graisses animales dans les catégories sociales populaires (Corbeau et Poulain, 2002). Ainsi l'incitation de réduire la consommation de protéines animales peut induire chez ces personnes une certaine forme de résistance et de confusion. Remplacer un steak de bœuf par des légumes secs n'apportant pas la même satisfaction, cet injonction peut laisser sur sa fin (et sa faim pour certains).

3.3.2 Les implications du végétarisme

Malgré le manque de données précises, des indications suggèrent un développement du végétarisme en France. L'option végétarienne semble de plus en plus acceptée dans la société française comme en témoigne le nombre croissant de restaurants offrant des menus ou des plats végétariens. La proportion de végétariens parmi les français a été estimée entre 1 et 3% de la

population (Lettre Position, (GEPV, Lettre Position n°61, 2016). Arouna Ouedraogo explique les difficultés à cerner la part des végétariens dans la population française :

> *« L'un des aspects ambigus des données sur le végétarisme, c'est que l'on peut acheter et consommer des plats végétariens sans pratiquer régulièrement un régime végétarien ; on peut aussi se priver complètement de viande, sans se déclarer végétarien. Dans mon enquête, je constate également que certaines personnes se revendiquent végétariens, mais mangent de la viande de temps en temps. Le végétarisme est un phénomène social. »*[39]

L'arrêt de la consommation de viande n'est pas seulement ce qui importe dans le végétarisme. Les pratiques associées sont tout aussi importantes et jouent sur la construction identitaire des personnes ayant ce régime alimentaire. L'intérêt pour les questions environnementales, la recherche d'une amélioration de la qualité de vie, les pratiques sportives de plein air, le recours à des médecines douces vont souvent de pair avec une végétarisation de l'alimentation. C'est un positionnement social puisque le végétarisme revient à affirmer son appartenance à un groupe dont on partage les valeurs.

3.3.3 Modification de la structure des repas et du système culinaire

Cette végétarisation de l'alimentation impacte l'organisation des prises alimentaires, et plus particulièrement le plat principal : la part protéique, habituellement réservée à la viande, va être prise par des produits végétaux, tels que les légumineuses. Ce changement va impliquer des adaptations concrètes avec l'apprentissage de nouvelles techniques culinaires. Une équipe de chercheurs de l'Université de Wageningen a instauré une échelle retraçant les changements structurels d'un repas soumis à une végétarisation de l'alimentation (Schösler et Al., 2011). L'échelle va du « repas traditionnel sans viande » (« conventional meat-free meals ») au « vrai repas végétarien » (« real vegetarian meals »). Ainsi « un repas traditionnel sans viande » est un repas dans lequel la viande est remplacée par soit une autre source de produits issus d'animaux (poisson, produits laitiers, œufs) ou par un substitut de viande végétal. Les composants traditionnels d'un repas sont conservés. Un « vrai repas végétarien » est basé sur une large variété de produits végétaux riches en protéines. Une transition a été effectuée s'éloignant du format traditionnel des repas contenant de la viande. Ainsi l'idée d'une substitution de la viande est devenue moins importante puisqu'elle n'a plus de place attitrée.

[39] Interview de Arouna Ouedraogo, propos recueillis par Mathieu Robert pour le journal en ligne AgraPresse, le 29/04/2016, http://www.agrapresse.fr/arouna-ouedraogo-le-v-g-tarisme-est-ancien-m-me-en-france-art419015-46.html (Consulté le 19/08/2017)

Conclusion

Au cours de ce chapitre, nous avons parcouru les différents changements lourds qui jalonnent ces dernières décennies. Ils impactent très concrètement toutes les étapes de la « filière du manger » mais surtout ils apportent un renouvellement des modes de penser de l'organisation de l'ensemble de ce système. Bien que la plupart de ces éléments transitoires puissent encore être à leur état embryonnaire, circulant surtout dans le milieu de la recherche, tel une lame de fond qui ne serait perceptible pour le moment que par ceux qui sont à l'écoute des signaux faibles. Pour Olivier Mevel (2004) leur perception se fait « dans ce qu'ils déclenchent comme réactions contrastées et contribuent à imaginer des scénarios dynamiques. ». Toute la complexité d'interprétation des signaux faibles consiste à parvenir à penser l'éventualité d'un changement paradigmatique là où ils ne s'annoncent pas directement, ils nécessitent donc de « savoir se mettre dans une position qui oblige à penser l'impensable et ce, en dehors de tout cadre de pensée. » (Denoux, 2008). La pertinence des informations interceptées ne dépend pas du nombre de capteurs, mais de leur choix associé à la mise en place de dispositifs capables d'interpréter les signaux faibles avec la grille de lecture adéquate. Ainsi est-il nécessaire d'avoir un système d'écoute subtil, avec des liens institutionnels lâches mais permettant une remontée des informations et une possibilité de rétroaction, et ce permettant de se prémunir contre la pensée unique ?

C'est dans ce cadre-là que nous allons chercher à interpréter la place que peuvent prendre les produits analogues à la viande dans ce système alimentaire, et les messages qui se traduisent par leur consommation.

Chapitre 3 Les produits analogues à la viande

En réponse à cette demande d'aliments riches en protéines végétales, nous avons vu fleurir, dans des marchés de niche, des produits issus de l'industrie agroalimentaire avec une communication axée sur le remplacement de la viande.

Des produits pouvant prendre la place de la viande lors d'un repas sont présents en Asie depuis bien plus longtemps qu'en Europe, par le biais d'aliments liquides (lait et sauce soja) mais aussi solides comme le tempeh ou le tofu. Ces produits ont commencé à être significativement consommés en France seulement à partir des années 60. Depuis, de nouveaux aliments ont été élaborés à partir de protéines végétales plus ou moins texturées grâce à de nouvelles techniques de transformation industrielle. L'enjeu étant de revaloriser les protéines végétales en les organisant en des structures solides ayant une teneur en protéines supérieure à 15%. Pour les concepteurs de ces produits, l'objectif était alors de réduire les coûts de production de la viande, tant sur le plan économique qu'environnemental, en remplaçant une partie des consommations de viande par ces nouveaux aliments (Hocquette et Al., 2013). En tant que substituts, ils ont été pensés pour pouvoir être cuisinés et consommés de la même manière que des produits carnés, et avec des propriétés organoleptiques proches.

1 Présentation de ces nouveaux aliments

Cette première partie est dédiée à la compréhension des produits « analogues » à la viande : ainsi allons-nous baliser ce secteur de niche en commençant par établir une définition générale en relevant les caractéristiques communes de l'ensemble des produits disponibles sur ce marché. Ensuite nous reviendrons sur leur développement dans les pays occidentaux, et les processus techniques nécessaires à leur fabrication. Cela nous permettra dans un second temps de présenter les acteurs de ce marché, les producteurs, les consommateurs et les autres protagonistes qui impactent le développement de ces produits.

1.1Travail de définition

Peu de travaux ont été menés sur ces nouveaux aliments. Cependant, une équipe de recherche de l'Université de Wageningen au Pays-Bas travaille sur les substituts de viande

(« meat substitutes ») depuis le début des années 2000. Deux points de vue ressortent de leur définition : celui du producteur et celui du consommateur. Dans un premier article Annet C. Hoek et son équipe (2011) présentent ces produits comme étant des aliments végétaux contenant des protéines et qui remplacent la viande dans la structure de repas chauds. Un autre article (Elzerman et Al., 2015) présente ces produits en prenant en compte l'amont de leur consommation. Il s'agit alors *d'aliments qui ont été élaborés et font l'objet d'une communication pour remplacer la fonction de la viande dans le repas*.

Deux types de substituts de viande sont distingués (Hoek et Al, 2011), les « meat-like » qui ressemblent à la viande, que l'on traduira par « simili-carnés » dans ce dossier, et les « non meat-like » qui ne ressemblent pas à la viande. Les premiers sont caractérisés de « substituts immédiats à la viande » parce qu'ils sont préparés, labellisés pour le remplacement de la viande dans l'assiette. Ils sont facilement identifiables par les consommateurs puisqu'ils ressemblent en apparence à de la viande. Les seconds sont des produits qui peuvent se consommer à la place de la viande mais qui ne cherchent pas à lui ressembler (le tofu en est un exemple typique). Leur identification peut être plus complexe que celle des simili-carnés s'ils ne sont pas connus des consommateurs.

Pour l'équipe de Jean-François Hocquette, chercheur à l'institut INRA, ces produits ne se définissent pas par rapport à leur teneur en protéines comme nous l'avons vu précédemment, mais seulement par leur place dans la structure du repas et leur caractéristiques organoleptiques :

> *« Un analogue de viande, ou substitut, peut être cuisiné comme de la viande et avoir des propriétés organoleptiques proches. » (Hocquette et Al., 2013)*

En France, les ressources scientifiques sur ces produits sont peu nombreuses puisque ce sont des produits émergeants. La délimitation de critères de rassemblement et d'exclusion qui permettraient de les qualifier n'est pas simple car depuis quelques années de nouveaux « meat analogues » aux formes, utilisations et saveurs différentes sont mis sur le marché.

Dans ce dossier, nous traiterons de ces types de produits en les nommant « produits analogues à la viande » ou PAV.

1.2Un développement contrasté en fonction des ingrédients principaux utilisés

On repère trois phases dans le développement des produits analogues à la viande en Europe. Jeroen Willemsen, cofondateur de l'entreprise néerlandaise Ojah, qui commercialise des PAV, les distingue ainsi[40] :

La première est la « génération tofu » composée de produits ne ressemblant pas à la viande mais ayant des apports en protéines élevés. Les cultures alimentaires asiatiques comportent de nombreux plats végétariens. Le tofu est la forme la plus ancienne de produits analogues à la viande, il serait consommé depuis plus de 4000 ans en Chine. En revanche ce n'est que dans les années soixante que le soja est arrivé en Occident. Il était consommé avant tout par des populations végétariennes et des « healthy food consumer » (Sadler, 2003). Ce sous-produit du soja a été intégré avec beaucoup de réticence, et il est encore aujourd'hui souvent déconsidéré par une majeure partie de la population, bien que depuis son arrivée sa consommation se soit largement repandue.

La deuxième génération comprend des produits recherchant davantage à ressembler à de la viande préparée et industriellement transformée : boulette de viande, steak pour burger… ils sont souvent fabriqués à partir de protéines végétales texturées qui ont été extrudées. Dans les années quatre-vingt, le développement des techniques de transformations industrielles de divers ingrédients ont été mis en place pour reproduire la texture de la viande à partir d'ingrédients végétaux. L'évolution de ces produits est également à corréler avec la diffusion des problématiques concernant l'environnement, la santé et les crises sanitaires qui touchent la filière des produits carnés. Ainsi a été découvert l'intérêt d'un champignon, le Fungi, dont la ressemblance du goût à celui du poulet a fait l'objet d'une communication à destination de l'ensemble de la population. Les produits dérivés de ce champignon se sont massivement développés en Angleterre. Ensuite dans les années quatre-vingt-dix, les produits analogues à la viande à base de gluten de blé ont émergé, puis à la fin de cette décennie ce sont des protéines issues de légumineuses à graines qui ont été utilisées pour la production de ces aliments.

La dernière phase est en cours de développement : elle présente des produits qui se rapprochent de la viande traditionnelle en termes de goût, de texture, qui peut entraîner une

[40] Article de presse, *Protéines : quel potentiel sur le marché des substituts de viande ?*, publié sur AgroMédia.fr, (en ligne) http://www.agro-media.fr/analyse/proteines-quels-potentiels-marche-substituts-viande-15588.html, publication le 01/07/2014 (Consulté le 07/03/2017)

confusion pour les consommateurs. Cette génération de produits représente une part infime des analogues à la viande sur le marché européen, et n'est pas encore présente en France.

Par cette diversification et cette amélioration des techniques de production, les produits analogues à la viande n'étaient plus seulement réservés au marché de niche que constituaient les consommateurs végétariens et adeptes d'une alimentation saine, pour s'adresser potentiellement à l'ensemble de la population.

Ci-dessous suit la présentation des différents types de produits analogues à la viande en fonction des ingrédients principaux qui les constituent.

1.2.1 Les PAV à base de soja

A partir du soja, on obtient trois principaux types d'ingrédients qui peuvent s'intégrer dans une préparation pouvant se substituer à la viande :

Les *isolats de protéines de soja* sont la forme la plus raffinée de protéines obtenues à partir du soja, elles contiennent 90% de protéines. Elles sont produites à partir de l'extraction à l'eau par un dégraissage et un dépelliculage des flocons de graines de soja tout en conservant ses isoflavones. Le produit obtenu peut ensuite être intégré à des préparations complexes telles que des saucisses végétariennes ou autres « chicken-style nuggets ».

Les *protéines de soja texturé* sont constituées à partir d'un dégraissage de farine de soja dont on a retiré les hydrates de carbones solubles. Le résidu obtenu est texturé par un processus de filage et d'extrusion qui est ensuite réhydraté : ce qui lui donne une texture spongieuse. La préparation peut être parfumée pour ressembler à de la viande, ou bien présentée sous forme de granulés.

Le *tofu* est le produit à base de soja qui contient le moins de protéines. C'est en pressant du caillé de jus de soja obtenu par coagulation grâce à du sulfate de calcium ou de chlorure de calcium que l'on obtient du tofu. Son goût étant assez fade, il est possible de le fumer ou de le mariner pour lui donner plus de saveur (Hocquette et Al., 2013).

L'image négative du soja et du tofu a été observé dans plusieurs études (Elzerman et Al., 2013), le simple fait que « tofu » soit spécifié sur un plat peut influencer négativement l'acceptation et le gout perçu. En revanche, c'est un élément considéré comme intéressant sur le plan nutritionnel.

1.2.2 Les PAV à base de légumineuses (pois, haricot, fève)

Contrairement à la transformation du soja, les autres légumineuses à graines (« pulsefood ») sont beaucoup moins utilisées, mais elles sont l'objet de recherche depuis les années 90 dans le but de proposer des techniques de valorisation de ces matières premières. La start-up Américaine Beyond Meat utilise d'ailleurs des protéines de pois pour reproduire assez fidèlement des steaks.

Pour le moment seules deux technologies ont été testées pour structurer des ingrédients protéiques issus de ces légumineuses : la cuisson-extrusion et le filage. La première est la plus repandue pour élaborer des produits analogues à la viande car son coût est acceptable ; elle permet de structurer des pâtes d'amidon et de protéines. La pâte est chauffée sous pression en passant dans une plaque percée de trous à la suite de quoi elle subit une expansion rapide. Le filage est plus sophistiqué et coûteux. Cette technique consiste à créer des fibres insolubles pour les assembler par chauffage. Des aliments ont été produits à partir de cette technique dans les années 1990 et jugés acceptables par des testeurs, mais les coûts de production sont encore trop élevés pour permettre à cette technologie d'être diffusée davantage (Hocquette et Al., 2013)

1.2.3 Les PAV à base de protéines de céréales

Les protéines de céréales ont été employées pour des produits dont la texture ressemblait à de la viande dans les années 1990 par Kerry ingredients, sous le nom WheatproTM. Les protéines de céréales sont obtenues à partir de gluten de blé traité et extrudé. Il est principalement utilisés pour des simili-carnés à la texture broyée, tel que l'on peut en trouver dans des saucisses végétariennes.

Un mélange de protéines de pois et de gluten de blé a été commercialisé par cette même entreprise sous l'appellation ArrumTM. Cet assemblage permet d'obtenir des textures fibreuses qui ressemblent plus à des morceaux de viande. L'objectif est d'utiliser cet ingrédient dans une préparation réhydratée pour ressembler à des morceaux de poulet, de bœuf.

1.2.4 Les PAV à base de Mycoprotéine

Traditionnellement en Asie, le champignon Fungi est consommé principalement pour sa saveur puisqu'il a une teneur en protéine très faible. Dans les années 60, un programme a été développé dans le but de produire une protéine unicellulaire à partir de micro-fungi (les hyphes) présents dans les sols. Les résultats ont donné la mycoprotéine. Elle a été commercialisée en Royaume-Uni dans le milieu des années 80 par Marlow Foods sous l'appellation Quorn, largement utilisée dans les produits analogues à la viande. A présent, les produits Quorn sont

vendus dans de nombreux pays occidentaux, mais ils ne sont pas encore disponibles en France. On trouve ces produits sous forme de cube ou bien de tranche, incorporés ou non dans des plats préparés.

La mycoprotéine est produite par une fermentation continue à laquelle est ajouté de l'oxygène, du glucose, de l'azote, des vitamines et des minéraux. La solution est chauffée, filtrée puis mixée avec un liant issu d'œuf. On obtient une texture fibreuse que l'on agglomère pour obtenir un aliment protéique solide, auquel on ajoute de la saveur et de la couleur pour le faire ressembler à de la viande et particulièrement à du poulet (Sadler, 2003). Cette technique de production est simple et relativement peu coûteuse, et suscite peu d'interrogation sur le plan sanitaire. Pourtant il a fallu vingt ans depuis le dépôt du brevet et les premiers développements industriels pour que ces produits prennent une part significative de marché (Hocquette et Al., 2013).

1.3Caractéristiques environnementales et nutritionnelles des PAV

On remarque que la communication autour de ces produits se concentre sur deux éléments qui seraient décisifs dans la décision d'achat des consommateurs : un impact environnemental faible et l'assurance de manger un aliment bénéfique pour la santé.

Cependant l'offre de produits analogues à la viande disponibles sur le marché est assez diversifiée et la composition de ces aliments, tout comme leur procédé de production, peuvent être très variés. Nous allons voir ci-dessous, à partir des quelques données disponibles sur ce secteur, dans quelle mesure ces produits sont proches de l'image qui leur a été construite par les personnes intéressées par leur diffusion.

1.3.1 Les PAV, des aliments réellement durables ?

Florian Wild, consultant pour Like Meat Project[41], explique que parmi les produits analogues à la viande, ce sont les produits les moins transformés, tel que les falafels qui ont le meilleur ACV[42]. En revanche, plus un PAV se rapproche de la viande, plus cela a demandé un processus de transformation coûteux en énergie et en ressources (eaux et terres arables).

Food Research International, le journal de la Canadian Institute of Food Research and Technology (CIFST) a mené en 2009 une analyse du cycle de vie des aliments contenant des

[41] Projet européen qui sera présenté plus bas (partie 1.4)
[42] ACV : analyse du cycle de vie est un moyen systémique d'évaluation des impacts environnementaux globaux d'un produit, d'un service, d'une entreprise ou d'un procédé.

protéines végétale[43]. Leurs résultats confirment l'avantage des produits contenant des protéines végétales pour la lutte contre le changement climatique par rapport aux protéines animales. En revanche ce n'est pas si systématique : cette supposition est à mettre en corrélation avec d'autres facteurs, tel que la provenance des aliments, leur niveau de transformation et de conditionnement.

En 2011, à la demande d'une association allemande de défense des droits des animaux, Varkens in Nood, CE Delft, un laboratoire indépendant de recherche spécialisé dans le développement d'innovations visant à répondre à des problèmes environnentaux, a étudié l'impact sur l'environnement au travers de l'évaluation du cycle de vie une série de 98 produits riches en protéines, dont 9 étaient des PAV. L'association de lutte pour les animaux a ajouté une variable sur le bien-être animal en collaboration avec l'association Greenpeace. Les résultats de ces travaux ont permis la mise en place d'une application pour smartphone « SuperWizjer » utilisable dans les lieux d'approvisionnement pour évaluer le score sur la biodiversité, l'environnement et le bien-être animal par kilogrammes de produits protéinés.

Il s'avère que les produits analogues à la viande ont un impact environnemental largement dû à l'électricité nécessaire à leur production et leur conservation. Ce qui joue également beaucoup est le lieu d'origine des ingrédients et des techniques d'agriculture employées. Ainsi le soja produit au Brésil a de forts risques d'être associé à la déforestation, par conséquent son impact environnemental est très élevé. En comparaison avec de la viande, les PAV évalués ont un impact 7 fois plus faible sur la biodiversité, 5 fois plus faible sur le changement climatique et la santé humaine, et demandent également 8,5 fois moins de terres pour leur production[44].

1.3.2 Les propriétés nutritionnelles des PAV

On trouve actuellement sur le marché une diversité de produits analogues à la viande, et leur profil nutritionnel varie fortement en fonction des ingrédients qui les composent. En général cependant ils sont sources de protéines (bien que ce soit souvent en plus faible quantité que dans les produits carnés) et ont une faible quantité de gras saturé. Contrairement à la viande, ils contiennent des fibres et des micronutriments qui peuvent être renforcés au cours du processus de transformation comme pour les protéines de soja texturées (Sadler, 2003).

[43] Davis, J.; Sonesson, U.; Baumgartner, D. U.; Nemecek, T., *Environmental impact of four meals with different protein sources: case studies in Spain and Sweden*, 2010, En ligne : https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20103337993, Consulté le 22/08/2017

[44] Etude faite par CE Delft, Life Cycle Impacts of Protein-rich Foods for the 'SuperWijzer' app, publié en 2011, disponible en ligne, http://www.cedelft.eu/publicatie/life_cycle_impacts_of_protein-rich_foods_for_the_superwijzer_app/1264, 2011, Consulté le 22/08/2017

Les protéines de soja seraient plus bénéfiques pour la santé que les protéines animales : elles réduiraient les lipides et contribueraient à la réduction du taux de cholestérol dans le sang. D'ailleurs la FDA a décrété en 1999 qu'un régime alimentaire faible en graisse saturée et cholestérol devait inclure 25g de protéines de soja par jour, ce qui participerait à la réduction des risques cardiaques (Sadler, 2003).

Les protéines issues des autres légumineuses à graines autre que le soja sont aussi de très bonnes sources de fibres et contiennent des glucides digérés lentement par le système digestif, ainsi elles ont un index glycémique faible. Cette caractéristique prolongerait la sensation de satiété. Cependant ces informations restent à se voir confirmées par d'autres recherches sur le sujet (Sadler, 2003).

Les mycoprotéines ont un profil lipidique faible en graisses saturées et contiennent beaucoup de fibres. A nouveau, elles participeraient à la réduction du taux de cholestérol. Les mycoprotéines participeraient à la sensation de satiété et à réduire la faim, donc à faire baisser le taux de calories consommées au cours du repas suivant. Ainsi pourraient-elles jouer un rôle positif dans la perte de poids et la régulation des régimes alimentaires. Cependant des études complémentaires sont nécessaires pour confirmer ces assertions (Sadler, 2003).

En revanche, l'association 60 millions de consommateurs a étudié, en janvier 2017[45], la composition nutritionnelle de 10 « steaks végétaux ». Il s'avère que la moitié contient moins de 15% de protéines par portion ; de plus, la plupart des produits ne font pas la complémentarité des protéines entre celles provenant des céréales et celles des légumineuses, ce qui ne permet pas d'obtenir la totalité des acides aminés essentiels. Par ailleurs certains produits ne contiennent quasiment pas de fibre, ce qui était pourtant présenté comme un avantage par rapport aux produits carnés. Il leur est aussi reproché leur niveau de transformation et leur éloignement de ce qui est considéré comme *naturel*.

Bien que les producteurs recherchent l'élaboration d'aliments nutritionnellement intéressants, c'est avant tout sur la texture, et un goût proche de la viande qui les intéressent.

[45] Article *Steak végétaux, pas assez de protéines !*, de Patricia Chairopoulos, paru le 05/01/2017 sur le site en ligne de 60 millions de consommateurs, http://www.60millions-mag.com/2017/01/05/steaks-vegetaux-pas-assez-de-proteines-10876 (consulté le 22/08/2017).

1.4Structuration du marché des PAV et ses acteurs

Le marché des produits analogues à la viande est en pleine expansion et fait l'objet de forts enjeux économiques. En effet, les coûts des procédés techniques sont déjà amorties ou peu coûteux, et les produits se vendent au prix de la viande, voire plus cher encore.

Depuis quelques années, les taux de croissance atteignent facilement les deux chiffres par an dans ce secteur : 40% par exemple pour Gardein, cette entreprise canadienne qui distribue ses produits analogues à la viande en Amérique du Nord, et 123% entre 2004 et 2013 pour Tofurky, une société américaine fondée en 1980 qui est à présent implantée également sur le marché européen[46]. L'institut de sondage Markets and Markets annonce d'ailleurs une croissance globale de 6,4% par an du marché entre 2015 et 2020[47]. Néanmoins le marché des « viandes végétales » reste fragmenté et se constitue toujours comme marché de niche[48].

Au niveau européen, la recherche suit et soutient ce développement, qui est d'ailleurs bien plus rapide dans les pays du nord qu'en France. En 2012 la commission européenne lance un projet de deux ans « LikeMeat »[49] pour la production de simili-carné de « haute qualité » afin de passer d'un marché de niche à une acceptation générale des produits alternatifs à la viande. Ils partent du constat que les PAV actuellement sur le marché ne répondent pas aux attentes organoleptiques de la plupart des consommateurs, ce qui jouerait sur leur acceptation des produits. Ainsi leurs travaux portent sur l'amélioration de l'agrégation des protéines avec d'autres composants d'une recette et sur l'impact des processus de transformation sur les qualités organoleptique de la préparation. Mais aussi sur la reproduction des arômes de viande avec des produits d'origine végétale et sur l'amélioration de la conservation de ces produits tout en assurant leur sécurité sanitaire. Ces objectifs sont couplés à une recherche sur les attentes, les modalités d'acceptation et les besoins des consommateurs vis-à-vis des produits analogues à la viande. Le but étant de créer des aliments qui reproduisent le plus fidèlement possible des produits carnés, puisque ce serait ce qu'attendent les consommateurs.

---

[46] Article de Delphine Jung, Qui veut manger de la viande… sans viande ?, publié le 23/11/2015 dans le journal Ouest-France, (En ligne) http://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/620/reader/reader.html#!preferred/1/package/620/pub/621/page/7 (Consulté le 29/12/16)

[47] Institut de sondage Markets and Markets, Meat Substitutes Market by Type (Tofu & Tofu Ingredients, Tempeh, Textured Vegetable Protein, Seitan, Quorn), Source (Soy-based, Wheat-based, Mycoprotein), Category (Frozen, Refrigerated), and Region - Global Forecast to 2022, (En ligne) http://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/meat-substitutes-market-979.html (Consulté le 22/08/2017)

[48] Présentation de l'étude « le marché des substituts de viande » par BusinessScoot, (En ligne) http://www.businesscoot.com/le-marche-des-substituts-de-viande-652/ (Consulté le 15/01/17)

[49] Projet « just like meat », plus d'informations disponibles sur le site http://www.likemeat.eu (Consulté le 21/08/2017)

Aux États-Unis, deux start-up connaissent une ascension fulgurante appuyée par une couverture médiatique inédite : Beyond Meat et Impossible Food. La première est soutenue par toute la « Silicon Valley » (William « Bill » Gates, les cofondateurs de Twitter Biz Stone et Ev Williams ou encore l'entreprise de capital-risque qui avait soutenu Google et Amazon à leurs débuts), alors que la seconde a été fondée par le biochimiste Patrick O. Brown, rattaché à l'université de Standford. Leur objectif est commun à celui des producteurs et chercheurs européens : produire un aliment végétal aux mêmes caractéristiques que la viande. Pour le moment, ce sont eux qui obtiennent les résultats les plus ressemblants en termes de goût, de texture et au niveau l'expérience sensorielle générale.

Sur le marché français, les produits à base de soja (« soyfoods ») sont les plus développés et connaissent la plus forte croissance. Huit principaux acteurs se répartissent la transformation du soja en PAV : Alpro, Triballat, Nutrition & Nature, LDSH, puis de taille plus modeste, nous avons Celnat, Tossolia, Sojami, Biochamp. Leur approvisionnement en soja est majoritairement issu de la production française, résultat d'un cadre juridique favorable à la culture de soja. Les soyfoods ne se réduisent d'ailleurs pas qu'aux PAV (galettes de soja, tofu, plats cuisinés à base de soja), on les retrouve également en tant que substitut de nombreux produits laitiers (Champ et Al., dans Schneider et Huyghe, 2015).

Depuis un peu moins d'une décennie, on voit de nouveaux acteurs intégrer ce créneau en utilisant d'autres ingrédients que le soja. Notamment la start-up Ici&Là qui utilise d'autres légumineuses (pois chiches, lentilles, haricots) dans leurs produits présentés comme des alternatives à la viande mais ne cherchant pas à y ressembler. On voit aussi des entreprises venant du secteur des produits carnés s'y introduire par la production d'une nouvelle gamme végétale, tel que Fleury Michon avec sa marque Côté Végétal ou encore Herta dont les produits analogues à la viande ont été baptisés Le bon végétal. On retrouve enfin des marques « distributeur », comme Carrefour avec sa gamme Veggie, qui se sont également lancés dans la production de produits analogues à la viande.

1.4.1 La filière viande sur ses gardes

La coordination rurale, second plus gros syndicat d'agriculteurs et d'éleveurs derrière la FNSEA (Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles) cherche à empêcher l'emploi de termes tel que steak, jambon, saucisse, traditionnellement associés à la définition des produits carnés pour les produits analogues à la viande. En début d'année 2017, le syndicat en a fait expressément la demande au Ministre de l'Agriculture, Stéphane Le Foll, afin qu'il y

ait un encadrement juridique des dénominations associées aux produits carnés pour la commercialisation de produits ne contenant pas de viande ou pour les lieux de leurs ventes. L'argument avancé est que cette pratique serait trompeuse pour les consommateurs qui risquent de confondre les PAV avec de la viande, ce qui constituerait un manque à gagner pour la filière des produits carnés[50]. Cela signifie que la filière viande conçoit le développement du marché des produits analogues à la viande comme pouvant lui faire concurrence, ce qui peut se comprendre puisque depuis environ deux décennies la consommation de viande est décroissante, alors que ce secteur de niches est en croissance. De plus, il s'adresse de plus en plus à l'ensemble de la population en proposant des produits qui se consomment sur le même créneau que les produits carnés.

1.4.2 Les consommateurs ciblés

Comme nous l'avons déjà vu rapidement, ce sont les individus qui sont à la recherche d'une alimentation saine qui sont les plus à même de consommer des PAV (Sadler, 2003). Johanna E. Elzerman et son équipe (2013) ont remarqué qu'il y a deux types de consommateurs de produits alternatifs à la viande : ceux qui sont curieux et néophiles et ceux qui ont besoin d'avoir une raison pour les consommer, comme un membre du foyer qui est végétarien ou une trop forte angoisse liée à la consommation de viande.

Une autre approche de la consommation de PAV a été présenté par Hanna Schölster (et Al., 2011), elle, peut se faire par rapport à la motivation des mangeurs en fonction de leurs préoccupations. Ce serait soit par des objectifs de motivation axé sur le goût (« taste-oriented motivational goals ») caractérisés par des personnes néophiles, à la recherche d'une diversité et portée sur des expériences sensorielles nouvelles vis-à-vis de l'alimentation. Ou bien la consommation de PAV s'expliquerait par un objectif de motivation axé sur la réflexion (« reflexion-oriented motivational goals »), alors ce seraient des individus réflexifs, qui fonderaient leurs choix sur une rationalité en valeurs (par rapport à l'éthique, la santé, ou encore l'impact environnemental) et qui consommerait peu de viande.

Le profil caractéristique des consommateurs de produits analogues à la viande serait plutôt de sexe féminin, jeune, avec un niveau élevé d'éducation et qui aurait une structuration synchronique des repas au cours desquels l'ensemble des aliments seraient dans un même contenant. Ainsi la structure du plat serait de type mélangé, la viande ne serait pas séparée. La

[50] Article *La question des simili-carnés et de leur dénomination*, paru en janvier 2017 dans le journal en ligne La Terre D'abord, http://laterredabord.fr/?p=22183 (Consulté le 22/08/2017)

place moins dominante de la viande faciliterait sa substitution (Schölster et Al., 2011). Ces éléments se rattacheraient à une personne sensibilisée à la cause animale et/ou environnementale et à des problématiques de santé (Hoek et Al., 2004).

En revanche, les végétariens qui auraient adopté une organisation de type « real vegetarian meal » (présenté précédemment dans le chapitre 2, partie 3.3) auraient une organisation de repas ne nécessitant plus de remplacer la viande. De plus, les individus qui évitent de consommer de la viande auraient tendance à ne pas apprécier les produits qui y ressemblent (Hoek et Al., 2011-1). Pour autant, ce n'est pas le cas de l'ensemble des végétariens, comme l'explique cette bloggeuse végétalienne Marina Privé:

> *« Je ne suis pas devenue végétalienne parce que je n'aimais pas la texture ou le goût de la viande, mais pour des raisons militantes, bien plus réfléchies. Les simili-carnés sont plus écologiques, meilleurs pour la santé et bien sûr, ne causent pas de souffrance aux animaux. Je n'ai donc pas à rougir de vouloir manger un hamburger de soja ou une paupiette de seitan! »*[51]

Par contre les faibles consommateurs de viande seraient particulièrement à même de consommer des PAV. Ainsi 49% des moyens et grands consommateurs de PAV consomment de la viande moins d'une fois par mois (Elzerman et Al., 2015). Le développement de ces produits est également dû à cet élargissement de la population ciblée pour ces produits. En effet, les végétariens en consommant ne constituent qu'une minorité de la population en comparaison des personnes qui sont actuellement engagés dans une réduction de leur consommation de viande (Sadler, 2003). Yves Potvin, fondateur de l'entreprise canadienne Yves Veggie et actuel président de l'entreprise Gardein, qui produisent des simili-carnés, décrit bien cette nouvelle tendance : « Aux Etats-Unis, 80% des acheteurs de nos produits ne sont pas végétariens. » [52]. En 2013 Jan Bredack, fondateur de la florissante chaîne de supermarchés allemande vegan Veganz ajoutait que la plupart de ses clients mangent encore de la viande et « ne veulent pas bouleverser leur mode d'alimentation, ils veulent des produits qui ressemblent à ce qu'ils connaissent déjà. » [53]

---

[51] Le Blog Bleu, tenu par Marine Privé, en ligne http://www.leblogbleu.com/2014/10/beyond-meat-poulet-meilleur-simili/ (Consulté le 23/08/2017)

[52] Article de Delphine Jung, *Qui veut manger de la viande… sans viande ?*, publié le 23/11/2015 dans le journal Ouest-France, (En ligne) http://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/620/reader/reader.html#!preferred/1/package/620/pub/621/page/7 (Consulté le 29/12/16)

53 Marine Le Breton, Manger moins de viande? La tendance des "simili-carnés" facilitera la tâche des végétariens et des "flexitariens", publié le 18/07/2015 dans le journal HuffPost en ligne http://www.huffingtonpost.fr/2015/07/18/manger-moins-de-viande-la-tendance-des-simili-carnes-facilite/ (Consulté le 23/08/2017)

Les raisons de la consommation de produits analogues à la viande sont en priorité la facilité de préparation et les aspects « santé » de ces produits en comparaison à de la viande (Elzerman et Al., 2013). Il y a également une différence entre les motivations à consommer des PAV pour les végétariens que pour ceux qui consomment de la viande. Ainsi les végétariens ont mis plus souvent en avant les aspects éthiques et environnementaux de ces produits que les autres. Cela s'explique d'ailleurs également par la communication de ces produits qui se concentrent largement sur leurs aspects de santé et leurs engagements éthiques (Hoek et Al., 2004).

1.5Les objectifs des produits analogues à la viande

Le but des produits analogues à la viande pour les personnes qui en définissent l'offre et qui communiquent à leur propos (journaliste, chercheurs) est bel et bien de remplacer la viande. Il est essentiel que ces produits soient consommés à la place de la viande et non comme des produits additionnels puisque leur objectif est de réduire la demande globale des produits carnés. Généralement les consommateurs ont plus de facilité à consommer l'alternative la plus proche du produit d'origine, d'où l'importance que les PAV soient reconnus comme tels (Hoek et Al., 2011-2). Cette volonté de remplacer la viande est sous-tendue par une pluralité d'arguments que nous allons passer en revue.

- Objectifs à visée environnementale –comme faire-valoir de ses convictions éthiques

Pour l'équipe de chercheurs néerlandaise de l'université de Wageningen, l'objectif de l'intégration des PAV est de parvenir à modifier les régimes alimentaires pour qu'ils soient plus durables, en ayant un moindre impact sur l'environnement en comparaison de la consommation actuelle de viande (Elzerman et Al., 2013). En cela, il est bien plus intéressant que ces nouveaux aliments soient consommés par des personnes qui mangent de la viande plutôt que des personnes ayant déjà un régime végétarien. C'est pour cette raison qu'ils se concentrent sur les modalités d'acceptation des PAV en remplacement de la viande et que les végétariens ne sont pas toujours représentés dans leurs études.

D'ailleurs l'une d'elles (Elzerman et Al., 2011) a confirmé que l'augmentation de la consommation de PAV pouvait être associée à la volonté de minimiser l'impact de sa consommation sur l'environnement. Mais il est important de noter que ce lien entre les valeurs et l'acte d'achat d'un produit en accord avec ces dernières n'est possible que lorsqu'elles sont importantes pour le consommateur. Cela se vérifie par le fait que les non-consommateurs de PAV reconnaissent que ces produits sont plus éthiques que la viande, mais ils ne les achètent

pas pour autant parce qu'ils ne se sentent pas suffisamment concernés par ces questions d'éthique.

- A visée de sécurisation pour l'alimentation des populations

Comme nous l'avons déjà présenté lors de la partie sur les protéines végétales, les PAV pourraient contribuer à l'amélioration de la sécurité alimentaire parce qu'ils contiennent des protéines et parce qu'ils participeraient à la réduction de la consommation de viande. Ceci permettrait de disposer de terres arables supplémentaires dédiées à la production de végétaux pour la consommation humaine.

Cependant les chercheurs de l'INRA (Hocquette et Al., 2013) expliquent que l'assurance d'un apport protéique de qualité passerait plutôt par un changement de comportement alimentaire dans les pays développés. En France, la consommation moyenne de protéines pour les adultes est 1,5 fois plus élevée que les recommandations, et les protéines animales représentent près de 70% des apports alors qu'il est recommandé d'avoir une part équilibré entre protéines animales et végétales. Une autre piste d'amélioration pour nos populations serait de réduire le gaspillage alimentaire qui représente actuellement environ un tiers de la production agricole (Esnouf et Al., 2011).

- A visée conservatrice du modèle alimentaire traditionnel

Le développement des produits analogues à la viande dans un contexte où la viande est controversée crée une passerelle vers une végétarisation de l'alimentation en déstructurant peu les habitudes de consommation, tout en répondant à l'anxiété des mangeurs à la recherche d'aliments « plus sains » (Sexton, 2016).

2 Intégration des produits analogues à la viande dans le modèle alimentaire

Entre les intérêts et les préoccupations des pouvoirs publics, des chercheurs, des entreprises de l'agro-alimentaire d'une part et les individus de l'autre, il peut y avoir un gouffre, bien qu'il y ait de nombreux canaux d'échanges et d'influence. Mais ce n'est pas parce que les produits

analogues à la viande ont été mis sur le marché pour les raisons qui viennent d'être présentées plus haut qu'ils seront intégrés aussi facilement dans les habitudes de consommations des individus. Nous verrons dans cette partie les enjeux et le fonctionnement de l'intégration des PAV dans les modèles alimentaires.

2.1Acceptation de nouveaux aliments

Souvent est évoqué le principe que s'il doit y avoir un changement dans le régime alimentaire, il faut que la transition soit simple, et c'est ce que permettrait les produits analogues à la viande. C'est ce qu'explique la théorie de la motivation psychologique (« psychological motivation theory ») de Ryan et Deci (2000, cité par Schölster et Al., 2011) : un changement effectif est possible si la nouvelle pratique est à un certain degré en accord avec le reste du comportement du consommateur, ainsi il faut voir ce que les consommateurs sont prêts à abandonner à et adopter pour intégrer les PAV dans leurs habitudes alimentaires.

L'évaluation de l'acceptation d'un produit se fait par l'observation de son appropriation, de son attractivité et de l'intention qu'ont les mangeurs de le mobiliser lors d'une consommation alimentaire. Johanna Elzerman reprend les travaux de Van Trijpe et son équipe (2008, cité dans Elzerman et Al., 2015) sur leur théorie de l'effet modéré de l'incongruité (« moderate incongruity effet ») employé pour comprendre le succès d'un nouveau produit. Ils ont démontré qu'un produit modérément nouveau va être perçu plus positivement par rapport à un produit peu ou très nouveau. Plusieurs facteurs jouent un rôle dans l'appréciation d'un nouveau produit par les consommateurs : l'utilité perceptible du produit, sa nouveauté qui s'illustre dans son originalité, et le niveau de changement nécessaire dans les comportements déjà en place. Une fois que le produit est apprécié, il doit être approprié : l'appropriation relève d'un aspect normatif relatif à l'intégration du produit dans un contexte alimentaire particulier. Ces étapes vont permettre l'intégration d'un produit dans le régime alimentaire d'un individu (Elzerman et Al., 2015).

2.1.1 Les conditions d'acceptation des PAV

La familiarité avec les produits analogues à la viande due à une exposition répétée à ces produits amène à une acceptation supérieure par les individus qui en consomment : même les plus réticents pourraient changer d'avis sur le long terme. Les traits de personnalités alimentaires (néophobiques ou néophiliques) ont une influence sur l'acceptation de nouveaux produits alimentaire, mais une exposition répétée réduit la néophobie et augmente l'envie de goûter au nouvel aliment (Hoek et Al., 2013). Ceci s'explique notamment parce que cela réduit

l'incertitude du consommateur face à de nouveaux aliments, laissant la possibilité de construire de la familiarité (Hoek et Al., 2013).

La plupart des produits analogues à la viande sont relativement nouveaux pour une majorité de la population, et comme nous venons de le voir cet élément joue un rôle important dans l'acceptation initiale puis sur le long terme des consommateurs (Van Trijp et Van Kleef., 2008 cité dans Hoek et Al., 2013). Une exposition répétée a été effectuée avec du tofu auprès d'un groupe de consommateurs non familier de ce produit : avec le temps, la majorité montrait une amélioration de l'appréciation. La même expérience a été faite avec du poulet, et l'exposition répétée a amené à une dépréciation du produit pour une majorité des participants. Ces résultats montrent que l'« infamiliarité » et la nouveauté initiale du produit influencent positivement l'augmentation et l'appréciation sur le long terme de la consommation des PAV.

De même, les attitudes et les croyances par rapport aux PAV et aux viandes déterminent l'acceptation de ces aliments plus fortement que les motivations des choix alimentaires. La barrière principale étant la non-familiarité des consommateurs avec ces produits, ainsi que des croyances négatives sur l'attirance sensorielle des PAV en comparaison des produits carnés. Les néophobes comme les néophiles évaluent toujours plus positivement les aliments familiers que les aliments non familiers. D'où l'importance de l'influence de la familiarité dans l'acceptation d'un nouvel aliment. On remarque d'ailleurs que les non-consommateurs sont plus néophobiques que les petits consommateurs de produits analogues à la viande : ce qui influence négativement l'acceptation du produit avant et après sa première consommation (Hoek et Al., 2011-1).

Choisir d'intégrer de nouveaux aliments dans ses habitudes alimentaires requiert de sortir des normes alimentaires établies, et cela demande un minimum de néophilie et d'envie de différenciation. Consommer des produits analogues à la viande est associé à une symbolique de « meilleur » consommateur. Mais ce n'est pas non plus un changement radical dans le modèle alimentaire, notamment parce qu'il y a une conservation de la structure du repas (Schölster et Al., 2011). Les PAV s'intègrent parfaitement dans cette transition douce parce qu'ils sont souvent présentés par le marketing comme étant des produits sains, ce qui facilite dans un premier temps leur achat (Hoek et Al., 2011). Cette image est notamment renforcée par la considération du fait que les produits végétaux sont meilleurs pour la santé que les produits d'origine animale, et ceci, même par les consommateurs de viande. De plus, il a été montré par Provencher et son équipe (2009, cité dans Adise et Al., 2015) que considérer qu'un aliment est

bon pour la santé augmente sa consommation, réduit l'estimation des calories qu'il contient et en améliorerait l'appréciation du goût.

2.1.2 Fonctionnement des catégories alimentaires

Nous nous appuierons pour cette partie sur les travaux d'Annet C. Hoek et son équipe, qui ont étudié la formation de nouvelles catégories alimentaires ainsi que les modalités d'intégration de nouveaux aliments dans des catégories existantes (2011-2). Pour cela, leur méthodologie consistait en la présentation de photos de PAV et de viande à des sujets.

Mais revenons tout d'abord sur la construction des catégories alimentaires. Déjà, elles peuvent être définies comme un répertoire d'aliments similaires qui ont une ou plusieurs caractéristiques ou fonctions en commun. On observe plusieurs types de formations des catégories : par rapport à un objectif commun, la ressemblance par exemple : dans ce cas, elles vont avoir des caractéristiques communes qui feront sens pour le consommateur ; ce peut être par une catégorisation de type « script », et alors l'aliment est rattaché à un contexte de consommation ; ou bien par classifications taxinomique, en se basant sur les informations apprises au cours de la socialisation et diffusées dans une société (comme les recommandations gouvernementales) : la banane et la poire sont des fruits. Dans notre modèle alimentaire, la caractéristique taxinomique est très souvent utilisée pour la constitution de catégorie. Elle est plus orientée vers les propriétés intrinsèques des aliments comme l'origine, la composition ou encore les qualités nutritionnelles.

Dans chaque catégorie on trouve des éléments représentatifs de la catégorie qui sont au centre de la hiérarchie structurelle : ce sont les prototypes qui combinent les propriétés de la catégorie, et au contraire, d'autres éléments sont de plus faibles représentants de la catégorie. Un nouveau produit est plus facilement identifié lorsqu'il est similaire à un produit typique de la catégorie. Mais lorsque les consommateurs recherchent des produits alternatifs, ceux-ci doivent être ni trop typiques, ni trop atypiques d'une catégorie. Notamment parce que si un nouvel aliment est rattaché par son apparence à une catégorie mais que la texture et le goût sont très différents, cela peut amener à son rejet puisqu'il ne répond pas aux critères de la catégorie, décevant les attentes projetées par les consommateurs (Elzerman et Al., 2011).

Lors de la rencontre avec un nouveau produit, les consommateurs procèdent à une catégorisation. S'il n'y a pas de continuité directe avec les catégories existantes, ils vont forcer l'intégration du produit dans une de ces catégories, c'est-à-dire qu'ils vont juger cet aliment selon les critères de cette catégorie spécifique (Elzerman et Al., 2015). En l'occurrence, dans

notre société, nous avons bien intégré une distinction entre les produits carnés et les produits issus de végétaux. Ceci peut poser problème dans la classification des PAV en catégorie, et particulièrement des simili-carnés, car bien qu'ils puissent être rattachés à la viande par une mise en catégorie de type « script » ou bien avec un objectif commun (comme la ressemblance organoleptique) cela fonctionnerait mal puisque ces aliments sont rassemblés en fonction de leur taxinomie, ce qui empêche les aliments végétaux d'y être intégrés.

Les résultats des rassemblements effectués par les répondants de leur enquête montre qu'il y a deux façons spontanées de classer les PAV et la viande : par leur taxinomie et leur forme, ou bien par les caractéristiques d'usage du produit et par l'apparence. Les produits transformés, tant viande que PAV, étaient souvent classés ensemble de par la similarité de leur forme. Les produits analogues apparaissent même comme très typiques de la catégorie. Ainsi la taxinomie n'est-elle plus efficiente pour les produits industrialisés parce que l'on ne peut plus deviner les ingrédients d'origine. Il y a une disparition de la chaine dans la transformation, le produit final devient plus important que l'origine des ingrédients. En revanche lorsque la taxinomie est utilisée, la viande et les PAV sont séparés en deux catégories distinctes.

Par ailleurs, lorsque les PAV ne ressemblent pas à de la viande, ils ne sont pas reconnus comme alternative, mais comme des « plats annexes ». Finalement on perçoit une forte flexibilité des catégorisations créées par les répondants parce qu'elles sont encore en construction, mais c'est également dû à la diversité des types de produits analogues à la viande et des attentes des consommateurs envers ces aliments (Hoek et Al., 2011-2).

A ce propos, l'exemple de Beyond Meat est atypique, car cette entreprise travaille avec ferveur à l'intégration de ses produits dans la catégorie des viandes. Le créateur, Ethan Brown, la réinterprète en la faisant pivoter d'une organisation taxinomique à nutritionnelle :

> *"Meat is really made up of five constituent parts: the amino acids, lipids, carbohydrates, minerals and water. They're all actually present in plants. What we're doing is building a piece of meat directly from those plants, and so the compositions are basically the same. And in that case we are delivering meat."*[54]

Par ce propos, il entend proposer aux consommateurs un aliment qui contient ce qu'attendent les consommateurs de viande : les éléments culturels, sociaux et gustatifs sans les aspects négatifs (Sexton, 2016).

[54] Interview de Ethan Brown par Hari Sreenivasan, le 28/11/2015, sur le journal en ligne PBS NewsHour, www.pbs.org/newshour/bb/is-it-possible-to-build-meat-out-of-plant-protein/ (Consulté le 23/08/2017)

Selon l'anthropologue James Frazer, des traces de pensée magique persistent dans notre monde moderne, elle obéit notamment au principe de la sympathie selon lequel le semblable appelle le semblable, c'est la loi de la similitude[55]. Ainsi les choses qui se ressemblent ont les mêmes propriétés ou la même essence. Appliqué aux produits analogues à la viande, il est possible que ces produits provoquent les mêmes réactions que pour des produits carnés. C'est le cas des simili-carnés qui sont dans la même catégorie que les viandes transformées. Plus un PAV partage de propriétés sensorielles avec un aliment animal familier, plus il a de chance d'être accepté (Hoek et al., 2011-2). Ainsi nommer un aliment végétal avec une appellation animale devrait augmenter son appréciation, mais seulement si l'aliment répond à des critères de goût, de texture, et autres qualités sensorielles. En revanche, s'il ne correspond pas à ces caractéristiques, cela risque d'amener le consommateur à déprécier le produit (Zellner et Al., 2004, cité dans Adise et Al., 2015).

Deux stratégies s'offrent aux produits analogues à la viande s'ils cherchent bien à être identifiés sur le même niveau que les produits carnés : soit ils deviennent comme de la viande, soit ils élargissent cette catégorie alimentaire aux aliments contenant des protéines.

2.2L'influence du contexte de consommation

Jean-Pierre Corbeau (2002) a développé une conception du mangeur ayant la capacité d'adapter ses comportements selon les contextes sociaux et les types d'aliments à consommer. Son approche du triangle du « manger » permet d'analyser les comportements et les évolutions des mangeurs, il représente la rencontre entre une situation, un mangeur et un produit. Ces éléments forment le contexte de consommation alimentaire. Ainsi le contexte de repas comprend tous les aliments qui y sont consommés, mais également la manière dont ils ont été cuisinés (préparés et assemblés), les personnes avec qui ils sont partagés ainsi que le lieu et le moment de la consommation (Elzerman et Al., 2011).

L'intégration d'un nouvel aliment peut se faire par son introduction dans un contexte de consommation familier. Ainsi l'assaisonnement et l'accompagnement d'un nouvel aliment avec des saveurs familières augmente son appréciation et l'envie de le goûter. C'est en cela que la culture culinaire sert de garde-fou aux régimes alimentaires : elle permet d'intégrer un produit en lui attribuant une place au sein d'un système déjà structuré afin de le transformer en aliment consommable sereinement.

[55] Belmont Nicole, *Frazer James George - (1854-1941), Encyclopædia Universalis*, en ligne http://www.universalis.fr/encyclopedie/james-george-frazer/ (consulté 24/08/2017)

Pour que les produits analogues à la viande soient acceptés en remplacement de celle-ci, il faut qu'elle ne soit pas l'élément principal du plat, donc que la structure du plat ne soit pas de type composé. La possibilité de changer un ingrédient du plat est bien plus acceptable si le plat a une structure mélangée, alors que remplacer l'élément principal d'un plat en changerait l'identité. Si la viande n'est qu'un composant, d'autres éléments influencent la texture et le goût du plat consommé. Ainsi l'appréciation du produit analogue à la viande va se confondre au profit de l'appréciation générale du plat. Néanmoins, l'apparence et la forme de l'aliment jouent un rôle clé dans l'intégration du produit, alors que les ingrédients, la saveur et la texture sont bien moins cruciaux pour son acceptation dans le repas. Ainsi la justesse de la place d'un aliment dans le contexte d'un repas influence son acceptation (Elzerman et Al., 2013). Mais avant tout, l'intégration la plus appropriée se fait dans des plats qui sont eux-mêmes familiers pour le consommateur. Car l'acceptation d'un aliment n'est pas générale mais contextualisée : l'aliment s'insère dans un tout qui est le contexte de consommation.

2.3Les effets sur l'appréciation de caractéristiques communes avec la viande

Les consommateurs de produits analogues à la viande n'ont pas tous les mêmes attentes envers ces aliments. Certains préféreraient qu'ils aient une identité indépendante de la viande, alors que d'autres cherchent la ressemblance avec des produits familiers pour éviter la perte de repères (Elzerman et Al., 2013). Cependant il a été montré lors de focus group que la plupart des participants trouvaient important que l'apparence des PAV soit proche de la viande et qu'il devrait être facile de préparer un repas avec ces produits (Elzerman et Al., 2011). La texture, le goût et l'apparence doivent être proche de la viande, notamment parce que ce sont des caractéristiques fortement valorisées par de nombreux consommateurs. Cela pourrait jouer en faveur de l'intégration des PAV. Et, ainsi que nous l'avons déjà souligné, plus la ressemblance à la viande est forte, plus la justesse de ces aliments dans un plat contenant habituellement des produits carnés sera élevée. En revanche, on constate qu'au niveau de l'appréciation des PAV ressemblant à de la viande et ceux qui n'y ressemblent pas, après une première expérience, sont tout autant appréciés. Ainsi, la similarité à des produits carnés n'est pas un prérequis pour l'acceptation de PAV dans le contexte d'un repas.

Les consommateurs préfèrent soit que les PAV ressemblent le plus fidèlement possible à de la viande, soit qu'ils n'y ressemblent pas du tout. Un entre-deux est difficilement conciliable pour les raisons de catégorisation qui ont été présentés dans la partie précédente, à savoir qu'ils ne répondraient jamais complètement aux critères établis d'une catégorie et qu'ils risqueraient d'être fortement dépréciés pour cette raison (Elzerman et Al., 2011). Les produits analogues à

la viande sont presque toujours sous-estimés par rapport à la viande au niveau sensoriel, mais aussi au niveau du prix et de la symbolique du luxe. En revanche, ils obtiennent une meilleure image par rapport aux questions d'éthique, sur le bien-être animal et l'impact environnemental. En cela, leur appréciation dépend fondamentalement des attentes des consommateurs envers ces produits.

La fréquence de consommation est un facteur d'acceptation et de préférence de ces produits, les consommateurs de viande qui mangent rarement des PAV recherchent plutôt ceux qui ont des caractéristiques proches des produits carnés. C'est également fonction de l'attirance sensorielle pour la viande : si elle est faible, l'acceptation des PAV va être plus élevée. Au contraire, si l'attirance pour la viande est forte, l'intégration des PAV dans les habitudes alimentaires sera plus difficile (Hoek et Al., 2011-1).

Un autre risque encouru par le partage de caractéristiques communes avec de la viande est que les simili-carnés, tout particulièrement, sont identifiés comme ressemblant à des produits carnés industriels. Ces derniers sont perçus négativement par les consommateurs, qui valorisent une alimentation naturelle, végétale, non transformée : ce qui peut réduire leur appréciation de ces produits et le plaisir qu'ils tirent de leur consommation, puisque l'identification est faite en référence à une viande de pauvre qualité (organoleptique et symbolique).

2.3.1 Des aliments en négatif

Pour la géographe Alexandra Sexton (2016), les produits analogues à la viande sont des non-viandes, une contre-catégorie alimentaire de la viande qui se revendique également de cette catégorie. C'est le principe du « free-from » qui revient souvent à être un remplacement de produits animaux par des végétaux, tout en permettant de conserver ses habitudes en répondant à de nouvelles attentes.

Mais cette nouvelle tendance complexifie le rapport avec nos aliments, qui deviennent à la fois « comme et pas comme » dans un même temps. Notre système alimentaire occidental définirait de plus en plus les aliments en fonction de ce qu'ils ne sont pas, et cela serait associé à une amélioration. C'est l'élément en moins qui différencierait ce que sont les bons des mauvais aliments qui auraient des éléments en trop. Ainsi les bons aliments seraient comme les mauvais aliments, mais sans les effets négatifs des aliments qu'ils imitent. Leur valeur ajoutée est d'être moins, et bien qu'ils puissent avoir d'autres caractéristiques (qui peuvent également

être négatives[56]) ce n'est pas sur celles-ci que l'attention sera portée pour les identifier et définir leur place dans le régime alimentaire. Les chercheurs Evans et Miele (2012) résument ce phénomène appliqué aux PAV par cette phrase : « ce qui permet de distinguer ces produit de la viande conventionnelle est ce qui n'est pas présent » (« the non-stuff that distinguishes this product from conventional meat was "made to matter" »).

Le risque de cette tendance du « free-from » est ce que Scrinis (2008, cité dans Sexton, 2016) nomme « the nutritionalised-self », qui est une appréhension de la nourriture seulement par la présence ou l'absence de certains composants. Ainsi la communication sur les caractéristiques absentes des aliments peuvent devenir une part de leur matérialité, et ainsi de l'identité des consommateurs.

Conclusion

Les produits analogues à la viande sont des aliments transitoires et en transition. Que ce soit au niveau de leur offre qui est en pleine expansion en France, par rapport à leur positionnement en fonction des différentes attentes des personnes à même de les consommer ou de leur place dans les régimes alimentaires des individus qui les ont déjà intégrés. Ainsi ces aliments sont révélateurs d'un mouvement de fond dont nous parlions déjà à la fin du chapitre précédent. Observer leur évolution nous amène à être attentifs aux changements en cours sur les comportements, les normes et les valeurs des mangeurs français. Nous sommes également à même, par l'attention portée à ces nouveaux aliments, d'identifier la force des interactions et de l'influence des communicants publics et privés avec les mangeurs.

Mais les PAV sont-ils vraiment un moyen de végétariser l'alimentation, ou bien ces produits renforcent-ils la valorisation et l'attachement à la viande en la rendant toujours symboliquement accessible ? Dans le second scénario, les produits analogues à la viande n'amèneraient pas du tout à une augmentation de la consommation et à une revalorisation des légumineuses brutes ou autres sources de protéines végétales non transformées. Ainsi, par la volonté de conserver la

[56] Un exemple caractéristique est celui du beurre dont les organismes de santé publics recommandaient le remplacement par la margarine qui était dite meilleure pour la santé tout en permettant une conservation des habitudes. A présent on voit un revirement de situation avec la margarine qui est présenté comme contenant des acides gras trans qui augmenteraient les risques de décès par maladie cardiovasculaire et cardiaque.

structure de notre modèle alimentaire, on le ferait perdurer dans un environnement aux priorités changeantes (Sexton, 2016).

Alors, ne faudrait-il pas, plutôt, penser les produits analogues à la viande comme des aliments transitoires entre un modèle alimentaire qui ne conviendrait plus que partiellement aux attentes des consommateurs, et un modèle alimentaire végétarisé plus en accord avec les enjeux environnementaux et démographiques qui marquent notre décennie ?

Partie 2 Présentation de l'étude

Nous venons de présenter le cadre théorique qui sert de support à cette étude. C'est par la compréhension du contexte global que nous avons pu construire les questionnements qui vont guider cette recherche. Ceux-ci se traduisent par une problématique accompagnée d'hypothèses de recherche. Elles seront présentées au cours de cette partie, suivies de la méthodologie employée pour collecter les données nécessaires à leur confrontation avec le terrain. Suivra enfin une présentation de l'analyse des résultats qui nous permettra de faire le point sur les apports de cette étude.

Chapitre 1 Problématique et hypothèses

1 Présentation du stage

Ce mémoire est le sujet d'une recherche de six mois encadrée par l'interprofession des huiles et protéines végétales, Terres Univia. L'objectif de cette association est d'organiser et faire communiquer ensemble les différents acteurs qui s'agrègent tout au long de cette filière. Ainsi s'est-elle donnée pour mission d'optimiser les cultures de colza, tournesol, soja, pois, féverole principalement ; de participer au développement des innovations dans ce secteur et de son expansion sur le marché de l'alimentation humaine et animale ; de sécuriser les productions par l'amélioration des connaissances scientifiques, techniques et des attentes des consommateurs, mais aussi en représentant la filière auprès des pouvoirs publics pour défendre ses intérêts.

L'interprofession des oléoprotéagineux représente les producteurs de produits analogues à la viande, et plus largement les producteurs de légumineuses à graines qui peuvent être mobilisées dans la préparation de ces produits. Le développement de la consommation de celles-ci représente un enjeu de taille pour l'ensemble de la filière. Cependant, l'engouement récent pour cette ces aliments nécessite d'être observé avec attention afin d'aider à diriger ces acteurs vers la satisfaction des attentes des consommateurs. Dans ce but, il est important d'appréhender les caractéristiques sociodémographiques de ceux-ci, leurs pratiques de consommation et les raisons qui les ont amenées à intégrer ces produits dans leur modèle alimentaire.

Ainsi, c'est à ces interrogations que nous allons tenter de répondre aux cours de cette étude.

2 Mise en problématique

2.1Définition

Dans un premier temps, nous avons dû délimiter l'étendue de ce que nous avons nommé « produits analogues à la viande ». Les difficultés à définir ceux-ci ont déjà été présentées dans la partie précédente (chapitre 3, 1.1). Voici actuellement la liste des dénominations que l'on trouve dans les divers supports de communications à leur propos :

- Simili-carnés ;
- Fausses viandes ;
- Aliments contenants des protéines végétales ;
- Substituts de viande ;
- Steak végétaux / haché végétal / boulettes végétales ;
- Alternatives à la viande ;
- Viande sans viande ;
- Meat-analogues / produits analogues à la viande ;
- Ersatz de viande.

La spécificité de ces aliments est qu'ils se définissent par rapport à une catégorie très différente : les produits carnés. Il est donc nécessaire de cadrer les caractéristiques associées à la viande qui interviennent dans l'évaluation de ces aliments. Ceci nous a amené à construire la définition suivante :

> *Produits analogues à la viande : aliments variés qui contiennent un ou plusieurs composants majoritairement d'origine végétale (céréales, légumineuses, légumes, champignons) mais qui peuvent aussi contenir des produits issus d'animaux (œufs, lait, fromages), ils sont soumis à un processus de transformation mécanique (trituration) et/ou physico-chimique (cuisson). Ils peuvent se rapprocher de certains aliments carnés soit par leur teneur en protéines et/ou leurs caractéristiques organoleptiques, soit par leurs caractéristiques visuelles ou leurs modes de préparation et de consommation.*

Nous avons choisi de les nommer « produits analogues à la viande » (PAV) parce que cette appellation n'est ni péjorative, ni réductrice aux aliments auxquels ils se réfèrent. Le mot analogue implique que la viande et les PAV sont comparables sous certains rapports. Ainsi ces

caractéristiques permettent-t-elles d'envisager un remplacement réflexif des produits carnés à différents niveaux de l'espace social alimentaire (dans la cuisine, dans le plat, dans les sources d'apports nutritionnels…). De même, cette définition permet également aux PAV d'être érigé en une catégorie alimentaire autonome si les individus qui les consomment les identifient sans faire référence à la viande.

2.2Problématique

Nous avons pu constater, dans la première partie de notre travail, la complexité historique du rapport de l'homme à son alimentation et en particulier aux produits carnés. De fait, de nombreux enjeux sont en cours dans les sociétés modernes et viennent se cristalliser autour de la consommation de ces aliments. Un climat d'anxiété règne autour de la viande, maintenu notamment par les scandales alimentaires, les crises sanitaires ou encore les associations défendant la cause animale qui amènent certains individus à prendre du recul et à se montrer plus réflexifs dans leurs décisions alimentaires. Des moyens de réassurances ont été mis en place (signes de qualités, avis d'experts, transparences sur les processus de fabrication…), mais ils ont en partie eu pour conséquence d'attiser les débats autour de la question sensible : « qu'est-ce que je mets dans mon assiette ? ».

Pour Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain (2002), l'anomie autour du modèle alimentaire permet l'apparition de nouvelles normes qui permettent de le réadapter à la société. Dans les sociétés modernes occidentales, la cacophonie des discours autour de l'alimentation amène les individus à valoriser certains types d'alimentation dans la reconstruction de leur identité de mangeur social. Actuellement, nous pouvons constater la sensibilisation d'une partie de la population pour une alimentation qui se veut saine, sensibilisation qui se traduit par la consommation de produits végétaux et naturels –c'est-à-dire non-transformés, bruts. La situation d'abondance dans lequel nous vivons peut alors donner lieu à de nouvelles pratiques alimentaires en corrélation avec les attentes émergentes des individus. C'est ainsi que nous allons nous intéresser spécifiquement à la consommation des produits analogues à la viande.

Les sciences sociales, en France, commencent tout juste à se pencher sur ces nouveaux aliments. C'est en cela que nous allons nous attacher à poser les bases d'un questionnement autour de la consommation de produits analogues à la viande. Et ce afin de comprendre qui les consomme, de quelles manières, pour quelles raisons, et comment ces nouveaux aliments s'intègrent dans les habitudes de consommation. Ainsi notre problématique sera-t-elle la suivante :

En quoi les produits analogues à la viande sont les pivots de transformations dans les modèles alimentaires de ces consommateurs ?

3 Présentation des hypothèses

Suite à cette mise en contexte, et dans l'objectif de répondre à la problématique qui vient d'être présentée, nous avons choisi d'articuler nos hypothèses autour des concepts de catégorisation et de familiarité des aliments qui ont été présentés dans la première partie. L'ensemble de ces hypothèses prennent comme repère le rapport à la viande des individus qui consomment des PAV. En effet, il nous semble important de constater auprès des consommateurs si ces nouveaux produits s'articulent et trouvent leur place dans les modèles alimentaires en fonction de ce rapport, comme l'indiquent à la fois les recherches effectuées sur ces produits et les communications marketings qui les concernent.

Les hypothèses présentées ci-dessous se partagent en trois thèmes principaux : dans un premier temps, nous allons tenter de cibler ceux et celles qui constituent la population de mangeurs de PAV. Bien que nous sachions ce qui définit cette population, nous ne connaissons pas encore les critères socio-démographiques qui rassemblent les individus concernés. Ensuite nous essaierons de cadrer les manières dont sont introduits concrètement les produits analogues à la viande dans les habitudes de consommation. Puis nous verrons la place prise par ces produits au sein du modèle alimentaire –avec les changements que cela peut impliquer. Enfin notre attention se portera sur les rationalités qui poussent les individus à consommer ces produits.

Thème 1 : Qui sont les consommateurs de PAV ?

Hypothèse 1.1 : Les consommateurs de produits analogues à la viande seraient plutôt des citadins au capital culturel élevé, plutôt jeunes (en dessous de 50 ans) et seraient plutôt des femmes. Ils auraient un régime alimentaire végétarisé. Ce serait des individus qui mangent peu de viande et qui auraient effectué une baisse de leur consommation de produits carnés. C'est ce changement qui les aurait amenés à consommer des produits analogues à la viande. Ils seraient sensibles à l'environnement, à leur bien-être et au bien-être animal, et chercheraient à le prouver par leur consommation.

Hypothèse 1.2 : Les consommateurs de PAV pourraient également être des individus (de plus de 50 ans) soumis à des injonctions de réformes de leur régime alimentaire par des instances de santé.

Thème 2 : Comment les PAV sont-ils intégrés dans le régime alimentaire ?

Sous-thème 2.1 : Comment se construit la catégorisation pour ces produits ?

Il y aurait différentes manières de catégoriser ces alternatives à la viande en fonction de leurs caractéristiques sociodémographiques mais également en fonction du rapport qu'ont les individus à la viande :

Hypothèse 2.1.1 : Les PAV se rattacheraient à la catégorie des viandes et s'intègreraient dans un contexte de consommation équivalent à celui des produits carnés. Ce serait les aliments carnés transformés (produits traiteurs, charcuterie) qui permettraient ce rassemblement. Les PAV seraient alors évaluées selon les critères de cette sous-catégorie. Ces produits représenteraient la conservation de la structure des plats et des repas par la substitution de la viande avec ces nouveaux aliments. Ils pourraient être employés comme une étape vers une structure de plat de type mélangé (Schösler et Al., 2011).

Hypothèse 2.1.2 : Les produits analogues à la viande se rapporteraient à une catégorie alimentaire de produits végétaux, tel que les céréales ou les légumineuses non transformées. Bien que leur préparation et consommation ne se fassent pas de la même manière, structurellement et nutritionnellement, ils auraient la même fonction et prendraient la même place dans le plat. Ainsi, par exemple, manger des pâtes avec un steak de céréales apparaitrait comme consommer deux fois le même type de produits. Donc ils ne seraient pas mobilisés ensemble pour constituer un plat.

Hypothèse 2.1.3 : Les PAV seraient perçus comme une nouvelle catégorie alimentaire autonome. Cela signifierait qu'ils ont été intégrés au régime alimentaires, ainsi ils seraient assez familiers pour que les individus puissent les évaluer selon des critères qui leurs sont propres.

Sous-thème 2.2 : Modalités d'introduction

Hypothèse 2.2.1 : L'introduction des PAV dans le modèle alimentaire se fait par et dans le contexte du repas et de la cuisine, au travers de plats familiers et qui s'inscrivent dans le quotidien. Nous l'avons déjà vu dans la revue de littérature : les PAV sont plus facilement acceptés lorsqu'ils sont introduits dans des contextes familiers de consommation, parce que la

cuisine et la structuration des plats régulent l'anxiété associée à l'ingestion de nouveaux aliments (Elzerman et Al., 2011).

Hypothèse 2.2.2 : Ces nouveaux aliments seraient consommés dans des plats de type mélangés plutôt que composés. Cela s'expliquerait par deux principes : la végétarisation de l'alimentation entraînerait une restructuration des plats puisque la viande n'y tiendrait plus une place centrale. Et l'introduction d'aliments peu familiers dans un plat serait facilitée lorsque l'aliment se mélange à d'autres, plus connus. Ainsi on ne pourrait pas complètement les y distinguer, ce qui détournerait leur évaluation vers une appréciation de l'ensemble du plat. En plus, on retrouve cette organisation du plat plutôt chez les jeunes individus, ce qui correspondrait au profil établis dans l'hypothèse 1.1.

Hypothèse 2.2.3 : Les produits qui s'intègreraient le plus facilement seraient ceux qui sont différents de la viande mais qui peuvent avoir des éléments de références communs (préparation ou place identiques dans le plat). Cette hypothèse reprend la théorie de l'effet modéré de l'incongruité de Van Trijpe et son équipe (2008, cité dans Elzerman et Al., 2015) : un PAV trop proche de la viande aurait plus de difficultés à être apprécié puisqu'il serait évalué selon les critères de cet aliment de référence sans pouvoir y répondre complètement. De la même façon, un produit trop peu familier, comme le tofu, serait déprécié parce qu'il serait trop éloigné des systèmes d'évaluation établis, ce qui provoquerait un rejet si l'individu est plutôt néophobique. En revanche, si la curiosité l'emporte, alors cette première expérience pourrait permettre l'établissement d'une nouvelle catégorie avec ses critères propres.

Thème 3 : Quelles sont les raisons qui amènent les individus à la consommation de PAV ?

Hypothèse 3.1 : Les PAV seraient principalement la réponse à une anxiété trop forte liée à la consommation de produits carnés. Ils permettraient donc de les éviter, tout en conservant des habitudes de consommation intactes. Le maintien de la structuration du plat et donc de la commensalité lors des repas partagés avec des personnes consommant de la viande seraient fondamentale dans cette transition. Cette consommation de PAV serait motivée par des arguments sanitaires (vis-à-vis de la santé, dans la recherche d'un équilibrage nutritionnel) et/ou éthiques (vis-à-vis des animaux, de la sécurité alimentaire de l'ensemble de la population ou de l'environnement).

Hypothèse 3.2 : La consommation de produits analogues à la viande serait aussi guidée par une volonté de distinction sociale. En effet, ces produits ne sont pas accessibles à l'ensemble

de la population, de par leur prix et la nécessité d'une volonté de réduction de la consommation de viande, qui, nous l'avons vu précédemment, est un phénomène qui touche largement les groupes sociaux au capital culturel élevé. Leur consommation serait associée à une symbolique de « meilleur » consommateur, qui serait un consommateur *responsable*. Cette notion de responsabilité intervient lorsque l'individu est attentif à des éléments qui lui sont extérieurs tel que l'environnement, le bien-être animal ou encore la sécurité alimentaire des populations.

Hypothèse 3.3 : La consommation de PAV, bien que provoquée potentiellement par les raisons développées ci-dessus, serait motivée sur le long terme par une appréciation des produits. L'aspect hédonique ne doit pas être mis de côté pour expliquer l'augmentation du nombre d'individus qui se mettent à les consommer, même si la construction du plaisir est largement menée par la culture alimentaire dans lequel l'individu s'inscrit. C'est par la socialisation de l'enfant que le goût est façonné et où il apprend ce qui est bon à manger dans sa culture (Poulain, 2002-3, p.29). Ainsi les PAV doivent correspondre aux attentes organoleptiques de la culture de ces consommateurs. Une enquête menée en 2016 par le CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie) montre que le goût et la convivialité sont les principaux critères de choix alimentaires des consommateurs[57].

[57] Pascale HEBEL, Les attentes des consommateurs en matière d'alimentation santé, paru le 25/02/2016, par le CREDOC et AgroSup Dijon. (En ligne) http://alumni.agrosupdijon.fr/fileadmin/user_upload/CREDOC.pdf (Consulté le 28/08/2017)

Chapitre 2 Méthodologie

Au cours de ce chapitre, nous allons présenter et justifier les choix de méthodologie visant à infirmer ou confirmer les hypothèses développées ci-dessus.

1 Méthode de collecte des données et d'analyse

1.1 Une recherche qualitative

Les méthodologies qualitatives peuvent se définir comme le type de recherche qui impliquent un contact direct et personnel avec les sujets de la recherche (Paillé et Muchielli, 2012, p.9). Ce mode de recherche requiert une attention constante sur le terrain afin de réarranger de façon pertinente les données trouvées dans le but de les rendre globalement compréhensibles, selon un problème théorisé par le chercheur. Ainsi, il s'agit d'un travail d'interprétation soumis à des règles de méthodes et des principes de références antérieurement établis. Cette méthode vise à être proche des personnes interrogées, de leurs actions et surtout de leurs témoignages sur le sujet en question. On retrouve différentes méthodes de collecte de données qualitatives. Les plus employées sont l'observation, les entretiens et les focus groups. Ces outils sont mobilisés pour obtenir les représentations, les opinions des individus, les raisons qu'ils donnent à leurs pratiques, ainsi que les valeurs et les normes qui sous-tendent leurs actions. Ces méthodes s'emploient sur des échantillons restreints, mais permettent d'approfondir les questions de recherche.

L'analyse des données obtenues en recherche qualitative demande au chercheur de comprendre et d'interpréter les pratiques et expériences en fonction de différentes approches. Les sociologues Paillé et Muchielli soulignent à ce propos que « *la donnée qualitative est en fait à ce point multidimensionnelle que seul l'esprit humain peut espérer en extraire le plus de sens.* » (2012, p.20). Elle consiste en une constante déconstruction/reconstruction et décontextualisation/recontextualisation : des réarrangements qui amènent à une nouvelle mise en valeur des données brutes (idem, p.31).

Une fois les données collectées, l'analyse qualitative se déroule en trois phases : dans un premier temps, il est nécessaire de retravailler les données obtenues sur le terrain par

enregistrements et notes. Ainsi leur retranscription de manière claire et uniforme permettra ensuite le travail de transposition. Celui-ci consiste en l'organisation en catégories, qui conduisent à cette nouvelle mise en valeur des données de départ, plus conceptuelle et générale. Une fois qu'a été réalisé un premier examen empirique des données, le chercheur traite de façon conceptuelle son matériau de recherche, afin de qualifier les expériences, interactions et pratiques en fonction d'une perspective théorisante (idem, pp. 316-321). L'analyse implique une intention d'analyse qui dépasse une simple synthèse du contenu du matériau analysé et essaye d'accéder aux sens communs donnés par les individus à leur actions. Depuis les années 60, la création de catégories est devenue l'outil analytique par excellence de l'activité de théorisation/conceptualisation. Pour former une catégorie, il faut articuler ensemble le sens des représentations, des vécus et des événements consignés, et par rapport à d'autres catégories auxquelles elle est liée (idem, p. 317). Enfin, le travail de restitution permet de communiquer en argumentant autour des catégories d'analyses créées par le chercheur au travers d'une présentation finale de l'ensemble de la recherche.

1.2 Le choix de l'entretien semi-directif

L'entretien est l'un des principaux outils de recherche en sciences sociales. Il permet de recueillir des aspects subjectifs et qualitatifs de la vie sociale. C'est un procédé d'investigation qui demande de la communication, et de l'interaction puisqu'il se fait dans un contact direct entre un enquêteur et un enquêté. Mais cette relation n'est pas sans effet sur le travail. En effet, les questions ouvertes et organisées suivent une structure préétablie qui doit être amenée par l'enquêteur. Ainsi doit-il garantir que les thèmes clés de la recherche soit abordés, tout en cherchant la meilleure manière d'obtenir les informations de la part de l'enquêté. Ce rapport doit être pris en compte par le chercheur afin d'objectiver les données récoltées et arriver à une véritable connaissance scientifique.

Olivier de Sardan (1995) explique que les techniques d'entretiens oscillent entre deux pôles : la consultation et le récit. Dans le premier sens, le chercheur consulte l'interrogé ce qu'il pense ou ce qu'il connaît sur le sujet concerné. C'est sa « compétence » qui est sollicitée, sa capacité à avoir quelque chose à dire sur le sujet grâce à son vécu. En revanche, l'entretien, comme récit, est plus spécifique. L'enquêté sera sollicité pour rendre compte d'événements dont il a été acteur.

Plus précisément, les entretiens que nous avons choisi d'effectuer sont de type semi-directif. Le chercheur dispose d'un certain nombre de questions guides organisées en thèmes sur

lesquelles il souhaite obtenir des réponses. Les sujets ne sont pas forcément abordés dans un ordre préétabli et sous leur formulation précise. Cette forme d'entretien est assez libre : le chercheur laisse venir l'enquêté autant que possible sur les thèmes à aborder. En revanche, il est nécessaire de cantonner la discussion autour des sujets d'intérêt.

2 Les méthodes employées

Toute recherche est cadrée par des limites financières, temporelles, pratiques ; ainsi le chercheur doit-il veiller à prendre en compte ces critères afin pouvoir proposer des résultats fiables. Cinq paramètres influencent particulièrement les orientations qui seront prises : les ressources à disposition du chercheur (financière, temporelle, humaine), la nature et la précision des données (statistique, verbatims…), le positionnement temporelle de l'étude (enquête sur des événements présents, passés, de prospection…), les caractéristiques de la population étudiée (nombre, âge, sexe…) et les attentes du commanditaire.

En l'occurrence, cette étude est effectuée par une seule personne et dans la limite temporelle des 6 mois impartis par le cadre du stage. Notre question de recherche étant la compréhension des pratiques et des représentations vis-à-vis d'un nouveau type d'aliment, l'approche qualitative est la plus adaptée pour y répondre. Aussi la méthodologie choisie permet-elle de contourner ces contraintes, puisqu'avec un échantillon d'enquêtés restreint, l'entretien semi-directif permet de récolter et de traiter suffisamment de données pour pouvoir les rendre probantes. Ainsi, nous avons mis en place un guide d'entretien accompagné d'un support photo permis par les ressources financières allouées par le commanditaire, Terres Univia. La présente étude a donc été construite de manière à pouvoir répondre aux attentes de cette interprofession, tout en proposant une recherche qui appréhende plus largement possible ce qu'implique la consommation de produits analogues à la viande.

2.1Echantillonnage et échantillon effectif

La collecte de données a été réalisée sur deux mois, entre le mois de mai 2017 et juin 2017, permettant la passation de 20 entretiens. Ils ont tous été effectués en face-à-face et se sont déroulés entre Paris et Arles.

2.2.1 Mode de recrutement

Pour constituer l'échantillon de la population que nous voulions rencontrer, nous n'avons retenu initialement qu'un élément restrictif : une consommation de produits analogues à la viande d'au moins une fois par mois. En effet, nous avions besoin d'individus qui connaissent des PAV afin d'être à même d'en parler.

Nous avons donc créé une affiche permettant de filtrer les individus susceptibles d'accepter de faire un entretien en utilisant des photos de différents produits analogues à la viande. Nous l'avons placé dans divers endroits tel que des lieux d'approvisionnement spécialisés, type magasins biologiques ; des restaurants alternatifs proposant des plats végétariens et/ou biologiques et plus largement dans des lieux où les potentiels consommateurs de PAV pourraient se rendre: librairies, bibliothèques, tabacs, lieux associatifs, etc. Nous avons également mobilisés nos contacts personnels et professionnels pour recruter des répondants potentiels. Enfin, nous sommes directement entrés en contacts avec des consommateurs en allant dans un rayon dédié aux produits analogues à la viande d'un magasin de l'enseigne Biocoop. Ainsi interpellions-nous les individus qui s'étaient saisis de PAV pour leurs proposer de participer à cette étude.

La première méthode employée fut la diffusion par les affiches : celle-ci fut peu concluante. Un élément à noter cependant, bien que nous ayons reçu très peu d'appels par ce biais-là, les individus se sont pourtant sentis concernés puisque la plupart des numéros de téléphone à retirer pour prendre contact étaient prélevés de l'affiche. Cependant, ils n'allaient pas pour autant au bout de leur démarche. Seulement deux personnes ont été recrutées par ce moyen. La majorité des enquêtés (onze) a été recrutée par le biais de relations professionnelles ou personnelles. Les sept autres répondants ont été rencontrés directement sur leur lieu d'approvisionnement en PAV.

2.2.2 Présentation des enquêtés

Nous sommes parvenus à obtenir des profils variés en termes de catégories socioprofessionnelles et de niveau d'éducation. En revanche, nous avons eu beaucoup de mal à recruter des hommes (5/20), ce qui constitue en soi une information précieuse sur les profils des consommateurs de PAV. Cela s'explique notamment parce que la personne la plus à même et qui aurait envie de parler de ce qu'elle consomme est celle qui est en charge de l'alimentation dans le foyer, et malheureusement, c'est une tâche qui est encore très marquée par les stéréotypes de genre. Un entretien a été effectué avec deux répondants, un homme et une

femme. Nous avons donc priorisé les réponses de l'homme afin d'avoir l'opportunité d'observer des différences genrées dans le rapport aux PAV, s'il y en avait.

La moyenne d'âge des répondants est de 44 ans, avec une répartition inégale entre les âges : 10 personnes ont plus de 50 ans, et 6 moins de 30 ans. En revanche nous trouvons une répartition équilibrée dans la constitution du foyer des individus interrogés : 8 habitent en couple, 7 sont en couple avec enfants, et 6 vivent seules. En termes de capital culturel, le niveau était globalement assez élevé : 6 personnes avaient plus d'un diplôme de niveau bac +5, et 8 individus ont entre un bac+3 et bac +5.

Un second élément a été pris en compte dans le recrutement des enquêtés : le régime alimentaire. Nous ne voulions que d'une minorité de végétariens parce que, comme nous l'avons développés précédemment, ce ne sont pas les cibles du marketing des PAV. De plus, ils ne s'inscrivent plus dans une démarche de réduction de la consommation de viande. Ainsi leur rapport à la viande est-il très différent de celui des personnes qui en mangent encore. Nous avons donc veillé à ce qu'il n'y ait pas une sur-représentation de personnes végétariennes (5/20) dans notre échantillon. Par ailleurs, notre échantillon comporte des personnes présentant une variété de niveau de consommation de viande. Nous avons donc constitué deux groupes de mangeurs de produits carnés : les faibles consommateurs (5/20) et les moyens consommateurs (8/20). Le groupe végétariens représente ceux qui ne mangent plus des produits carnés, ou à de rares occasions (7/20).

Le tableau ci-dessous présente l'intégralité des entretiens en fonction des variables principales sur lesquelles nous nous sommes concentrées lors de l'analyse :

Ent n°	Sexe	Age	Régime alimentaire
1	H	27	Végétarien (1 fois par semaine)
2	F	23	Végétarienne
3	H	54	Moyen consommateur de viande (4 fois par semaine)
4	H	23	Végétarien
5	F	25	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
6	F	37	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
7	F	52	Végétarienne
8	F	56	Moyenne consommatrice de viande (7 fois par semaine)
9	F	50	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
10	F	34	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
11	F	27	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
12	F	30	Végétarienne (moins d'1 fois par semaine)
13	F et H	47 et 52	Végétariens
14	F	55	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
15	F	79	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
16	F	54	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
17	F	67	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
18	F	40	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
19	F	59	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
20	H	35	Végétarien

Puisque le mode de recrutement s'est fait par la volonté des individus, ainsi avons-nous récolté la vision des PAV des individus qui se sont sentis concernés, c'est-à-dire ayant une réflexion par rapport à leur consommation de ces produits. Les participants à ces entretiens sont souvent sensibilisés à l'importance de la recherche et/ou sont militants pour la cause animale, ainsi ont-ils des idées à transmettre au travers de ce sujet d'étude. Cela correspond au niveau culturel général élevé, tout comme au fait que ce soit surtout des femmes qui ont une consommation de viande plutôt faible et sont attentives à leur santé, à l'environnement et au bien-être animal. Ces données correspondent également au profil obtenu par les chercheurs de l'université de Wageningen au Pays-Bas (Elzerman et Al., 2015).

Cependant on retrouve une diversité de rapport à l'alimentation et aux PAV dans ces entretiens : il y a de nombreuses « visions particulières », d'individus avec des profils qui permettent d'approfondir certains points de vue. Telle, par exemple, une étudiante en thèse de nutrition, un cuisinier « végétal » à domicile ou encore des militants pour l'association de défense des animaux L214. Ces profils sont particulièrement sensibles au développement des produits analogues à la viande ; ils pourraient même être perçus comme des personnes-ressources pour la perception de signaux faibles vis-à-vis du développement des PAV et ses implications dans le modèle alimentaire de la population générale.

2.2Présentation du guide d'entretien

A présent nous allons présenter et justifier les différents thèmes abordés dans les entretiens. Vous retrouverez le guide d'entretien est en annexes.

Dans un premier thème nous cherchions à comprendre les pratiques alimentaires des répondants sur 4 points principaux : la construction des repas, le régime alimentaire, le rapport aux légumineuses et à la viande. La raison de ce questionnement est qu'il est fondamental d'intégrer notre objet d'étude dans un contexte pour pouvoir lui donner du sens et en comprendre les enjeux.

Nous commencions par les interroger sur la construction typique de leurs repas. Nous avons déjà vu que le contexte du repas et sa structuration jouent un rôle dans l'acceptation de la consommation de produits analogues à la viande (Elzerman et Al., 2015). Ensuite, nous les interrogions sur leur régime alimentaire afin d'obtenir un aperçu précis de ce à quoi ils font attention dans leur alimentation, et quelles en sont les raisons. Puis nous faisions un recentrage sur les légumineuses : cette partie du guide d'entretien visait à relever la familiarité des répondants avec cette catégorie d'aliments. Nous avons observé la fréquence de consommation, la diversité de légumineuses consommées et connues, mais également les plats qui sont préparés avec, les motivations à leur consommation et plus généralement leur place dans le régime alimentaire des répondants. Enfin nous nous intéressions à leur rapport à la viande. Il s'agissait de comprendre les comportements encadrant la consommation de produits carnés, mais également ses évolutions dans le temps. Ces différentes trajectoires de vie sont donc abordées par différents thèmes tels que l'appréciation de la viande, la fréquence et l'évolution de sa consommation ou encore l'opinion sur le végétarisme.

Dans un second thème, nous cherchions à relever les représentations des répondants sur l'alimentation. Ainsi nous sommes-nous concentrés sur trois thèmes pertinents par rapport à notre objet de recherche : le bien-être animal, la diététique et l'environnement. En interrogeant sur ces trois sujets, nous cherchions à comprendre les facteurs qui influencent les décisions et les comportements des répondants sur leur alimentation. Ces domaines concernent plus spécifiquement leurs modes d'approvisionnement alimentaire. Le but étant d'examiner ce que ces trois sujets évoquent pour eux et leur prise en compte lors des décisions d'achat et actes de consommation. Par ailleurs, nous les avons également interrogés sur leur familiarité vis-à-vis des « protéines végétales », afin d'observer les représentations des répondants sur cette notion de nutrition. Enfin, il leur a été demandé s'ils substituaient la viande par des aliments végétaux.

La raison de cette question était de savoir si la réduction de la consommation de viande est accompagnée consciemment d'autres changements dans l'alimentation.

Le troisième thème portait plus directement sur les produits analogues à la viande. Comme nous l'avons vu précédemment, la question de l'appellation de ces produits n'est pas encore fixée, et les significations diffèrent en fonction des mots choisis. Ces faits pouvant influencer les répondants et nous faire perdre des informations, il nous paraissait évident que nous ne pouvions pas nommer nous-même ces aliments. C'était donc aux répondants de le faire. Pour introduire cette partie de l'entretien, nous avons donc choisi de les faire travailler sur une série de 18 images représentant la diversité des produits analogues à la viande actuellement disponibles en France. Ces aliments étaient seulement sortis de leur emballage et pris seuls en photo, sans accompagnement. Les exercices autour des photos consistaient en trois étapes :

- la première était de décrire et nommer les aliments un par un, expliquer s'ils étaient familiers ou non, en donner une appréciation. De même, il était demandé une projection dans la préparation et la consommation de ces aliments, afin de permettre à l'enquêteur de se faire une idée des manières dont les PAV seraient cuisinés, accompagnés, et dans quels contextes ils seraient consommés.
- Nous présentions les photos trois par trois, ce qui permettait, en parallèle de la première partie, de demander d'en rassembler deux ou d'en mettre une de côté. Cet exercice nous a permis d'avoir une première approche des modalités de classification des PAV entre eux. Les trios ont été constitués puis testés lors des trois pré-tests. L'objectif était qu'il n'y ait pas d'assemblage trop évident, et surtout pour que les répondants puissent mobiliser différentes rationalités de rassemblement. Ainsi, lors des pré-tests, différentes triades ont-elles été présentées afin d'observer quels étaient les divers modes de rassemblement en fonction de : l'appréciation/ l'apparence/ la projection/ la préparation/ la composition. Ainsi nous avons constitué 6 triades, présentées toujours dans le même ordre:

1ère triade : 22 -15 -14

2ème triade : 11 -16 -21

3ème triade : 1 -9 -18

4ème triade : 6 -5 -13

5ème triade : 3 -20 -7

6ème triade : 2 -8 -17

- La dernière étape avec les photos consistait à laisser la main libre au répondant en l'amenant à répartir ces 18 produits en catégories selon les critères qui leur paraissaient les plus pertinents. Une limite de cinq groupes était imposée, pour contraindre les enquêtés à rassembler les produits en classes larges afin de permettre une analyse plus générale par le croisement des catégorisations obtenues. Ensuite nous demandions aux répondants de présenter leurs catégories et d'expliquer leurs choix. Cela nous a permis de mettre en avant les différents types de rationalités mobilisées pour appréhender ces aliments.

Suite à cette familiarisation avec les différents produits, nous revenions aux expériences des répondants avec ces aliments. Ainsi nous les interrogions sur leur propre consommation de PAV par rapport aux achats, à la préparation et au contexte de consommation. En s'intéressant également à l'évolution dans le temps afin d'observer le fonctionnement de l'intégration des PAV dans les régimes alimentaires.

Enfin, nous nous concentrions sur les représentations plus générales de ces produits, mais aussi sur les producteurs et sur la communication à leur propos. Cet état des lieux permettait de clôturer l'entretien en donnant un aperçu des perceptions du marché des PAV et leurs perspectives d'évolution pour les répondants.

2.3A côté des entretiens semi-directifs

En supplément de ces entretiens, nous avons effectués quelques entretiens avec des personnes ressources de ce secteur ainsi qu'une courte observation en magasin spécialisé. Cela nous a permis de définir une meilleure vision d'ensemble des produits analogues à la viande par l'appréhension de leur intégration dans la filière du « manger ».

2.3.1 Entretiens professionnels

Nous avons rencontré 4 personnes qui sont concernés par le développement des produits analogues à la viande pour différentes raisons.

Ces entretiens nous ont apporté des regards différents sur ces produits. On retrouve néanmoins des points communs qui viennent soutenir nos hypothèses. Il est systématiquement revenu que les consommateurs de ces produits sont des individus qui ont réduit leur consommation de viande et dont les estimations du profil de consommateur se rapproche de celui que nous avons établi. Ils mettent également bien en avant la hausse d'intérêt portés par les consommateurs pour les PAV, et plus largement les légumineuses.

2.3.1.1 Gérant de Biocoop

La première personne rencontrée, Ludovic Badin, est le gérant d'un magasin sous l'enseigne Biocoop. Depuis son ouverture, il y a deux ans, le rayon des produits analogues à la viande fonctionne mieux que prévu. D'ailleurs le rayon contient le maximum de références disponibles sur la plate-forme Biocoop. Proportionnellement, il occupe une surface deux fois plus grande que celle du rayon des produits carnés. Selon M. Badin, ces produits sont avant tout destinés aux personnes qui cherchent à réduire leur consommation de viande, voire ceux qui sont en transition vers un régime végétarien :

« Il y a beaucoup d'études sur des substituts de viande, qui ont le même aspect avec le sang qui coule et tout… mais ça le végétarien s'en fout parce qu'une fois qu'on a fait la démarche d'arrêter de manger de la viande on ne va pas aller chercher quelque chose qui y ressemble. Donc c'est plus les produits qui vont inciter les gens à faire la transition. C'est vraiment pour faire changer les habitudes des personnes qui ont vraiment la viande ancrée, ça permet d'avoir encore cette notion de viande dans l'assiette. »

Les consommateurs de PAV présenteraient un panel assez large de profils sociodémographiques, mais auraient la caractéristique commune d'être des actifs plutôt jeunes ayant peu de temps pour cuisiner. En effet, les PAV seraient de bonnes alternatives à la viande, tant au niveau organoleptique que pour la reproduction de la structure des repas contenant de la viande :

*« **Et est-ce que vous avez une idée des profils de consommateurs qui mangent ces produits ?***
On est quand même sur des jeunes générations, on se rapproche de repas plus faciles à préparer… moi j'en prends de temps en temps pour dépanner […]. »

Ce responsable a remarqué que les consommateurs de son magasin priorisent les viandes de qualité. Cette attention portée sur la qualité et sur les conditions de production, que ce soit pour le respect du bien-être animal ou de l'environnement, viendrait de la diffusion des informations dans les médias sur ces sujets :

« Il y a trois ans, on n'aurait jamais pensé que L214 aurait cette couverture nationale. On voit que les gens commencent à poser des questions sur la qualité des produits, l'exploitation, le mode d'élevage »

Les produits qui se vendent le mieux seraient de loin les galettes de céréales, suivies ensuite des tofus agrémentés puis des simili-carnés (type boulettes de viande, viande hachée, émincées de poulet…). Le simple fait d'avoir un plus large choix et une meilleure communication sur ces produits par les publicités faites par les industriels tel que Sojasun, Fleury Michon, Herta, amènerait de nouveaux clients, également consommateurs de viande.

2.3.1.2 Doctorant en nutrition sur les protéines végétales

En première année de doctorat, Erwan de Gavelle prépare une thèse sur les équilibres des sources de protéines animales et végétales dans l'alimentation. Il part du constat qu'il y a une baisse générale de la consommation de viande et des modifications rapides des pratiques alimentaires qui viendrait bousculer ce rapport entre les protéines d'origines animales et végétales. Ainsi la question centrale de son travail serait :

« Quelles sont les conséquences de cette transition sur les apports nutritionnels et la satisfaction des besoins dans les différents nutriments ? Et comment accompagner cette transition pour que cet équilibrage, qui tend vers plus de protéines végétales, permette quand même de satisfaire les besoins nutritionnels ? Donc est-ce que cela pose des problèmes, ce qui se passe, et quels sont les moyens d'aller vers plus de végétal tout en ayant une bonne adéquation nutritionnelle, et sur quel nutriment cela peut-il poser problème ? »

Les outils employés pour répondre à cette problématique sont les données de consommation issues de l'étude INCA 2, effectuées par l'ANSES entre 2006 et 2007. A partir de ces données sont effectuées des simulations de substitutions de produits protéines issus d'animaux par des parts végétales équivalentes. Dans ce modèle, il a été considéré, a priori, que les contributeurs protéiques végétaux déjà consommés par un individu sont plus acceptables pour se substituer à la viande que des aliments hors du répertoire alimentaire de l'individu. De plus, les aliments ne sont pas substitués en totalité : seule une portion d'un aliment animal est substituée par une portion d'aliment végétal. Cette hypothèse est basée sur des travaux récents soulignant que les modifications de tailles de portions semblent plus acceptables que les substitutions. Ainsi, un participant qui aurait indiqué consommer des lentilles, peut voir une portion de lentilles se substituer à sa portion de viande quotidienne. Cela permet d'identifier des groupes d'aliments pouvant se substituer à des aliments considérés nuisibles. L'objectif étant d'observer à grande échelle les modes de substitution les plus intéressants pour améliorer l'équilibre nutritionnel de la population générale.

L'attention du doctorant se porte particulièrement sur les aliments riches en protéines, mais en prenant en compte tous les autres nutriments qu'ils contiennent. L'intérêt actuel pour les protéines s'explique par le fait que c'est le nutriments soumis à la plus forte évolution. Cette évolution pourrait entraîner de nombreuses conséquences qui doivent être identifiées et étudiées dès maintenant :

« Si ça se trouve tout va bien, mais comment accompagner cette transition vers moins de viande ? "Vous voulez manger moins de viande, ok, ça ne pose pas de problème, si [à condition que] vous mangiez de tel et tel produits" ».

Ce qui est intéressant dans cette étude, c'est que les simulations sont effectuées par des algorithmes qui cherchent juste à améliorer l'adéquation nutritionnelle des données de consommation par rapport aux apports de références. Ainsi, on peut imaginer que les résultats vont aller vers une augmentation de la part de protéines végétales dans les régimes alimentaire, bien qu'aucun a priori pouvant biaiser les résultats n'ait été impulsé par les chercheurs. Ces

données pourront ensuite être utilisées par les organismes de santé publique pour émettre des recommandations de substitutions spécifiques à différents types de population :

> *« L'idée est de pouvoir dire qu'en ne modifiant pas grand-chose dans l'alimentation de certains groupes de population et en allant vers plus de végétal on peut améliorer l'alimentation en consommant particulièrement un peu moins de tel groupe d'aliments et un peu plus de tel autre. »*

Les données de consommation la dernière enquête INCA, permettront de vérifier si les évolutions proposées par l'algorithme se rapprochent des consommations actuelles. Cela signifierait alors qu'il y a une amélioration de la couverture des besoins nutritionnels en France, et que les estimations faites sont réalistes. Si ce n'était pas le cas, cela indiquerait que les individus tendent naturellement vers des solutions de remplacement qui n'augmenteraient pas la qualité nutritionnelle de leur alimentation.

Pour augmenter l'acceptabilité des solutions de substitutions, Erwan de Gavelle va effectuer en parallèle une enquête d'acceptabilité afin d'éliminer les remplacements qui ne sont pas compatibles avec les habitudes de consommation des individus.

Cette recherche appuie sur l'importance que l'on porte actuellement sur les protéines végétales, cette transition vers une végétarisation des régimes alimentaires doit être accompagnée par les chercheurs que les organismes de santé publique en parallèle du développement d'aliments végétaux.

2.3.1.3 La start-up ICI&LA

Nous avons interrogé Sylvain Goyer, qui est en charge du développement commercial en restauration collective de cette jeune entreprise qui commercialise des produits analogues à la viande à base de légumineuses (haricots, lentilles, pois chiches). Leur offre est certifiée biologique et d'origine française. Ils diffusent leur produits principalement en restauration collective, et depuis peu ils sont aussi disponibles en grande distribution sous la marque « le boucher vert ».

Le choix de ces composants principaux est associé à une volonté de se départager des produits à base de soja, mais aussi d'augmenter leur acceptabilité en les rattachant à un patrimoine alimentaire, puisque ces légumineuses sont historiquement ancrées dans le terroir français et européen. En plus de jouer sur la familiarité des ingrédients principaux, cette entreprise joue également sur une image de naturalité en proposant des produits à la

composition simple et compréhensible par les consommateurs non formés en nutrition. Les apports en protéines sont aussi un support clé de leur communication, notamment parce que cette start-up travaille principalement, pour le moment, avec la restauration collective scolaire. On sait à quel point les apports en protéines sont importants pour les populations jeunes.

Bien qu'il soit fait référence aux produits carnés au travers du nom de leur marque « le boucher vert », la ressemblance ne se fait qu'au travers des apports équivalents en protéines :

> *« Mais on n'est pas là pour faire comme de la viande, on ne cherche pas à la reproduire ni dans la couleur, ni dans la texture, ni dans le goût. On n'est pas là non plus là pour critiquer la viande. Dans nos steaks, on voit les légumineuses, les légumes. On ne fait pas des lardons végétaux, des hachés végétal… on n'est pas sur ce positionnement-là. »*

Leurs produits seraient des moyens de réintégrer les légumineuses dans les habitudes alimentaires. Ils s'adresseraient aux végétariens, mais également aux personnes qui ont réduit leur consommation de viande et qui auraient envie de diversifier leur alimentation avec de nouveaux produits qui se consomment sur le même créneau que la viande.

Selon Sylvain Goyer, les consommateurs de leurs produits auraient le profil suivant :

> *« Personne plutôt urbaine, plutôt la 40aine, portrait du consommateur moyen de produit bio : 87% sont des femmes, 42 ans d'âge moyen, 30 000€ de salaire annuel, 63 % mangent bio, 62% mangent bio depuis au moins 5ans. C'est plutôt des CSP supérieures. »*

2.3.1.4 Directeur de Tossolia, producteur de PAV

Cette entreprise française a commencé à produire du tofu en 1990. En croissance douce pendant près de 20 ans, elle a connu quelques difficultés de 2008 à 2012, période pendant laquelle la part des produits traiteur végétal biologique en magasin spécialisé a cessé d'augmenter. En revanche, à partir de 2013, la croissance est repartie à la hausse et elle ne décroit plus depuis. Avec la marque SOY du groupe Nutrition&Santé, ce sont les deux producteurs de tofu français actuellement présents sur le marché. Depuis 2015, Tossolia a sorti une nouvelle gamme de produits : « idée végétale » qui se différencie fortement des tofus nature ou agrémentés qu'ils proposaient jusque-là. Joël Pichon, le directeur de Tossolia explique la différence entre le tofu et ces nouveaux produits :

> *« On est plus dans le simili-carnés. Le tofu en lui-même, est riche en protéines, mais ce n'est pas vraiment du simili-carné puisqu'il a une texture molle qui est assez éloignée de la fibre que l'on peut retrouver dans la viande. »*

Cette description correspond à la distinction faite par Annet C. Hoek (2011-1) entre les simili-carnés qui ressemblent sur le plan organoleptique à la viande et les autres PAV (présenté dans la partie 1, chapitre 3, 1.1).

Cette diversification de l'offre est issue de la demande des consommateurs. Ces individus seraient de nouveaux acheteurs en magasin bio en train d'esquisser un tournant vers une végétarisation de leur alimentation. Pour ces profils de consommateurs, les simili-carnés seraient plus accessibles que le tofu.

Pour se départager des autres producteurs de soja, cette entreprise articule ses arguments de vente autour de leur aspect artisanal, avec des approvisionnements locaux en soja, et la structure de l'entreprise qui est en SCOP (Société coopérative de production). Mais, tout comme Ici&Là, ils mettent en valeur également les apports en protéines de leurs produits :

> *« Il s'agit d'une alternative aux protéines animales. Les protéines végétales ont le vent en poupe : j'ai vu qu'avant les gens étaient équilibrés entre les deux apports de protéines, aujourd'hui on est à 70/30%. Donc on ne parle pas de végétarisme mais simplement de rééquilibrage. Donc nos produits sont riches en protéines végétales, peu de lipides gras saturés…»*

2.3.2 Courte phase d'observation

Lors de la phase de recrutement des répondants, nous sommes allés directement voir les consommateurs de PAV du magasin Biocoop de Ludovic Badin. Nous y avons passé environ quatre heures réparties sur deux jours : un mercredi et un samedi, en faisant respectivement la fermeture et la coupure du déjeuner. Ainsi nous avons pu rencontrer des populations variées de consommateurs.

Les hommes qui sont venus dans le rayon des PAV ne représentent qu'une petite minorité, ce qui s'explique par le fait que ce sont encore surtout les femmes qui s'occupent des approvisionnements[58]. De plus, ils semblent moins nombreux à consommer des produits analogues à la viande, à en juger de cet homme qui s'est défendu d'un « non, mais c'est pour ma femme » lorsque nous lui avons proposé de participer à un entretien.

La plupart des individus rencontrés étaient familiers des produits qu'ils choisissaient puisqu'ils ne prenaient pas le temps de regarder le rayon et se dirigeaient directement vers ceux dont ils avaient l'habitude. Cependant le premier achat semble difficile : certains individus qui

[58] 85% des femmes s'occuperaient encore des courses quotidiennes selon une étude faite par le CREDOC parue en 2015, (en ligne) https://fr.slideshare.net/lesechos2/parit-tude-credoc (consulté le 29/08/2017)

hésitaient devant le rayon expliquaient ne pas connaître ces produits, et parfois ne choisissaient rien. La plupart des produits achetés étaient des galettes de céréales dont les références sont largement plus nombreuses que les autres types de produits comme le tofu et les simili-carnés.

Chapitre 3 Analyse

Le travail de terrain a permis le recueil de données répondant aux objectifs énoncés précédemment. Cette partie clef de notre étude va nous montrer ce qui émane des entretiens semi-directifs. Nous allons les présenter puis les confronter aux hypothèses.

1 Analyse des entretiens

1.1Structuration des prises alimentaires en fonction du rapport à la viande

On observe entre les répondants une concordance des valeurs autour de l'alimentation. Celles-ci mettent en avant l'importance de la prise en compte de leur santé, du bien-être animal et de l'impact environnemental et social de leurs décisions alimentaires. Ceux-ci les amènent à valoriser les aliments bruts et le temps investi à cuisiner. Ces intérêts correspondent aux recommandations des institutions de santé publique, ce qui confirme que les individus au capital culturel élevé sont ceux qui se conforment le plus à ces discours (Poulain, 2002-1). Les prises alimentaires, et particulièrement le diner, sont ritualisés et associées à des temps de partage. C'est au cours de cette temporalité que se traduiront les valeurs évoquées précédemment ; ainsi le diner aura-t-il une fonction de rééquilibrage alimentaire mais aussi social par le rassemblement de la cellule familiale :

> *« En général c'est cuisiné le soir parce que mes enfants n'ont pas bien mangé à la cantine le midi. […] Le soir ce sera plus long, mais plus léger –en fait il est mieux fait, posé. »* Ent 18 (F, 40ans)

En revanche, les personnes habitant seules ne trouvent pas forcément dans le retour au domicile un cadre fixe de consommation alimentaire. Bien qu'ils aient les mêmes valeurs, elles les traduiront plus au travers des aliments choisis que dans la structure des repas :

> *« Ça dépend des moments, je peux faire des repas assis bien constitués et je peux faire un sandwich. Je ne suis pas ordonnée pour manger. Ça dépend de ce qu'il y a à la télé et le midi de ce que j'ai fait le matin, il n'y a pas de raisons particulières. » Ent 15 (F, 79 ans, retraitée habitant seule)*

1.1.1 Structuration du plat et consommation de viande

La structuration des plats est un indicateur de la fréquence de consommation de viande. Comme l'avait montré Hanna Schölster et son équipe (2011), la végétarisation de l'alimentation amène une réorganisation des plats, passant d'un « repas traditionnel » qui contient de la viande à un « vrai repas végétarien ». La structure intermédiaire étant le repas traditionnel sans viande, dans lequel on peut trouver des PAV. Ce qui caractérise ces différentes structurations du plat est l'organisation des aliments dans l'assiette. Plus on tend vers une structure végétarienne, plus l'on passe d'une organisation de type composé où les aliments sont juxtaposés à une organisation de type mélangé où la viande n'a plus sa place dominante, et c'est également ce qui facilite son remplacement : elle ne manque plus.

Nous avons créé trois catégories en fonction des profils de consommation de viande des répondants. Les catégories sont formées en fonction de la quantité des portions de viande consommées au cours d'une semaine moyenne, et estimée par les répondants dans les entretiens. En fonction de leur consommation de viande, les caractéristiques socio-démographiques des répondants vont différer. Nous utiliserons les dénominations : « végétarien » ; « faible consommateur » ; « moyen consommateurs » ; pour faire rattacher les citations des répondants à ces différents profils au cours de l'analyse.

1.1.1.1 Points communs entre les trois typologies de mangeurs de viande

Pour une majorité des répondants (hors végétariens idéologiques[59]), la viande est fortement associée au plaisir alimentaire. En revanche, on voit un consensus général autour de la dévalorisation de la viande transformée et issue de l'industrie agro-alimentaire :

> *« Mais la viande, par exemple, je prends plutôt des beaux morceaux parce que les filets de poulets tout décomposé pas cher, ça ne m'inspire pas. Du coup je prends plutôt des bons morceaux Loué, nourrit au graines de lin… » Ent 5 (F, 25 ans, faible)*

L'ensemble des répondants ont réduit leur consommation de viande de manière plus ou moins drastique. On observe trois types de raisons principales qui sous-tendent cette baisse de produits carnés dans les régimes alimentaires. Généralement, plusieurs arguments sont énoncés par chaque répondant, bien qu'il y ait toujours un type d'argument qui prédomine. En fonction

[59] Annet C. Hoek et son équipe (2004) ont théorisé deux types de végétariens : les idéologiques qui ont une culture alimentaire végétarienne avec une structure de plat mélangé, construit sur le modèle du « vrai repas végétarien ». Et les végétariens pragmatiques qui ne consomment plus de viande pour des raisons morales mais qui ne veulent pas changer leur culture alimentaire ni abandonner les caractéristiques organoleptiques de la viande s'ils peuvent les retrouver dans des produits qui répondent à leurs attentes éthiques. Ainsi les premiers seront peu attirés par les PAV alors que les seconds le seront bien plus.

de ce qui motive les répondants, on observe différents déclencheurs qui amènent vers cette réduction :

- *La cause animale*. Ceci est cohérent avec les recherches déjà faites sur le sujet par l'équipe d'Annet C. Hoek (2013) : les principales raisons d'éviter la viande en Occident sont les croyances morales et éthiques qui accroissent l'intérêt pour le bien-être animal et amène à un refus (symbolique ou réel) de la mort des animaux. Lorsque ce sont des raisons d'ordre moral, alors les éléments déclencheurs sont plutôt de l'ordre de la récurrence des arguments présents dans le paysage médiatique et relationnel qui vont amener les individus à réfléchir sur ces questions, puis à agir. Alors les changements opérés sur les habitudes seront assez engageant pour les individus, amenant à une décroissance notable de la consommation de viande.

- *La santé*. C'est un facteur qui devient de plus en plus important dans la réduction des produits carnés. D'ailleurs, les végétariens ont un score plus élevé sur leurs préoccupations de santé que les consommateurs de viande (Hoek et al., 2013). Les changements effectués pour une amélioration de la santé sont de moindre ampleur que pour les arguments éthiques. Au niveau diététique, les déclencheurs viennent soit d'injonctions extérieures, du corps médical par exemple, alors la baisse de consommation de viande va se faire sur une temporalité relativement courte et connaitre des fluctuations ; soit il s'agit d'une catégorie d'aliment qui est peu appréciée et alors la baisse sera faiblement perceptible et engagée sur le long terme.

- *L'environnement*. La rationalité environnementaliste a surtout un rôle de renforcement des deux premières. Si c'est la principale raison, alors elle entraine dans les régimes alimentaires des changements moins forts et moins durables dans le temps. Néanmoins ces arguments sur l'impact environnemental de la viande sont évoqués par l'ensemble des répondants. Cependant, il est rarement décisif dans la décision d'achat ou de consommation :

« Maintenant, j'arrive à faire la différence entre ce que je ne mange pas par goût et ce qui est réputé ne pas être spécialement intéressant d'un point de vue environnemental. Ça fait réfléchir un peu, pas tout le temps mais du coup quand les deux se recoupent : il n'y a plus de raisons de manger du bœuf. » Ent 9 (F, 50 ans, moyenne, n'apprécie pas un grand nombre de produits carnés)

Dans tous les cas, en revanche, cette baisse de consommation de viande associée à une plus grande consommation d'aliments végétaux peut provenir de préoccupations parentales afin de fournir une alimentation en adéquation avec ses valeurs et les exigences biologiques pour ses enfants. Claire Lamine (2008) avait également montré que c'était un des déclencheurs principaux amenant à la consommation d'aliments d'origine biologique qui a de nombreux points communs avec la végétarisation de l'alimentation (comme vu dans la partie 1, chapitre 2, 2.6.1).

1.1.1.2 *Végétariens* (consommation de viande 1 fois maximum par semaine) = 7 enquêtés

Nous avons nommé ce groupe ainsi car il comprend l'ensemble des répondants qui ont éliminé la viande de leur quotidien. Cette appellation ne fait référence qu'aux habitudes de consommation et non au marqueur identitaire que peut représenter le mouvement végétarien. La culture alimentaire végétarienne n'est pas systématiquement adoptée avec un régime alimentaire végétarien. Ainsi nous reprendrons la typologie d'Annet C. Hoek (2004) qui départage les végétariens idéologiques et des végétariens pragmatiques, vue précédemment.

La moyenne d'âge de cette catégorie est de 35 ans, plus basse que celle de l'ensemble du panel (44 ans). Le niveau d'éducation de ce groupe est assez élevé, comme Arouna Ouedraogo (2005) l'avait également constaté. On y retrouve la quasi-totalité des hommes interrogés, ce qui peut s'expliquer par le fait que les hommes acceptant un entretien sont ceux qui se sentent les plus concernés par leur alimentation et qui aurait fait des choix –le végétarisme– à propos desquels ils ont envie de communiquer.

Le choix de ne plus consommer de viande n'est pas associé directement à une dépréciation organoleptique initiale, mais plus souvent à une volonté de respecter des convictions morales. Cependant cette décision peut entrainer par la suite un dégout pour la viande. Ce processus montre comment un aliment doit être « bon à penser avant d'être bon à manger », selon la célèbre formule de Claude Lévi-Strauss :

> *« J'adore ça, et quand j'en mangeais, j'adorais les gros pavés de bœufs, les tartares… Mais c'est associé à trop de choses négatives, il n'y a plus cet aspect de plaisir pour moi. » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)*

> *« Et remanger de la viande ça fait pire que de manger 15 cafés par jour : sudation, palpitation, impossible de dormir alors que je l'avais mangé le midi, problème pour aller à la selle pendant trois jours … » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)*

La principale motivation qui amène à cet arrêt de consommation de viande est l'éthique, la prise en compte de la cause animale. Les informations sur les conditions d'élevage et d'abattage

des animaux de rente viennent majoritairement de contenus diffusés dans les médias télévisés. L'élevage intensif y est perçu comme étant un système foncièrement négatif :

> *« Se dire qu'on n'a pas besoin de faire un tel massacre pour être en bonne santé, que c'est vraiment une question de plaisir et de culture. Quand on se rend compte que ce n'est qu'une question d'habitude, et quand on voit les images d'élevages, la vie abominable qu'ont les animaux. Les gens doivent savoir ce qu'il se passe vraiment. Les animaux qu'on mange sont jeunes, ils sont tués très tôt et c'est un cauchemar. Et l'abattage en masse est abominable au niveau souffrance alors que ce n'est pas une question de survie pour l'homme! » Ent 13 (F, 47 ans, végétarienne)*

1.1.1.3 *Faibles consommateurs* (consommation de viande entre 2 et 4 fois par semaine) = 5 personnes

Les faibles consommateurs tirent également la moyenne d'âge du panel vers le bas puisque la leur est de 41 ans. On y retrouve le reste des moins-de-50 ans, à quelques exceptions près. Le niveau d'éducation de ce groupe est le plus élevé des trois, ce qui correspond aux travaux de Schölster (2011). Ce sont ces profils de consommateurs particulièrement visés par les producteurs de produits analogues à la viande. Sensibles aux arguments diététiques et éthiques, ils accordent suffisamment d'importance à leur alimentation pour faire les changements nécessaires pour être en accord avec leurs convictions. Ainsi les PAV répondent à leurs attentes tant pratiques que morales. Ces derniers éléments ont également été démontrés par Hoek et son équipe (2004).

La structure des plats de ces répondants se rapprocherait du repas traditionnel sans viande ; ainsi les produits carnés gardent une placent qui va être laissée à disposition pour des PAV. Leurs repas ne sont pas construits autour d'un produit carné, bien qu'il puisse être mobilisé de temps en temps. Ils sont souvent dans une phase de végétarisation de leur alimentation, qui leur fait découvrir de nouveaux produits tels que des PAV –qui ne ressemblent pas à de la viande. Bien que leur consommation occasionnelle de produits carnés puisse rester stable, ils peuvent se diriger petit à petit vers une culture alimentaire végétarienne en réduisant la place de la viande dans leur assiette, entrainant une transition de la structure du plat de composé à mélangé.

On observe un attrait initial peu développé pour la viande chez les faibles consommateurs de viande. Cette catégorie d'aliments est alors consommée pour ses vertus nutritionnelles et par commensalité. Bien qu'ils puissent l'apprécier, la préparation et l'achat vont être des étapes peu agréables. Les viandes consommées sont surtout des viandes blanches, dans lesquels on ne reconnait pas l'animal. Ils ont un rapport plutôt sarcophage (Vialles, 2007-1) à la viande :

« Tout le problème en fait c'est de l'acheter : une fois qu'elle est dans le frigo je demande à M. de la cuisiner pour moi et une fois qu'elle est dans l'assiette, il n'y a pas de problème, je la mange. […] M. arrive vraiment plus à en acheter que moi, mais moi le fait de voir de la viande crue dans les supermarchés, j'ai plus de mal à en acheter. Le poisson ne me dérange pas, c'est bizarre, c'est le côté rouge de la viande crue. » Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

« Tu manges de la viande ?
Par obligation, sinon je mange pas mal de poisson. Et la viande je me force, ça doit être mon passé nutritionniste, j'ai tendance à être anémiée, je prends de la viande rouge tous les 15 jours par acquis de conscience […] il y a clairement une histoire de gout, j'ai une mauvaise image de la viande rouge que tu dois mâcher pendant des heures, je ne prenais pas de plaisir à en manger.» Ent 10 (F, 34 ans, faible consommatrice)

La réduction de la consommation de viande est souvent poussée par une réflexion nutritionnelle, mais ces individus font de plus en plus attention aux arguments concernant le bien-être animal. Ils sont particulièrement sensibles aux contenus vidéo diffusés dans les médias par les associations de défenses de la cause animale. Le rejet de la mort animale est surtout symbolique, il n'y a pas une remise en cause de la consommation de viande mais plutôt du système de production. Ainsi, éviter les produits issus des industries agro-alimentaires dénoncées dans les vidéos permettrait d'accéder à des produits carnés plus en accord avec la vision que les répondants ont du bien-être animal :

« On a vu pas mal d'émission sur le traitement des animaux, et comme la viande bio est très chère, c'est pas une vraie alternative. Comme la viande normale on ne veut pas trop en manger, on préfère éviter. J'aime bien la viande mais c'est surtout à cause des animaux que je ne mange plus de viande. » Ent 17 (F, 67 ans, faible consommatrice)

1.1.1.4 *Consommateurs moyens* (consommation de viande plus de 4 fois par semaine) = 8 personnes

Les consommateurs moyens sont en revanche plus âgés que les deux groupes précédents, avec une moyenne d'âge de 54 ans. Le niveau d'éducation est le moins élevé des trois groupes, mais ceci s'explique notamment par l'âge des répondants, car en termes de catégories socio-professionnelles, l'avancement dans leur carrière les place en premier. Pour ces individus, les traditions alimentaires sont plus fortement ancrées, ce qui entraine une moindre remise en question de leurs habitudes. Ainsi l'introduction de PAV est plus longue, et ils en connaissent et consomment un nombre plus restreint que les autres groupes.

La viande est une composante importante du repas pour ces répondants, bien qu'elle puisse être considérée comme non indispensable à chaque prise alimentaire. La structure de leur plat sera de type composé ; la viande tient une place centrale dans leur assiette comme on peut la

trouver dans la culture alimentaire traditionnelle en France. Dans leur rapport à la viande, les consommateurs moyens seraient plutôt zoophages. Il va être important pour eux de connaitre les conditions d'élevage des animaux et la provenance de leur viande pour pouvoir la consommer avec sérénité :

> *« J'achète chez le boucher que je connais bien et chez qui la viande est bonne. Je sais que le porc n'est pas élevé en batterie. Et puis, ma foi, on l'a élevé pour le manger, je suis là pour le manger. »* Ent 15 (F, 79 ans, consommatrice moyenne)

Bien que ces répondants énoncent une baisse de leur consommation de produits carnés, la mise en place d'une alimentation végétarisée peut être ralentie par d'autres facteurs tels que l'habitude, la pression sociale ou encore le plaisir alimentaire :

> *« Et puis il y a la cause animale qui intervient, ces pauvres bêtes, on les tue, on les mange… je me dis ça quand je suis à la boucherie. Mais après j'achète quand même quand j'ai envie d'acheter, ça ne me perturbe pas plus que ça. »* Ent 16 (F, 54 ans, consommatrice moyenne)

Pour ce profil, la réduction de la viande dans les habitudes alimentaires n'a pas pour objectif final le végétarisme : au contraire, ce régime n'est pas envisagé chez la plupart des répondants qui consomment encore de la viande. On s'aperçoit que c'est un régime peu familier et sous-tendu de représentations issues des discours scientifiques normatifs :

> *« Que des végétaux ce n'est pas suffisant, on est pas herbivore. On mange de tout, on n'est pas carnivore non plus. Il faut que ce soit fait de façon proportionnelle à l'organisme ; si ces études ont trouvé qu'il fallait en manger 2 fois par semaine c'est que c'est mieux qu'en manger plus. Mais des fois je ne vais pas manger de viande, ça ne va pas me manquer. »* Ent 16 (F, 54 ans, consommatrice moyenne)

L'ancrage culturel de la viande explique les difficultés auxquelles les répondants peuvent être confrontés lorsqu'ils cherchent à réduire leur consommation. La valorisation historique de l'accession à une consommation quotidienne de produit carné est pertinemment analysée par cette répondante qui questionne l'institutionnalisation de la consommation de viande :

> *« Arriver à manger de la viande tous les jours pour ma génération c'était accéder à la classe sociale supérieure et c'est devenu une habitude alimentaire pas du tout vitale.*
>
> *[…] Mon mari est un peu carnassier avec cet espèce de cliché de l'homme au barbecue qui met trois kilos de viande en disant « c'est moi qui fais ! » et il aime ça !*
>
> *[…] Avec un minimum de rationalité on se rend compte qu'on mange beaucoup trop de protéines animales par rapport aux besoins que l'on a. J'ai pas envie que mes enfants entrent dans cette habitude qui est de manger de la viande systématiquement à tous les repas parce que si tu n'as pas mangé de viande, ce n'est pas un repas. Je ne veux pas qu'il y ait cette habitude qu'ont nos générations que si on ne mange pas une viande, un féculent, et un dessert on n'aurait pas mangé. Et puis je crois que j'ai pris conscience de la façon dont on élève les animaux. Je*

pense que j'y ai pensé quand je suis devenue mère. Je n'aime pas trop la viande rouge et quand on a des enfants on nous dit '' il faut faire de la viande'', et c'est ce ''il faut'' qui m'a un peu choquée. » Ent 18 (F, 40 ans, moyenne)

Ce sont avant tout les arguments nutritionnels qui sont avancés pour expliquer leur baisse de consommation de viande, puisque cette baisse promet d'améliorer ou de maintenir la santé de ces individus :

« Des problèmes de santé qui m'ont amenée à changer ma façon de m'alimenter. Et puis il y a aussi les modifications de l'organisme, l'âge aussi, je n'ai pas la nécessité d'en manger [de la viande] comme quelqu'un de 20ans. » Ent 14 (F, 55 ans, consommatrice moyenne)

Pour les consommateurs moyens de viande, le bien-être animal est aussi une donnée importante qui sert à l'évaluation de la qualité du produit. Par une consommation plus réflexive qui explicite leurs attentes auprès des producteurs, ces répondants cherchent à améliorer les conditions d'élevages et d'abattage des animaux producteur de viande :

« Ce sont les conditions d'élevages et d'abattage, ça me touche d'une certaine façon mais ça ne vaut pas de se priver d'un bon beefsteak. On peut se battre pour de meilleures conditions. » Ent 15 (F, 79 ans, consommatrice moyenne)

Voici ci-dessous, le tableau récapitulatif des répondants en fonction de leur consommation de viande :

Ent n°	**Sexe**	**Age**	**Régime alimentaire**
1	H	27	Végétarien (1 fois par semaine)
2	F	23	Végétarienne
3	H	54	Moyen consommateur de viande (4 fois par semaine)
4	H	23	Végétarien
5	F	25	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
6	F	37	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
7	F	52	Végétarienne
8	F	56	Moyenne consommatrice de viande (7 fois par semaine)
9	F	50	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
10	F	34	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
11	F	27	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
12	F	30	Végétarienne (moins d'1 fois par semaine)
13	F et H	47 et 52	Végétariens
14	F	55	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
15	F	79	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
16	F	54	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
17	F	67	Faible consommatrice de viande (2 fois par semaine)
18	F	40	Moyenne consommatrice de viande (5 fois par semaine)
19	F	59	Moyenne consommatrice de viande (4 fois par semaine)
20	H	35	Végétarien

1.1.2 Baisse de la consommation de viande et pratique de substitution

Les apports en protéines des produits carnés sont bien connus des répondants, ce qui entraine des questionnements sur la manière dont il est possible de réduire sa consommation de viande sans prendre de risque pour sa santé. Cette réflexion entraine généralement un report vers une autre catégorie d'aliments appréciés. Il s'agira souvent d'autres produits issus d'animaux, et particulièrement les produits laitiers ou encore le poisson, qui est considéré comme une alternative moins problématique à la viande :

> *« Si j'ai pas de viande sous la main et que je ressens un besoin de protéines, je vais prendre du fromage. Je le vois le soir, j'ai tendance à manger plus de fromage qu'avant. Mais si je mange de la viande, je ne mange pas de fromage. »* Ent 6 (F, 37 ans, consommatrice moyenne)

Les trois typologies présentées précédemment font état de la réflexion des répondants à ce report de leur consommation de viande vers d'autres aliments. En revanche, pour certaines personnes de plus de 55 ans, la consommation de viande apparait comme moins nécessaire qu'auparavant et ne fait pas forcément l'objet d'un remplacement. Ceci avait déjà été observé par Combris et Grignon (1997) : à partir de 60 ans, il y a une baisse générale de la consommation de viande :

> ***« Quand vous avez baissé votre consommation de viande, est-ce que vous l'avez remplacée par d'autres aliments ?***
> *J'en mangeais beaucoup, donc je n'ai pas eu besoin de la remplacer. Je mange aussi pas mal d'œufs, mais c'est depuis toujours. Je mange aussi moins de fromage qu'avant mais c'est aussi parce qu'en volume je mange moins qu'avant. »* Ent 15 (F, 79 ans, consommatrice moyenne)

Un des rares points communs que l'on observe entre les consommateurs moyens de viande et les végétariens idéologiques, qui sont familiers de la cuisine végétarienne, est qu'ils cherchent moins systématiquement que les faibles consommateurs de viande à remplacer la viande par un aliment qui occupera la même place dans leur plat. Ceci entraine des changements de structuration du plat : il peut y avoir un report sur les autres éléments constituant un plat, nécessitant par exemple une réorganisation des quantités des autres aliments afin de compenser l'absence de viande :

> *« Je mange beaucoup de légumes et de fruits, mais ça ne remplace pas la viande, c'est pas un substitut. C'est les quantités qui ne sont pas les mêmes que si j'avais un steak à côté »* Ent 9 (F, 50 ans, consommatrice moyenne)

1.2 Rapport aux légumineuses

Les légumineuses ne constituent pas une catégorie alimentaire clairement définie pour les répondants. Peu de produits sont cités comme appartenant à ce groupe d'aliments : les légumineuses les plus souvent citées sont les lentilles (énoncées par l'ensemble des répondants) suivies des pois chiches (énoncés par 16 répondants sur 19). Puis viennent les haricots secs (pour 11 répondants sur 19). On retrouve également le soja (cité par 7 répondants). Cet ordre de familiarité correspond à la consommation moyenne de légumineuses de la population française (comme présenté dans la partie 1, chapitre 1, 3.3.2). Bien que l'ANSES ait récemment séparé récemment les légumineuses des céréales dans ses recommandations de consommation alimentaire. Elles sont souvent comparées aux céréales, et sont alors consommées dans une optique de diversification de l'alimentation quotidienne :

> *« Mais j'en fais plus pour éviter la monotonie, je sais que le panel de ce que je peux manger est vaste donc j'en mange plutôt pour lutter contre la monotonie, ça va être pour changer des céréales. »* Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

> *« Les lentilles, quinoa, boulgour… c'est des céréales qui ont d'autres vertus au niveau alimentaire… sur les glucides peut être, les pâtes en ont plus ! »* Ent 16 (F, 54 ans)

On observe deux voies principales d'introduction des légumineuses dans le régime alimentaire.

- Soit, étant historiquement ancrées dans des cultures alimentaires plutôt rurales, elles ont été intégrées lors de la socialisation alimentaire :

> *« Les lentilles, je les mange depuis toujours, c'est peut être aussi lié au fait que je suis du Berry, c'est traditionnel, on a toujours vu des champs de lentilles. »* Ent 8 (F, 56 ans, consommatrice moyenne)

- Soit elles sont introduites *a postériori* par le biais de la culture alimentaire végétarienne :

> *« Au début [de son végétarisme] c'était complètement opaque pour moi, même si je suis médecin. Ce n'était pas des produits qu'on consommait. »* Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

Pour les végétariens, les légumineuses sont perçues comme équivalentes à des produits carnés par leur teneur en protéines et leur qualité rassasiante. C'est en cela qu'elles vont être fondamentale pour un régime végétarien équilibré :

> *« C'est important parce que c'est une source de protéines végétales. Mais je vise quand même les apports en protéines en mangeant des légumineuses et aussi les hydrates de carbone lents qui vont me permettre d'avoir de l'énergie un peu plus longtemps entre deux prises*

alimentaires. Les légumineuses c'est des glucides, ce qui va se transformer en sucre, ça va apporter de l'énergie au corps et beaucoup de fibres, c'est ce qui donne la sensation d'être rassasié et de ''tenir'' plus longtemps entre deux prises alimentaires. » Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

Les légumineuses sont des aliments plutôt réservés à une consommation quotidienne, particulièrement si elles sont sous une forme brute. Dans la culture alimentaire végétarienne, cependant, elles peuvent être associées à une alimentation festive si elles sont consommées sous une forme plus élaborée :

« Pour Noël j'ai fait des steaks de pois chiche à la truffe, puisque ma sœur et moi on ne mange pas de foie gras ni de poisson. J'en avais fait pour tout le monde, ça a été apprécié ! » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

1.2.1 Fréquence de consommation et freins

Ceux qui sont habitués à consommer fréquemment des légumineuses (2-3 fois par semaine) mettent en place des techniques de préparation afin de gagner du temps : elles vont être faites en quantités par exemple. Ceux qui sont moins coutumiers de ces aliments ont un registre plus restreint de plat auxquels les intégrer, et perçoivent leur mise en œuvre comme un frein à leur consommation. Ce manque de familiarité renforce l'image d'une préparation laborieuse des légumineuses, réduisant d'autant plus leur intégration dans les habitudes alimentaires. Ceci avait aussi été présenté dans la revue de littérature (Partie 1, chapitre 1, 3.3.2) par Martine Champ et ses collaboratrices (dans Schneider et Huyghe, 2014, p.294). Les légumineuses sont des aliments en transition dans les modèles alimentaires entre les aliments identifiés et les aliments familiers. Cela se vérifie également dans les projections de consommation : les légumineuses devraient prendre une plus grande place dans les régimes alimentaires, mais des freins pratiques et de représentations amoindrissent les vertus accordées à cette catégorie. Ainsi, même si elles bénéficient d'une image plutôt positive, elles doivent être particulièrement appréciées pour être intégrées à l'alimentation quotidienne :

« A. en mange vraiment par plaisir, c'est aussi pour ça qu'elle a le réflexe d'en mettre alors que moi… je ne vais pas avoir une grosse envie de légumineuses. » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)

« C'est très bien, c'est vrai que c'est un truc qui est très recommandé pour les personnes qui mangent moins de viande. J'en suis ultra consciente mais franchement la flemme ! Pourtant ça me parle, je vois très bien l'intérêt nutritionnel, mais quand je suis à la maison je ne l'intègre pas du tout. » Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

« On fait les lentilles plutôt en hiver avec des carottes, des lardons. C'est la seule manière dont on mange des lentilles parce que c'est trop long à cuire.
C'est plutôt un plat chaud, c'est ça ?

Oui parce que c'est encore plus long de les faire froides ! » Ent 5 (F, 25 ans)

Les répondants constatent cependant leur réintroduction dans le paysage alimentaire français grâce à leur intégration dans la cuisine gastronomique :

> *« Je crois que le problème c'est que ça touche à l'imaginaire de l'alimentation du pauvre. Alors qu'à l'inverse dans les restaurants un peu tendance, on retrouve toujours une salade de lentilles froides… je pense que ça revient. »* Ent 18 (F, 40 ans, consommatrice moyenne)

1.3 Perception des protéines végétales

On observe une attention accrue aux apports en protéines et le début d'une différenciation entre protéines végétales et animale chez les faibles consommateurs de viande, les végétariens et les individus qui ont une formation en nutrition. Ceci avait également été identifié dans l'enquête menée par l'association GEPV[60] sur l'acceptation des protéines végétales par la population française. Ainsi, les protéines végétales sont perçues comme des nutriments bio-disponibles lors de la consommation de certains aliments végétaux. Cependant, on voit que cette notion fortement médiatisée est en cours d'intégration mais n'est pas forcément maîtrisée. Il s'agit d'un concept qui fait l'objet d'une réappropriation par ces mangeurs qui peuvent se sentir perdus dans cette cacophonie de discours scientifiques (comme vu dans la partie 1, chapitre 2, 1.2.3). Les protéines étant fortement associées à la viande, le terme « végétal » déstabilise certains répondants, surtout chez les consommateurs moyens de viande qui se sentent moins concernés par la nécessité d'un bon équilibre des apports protéiques. Cela s'explique aussi par une référence plus forte à une culture alimentaire traditionnelle qui n'est pas pensée en termes nutritionnels mais plutôt en termes de praticité et de symbolique :

> *« Protéines végétales ? J'ai vu avec la pub à la télé c'est tout ce qui est légumineuses, c'est un mélange de céréales qui va être mélangé avec du fromage, d'autres trucs comme ça. La viande, les œufs, le poisson… je pense que dans les légumineuses il y en a aussi parce qu'on dit ''si vous mangez des protéines, vous ne mangez pas de viande''. Si on mange de la viande ne pas manger du quinoa ou des lentilles. Donc les protéines végétales c'est dans les légumineuses, non ? Je ne sais pas ! Ça va être le tofu… »* Ent 16 (F, 54 ans, moyenne)

Pour les répondants, les protéines végétales sont comprises dans différentes catégories d'aliments végétaux ; une majorité évoque leur présence dans les légumineuses. Ceci illustre l'intégration des messages d'informations des organismes de santé publique chez les personnes attentives aux informations nutritionnelles. Les PAV et particulièrement les produits à base de soja sont perçus comme ayant une forte concentration de protéines végétales. Cela peut

[60] GEPV, Lettre Position n°61, octobre 2016

s'expliquer par le fait que ces produits font l'objet d'une communication fortement axée sur leur richesse en protéines :

> *« C'est tout ce qui va être protéines venant des céréales, des légumineuses et que je vais aller chercher dans le tofu, pour moi c'est vraiment une source de protéine de bonne qualité et qui rééquilibre les protéines animales qui étaient en surabondance dans mon régime »* Ent 10 (F, 34 ans)

Les répondants qui consomment peu ou pas de viande connaissent le principe de complémentarité des protéines de légumineuses et de céréales pour obtenir une meilleure couverture des besoins protéiques. C'est une des notions de nutrition largement diffusée par la culture végétarienne, ce qui prouve l'imprégnation de la culture alimentaire végétarienne au-delà d'un public spécifique.

1.4 Analyse des produits analogues à la viande

Après avoir présenté les différents profils de rapports à la viande et aux légumineuses de nos interlocuteurs, nous allons à présent nous concentrer sur l'analyse des PAV.

1.4.1 Consommation personnelle

Cette partie visera à présenter la place que prennent les produits analogues à la viande dans l'alimentation des répondants.

1.4.1.1 Intégration des PAV dans le régime alimentaire et familiarité

On observe trois voies d'introduction des PAV dans les régimes alimentaires. En fonction de celle qui est employée, ce ne seront pas les mêmes produits qui seront mobilisés :

- Soit c'est dans une *recherche de diversification de l'alimentation* (pour les consommateurs moyens de viande) ;
- Soit c'est dans le but de *réduire sa consommation de viande tout en conservant une structure de plat traditionnelle* qui amène à la substitution de la viande par un PAV (pour l'autre partie des faibles consommateurs de viande) ;
- Soit ils sont mobilisés lors d'une transition de la culture alimentaire traditionnelle à la culture végétarienne dans l'optique d'un *remaniement du régime alimentaire* (pour une partie des faibles consommateurs de viande et des végétariens).

Dans les deux premières voies d'introduction, la structure du plat reste de type composé, et seule la viande est visée dans ce changement. Alors que dans la dernière, les PAV sont mobilisés à la suite d'une réorganisation du modèle alimentaire, le plat va être de type mélangé. Ainsi, dans les premières, la ressemblance à la viande est recherchée, contrairement à la troisième.

La première expérience de consommation d'un produit de la catégorie des PAV se fait systématiquement par le biais d'une tierce personne ou d'une entité (un média, réseaux sociaux, forums) en laquelle on a confiance. Cependant, on trouve des différences d'approche de ces produits en fonction des voies d'introduction. Dans tous les cas, les individus ont besoin d'une mise en contexte pour ces produits non familiers. Mais leur intégration sera facilitée pour le dernier type d'introduction, parce que ces individus sont sensibles à la culture végétarienne et se situent dans un contexte social qui la favorise. Ce qui revient souvent à connaitre des individus qui consomment des PAV depuis longtemps[61], ainsi le contexte d'introduction sera plus acceptable. La familiarité avec les PAV est due à une exposition répétée à ces produits parce que cela réduit l'incertitude du consommateur face à de nouveaux aliments. Ainsi, elle entraine une acceptation supérieure par les individus qui en consomment : même les plus réticents changeraient d'avis sur le long terme (Hoek et Al., 2013 ; présenté dans la partie 1, chapitre 3, 2.1.1). Cette troisième voie d'introduction guiderait les consommateurs vers des PAV qui ne ressemblent pas à la viande, puisqu'ils sont intégrés dans le cadre de la cuisine végétarienne. Au contraire, les autres type d'introduction utilisent les PAV qui ressemblent à de la viande et peuvent la remplacer dans un plat, ce sera par une conservation de la structure du repas que le contexte d'intégration sera perçu comme familier pour les mangeurs :

> *« Je crois que c'est ma mère qui en a acheté la première fois, elle voulait faire des pâtes bolognaise et remplacer la viande par les protéines de soja et j'avais trouvé ça super bon. »* Ent 2 (F, 23ans, végétarienne)

> *« C'est du tofu ! C'est super dur à cuisiner pour des gens comme moi ! C'est une copine qui nous l'avait fait en le faisant revenir avec des légumes à la poêle. Moi j'avais regardé faire. Depuis j'en avais pas racheté, j'étais un peu circonspecte»* Ent 18 (F, 40 ans, consommatrice moyenne)

1.4.1.1.1 Produits consommés

Parmi les 18 produits présentés, seule une minorité est reconnue et consommée par la majorité des répondants. La galette de céréales est probablement le PAV le plus familier grâce à sa visibilité et sa présence constante sur le long terme dans les lieux d'approvisionnement, et sa facilité d'acceptation puisque ses composants sont facilement identifiables. Il est suivi par les falafels, consommés plus occasionnellement mais bien identifiés, ils appartiennent cependant à une autre culture alimentaire, ce qui rend plus difficile leur introduction dans une

[61] « *37% des répondants, dont une majorité de foyers contenant au moins un végétariens, perçoivent très positivement les protéines végétales pour leurs qualités nutritionnelles et environnementales*. » (Champ et Al. dans Schneider et Huyghe, 2015, p.282).

catégorie commune à l'ensemble des PAV. Et enfin le tofu, qui est familier car il est l'aliment typique de la culture alimentaire végétarienne. :

> *« Le tofu, j'en mange depuis que je suis végétarienne, c'est associé au végétarisme. Au début je ne savais pas trop, j'avais peut être lu que le tofu était le nouveau substitut de viande, j'avais commencé par ça, du coup. »* Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

> *« En fait j'imaginais pas qu'il y ait autant de produits différents, pour moi il n'y avait que les protéines de soja, les steaks végétaux, le pâté végétal et l'houmous, c'est tout. Je ne savais pas qu'il y avait tout une gamme de trucs cuisinés, ou juste à réchauffer. »* Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)

Néanmoins, bien que les PAV puissent appartenir à différentes cultures alimentaires, la cuisine végétarienne se les est réappropriés. Ainsi, les répondants qui connaissent la majorité des produits sont systématiquement des végétariens pragmatiques, mais déjà introduits à la culture alimentaire végétarienne :

> *« Au départ, on testait ce qui était en supermarché, c'était assez limité, SOY ou SOJASUN, c'était des galettes de céréales. Puis après on a découvert les simili-carnés avec un monde vegan et là on a testé des produits. Certains nous ont déçus, d'autres nous ont bluffés mais il fallait avoir des recettes pour savoir comment s'en servir. » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)*

Les consommateurs moyens de viande connaissent un nombre plus restreint de PAV que les faibles consommateurs de viande et les végétariens. Cependant ces quelques produits sont familiers, bien que consommés occasionnellement, parce qu'ils sont intégrés dans leur paysage alimentaire sur le long terme, n'étant pas associés à des changements majeurs d'habitudes alimentaires. Pour les consommateurs faibles comme moyens, la familiarité des PAV se crée en les rapprochant de ce qu'ils peuvent cuisiner eux-mêmes. Même si le produit n'est pas familier pour ces répondants, le fait qu'il se rapproche d'une préparation coutumière facilite son appréciation et sa projection dans un contexte de consommation. Ceci s'explique par le fait que la culture alimentaire traditionnelle de ce groupe les amène à être plus réticents face aux aliments dont ils ne comprennent ni ne maîtrisent le processus de fabrication :

> *« **Vous en mangez depuis quand ?***
> *Ben j'avais commencé il y a longtemps, les steaks de céréales, j'en achetais quand j'étais jeune ! J'en mangeais quand j'étais étudiante, n'aimant pas la viande seule. On n'était pas forcément dans la protéine pure mais plutôt dans la galette de légumes concassés. Mais on a toujours eu des palets de légumes comme ça ! La différence c'est qu'il y a des céréales dedans. Après j'ai un peu arrêté quand je me suis mise avec mon mari, je cuisinais moins en n'ayant pas les enfants. Et petit à petit avec les enfants on en a mangé rapidement »* Ent 18 (F, 40 ans, consommatrice moyenne)

> *« Un légume c'est un légume, juste transformé, du coup je suis rassurée. Une galette, je connais, c'est acquis, c'est parfait. C'est des céréales mélangées mise dans une chapelure, et frit, ce*

n'est pas transformé en soi, c'est juste préparé d'une autre façon. On peut les acheter comme ça mais on peut aussi les faire soi-même : c'est ça la différence. » Ent 14 (F, 55 ans, consommatrice moyenne)

A l'inverse, les faibles consommateurs de viande, plus jeunes, n'ont pas les mêmes attentes envers les PAV, ils recherchent de la praticité et une transposition dans la structure des plats. Aussi, leur modèle alimentaire est plus flexible ce qui rend ces individus plus à même de faire des changements dans leur consommation de viande en rapportant les attentes qu'ils avaient de la viande vers les PAV. Ces derniers prennent alors une place bien plus importante dans leur régime alimentaire que chez les consommateurs moyens de viande.

Chez les végétariens, on observe dans le temps une évolution de la consommation des PAV. S'ils permettent dans un premier temps de combler la place abandonnée par la viande, on observe rapidement une intégration de la culture végétarienne qui amène à une nouvelle utilisation de ces produits –moins associée à une logique de substitution. Il s'agit là d'un passage entre un végétarisme pragmatique à un végétarisme idéologique, selon la typologie d'Annet C. Hoek (2004) :

« Pour nous, ça a répondu à un moment donné à la nécessité de combler un vide laissé par les produits carnés et le poisson. Avec une éducation du gout, et puis parallèlement on a appris à cuisiner des matières premières végétales. Ça a permis de combler un vide à une époque où on devait apprendre à cuisiner plus de légumes et à découvrir des saveurs. » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

1.4.1.1.2 Préparation des PAV

La mise en œuvre des PAV va dépendre de la familiarité des répondants avec la « cuisine végétarienne ». Ce facteur va influencer la nature des PAV consommés. Ceux qui auront été introduits à cette culture alimentaire vont plutôt rechercher des produits bruts qui ne ressemblent pas à de la viande tel que le tofu, les protéines de soja texturées, le seitan. Ils nécessitent un temps de préparation supérieur à celui des PAV souvent consommés par les consommateurs de viande, qui veulent les insérer dans une cuisine française traditionnelle :

« Les protéines de soja et le tofu. C'est des choses auxquelles je suis assez sensible, j'ai assez l'habitude de les manger, de les travailler, je les fais sous des formes différentes en plus […] Les galettes je vais acheter rarement pour les fois où je dois manger un truc rapide. » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

« Je mange que les steaks basiques, cuit à la poêle. » Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

1.4.1.2 Contexte de consommation

Comme nous l'avons vu dans la revue de littérature, il est fondamental de prendre en compte le contexte dans lequel un individu va choisir de consommer un produit analogue à la viande.

Le « triangle du manger » conceptualisé par Jean-Pierre Corbeau (2002) permet d'appréhender la complexité de ces situations en identifiant caractéristiques les du mangeur, de l'aliment et de la situation en question. Ainsi, en fonction de leurs spécificités, les PAV sont mobilisés dans différents contextes de consommation par les répondants.

Les PAV, qui demandent un faible investissement à la préparation, vont être associés à des repas pris rapidement. Ils peuvent être mobilisés notamment lorsqu'il y a un désintéressement pour la préparation du repas. Cette mobilisation est faite particulièrement par les individus qui ont intégré ces produits dans leur régime alimentaire car cela demande que les produits soient familiers. Ce sont plutôt des produits compacts qui sont consommés pour reproduire une assiette de type composée, preuve que la structure traditionnelle des plats représente toujours, pour une majorité des répondants, la norme[62], la manière la plus familière d'organiser ses aliments, pour une majorité des répondants :

> *« C'est vraiment le produit que je vais manger quand j'ai la flemme de cuisiner, donc je vais le faire juste avec des pâtes. »* Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)- à propos des galettes de céréales.

> *« C'est plus le côté classique et on a tendance à enlever la viande et à mettre un steak de soja à la place et à faire un repas classique, comme avant. »* Ent 13 (F, 48 ans, végétarienne)

La consommation de PAV peut être fonction de la fréquence de consommation de viande. Ils seront alors mobilisés en complément des produits carnés, on observe une association personnelle des PAV à la viande :

> *« Ça [les galettes de céréales] vient quand on a vraiment pas mangé de viande depuis un certain temps. Ça vient vraiment en substitution totale de la viande. Moi je le considère totalement comme de la viande mais en plus pratique, moins contraignant. »* Ent 5 (F, 23 ans, faible consommatrice)

La temporalité de consommation des PAV n'est pas soumise aux mêmes contraintes que celle des produits carnés. Quand ces derniers seront surtout mangés au déjeuner, les PAV peuvent être consommés aussi bien à midi que le soir, en fonction de ce qui est recherché : le déjeuner est perçu comme devant être plus énergétique que le diner, cet argument peut amener les végétariens à se tourner vers les PAV pour ce repas. En revanche les consommateurs moyens de viande prioriseront les produits carnés pour les mêmes raisons lors du déjeuner. Au contraire, le diner est associé à une meilleure maîtrise de l'alimentation puisqu'il est généralement pris à domicile, ce qui augmente les possibilités de préparation pour les PAV. Ils peuvent aussi être

[62] Jean-Pierre Poulain définit la norme sociale comme « un ensemble de conventions relatives à la composition structurelle des prises alimentaires –repas et hors repas- et aux conditions et contextes de leur consommation » (2007, p.66)

associés à ce repas perçu comme permettant de rééquilibrer les apports alimentaires de la journée, ce qui peut convaincre les consommateurs moyens de viande de les mobiliser pour cette raison, en dépit des produits carnés :

> *« J'aurais du mal à manger une salade de crudité à midi ; à midi j'ai besoin d'un truc qui pourrait ressembler à des féculents. Le soir c'est moins indispensable, je peux me rattraper sur du fromage. »* Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

> *« Je les mange plutôt le soir parce que le midi je mange à l'extérieur »* Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

1.4.1.2.1 Structuration des plats contenant des PAV

Deux critères interviennent dans la composition et la structure des plats qui contiennent des PAV :

- La structure du plat se fera en fonction de la forme et de la préparation nécessaire au PAV employé. Simplement parce que ces deux caractéristiques donnent des indices aux mangeurs sur la manière dont ces produits peuvent être intégrés au repas. En effet, le répertoire culinaire permet de rapprocher la forme et la mise en œuvre de ces produits à d'autres plus familiers qui vont servir de référentiel. Ceci est nécessaire si les produits ne se constituent pas en une catégorie autonome. Dans le premier cas, l'aliment de référence va influencer le choix des autres aliments qui seront aux côtés du PAV mobilisé. Dans le second cas le PAV est familier, et il est rattaché d'ores-et-déjà à une organisation particulière des prises alimentaire. On retrouvera cela chez les individus qui cherchent à avoir une alimentation diversifiée et chez les personnes sensibilisées à la cuisine végétarienne. Dans cette optique, la consommation de PAV permet de faire une transition entre une culture alimentaire centrée autour des produits carnés et la culture alimentaire végétarienne qui se structure différemment :

> *« Les choses vont très progressivement et les gens qui ont une prise de conscience récente et qui ont l'habitude de cuisiner de la viande, c'est des aliments intéressant pour faire la transition par rapport au fait qu'on ait un truc qui remplace dans l'usage le steak haché.*
> ***Ça permet de conserver des repères ?***
> *Ouais, c'est ça, ça fait un peu placebo ! Au départ c'était important pour moi. » Ent 20 (H, 35 ans)*

- L'autre critère qui impacte la structure du plat sera l'objectif de reconstituer un plat connu, habituellement à base de viande. Dans ce cas, la structure du plat et les ingrédients qui accompagnent le PAV sont déjà décidés. Ce sera essentiellement sur la ressemblance organoleptique au produit carné que le choix se jouera. Ici, le PAV n'est

pas pensé en tant que tel, mais seulement pour ses capacités de substitution. Ainsi, il n'est pas nécessaire qu'ils répondent aux critères nutritionnels de la viande :

> *« La première fois que j'avais gouté le Colombo c'était avec du poulet, et je m'étais dit « ça je n'abandonne pas, je le transforme en végétal, c'est trop bon »* Ent 12 (F, 30 ans)

1.4.1.2.2 Fréquence de consommation

La fréquence de consommation des PAV va dépendre de la familiarité des individus avec ces produits : plus un produit est intégré au régime alimentaire, plus il peut être consommé régulièrement et se rattache à un contexte de consommation clairement définit. Au contraire, lorsque le produit n'est pas consommé de manière régulière ou s'il n'est pas associé à un contexte de consommation spécifique, il ne fait pas partie des habitudes de consommation et n'est pas intégré au régime alimentaire bien qu'il puisse être apprécié :

> *« Je connais mais j'en mange pas régulièrement ! Quand j'en mange je suis hyper contente mais spontanément je ne pense pas à en acheter. »* Ent 10 (F, 34 ans, faible consommatrice)

A partir du moment où certains PAV deviennent familiers et s'intègrent au régime alimentaire, ce nouveau statut permet d'expérimenter de nouveaux produits proches de ceux déjà familiers. Ceci est possible puisque les critères d'évaluation des PAV sont déjà définis par ceux qui sont consommés, ce qui augmente la familiarité avec des produits périphériques. Alors l'appréciation se fait moins au niveau de l'apparence mais plus en référence aux produits connus auxquels on fait confiance :

> *« On a appris aussi à ne pas s'arrêter à l'aspect, parce que dans les produits pour remplacer la viande, il y en a pas mal qui ne sont pas très attrayant ; mais quand on sait les cuisiner et mis dans un plat ils sont bons. »* Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

1.4.1.2.3 Consommation en contexte extraordinaire

La plupart des répondants indiquent manger des PAV dans un contexte quotidien. Peu d'entre eux projettent une consommation lors de repas festifs. C'est particulièrement le cas des personnes qui connaissent surtout les galettes de céréales. Leur rapidité de mise en œuvre et les qualités organoleptiques de ce produit ne répondent pas aux attentes d'un repas festif, dont on attend un investissement de l'hôte dans la préparation culinaire du repas :

> *« Lors d'un repas de fête j'essayerai de cuisiner des aliments végétaux mais de façon plus élaborée, des recettes plus complexes. Ce ne sera pas de la cuisine du quotidien. C'est trop préparé pour un repas festif et ça n'est pas connoté comme un aliment festif. Dans les repas de fête, on mange des choses qu'on ne mange pas au quotidien. Au niveau gustatif ce n'est pas suffisant pour un repas de fête. »* Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

En revanche lorsque les PAV nécessitent une préparation plus longue, alors ils peuvent être intégrés dans un cadre de repas extraordinaires. Mais cela requiert une certaine familiarité avec la cuisine végétarienne :

> *« **Est-ce que vous pourriez manger ces produits pendant un repas festifs ?***
> *Euh non, franchement non, lors d'un repas de fête j'essayerais de cuisiner des aliments végétaux mais de façon plus élaborée, des recettes plus complexes. Ce ne sera pas de la cuisine du quotidien. C'est trop préparé pour un repas festif et ça n'est pas connoté comme un aliment festif. Dans les repas de fête, on mange des choses qu'on ne mange pas au quotidien. Au niveau gustatif c'est pas suffisant pour un repas de fête.* » Ent 20 (H, 35 ans)

1.4.1.2.4 Commensalité et PAV

La commensalité est une variable importante des repas chez l'ensemble des répondants : on retrouve systématiquement l'énonciation d'une synchronicité des aliments consommés entre les participants d'un même repas. Chez les consommateurs de viande, on voit que les PAV qui se consomment à la place de la viande subissent cette norme, car ils sont mobilisés seulement lorsque tous les participants d'un repas sont prêts à en manger. Cela est associé à une persistance du modèle alimentaire traditionnel, dans lequel le partage est une notion centrale du « repas à la française » :

> *« Je fais des galettes quand je suis seule à la maison ou quand je suis avec mon fils qui aime bien ces trucs-là »* Ent 9 (F, 50 ans, moyenne)

Mais lorsqu'il y a des végétariens et de consommateurs de viande autour d'une même table, les PAV permettent de satisfaire les différentes attentes de tous les mangeurs, en reproduisant des plats familiers de l'ensemble des participants. Ces produits sont alors l'élément clé du partage qui permet la communion entre les mangeurs. Cependant, cette situation ne peut se faire que lorsque les PAV sont familiers pour celui qui prépare le repas :

> *« Il y a des recettes où on était plus familier avec les consistances donc on peut faire des recettes avec des produits simili-carnés, mais quand on mange entre nous, on est beaucoup moins à la recherche de ces équivalences. […] C'est rigolo de montrer aux autres qu'on arrive à faire une blanquette sans viande ! »* Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

Chez les végétariens idéologiques, pour qui remplacer la viande par un autre aliment n'est pas recherché, cela peut tout de même être effectué lors de repas partagés avec des consommateurs de viande afin de ne pas dérouter les participants peu familier des « repas végétariens » :

> *« Ben je ne cherche pas trop à remplacer la viande, à part si j'invite quelqu'un qui en mange. Je fais ça pour pas qu'ils n'aient que des légumes parce qu'ils ne sont pas*

habitués à ne manger que ça, je fais un repas plus construit. Pour moi je m'en fiche, mais pour faire plaisir aux gens je fais un effort. » Ent 12 (F, 30 ans)

Au contraire, on voit une réticence à proposer des PAV lors de repas entre mangeurs de viande. Leur rattachement à la culture végétarienne projetterait sur les cuisiniers une identité qui ne serait pas toujours supportable. Cela peut également expliquer que les consommateurs de viande associent les PAV à des repas quotidien :

« Ça a une connotation bobo ''on mange pas de viande'' c'est presque un engagement de manger des produits comme ça. Du coup quand on invite du monde, je fais classique. J'ai pas envie d'entrer dans des débats comme ça. C'est privé finalement ces questions-là, c'est aussi un jugement de valeur qu'on porte sur les gens. Ce serait les forcer à entrer dans des convictions personnelles ou des espèces d'émotions personnelles. » Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

On voit ici toute l'importance des décisions alimentaires, associées à la culture d'un groupe donné. Ainsi la végétarisation de l'alimentation implique des changements dans l'identité sociale de ces mangeurs. Cette nouvelle identité doit tout d'abord être pleinement acceptée pour laisser place à un nouveau modèle alimentaire fondé sur de nouveaux aliments (les PAV, les légumineuses), une nouvelle structuration des plats (de composé à mélangé), de nouveaux modes d'organisation des prises alimentaires (vers une valorisation de la cuisine et de l'utilisation de produits bruts, restructuration des temporalités de consommation autour du temps plus long de préparation) et de nouveaux modes d'approvisionnements (en local, en bio ou même à la production familiale). Bref, les PAV sont une entrée en matière pour examiner ces changements qui impactent les pratiques et les représentations de ces mangeurs.

1.4.1.3 Appréciation des PAV

L'appréciation est un critère systématique des choix alimentaires fait par les individus dans la limite de la familiarité qu'ils ont avec un produit. Ainsi le plaisir alimentaire sera un argument redondant dans leur explication de leur consommation de PAV. De manière évidente, l'appréciation et la familiarité sont étroitement associées. Ainsi l'appréciation d'un produit peut s'expliquer par sa familiarité, et inversement, son intégration aux habitudes alimentaires est fonction de son appréciation : si le produit est identifié, alors il sera perçu plus favorablement que lorsque les répondants doivent donner leur avis sur un OCNI (objet consommable non identifié). Comme nous l'avons vu, la consommation répétée d'un produit augmente son appréciation (Hoek et Al., 2013), ainsi, lorsque les PAV sont consommés régulièrement (au moins une fois dans la semaine), c'est qu'ils sont appréciés et intégrés au régime alimentaire. De même, lorsqu'un produit est consommé occasionnellement et qu'il est déprécié, il restera

toujours en périphérie du modèle alimentaire et l'avis du mangeur pourra difficilement être contré.

On observe que les consommateurs moyens de viande ne sont pas très coutumier des PAV et les évaluent par rapport à d'autres aliments.

> *« Pour gouter de temps en temps je me prends des steaks de soja, mais je ne suis pas convaincue, je ne me régale pas aussi bien qu'avec une entrecôte.» Ent 15 (F, 79 ans, moyenne)*

Au contraire, les faibles consommateurs de viande et les végétariens apprécient les PAV pour les nouvelles sensations organoleptiques qu'ils procurent. Dans ce cas, leur consommation est dissociée de la viande, ce qui les érige en une nouvelle catégorie indépendante au sein du régime alimentaire :

> *« Le weekend, typiquement, c'est tofu avec légumineuses et féculents ou mon tofu avec quelques légumes et un peu de pesto et je suis hyper heureuse. »* Ent 10 (F, 34 ans, faible consommatrice)

> *« C'est plus facile parce que j'ai arrêté de chercher des substituts directs à la viande, je me suis dit que j'allais travailler directement sur de nouveaux gouts, ça procure une autre source de plaisir différent, tu en abandonnes une pour une autre, ce n'est pas comparable, l'un n'est pas meilleur que l'autre » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)*

Mais bien que les qualités organoleptiques soient fondamentales dans l'appréciation d'un produit, certains répondants mettent en avant l'usage des PAV pour leur intégration dans un plat et pour leur praticité. C'est notamment en cela qu'ils sont fortement associés à une consommation quotidienne :

> *« J'adore ça, je trouve que ça a pas trop de gout, mais c'est surtout pour la consistance, c'est bon dans la sauce » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)*

1.4.1.4 Raisons de la consommation de PAV

Chez les faibles consommateurs de viande et les végétariens, la consommation des PAV est associée à une baisse des produits carnés dans leur régime alimentaire. Les PAV sont présentés comme des produits consommés pour apporter du plaisir au régime alimentaire tout en maintenant une alimentation diversifiée et équilibrée puisqu'ils sont perçus comme sources de protéines. Les produits les plus consommés (galettes de céréales, tofus agrémentés) sont particulièrement appréciés pour leur praticité et leur rapidité de mise en œuvre :

> *« Je trouve que c'est une façon pratique de consommer des protéines, des céréales, des légumineuses sans prendre le temps de tout préparer moi-même. C'est juste parce que c'est pratique, si j'avais le temps de tout préparer je n'en achèterais pas… »* Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

Les personnes familières de la culture végétarienne perçoivent les PAV comme une nouvelle catégorie alimentaire ayant une place spécifique dans leur régime. Ces produits permettent aussi de diversifier leur alimentation, et de varier les textures :

> *« Le tofu et le lupin je vais les faire différemment parce que c'est trop différent de la viande pour arriver à le remplacer. Même dans l'assiette ça remplacera pas, je vais plutôt le marier à un gout parce que j'aime bien la texture mais c'est plus mou que la viande, tu ne vas pas avoir l'impression d'arracher la chair. Ce que j'ai rajouté dans mon alimentation c'est bien le tofu puis le lupin. Au début c'était pour remplacer la viande, en fait ça ne remplace pas du tout la viande, mais je les ai appréciés : c'est comme si j'avais découvert un nouveau légume. J'aime vraiment bien ça mais ça ne ressemble pas à la viande. […] Je pense que s'il n'y avait pas ça je serais plus tentée par la viande parce que la texture est quand même différente, et le fait d'apporter de la nouveauté permet de rester diversifié. Surtout sur les textures, parce que les gouts tu peux en avoir vraiment beaucoup juste avec les légumes mais la texture, c'est pas croquant comme de la viande, c'est assez mou. C'est une autre texture que tu n'as pas dans les légumes en fait, plus particulier qui changent des légumes et des pâtes. » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)*

Pour les consommateurs moyens de viande, les PAV servent principalement à la diversification nutritionnelle et organoleptique de leurs habitudes alimentaires :

> *« Je les achète parce que je trouve que ça varie, c'est ça qui m'intéresse ! Sinon on mange toujours les mêmes choses je trouve que c'est bête. »* Ent 8 (F, 56 ans, moyenne consommatrice)

1.4.2 Discours sur les PAV

1.4.2.1 La ressemblance des PAV à la viande

Comme nous l'avons déjà vu à plusieurs reprises, les critères utilisés pour évaluer les produits carnés vont être mobilisés par les consommateurs moyens de viande pour juger les PAV qui ressemblent à de la viande. Cette répondante illustre ce fonctionnement avec acuité:

> *« Je les mets sur le même créneau [que la viande] parce que c'est des protéines ! C'est censé remplacer les protéines, si c'est censé remplacer les fruits, je les comparerais aux fruits. »* Ent 15 (F, 79 ans, moyenne consommatrice)

1.4.2.1.1 Ressembler aux viandes transformées, un objectif dangereux

La viande transformée n'a pas la même identification à l'animal ni la même symbolique de force et de virilité que la viande brute, ce qui permet aux PAV d'entrer plus facilement en concurrence avec ces aliments. Mais cette identification aux produits transformés est parfois dévalorisante pour les PAV : puisque c'est un type de viande qui peut être déprécié car elle est en opposition avec les caractéristiques de naturalité et de rusticité qui sont valorisés par ces mangeurs :

« Je trouve que ça n'a jamais une tête de viande puisqu'il n'y a jamais la fibre. […] Les boulettes de viande c'est à peine de la viande ! Bien que sur le plan nutritionnel je considère quand même que c'est de la viande, mais ça ne mérite pas l'appellation. […] Ça remplace une forme de viande préparée, un nuggets, ce genre de chose. Ça ne remplace pas un steak. Ça remplace de la viande transformée. » Ent 8 (F, 56 ans, consommatrice moyenne)

« Le pané ça fait penser aux nuggets donc au pire de la nourriture industrielle, ça ne me donne pas du tout envie, c'est le pire de la transformation ! » Ent 11 (F, 27 ans, faible consommatrice)

« Certainement, le fait que ça ressemble à des viandes transformées ça ne me rappelle pas des viandes auxquelles je suis sensible. Si je devais acheter de la viande je privilégierai des produits locaux, je sais dans quel abattoir ils ont été abattus, c'est toujours conscient. Et le fait que ce soit transformé, je vais être moins attiré » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

1.4.2.1.2 Les simili-carnés, une ressemblance qui ne fait pas consensus

La catégorie des viandes est fondée selon une classification taxinomique, donc en fonction de leurs propriétés intrinsèques, les parties d'un animal en l'occurrence (Hoek et Al., 2011-2). En cela, la ressemblance à la viande est reprochée aux PAV parce qu'ils se rapportent à des aliments dont ils sont fondamentalement différents. Ce malaise se retrouve dans les trois types de mangeurs que nous avons construits. Cela provient de la possibilité que le produit ne puisse plus être distingué de la viande auquel le PAV se réfère, tout en ne parvenant pas à atteindre les critères requis. Ce rapprochement entraine une transposition de l'anxiété typiquement associée aux viandes sur les PAV :

« C'est cette ressemblance à la viande qui me gêne : si je devais acheter de la viande, j'irais chez le boucher, donc il y a bien un rapport de confiance qui se met en place, et là j'ai pas cette confiance. Même si c'est du végétal, ça veut pas dire tout parfait, c'est trop opaque, ça ne me plait pas. » Ent 14 (F, 55 ans, consommatrice moyenne)

« Les trucs qui ont l'air de simili-viande j'aime pas trop, c'est un peu gluant, un peu fibreux, on dirait du bœuf de pas trop bonne qualité, ça me tente moyen. […] Et la photo 13, pareil, j'ai l'impression que c'est des bouts de poulet reconstitué et ça ne me dit pas du tout du tout ! L'aspect fibreux du truc, ça fait penser au poulet pas cher de mauvaise qualité, pas très bon. Même si on me dit que c'est végétal ça ne me fait pas rêver.» Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

La différence d'aspect avec un produit carné peut être alors volontairement recherchée, et sera perçue plus positivement en comparaison d'un simili-carné :

« La galette me fait plus envie parce que c'est rond, ce n'est pas un steak, ce n'est pas forcément de la viande. […] J'ai pas besoin que les protéines végétales ressemblent à de la viande pour que j'aie envie d'en manger. » Ent 6 (F, 37 ans, consommatrice moyenne)

Ce refus de consommer des produits végétaux qui font référence à de la viande n'est, en revanche, pas partagé par tous les répondants, notamment certains végétariens pragmatiques recherchent assidument à reproduire les caractéristiques organoleptiques des produits carnés

par le biais de produits végétaux. Cela s'explique par un végétarisme motivé par des raisons éthiques, et non par dégout de la viande. Ainsi les caractéristiques organoleptiques de la viande sont-elles toujours valorisées et source de plaisir alimentaire dans le cadre où des produits végétaux parviennent à les reproduire :

> *« On a trouvé des produits qui se rapprochent plus de la viande blanche au niveau de la texture et du gout, en particulier les protéines de soja texturé en médaillon, qui se cuisine comme du poulet, ça a une consistance filandreuse qui se rapproche plus de la viande. Ça peut être bluffant, y compris pour les gens qui mangent de la viande » Ent 13 (F, 48 ans, végétarienne)*

1.4.2.1.3 Une appellation qui dérange, une identité qui se cherche

Les PAV ne s'intègrent pas dans la catégorie alimentaire des viandes telle qu'elle est actuellement conçue : selon la taxinomie des aliments. C'est alors que la question de l'appellation de ces produits utilisant des dénominations associées aux produits carnés dérange. La plupart des répondants insistent sur l'importance d'avoir une identité propre et donc un nom qui les départage de la viande :

> *« Ceux [les PAV] qui ressemblent à de la viande… la recommandation serait de ne pas trop « vouloir faire comme », accepter que ce n'est pas de la viande et jouer de leur unicité et trouver leur identité dans leur secteur. Plus on se « rapproche de », plus on va dans de la comparaison, et évidemment les gens qui aiment la viande ne diront jamais que ces produits sont aussi bons que de la viande. C'est casse-gueule de vouloir trop se rapprocher. Je suis plutôt dans le fait de vouloir une vraie singularité. »* Ent 10 (F, 34 ans, faible consommatrice)

Ceci est notamment dû au fait que les simili-carnés actuels ne répondent pas de manière satisfaisante aux critères organoleptiques définissant les viandes. On peut penser que cela laisse entrevoir la possibilité d'un élargissement de la catégorie des viandes, en la refondant sur des critères non plus taxinomique mais d'utilisation et des caractéristiques nutritionnelles. Et c'est exactement ce que cherche à faire selon Ethan Brown, le fondateur de l'entreprise Beyond Meat (développé dans la partie 1, chapitre 3, 2.1.2[63]).

En revanche, le malaise associé à cette référence à la viande apparait beaucoup moins fortement dans les discours des faibles consommateurs de viande qui recherchent, par la consommation de PAV, une conservation de la structure traditionnelle des repas pour accompagner leur baisse de consommation de viande. Et c'est exactement à ce profil de

[63] *"Meat is really made up of five constituent parts: the amino acids, lipids, carbohydrates, minerals and water. They're all actually present in plants. What we're doing is building a piece* of meat directly from those plants, and so the compositions are basically the same. And in that case we are delivering meat." Interview de Ethan Brown par Hari Sreenivasan, le 28/11/2015, sur le journal en ligne PBS NewsHour, www.pbs.org/newshour/bb/is-it-possible-to-build-meat-out-of-plant-protein/ (Consulté le 23/08/2017)

consommateurs que s'adresse les simili-carnés au vu des communications marketing autour de ces produits, comme l'expliquait le directeur de Tossolia, Joël Pichon, à propos de sa nouvelle gamme de simili-carnés (voir partie 2, chapitre 2, 2.3.1.4).

1.4.2.2 Association des PAV au végétarisme

Pour les répondants, certains produits sont associés à la culture alimentaire végétarienne (tofu, seitan), d'autres font plutôt partie de cultures alimentaires exotiques (houmous, falafels). La différence entre les deux se voit lors de l'introduction dans le régime alimentaire : ceux qui font partie d'une alimentation végétarienne vont entrer dans les habitudes lors de la baisse de consommation de viande, alors que les autres ne sont pas rattachés à ce changement alimentaire :

> *« Les falafels, ça fait longtemps que j'en mange, avant d'être végétarienne, c'est un plat traditionnel libanais, ça n'a rien à voir avec le végétarisme. C'est aussi ça la bonne surprise, il existe des cuisines sans viande qui existe déjà ! En France, la cuisine traditionnelle est souvent à base de viande.* […] *Le tofu nature, j'en mange depuis que je suis végétarienne, c'est associé au végétarisme. Au début je ne savais pas trop, j'avais peut être lu que le tofu était le nouveau substitut de viande, j'avais commencé par ça du coup.*» Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

Néanmoins, les PAV qui ressemblent à de la viande ne sont pas associés à la culture végétarienne : ils ont d'ailleurs tendance à être rejetés par les végétariens idéologiques. Ce qui s'explique par le fait qu'elle n'est pas fondée autour de la viande, des produits leurs ressemblants ne trouverons logiquement pas leur place. On perçoit parfois un étalonnage des « bonnes pratiques » végétariennes, le recours à des simili-carnés pouvant être dévalorisant :

> *« Je suis végétarienne mais je ne suis pas quelqu'un qui décide de devenir végétarienne et qui va acheter des substituts de viande. »* Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

> *« **A quoi est-ce qu'ils ont vocation ?***
> *Je pense qu'à la base, ils sont dans un marché de niche qui se développe mais que maintenant ils se développent du fait de l'augmentation de la part de végétariens déclarés, de l'attrait pour la nourriture à base de plante. Mais évidemment c'est une transition compliquée de manger des plantes et plus de viande alors qu'on est quand même dans une logique de recherche de plaisir forte qui est aussi associée à la viande donc c'est un produit qui bouche le trou. Les végétariens convaincus diraient que c'est un cache misère pour les gens qui n'arrivent pas à faire leur transition alimentaire. »* Ent 1 (H, 27 ans, végétarien)

En revanche, pour les consommateurs moyens de viande, les PAV sont parfois identifiés comme étant à destination des végétariens et peuvent être perçus comme reclus dans cette culture alimentaire. Donc par répercussion, ils seraient peu accessibles –et appréciables– pour ceux qui n'y sont pas introduits. Ce qui vient alimenter les représentations d'un végétarisme

ascétique et dénué de plaisir puisque ne contenant pas de viande. Cette image est projetée sur les PAV typiques de cette culture alimentaire, comme le tofu :

> *« Tous mes amis qui ne sont pas dans le végétarisme trouvent que ça fait hyper austère, alors que la viande a un côté goûtu, coloré… et je pense que pour eux l'image du tofu est très fade ! Manger végétarien c'est un peu être aigri ! »* Ent 10 (F, 34 ans)

1.4.2.3 Utilité générale des PAV et leur développement

Les PAV sont perçus par les répondants comme facilitant une transition vers une alimentation plus végétale tout en conservant ses habitudes de consommation. Cette idée illustre la théorie de la motivation psychologique (Ryan et Deci, 2000, cité par Schölster et Al., 2011), qui postule qu'un changement est possible seulement si la nouvelle pratique reste en accord avec le reste du comportement du consommateur (présenté dans la partie 1, chapitre 3, 2.1). C'est en cela que les changements radicaux qui bouleversent l'ensemble du régime alimentaire sont rares. Ainsi ce sont surtout les faibles consommateurs de viande qui sont ciblés par les producteurs de PAV, puisque ce sont eux qui sont le plus engagés dans une transition de leurs habitudes alimentaires. On observe d'ailleurs le développement d'une confiance en ces produits pour répondre aux besoins nutritionnels, ce qui est nécessaire pour que les changements effectués s'inscrivent durablement dans les habitudes. Une nouvelle pratique qui génèrerait de l'anxiété ne pourrait être intégrée au régime alimentaire de manière pérenne puisque son objectif est de faciliter les prises alimentaires des mangeurs :

> *« J'ai l'impression que c'est pour aider à réduire la consommation de viande. Même le tofu, les gens le prennent pour remplacer la viande même si ça n'a rien à voir, et j'ai l'impression que ça les aide quand même. On a quand même cette tradition du plat avec la viande et son accompagnement, et changer les habitudes se fait plus facilement si on prend ces produits-là plutôt que de se mettre à faire que des légumes. Ça déstructure trop, c'est plus facile de remplacer un élément après l'autre. »* Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)

> *« Parce que les steaks végétaux sont souvent composés de légumineuses, enfin je ne regarde pas vraiment la composition, j'accorde une grande confiance à ces personnes qui font les produits parce qu'ils sont dédiés à une catégorie de gens qui mangent peu de protéines animales, du coup je ne regarde pas trop : je prends et je me dis que ça rééquilibre »* Ent 5 (F, 25 ans, faible consommatrice)

1.4.2.4 Des produits issus de l'industrie agro-alimentaire

Bien qu'une certaine confiance se développe nécessairement avec l'intégration de certains PAV dans le modèle alimentaire, ceux qui en consomment occasionnellement, par contre, émettent quelques suspicions. En effet, avant d'être intégrés aux habitudes, ces produits doivent être achetés. Les individus sont face à des aliments peu familiers, transformés, aux nombreux ingrédients inconnus, emballés et gratifiés d'allégations. Il peut être ardu de juger par soi-même

de la qualité –et de l'innocuité–de ces produits. L'industrie agro-alimentaire, à l'initiative du développement de ces produits, parviendrait à toucher son cœur de cible en jouant sur une communication responsable qui fait écho à ses attentes :

> *« C'est une bonne chose pour le moment que ce n'est pas qu'un effet de marketing, et je crois qu'il y a quand même beaucoup de ça ! […] Ah je pense que ça va se développer parce qu'avec la mode et le marketing ça marche bien ! C'est depuis qu'il y a un marketing sérieux que ça s'est développé. Il y a eu beaucoup de communication et que ça marche, et la preuve, ils vous financent, ils financent des émissions de télé… je ne suis pas contre, tant qu'on ne m'empêche pas de manger mon beefsteak. »* Ent 15 (F, 79 ans, moyenne consommatrice)

> *« Oui, je pense que pour le coup c'est plutôt la demande qui crée l'offre. […] Il y avait une attente qui a été bien comprise par les industriels qui se sont emparés du marché. »* Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

Mais les PAV n'ont réussi à endosser cette image que pour une partie des répondants. La transformation industrielle de ces produits dérange les consommateurs qui ne recherchent pas des produits pour remplacer la viande. Cette recherche de naturalité et de produits bruts est souvent présente dans le discours des enquêtés, et entre en contradiction avec les représentations des PAV.

On observe ici que les répondants mettent en place deux moyens de réassurance lorsqu'ils sont faces à des PAV peu familiers. Ces techniques permettent d'intégrer les nouveaux aliments à une catégorie alimentaire préexistante et ainsi de pouvoir les consommer sereinement :

- Ils rapportent le produit à des préparations culinaires qu'ils connaissent et maîtrisent :

  > *« C'est des céréales mélangées mise dans une chapelure et frit, ce n'est pas transformée en soi, c'est juste préparé d'une autre façon. On peut les acheter comme ça mais on peut aussi les faire nous-même : c'est ça la différence. »* Ent 14 (F, 55 ans, moyenne consommatrice)

- Ils essaient d'évaluer visuellement les composants du produit. Plus les éléments seront facilement identifiables, plus l'acceptabilité de la consommation du produit sera forte. Dans le cas contraire, les projections de consommation seront difficiles :

  > *« La forme saucisse, on ne voit pas du tout ce qu'il y a dedans, c'est assez perturbant. C'est pas comme dans les steaks de céréales, on voit quand même quels types de céréales il y a dedans. Ça c'est important. Là on ne sait pas ce qu'il y a dedans, il faut quand même savoir d'où vient ce que tu manges, de quel aliment ça vient. » Ent 11 (F, 27 ans)*

1.4.2.5 Attentes des répondants envers les PAV

L'ensemble des répondants ont observé une croissance des PAV disponibles dans leurs lieux d'approvisionnement, que ce soient les grandes surfaces ou les magasins d'alimentation spécialisée. Mêmes s'ils ne connaissaient pas tous les PAV présentés en photos, la récente

profusion des galettes et des tofus agrémentés a bien été remarquée. Mais pour les répondants, cette généralisation de la consommation des PAV demande de les rendre encore plus accessibles au niveau de la distribution et du prix de vente en comparaison à la viande. L'esthétique et le gout des produits sont d'autres freins énoncés par les répondants

> *« Il faut que ce soit moins cher et que la viande soit plus chère. Mais pour l'instant c'est une question de marché. Si c'était moins cher, ils seraient dans le magasin en bas de chez moi et j'en achèterais surement. Mais pour le moment ils ne sont pas assez distribués. »* Ent 1 (H, 27 ans)

> *« Dans la variété aussi, il y a du travail : pour que les personnes qui ne franchissent pas le pas de manger moins ou plus de viande ne le fasse pas parce que les alternatives proposées ne sont pas à leur gout. […] C'est positif qu'on aille vers ces produits même si dans une démarche prosélyte pour amener des gens à consommer moins de viande, j'aurais du mal à convaincre des gens en m'appuyant sur ces produits. Il y a beaucoup de progrès à faire en apparence et au niveau du gout. »* Ent 20 (H, 35 ans)

Ces dernières citations soulignent un problème de visibilité des PAV dans les lieux d'approvisionnement. Pendant notre courte période d'observation, les personnes qui allaient dans le rayon des PAV étaient uniquement celles qui en consommaient, les autres passaient leur chemin. Parmi eux, une majorité prenait seulement les produits dont ils avaient l'habitude de manière rapide et instinctive. Ce comportement d'achat est soutenu par une rationalité en routine (Poulain, 2002-1), c'est-à-dire des actions programmées dans le passé qui évitent la charge mentale qui accompagne la prise de décision. Ces mini-scénarios préétablis réduisent la possibilité de découverte de nouveaux produits. Les variations entre les produits choisis sont minimes, de l'ordre des différents agréments ajoutés à la galette ou au tofu. Ainsi la variété des produits consommés est bien inférieure à celle des produits disponibles.

Un moyen pour sortir de ces répétitions décisionnelles a souvent été énoncé : le besoin d'accompagner le consommateur de PAV lors de ses premiers achats pour présenter le produit, expliquer sa préparation et donner des idées de plat à faire avec. Pour certains répondants, cet accompagnement sur la préparation de produits inconnus serait préféré aux produits qui se rapprochent de la viande. L'écart à parcourir pour consommer de nouveaux produits serait plus grand que ceux qui ont une forme familière mais correspondrait mieux aux attentes de produits bruts, naturels et avec une apparence végétale. Cet accompagnement serait également nécessaire à cause du prix, qui est considéré comme assez élevé. L'achat d'un produit inconnu et cher rendrait les consommateurs plus frileux:

> *« Il ne faut pas copier la manière dont sont vendus les produits d'origine animale. D'être plus inventif… et puis plus valoriser les matières brutes. Le tofu blanc… ben oui il est blanc, mais*

qu'ils nous expliquent comme le préparer, qu'ils nous donnent des infos, des mélanges pour nous montrer comment le manger mais pas inventer une saucisse de tofu. Plutôt nous informer comment transformer ce type de produit que l'on a moins l'habitude de faire au lieu de copier les steaks, saucisses qui sont associés à la viande. Il faut qu'ils se trouvent une identité différente. » Ent 11 (F, 27 ans, faible consommatrice)

« Ce que je regrette, c'est que dans les magasins bio il n'y a pas assez d'animation et comme on connait pas, on n'ose pas. Comme ça coute quand même 4-5 € on hésite à acheter de peur que ça ne plaise pas » Ent 16 (F, 54 ans)

« Mais surtout que ce ne soit pas trop chimique, que ce soit clair aussi au niveau de l'environnement, que ce ne soit pas testé sur les animaux… que ce soit le plus possible en accord avec les problématiques actuelles (réchauffement climatique). […] Qu'il y ait une meilleure traçabilité, qu'on soit plus en contact direct avec les industries qui créent ces produits, qu'il y ait plus de petites industries qui se démarquent, qui créent du pâté végétale sur le marché mais que ça se développe plus localement, que ça s'ancre dans les habitudes. » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

« Il faudrait peut-être mettre l'accent sur les produits de base avec lesquels ils opèrent une transformation. Et peut-être qu'ils parlent des producteurs de soja avec une notion équitable, mettre en valeur cet aspect-là. » Ent 20 (H, 35 ans)

1.4.3 Triade

1.4.3.1 Rationalités mises en avant pour expliquer les rassemblements effectués

L'analyse des rassemblements de 2 photos sur les 6 triades présentées aux répondants font apparaitre 5 types d'argumentaires appuyant leurs choix :

- *L'appréciation* présente l'avis du répondant sur le produit. Elle peut être positive ou négative. Cela permet d'évaluer l'envie de consommer l'aliment ;
- *L'apparence* comprend toutes les informations organoleptiques énoncées par les répondants sur l'aliment. Ce peut être sur le gout, la texture, la couleur ou encore la ressemblance à un autre produit ;
- La *projection* dans un contexte de consommation correspond à la situation dans laquelle un aliment va être consommé ou son intégration dans un plat. Les rassemblements ou isolements seront motivés par un univers de consommation proche ;
- La *préparation* concerne la mise en œuvre, la cuisine imaginée ou déjà pratiquée par le répondant et nécessaire pour la consommation d'un aliment ;

- La *composition* comprend tout ce qui relève d'estimations des ingrédients ou à l'inverse lorsque les répondants expliquent manquer d'information sur les composants d'un produit.

L'appréciation est de loin le moyen le plus utilisé pour expliquer les choix des répondants. Il est mobilisé 81 fois, alors que le second type d'argumentaire est la projection qui n'apparait que 46 fois, suivie par l'apparence (39 fois). En revanche, la préparation et la composition ne sont apparues que 20 fois chacun.

Ces fréquences d'apparition s'expliquent par le fait que la plupart des produits présentés n'étaient pas connus des répondants. Ayant peu d'informations pour évaluer les produits, c'est avant tout des réactions instinctives, touchant directement à l'envie de consommer le produit ou non qui ont été énoncées. La projection arrive naturellement en seconde position, puisque par l'intégration d'un produit inconnu dans un contexte familier il est plus aisé de l'appréhender et ainsi de maîtriser les critères de son évaluation, comme nous l'avons vu avec l'importance du contexte de consommation. L'apparence permet, quant à elle, une première approche du produit afin de le rattacher à une catégorie d'aliments plus familier. Elle est mobilisée moins systématiquement que la projection, néanmoins elle intervient avant cette dernière puisqu'en fonction du rapprochement catégoriel, le produit sera projeté dans un contexte ou l'autre. La préparation demande une meilleure connaissance initiale du produit : soit d'avoir déjà assisté à sa préparation, soit que le produit soit assez proche d'un produit familier pour pouvoir transposer sa préparation. De même pour ce qui concerne la composition : elle requiert de connaitre le produit, ou au contraire, elle intervient lorsque le produit n'évoque rien de familier pour le répondant.

1.4.3.2 Résultats des triades

Vous trouverez en annexe le détail de l'analyse des triades et de chaque produit présenté.

Trois triades (n°2, n°5, n°6) sur les six présentées ont eu des rassemblements qui ont fait consensus parmi les répondants (soit choisis au moins 10 fois sur 17 répondants à avoir participé).

Le niveau de familiarité est décisif dans l'explication des rassemblements : chaque fois qu'une mise en paire fait consensus, le niveau de connaissance des produits permet de retrouver les choix de réunion. Inversement, la triade n°4 est la seule à être aussi disparate dans les rassemblements effectués. Cela s'explique sans doute par le fait que les trois produits présentés sont peu familiers des répondants.

Ensuite interviennent les différentes rationalités qui ont été développées précédemment pour justifier des choix effectués. Nous allons les détailler en passant en revue chaque triade :

1ère triade : 22 – 15 – 14

Le rassemblement principal (22-15) est basé sur l'apparence similaire des produits qui permettent une projection dans un même univers de préparation et de consommation. Ce sont ces deux produits qui sont perçus comme les plus familiers, alors que le dernier est peu connu et faiblement apprécié.

2ème triade : 11 -16 -21

Le rassemblement principal (16-21) est fondé sur un niveau d'élaboration des produits commun qui implique dans la préparation un investissement différent du dernier produit (11). L'appréciation de ces produits est fonction du niveau de familiarité à la cuisine végétarienne qui va être décisif dans le rassemblement.

3ème triade : 1 -9 -18

Il y a eu un faible consensus sur le rassemblement principal (1-18), qui est fondé sur l'appréciation positive de ces 2 produits. Un second mode de lecture se fait par l'intégration de ces produits dans la structure du repas : le rassemblement sera alors différent (9-18). Ces deux produits correspondent à un usage périphérique et occasionnel du repas, alors que le dernier (1) s'intègre dans le plat principal. L'absence de consensus pour cette triade peut s'expliquer par le manque de familiarité des trois produits pour les répondants.

4ème triade : 6 -5 -13

Cette triade n'a pas de rassemblement principal. Les produits présentés sont trop éloignés des habitudes alimentaires pour qu'il puisse y avoir un consensus dans l'évaluation entre les répondants. Ainsi l'appréciation par rejet de certains produits (alternativement le 5 et le 13) et le contexte de consommation vont permettre de déterminer des rassemblements.

5ème triade : 3 -20 -7

La paire principale (3-20) est fondée sur la familiarité et l'appréciation des produits rassemblés, au détriment du dernier qui est –comme dans la triade n°1– rarement identifié correctement par les répondants.

6ème triade : 2 -8 -17

Ces trois produits sont peu familiers et font tous les trois références à des produits carnés. L'élément décisif dans le rassemblement sera cette fois-ci l'appréciation des répondants. Ainsi un produit sera particulièrement rebutant (2), provoquant le rassemblement des deux autres (8-17). La structure du plat renforce cette mise en paire : celui qui est mis de côté serait central dans une assiette de type composé, les autres nécessiteraient d'être intégrés dans une préparation, l'assiette serait de type mélangé.

1.4.4 Catégorisation

Les produits présentés étaient pour la plupart inconnus des répondants. Le regroupement des photos entre elles nous a permis d'évaluer les critères employés pour organiser une nouvelle catégorie d'aliments et les différentes branches qui la constituent.

1.4.4.1 Modes de catégorisation

On observe différents raisonnements qui permettent la répartition des PAV en catégories.

De même que pour les triades, la familiarité et l'appréciation dictent très majoritairement le mode de catégorisation. Cependant, ce ne sont qu'exceptionnellement les seuls explications énoncés par les répondants. Une diversité de raisonnements permet la mise en catégorie de ces produits. Elle est corrélée au nombre de groupes formés : plus ils sont nombreux, plus il y aura de diversité dans les arguments mobilisés.

18 répondants ont effectué ce travail de catégorisation : ils avaient pour consigne de ne pas dépasser 5 groupes. Voici leur répartition en fonction du nombre de groupes effectués :

- 5 groupes : formés par 8 répondants
- 4 groupes : formés par 8 répondants
- 3 groupes : formés par 1 répondant
- 2 groupes : formés par 1 répondant

L'unique personne à avoir fait deux groupes s'est fondée seulement sur son appréciation des produits. On peut voir la mise en place d'une frontière nette entre les produits familiers et consommés et les produits inconnus et dépréciés. De manière caractéristique, ce serait une réaction néophobe face à de nouveau produits :

> *« Premier groupe : produits que j'aime bien.*
> *Deuxième groupe : je n'aime pas ou je ne connais pas, en tout cas ce sont ceux que je n'achèterais pas »* Ent 17 (F, 67 ans)

Les différents modes de catégorisation repérés au sein de ce panel de répondants sont présentés ci-dessous.

- <u>Catégorisation par rapport à l'appréciation des produits</u>

Ce mode de catégorisation organise les différents groupes de PAV en fonction de leur niveau d'appréciation par le répondant :

> *« Groupe 1 : c'est ce que je considère comme très bon. Je connais et que j'adore, je trouve ça vraiment très bon. « Très bon »*
> *Groupe 2 : je connais et je trouve bon, et que je vais consommer habituellement. « Bon »*
> *Groupe 3 : c'est des produits qui sont gustativement peu intéressants mais je peux en faire quelque chose, au niveau créatif je trouve ça intéressant mais ça demande de la préparation. Ça peut être intéressant. Ça demande de la préparation. Alors que les premiers sont rapides, il n'y a plus qu'à réchauffer.*

Groupe 4 : tout ce que je n'achèterais pas parce que ça ressemble à de la viande ou que je ne connais pas » Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

On voit ici que l'appréciation est la rationalité principale, mais que la préparation intervient également dans la classification des produits.

- Catégorisation par rapport à la familiarité des produits

Cette rationalité permet d'appréhender le camaïeu des produits, allant de ceux qui sont reconnus comme pouvant intégrer le régime alimentaire aux « OCNI » que le répondant ne connait pas et n'a jamais consommé. On observe une récurrence de cette organisation de la catégorisation allant du groupe des aliments consommés et appréciés en passant par les aliments goutés mais peu appréciés puis par les aliments éventuellement consommables, pour finir avec les PAV inconnus, et souvent dépréciés.

Les galettes de céréales et le tofu sont en tête des PAV les plus familiers. Ils sont intégrés aux habitudes alimentaires et font l'objet d'une rationalité en routine pour faciliter les décisions d'achats :

« C'est ceux que j'achèterais les yeux fermés, sans trop réfléchir » Ent 16 (F, 54 ans)

Puis il y a des aliments intermédiaires, qui sont à la frontière des habitudes de consommation : ils ne sont pas toujours consommés, mais ils ont déjà été vus ou bien se réfèrent à un produit familier. Ceux-là peuvent attiser la curiosité des répondants :

« Ils m'interpellent parce que je pense en avoir déjà vu certains et, on peut les cuisiner et en faire quelque chose. » Ent 18 (F, 40 ans)

Les produits ressemblant à de la viande se trouvent généralement dans le groupe qui est trop peu familier pour inspirer confiance aux répondants :

« Tout ça m'inspire assez peu, ça ressemble à de la viande soit de mauvaise qualité, soit transformée. Du coup je préfère acheter un vrai filet de poulet. Ça fait pas sens de manger un truc comme ça. Je les appellerais « les ratés » ou les « pas pour moi » Ent 5 (F, 25 ans)

- Catégorisation par leur utilisation dans différents contexte de consommation et leur mise en œuvre

Les répondants qui sont familiers de la culture alimentaire végétarienne connaissent un plus large panel de produits que la moyenne. L'organisation des groupes va se faire en fonction des situations de consommation appropriées à différents types de PAV. La structuration du repas et le positionnement de ces PAV à l'intérieur du plat va aussi être mobilisée pour former

différentes classes de produits. Va également être prise en compte la préparation des produits qui est associée au contexte et à la structure du plat contenant les PAV :

> *« Groupe 1 : c'est plus la catégorie pour faire des plats … tu vas devoir les travailler pour leur donner du gout. Je ne chercherais pas à imiter des plats avec de la viande. Ça, c'est associé au quotidien.*
> *Groupe 2 : c'est plus des substituts de viande : tu n'as pas besoin de vraiment travailler dessus, il faut juste rajouter la sauce et ça va remplacer la viande dans un vrai plat. Tu vas remplacer la viande dans les « repas classiques ». Là je les utiliserais pour faire des plats qui sont traditionnellement avec de la viande.*
> *Groupe 3 : ça va être des trucs rapide comme dans un sandwich ou à faire chauffer rapidement, je le mangerais comme ça. Je le mangerais pas comme un plat, dans un repas à la va-vite, moins institutionnalisé.*
> *Groupe 4 : c'est des plats plus déjà tout fait, comme des plats préparés. Il n'y a besoin plus besoin que de le réchauffer. Je les laisserais tels quels. Alors que le groupe 2 ne demande pas de préparation en soi, mais je lui cuisinerais avec d'autres choses. Ça va être juste un accompagnement. Ce sera pour des repas plus rapides. » Ent 12 (F, 30 ans)*

- <u>Catégorisation par rapport à leur apparence</u>

Le classement des groupes peut se faire en fonction des données organoleptique du produit. On retrouve cette organisation chez les répondants qui sont plutôt néophiles : n'étant pas rebuté par l'aspect des produits qu'ils ne connaissent pas, c'est un regard curieux et neutre qui sera porté sur eux lors de leur catégorisation :

> *« Groupe 1 : J'ai fait un groupe « céréales - substitution de viande » qui me donne envie*
> *Groupe 2 : Après j'ai mis tout ce qui me fait penser au tofu*
> *Groupe 3 : Après j'ai mis les trucs panés*
> *Groupe 4 : je les ai mis ensemble pour l'apparence un peu granuleuse …*
> *Groupe 5 : je pense qu'il y a un effet de couleur, ça me fait penser à des gâteaux. J'imagine que si on change leur forme ils seraient tous un peu pareil, avec la même texture. »* Ent 11 (F, 27 ans)

- <u>Catégorisation par rapport à leur ressemblance à de la viande</u>

Ce rassemblement se fait aussi par rapport aux caractéristiques organoleptiques estimées des produits, mais avec en référence les produits carnés. Deux catégories antagonistes sont observées : les produits se rattachant à de la viande, et ceux qui ne font pas référence à ce produit:

> *« Ça c'est la tentative de créer des aliments pour des végétariens qui cherchent à consommer des produits qui ressembleraient à de la viande de près ou de loin »* Ent 20 (H, 35 ans)

> *« C'est tout ce qui est relativement bien identifié comme n'étant pas de la viande, et c'est des préparations un peu revenue, grillées, j'anticipe la texture le gout parce que je les connais. Je la nommerais « protéines végétales ».* Ent 6 (F, 37 ans)

1.4.4.2 Ordonnance des groupes

La plupart des répondants présentent leurs groupes du plus positif au plus négatif :

> *« Ceux qui me font le plus envie c'est le 1er groupe parce que c'est connu, le 2ème groupe aussi, j'en mange de temps en temps, j'en raffole pas mais j'en mange. Et les autres je ne les connais pas ou bien ils ne me font pas du tout envie ! »* Ent 10 (F, 27 ans)

Mais certains font l'inverse :

> *« Le groupe 1 : Ceux que j'ai pas envie de manger.*
> *Le groupe 2 : « oui, de temps en temps »*
> *Le groupe 3 : « ça fait déjà partie de mes routines ou je vois très bien comment les intégrer » »* Ent 10 (F, 34 ans)

> *« Groupe 1 : ceux qui ne me plaisent pas, que je ne veux ni acheter, ni manger*
> *Groupe 2 : les curiosités, à tester : c'est quand je vais au magasin bio, je vais prendre un truc que je ne connais pas.*
> *Groupe 3 : j'achèterais aussi mais c'est des agréments festifs, à faire découvrir aux amis.*
> *Groupe 4 : j'achèterais les yeux fermés, sans trop réfléchir »* Ent 16 (F, 54 ans)

Cette présentation des produits pourrait être associée à une recherche de preuve de l'innocuité de son alimentation. Présenter en premier le groupe que l'on ne mangerait pas pourrait attester de l'insécurité associée à l'acte alimentaire. On retrouverait cette ordonnance des catégories surtout chez les personnes à tendance néophobe.

1.4.4.3 Retour sur la catégorisation

Ceux qui ont organisé leur classement par d'autres rationalités que l'appréciation et la familiarité étaient décontenancés lorsqu'ils devaient expliquer leur choix, annonçant qu'ils ne savaient pas ce qui avait motivé ces rassemblements. Il serait donc plus instinctif de fonder des catégories d'aliments par rapport à la familiarité et l'appréciation plutôt qu'en étant guidé par des concepts de rassemblement plus généraux comme par taxinomie.

La formation d'une nouvelle catégorie alimentaire doit se faire obligatoirement en étant associé à des situations de consommation établies. Elle doit se frayer une place par rapport à l'emboitement des autres catégories d'aliments déjà existantes dans un modèle alimentaire. On constate que les PAV déjà consommés s'intègrent comme catégorie alimentaire à part entière pour ceux qui en connaissent un certain nombre. Néanmoins, pour ceux qui en connaissent peu, les PAV ils s'intègrent à une catégorie alimentaire et à un emploi déjà existant, tels des produits annexes mobilisables dans les mêmes contextes de consommation que des produits plus familiers. On observe une parcellisation des produits entre ceux qui se rattachent à une autre catégorie alimentaire plus familière et ceux qui trouvent une certaine indépendance.

2 Retour sur les hypothèses

A présent nous allons mettre en parallèle l'analyse détaillée qui vient d'être présentée avec nos hypothèses de recherche. Ainsi, nous pourrons les confronter à ce qui est remonté du terrain.

- Thème 1 : Qui sont les consommateurs de PAV ?
    - *Hypothèse 1.1* : Ce seraient des citadins au capital culturel élevé, de moins de 50 ans, plutôt des femmes avec une alimentation végétarisée qui auraient effectué une baisse de leur consommation de produits carnés. Ce changement qui les aurait amenés à consommer des produits analogues à la viande. Ils seraient sensibles à l'environnement, à leur bien-être et au bien-être animal.

Effectivement, on retrouve parmi les répondants une majorité de personnes qui possèdent ces caractéristiques sociodémographiques et ont effectué ou sont en transition vers une moindre consommation de viande. Leur consommation de PAV est pour la plupart associée à cette végétarisation du modèle alimentaire. Les raisons avancées se concentrent autour d'intérêts pour la cause animale sous-tendue par une volonté de prendre soin de sa santé.

    - *Hypothèse 1.2* : Ce seraient aussi des individus de plus de 50 ans soumis à des injonctions de réformes de leur régime alimentaire par des instances de santé.

On observe également ce profil chez les enquêtés : leur consommation des PAV est occasionnelle, ils restent en périphérie de leurs habitudes alimentaires. Cela s'explique parce qu'ils ne sont pas d'aussi bonne source de plaisir en comparaison de la viande qu'ils remplacent de temps en temps. La baisse de consommation de viande de ces mangeurs est assez faible et s'effectue sur le long terme. Comme ce changement est imposé de l'extérieur, il n'est pas toujours accepté.

- Thème 2 : Comment les PAV sont-ils intégrés dans le régime alimentaire ?

Sous-thème 2.1 : Comment se construit la catégorisation pour ces produits ?

    - La catégorisation des PAV se fait en fonction de leurs caractéristiques et du rapport qu'ont les individus à la viande :

Le rapport à la viande influence le niveau de familiarité qu'auront les individus avec la culture alimentaire végétarienne, et c'est cette variable-là qui amène aux différentes catégorisation des produits analogues à la viande. Les caractéristiques de ces produits vont être

importantes dans le choix de consommation des individus, en fonction des attentes qu'ils en ont.

- *Hypothèse 2.1.1* : Les PAV se rattacheraient à la catégorie des viandes et s'intégreraient dans un contexte de consommation équivalent à celui des produits carnés. Ce seraient les aliments carnés transformés (produits traiteurs, charcuterie) qui permettraient ce rassemblement. Les PAV seraient évaluées selon les critères de cette sous-catégorie. Ces produits permettraient la conservation de la structure des plats et des repas et seraient une étape vers une structure de plat de type mélangé.

On retrouve typiquement cette catégorisation chez les consommateurs moyens de viande, qui consomment peu de produits analogues à la viande en fréquence et en variété. Le rattachement par les produits carnés transformés se retrouve également chez les autres types de mangeurs de PAV. Cependant, les représentations des aliments issues de l'agro-industrie étant perçus assez négativement, cela ne joue pas toujours en leur faveur. En revanche, pour les faibles consommateurs de viande, la consommation de PAV permet effectivement de maintenir une structure familière des plats tout en effectuant une réduction des produits carnés dans leur alimentation quotidienne. On observe que plus les PAV sont intégrés au régime alimentaire, plus il y a une transition de la culture culinaire traditionnelle à une culture culinaire végétarienne. Ce qui impliquerait une réorganisation des plats vers une structure plus mélangée que composée. Mais cette dernière interprétation nécessiterait d'être appuyée par une recherche plus approfondie sur l'évolution des régimes alimentaires en voie de végétarisation.

- *Hypothèse 2.1.2* : Les produits analogues à la viande se rapporteraient à une catégorie alimentaire de produits végétaux.

Nous n'avons pas observé dans nos entretiens qu'une telle association entre les PAV et les autres catégories végétales était faite. Notamment parce que la catégorie des féculents et les PAV ont des représentations nutritionnelles différentes pour les répondants. La première apporte des glucides alors que les seconds sont sources de protéines. Ainsi, ils restent complémentaires et sont bien mobilisés ensemble dans un même repas.

- *Hypothèse 2.1.3* : Les PAV sont perçus comme une catégorie alimentaire autonome. Cela signifie qu'ils ont été intégrés au régime alimentaires, ainsi ils sont assez familiers pour que les individus puissent les évaluer selon des critères qui leurs sont propres.

Nous avons remarqué que les individus qui perçoivent les PAV comme une catégorie autonome sont ceux qui les ont effectivement intégrés dans leur modèle alimentaire. Cependant

il semblerait que pour en arriver là, les PAV doivent d'abord passer par une première phase où ils sont évalués selon les critères de la catégorie des viandes. On peut rattacher cette consommation au processus de végétarisation de l'alimentation. Ainsi on observe un double effet d'entrainement, car cette transition alimentaire amène à une utilisation plus fréquente des PAV à la place de la viande et dans le même temps permet leur constitution en une nouvelle catégorie. Ceci est possible parce que plus la fréquence de consommation est forte, plus la familiarité au produit augmente et permet une diversification des PAV, qui entraine l'établissement de critères d'évaluation propre à ces nouveaux aliments. Cette autonomie impacte à nouveau le processus de végétarisation puisque les PAV sont moins comparés aux viandes, le plat peut donc évoluer vers une structure mélangée associée au « vrai repas végétarien ».

Sous-thème 2.2 : Modalités d'introduction

- *Hypothèse 2.2.1* : L'introduction des PAV dans le modèle alimentaire se fait par et dans le contexte du repas et de la cuisine au travers de plats familiers et qui s'inscrivent dans le quotidien.

C'est effectivement l'un des facteurs qui jouent sur l'intégration dans le régime alimentaire. Nous avons pu voir lors de la présentation des produits en photos que le fait qu'ils ne soient pas mis en contexte pouvait rendre plus difficile l'évaluation des produits qui n'étaient pas familier. La familiarité, justement, passe par l'intégration des aliments dans un contexte de consommation défini : la plupart des répondants utilisent la projection dans une situation pour parler des PAV, même ceux qu'ils ne connaissent pas. Ceci renvoie au « triangle du manger » théorisé par Jean-Pierre Corbeau : tout aliment est consommé dans un contexte spécifique qui va orienter la perception qu'en aura le mangeur. Le rattachement d'un aliment nouveau à un univers familier permet sa consommation de manière sereine, car il passe de la nature de produit comestible à celui d'aliment culturel accepté par la communauté. Ainsi, une fois que les répondants ont eu une première expérience des PAV, leur intégration dans une structure de plat habituelle est assez aisée. Ainsi les PAV qui demandent des préparations spécifiques et qui ont des gouts nouveaux par rapport à ceux que connaissaient les individus. Ils sont donc plus difficiles à intégrer dans un contexte de consommation et donc au modèle alimentaire.

- *Hypothèse 2.2.2* : Ces nouveaux aliments seraient consommés dans des plats de type mélangés plutôt que composés. Car l'introduction d'aliments peu familiers dans un plat serait facilitée parce qu'on ne pourrait pas complètement les y distinguer, ce qui détournerait leur évaluation vers une appréciation de

l'ensemble du plat. En plus, on retrouve cette organisation du plat plutôt chez les individus jeunes, ce qui correspondrait au profil établi dans l'hypothèse 1.1.

En effet, ce sont les individus qui consomment le moins de viande qui ont une structure de plat plutôt mélangé. Et par corrélation, ce sont également eux qui font une plus grande consommation de PAV. Néanmoins, cette hypothèse n'est que partiellement validée parce que les PAV sont mobilisés surtout chez les personnes qui cherchent consciemment à remplacer la viande dans un plat plutôt de type composé. Il faudrait approfondir cette question de la structuration des plats au cours d'une autre recherche, peut-être en utilisant un protocole photo sur les plats contenant des PAV préparés par les enquêtés.

- *Hypothèse 2.2.3* : Les produits qui s'intégreraient le plus facilement seraient ceux qui sont différents de la viande mais qui peuvent avoir des éléments de références communs (préparation ou place dans le plat identiques). Mais un produit trop peu familier serait déprécié parce qu'il serait trop éloigné des systèmes d'évaluation établis, ce qui provoquerait un rejet si l'individu est plutôt néophobique. En revanche, si la curiosité l'emporte, alors cette première expérience pourrait permettre l'établissement d'une nouvelle catégorie avec ses critères propres.

On retrouve bien chez les répondants le besoin qu'un nouvel aliment ne soit ni trop proche, ni trop éloigné du mangeur, comme pour les animaux dont sont issus les produits carnés. L'exemple le plus typique est celui de la galette de céréales qui se consomme facilement, notamment parce que c'est le PAV le plus distribué et qui propose le plus de références depuis le plus longtemps sur le marché. Ce sont donc des produits perçus comme relativement familier. Ainsi s'intègrent-ils assez facilement dans les régimes alimentaires. Mais ceci n'est possible que parce qu'elles correspondent à l'usage que l'on peut avoir d'un steak haché, et qu'elles prennent facilement sa place tant dans l'assiette que dans la préparation et au niveau des apports protéiques estimés. Ainsi ce type de PAV répond aux deux manières d'appréhender un nouvel aliment pour ces répondants : par la reproduction en cuisine et par la reconnaissance des composants utilisés dans le produit. De manière générale, cela se vérifie sur l'ensemble des PAV qui ont été montrés : c'est en fonction du niveau de familiarité avec le produit que va se jouer l'appréciation et en finalité l'intégration dans les habitudes alimentaires.

Nous avons également observé que l'on ne peut pas parler de néophobie ou de néophilie par rapport aux discours obtenus dans les entretiens. Lorsque l'on pensait voir de la néophilie par rapport à des produits rarement connus, il était plutôt question de familiarité avec ces produits ou bien avec la culture végétarienne à laquelle ils se référaient. Ainsi, ce qui joue surtout dans

l'acceptation d'un nouveau produit est la culture alimentaire et l'effet modéré de l'incongruité d'un produit par rapport à cette dernière.

- Thème 3 : Quelles sont les raisons qui amènent les individus à la consommation de PAV ?
    - *Hypothèse 3.1* : Les PAV seraient principalement la réponse à une anxiété trop forte liée à la consommation de produits carnés, ils permettraient de les éviter tout en conservant les habitudes de consommation intactes. Le maintien de la structuration du plat et donc de la commensalité lors des repas partagés avec des personnes consommant de la viande seraient fondamentale dans cette transition. Cette consommation de PAV serait motivée par des arguments sanitaires (vis-à-vis de sa santé, dans la recherche d'un équilibrage nutritionnel) et/ou éthiques (vis-à-vis des animaux, de la sécurité alimentaire de l'ensemble de la population ou de l'environnement).

Comme nous l'avons déjà énoncé, la présence des PAV permet de réduire confortablement la consommation de viande. On a pu voir que les répondants ont des attentes importantes vis-à-vis de ces produits sur leurs apports nutritionnels et sur leur éthique de production. Par contre, en ce qui concerne la commensalité des consommateurs de viande, elle ne semble pas particulièrement influencée par les PAV, car lors des repas occasionnels ils acceptent volontiers de manger des produits carnés. En revanche, les PAV peuvent être utiles lors des repas festifs pour les végétariens, mais ils ne sont pas forcément consommés comme équivalent à la viande : ils prendront plutôt la place d'un aliment supplémentaire à la disposition de tous les convives. De manière générale, les PAV sont surtout mobilisés dans la sphère privée, au quotidien.

- *Hypothèse 3.2* : La consommation de PAV serait guidée par une volonté de distinction sociale. Ces produits sont chers et la volonté de réduire sa consommation de viande est largement un phénomène qui touche les groupes sociaux au capital culturel élevé. Leur consommation serait associée à une symbolique de « meilleur » consommateur, qui serait un consommateur *responsable*.

Ce serait plutôt par l'acte de végétarisation de l'alimentation, qui renvoie à une image de consommateur « responsable », que se ferait avant tout cette distinction sociale. Les aliments valorisés sont plutôt ceux qui sont bruts, végétaux et qui demandent un savoir-faire. Les PAV associés à la culture alimentaire végétarienne qui nécessitent de la préparation répondent à ces critères. Ainsi certains PAV tel que le tofu, le seitan, les protéines de soja texturées, peuvent servir de marqueurs sociaux forts. Le coût de ces produits est aussi décisif pour leur consommation : cela touche particulièrement les plus jeunes répondants (moins de 30 ans) qui doivent limiter leurs achats de PAV pour cette raison. Bien que ces produits tendent à se

populariser avec leur développement, leur prix est un des principaux facteurs de sélection des consommateurs (aux côtés de leur préoccupation pour la santé, l'environnement, et la cause animale).

- *Hypothèse 3.3* : La consommation de PAV serait motivée sur le long terme par une appréciation des produits. Ainsi les PAV doivent correspondre aux attentes organoleptiques de la culture de ces consommateurs.

Sur le long terme, il est nécessaire que les produits soient appréciés, car dans le cas contraire ils ne sont pas intégrés au régime alimentaire. Mais l'appréciation est également importante lors des premiers contacts avec un aliment. Nous avons pu le constater au travers des triades et de la catégorisation : les individus classaient très souvent les produits en fonction de la familiarité et de leur appréciation des produits. C'est d'ailleurs un argument souvent présenté par les consommateurs pour expliquer les raisons de leur consommation de PAV. En revanche pour les faibles consommateurs de viande, l'appréciation n'est pas la raison première qui les fait consommer. Les PAV sont plutôt perçus comme un outil pratique pour les accompagner dans la végétarisation de leur alimentation.

Pour l'ensemble des répondants, c'est avant tout la praticité en termes d'utilisation, comme aliment « bon à penser » en remplacement de la viande et comme réponse à des attentes en termes d'éthiques et de santé qui favorise l'acceptation de la consommation de PAV. En revanche, si l'appréciation est négative, elle jouera en défaveur de l'intégration d'un produit.

Conclusion générale

Au cours de cette recherche, nous nous sommes intéressés aux caractéristiques des modèles alimentaires des consommateurs de produits analogues à la viande, aux raisons et aux modalités d'appropriation de ces produits.

La réduction de la consommation de viande amène à des pratiques de substitution et à la mobilisation des produits analogues à la viande. Bien que les producteurs et les chercheurs qui travaillent au développement de ces produits visent effectivement un remplacement de la viande par ces produits, il était fondamental de comprendre si, effectivement, les consommateurs les utilisent comme tel.

Ces mangeurs sont surtout des personnes qui ont réduit leur consommation de viande et qui s'inscrivent dans une végétarisation de leur alimentation. Leurs fortes attentes en termes de santé, d'environnement et de bien-être animal les dirigent vers des produits végétaux associés à des signes de qualités perçus (label, localisation) ou symboliques (naturalité, brute). Cependant le plaisir alimentaire et les contraintes extérieures à l'alimentation et surtout la volonté de conserver une structure traditionnelle des repas les amènent à consommer des produits analogues à la viande. Ces aliments sont foncièrement attachés au quotidien pour la plupart des répondants car ils sont surtout mobilisés pour leur praticité de préparation et consommation tout en répondant également à leurs attentes.

La perception des produits analogues à la viande ne dépend pas seulement de ces aliments, mais aussi de la façon dont ils sont reliés à d'autres produits, à la viande en l'occurrence. Leur intégration se fait dans un premier temps par un processus de catégorisation qui consiste à évaluer un produit nouveau selon les critères de la catégorie à laquelle il sera rattaché (Elzerman et Al., 2015). Spontanément, il est apparu deux manières de classer ces produits par rapport à la viande : par leur apparence, ou leurs caractéristiques organoleptiques. Si le PAV ne répond pas aux critères de goût, de texture, et autres qualités sensorielles du produit auquel il se réfère, cela risque d'amener le consommateur à le déprécier (Zellner et Al., 2004, cité dans Adise et Al., 2015). La seconde manière de raccorder ces produits à la viande sont par les caractéristiques d'usage et nutritionnelles du produit. Les PAV ne ressemblant pas à la viande vont être évalués selon ces critères. Ils partagent avec la viande un contexte de consommation et/ou de

préparation ainsi que des apports protéiques semblables. Cette première catégorisation permet de les intégrer dans un contexte familier de consommation. Une fois qu'ils font partie des habitudes de consommation, ils peuvent se constituer en une catégorie à part entière, et sont évalués selon leurs propres critères. Ils peuvent alors être mobilisés dans des contextes de consommation différents de la viande.

L'acceptation par les consommateurs des produits analogues à la viande dépend de la combinaison de la familiarité issue d'une exposition répétée à l'aliment, de critères organoleptiques satisfaisants, et du niveau de réponse du produit aux attentes qui lui étaient associées. L'intégration dans un contexte de consommation familier est significative de l'acceptation du produit des consommateurs et indispensable pour son intégration au modèle alimentaire sur le long terme. Ainsi les PAV les plus consommés sont les galettes de céréales, mobilisables dans les mêmes contextes de consommation que de la viande industriellement transformée, tel un steak. Bien qu'elles ne lui ressemblent pas, elles sont familières à ces mangeurs car les composants et le processus de transformation sont aisément identifiables.

Le rapport à la viande est déterminant dans la consommation de PAV. Les individus qui s'inscrivent dans une logique de végétarisation de leur alimentation dévalorisent les produits carnés. Ils vont se tourner vers les PAV car ceux-ci répondent mieux à leurs attentes : leur image est meilleure en termes d'éthique sur le bien-être animal et l'environnement, mais également au niveau de la santé. En revanche, pour les individus qui ont une attirance forte pour la viande, l'intégration des PAV dans les habitudes alimentaires sera plus difficile (Hoek et Al., 2011-1). Notamment parce que les raisons de leur consommation sont trop faibles : ils le sont surtout dans une optique de diversification de l'alimentation. Pour ces mangeurs, les PAV sont presque toujours sous-estimés par rapport à la viande au niveau organoleptique, mais aussi du prix et de la symbolique de force et de luxe. La viande n'est pas suffisamment remise en question pour que son intégration dans le modèle alimentaire traditionnel français soit déstabilisée et amènent à une substitution par des PAV.

Ce travail nous a amené à mettre en lumière certains questionnements sur lesquels il serait intéressant de focaliser de futurs recherches sur le sujet des produits analogues à la viande et les comportements de végétarisation de l'alimentation. Notre approche se concentrait avant tout sur une analyse de l'ensemble des produits analogues à la viande par rapport au modèle alimentaire. Les contraintes temporelles ne nous ont pas permis d'exploiter autant que possible les résultats sur les catégorisations entre les aliments présentés en photos lors des entretiens. Se focaliser sur certains de ces produits qui sont typiques tel que le tofu, les galettes de soja et un

produit simili-carné, permettrait de mieux déterminer les différentes approches que l'on peut avoir de ces aliments. Par ailleurs, il faudrait examiner les parcours de vie de ces consommateurs en observant l'évolution de la structuration de l'assiette et de la mobilisation des PAV dans ces contextes par rapport à la végétarisation de l'alimentation. Ces informations ont parfois manqué à notre analyse, puisque notre étude se concentrait sur les modalités d'intégration et les raisons de consommation des PAV. Ces données pourraient être relevées par un travail de rétro-projection et de récit de vie tel qu'a pu le mener Claire Lamine auprès des consommateurs de produits biologique (2008). Ce devrait être associé à une phase d'observation des habitudes de structuration des assiettes, soit en allant directement dans les foyers au moment du repas, soit en construisant un protocole photo à faire par les enquêtés lorsqu'ils s'apprêtent à consommer des PAV.

Bibliographie

ADISE Shana, Gavdanovich Irina, Zellner Debra A., *Looks like chicken: Exploring the law of similarity in evaluation of foods of animal origin and their vegan substitutes*, Food Quality and Preference, numéro 41, 2015, pp. 52–59

ASCHER François, *Le mangeur hypermoderne*, Paris: O. Jacob, 2005, 330 p.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1957, 288 p.

BOURDIEU Pierre, *La distinction, critique sociale du jugement*, Les Editions de Minuit, coll. : Le sens commun, Paris, 1979, 672 p.

BROHM Jean-Marie, Desblach Lucile (sous la direction de), *Quel animal ?*, Condé-sur-Noireau, Prétentaine, n°29/30, 2014, 573 p.

CAZES-VALETTE Geneviève, *Les déterminants du rapport à la viande chez le mangeur français contemporain*, thèse de doctorat en anthropologie sociale et ethnologique, Paris : Ecole des hautes études en sciences sociales (EHESS), 2008, 529 p.

COMBRIS P. et GRIGNON C, *Qui sont les faibles consommateurs de viande de bœuf ?*, Viandes et Produits Carnés 18 (1), 1997, pp. 37–46

COMBRIS P., Le poids des contraintes économiques dans les choix alimentaires, Cahier de Nutrition et de Diététique, n° 41, pp. 279-284

CORBEAU J.-P., *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité*, Privat, 2002, 210 p.

DE LABARRE Matthieu, *Quand la hiérarchie culinaire est bousculée, le déclin des carnivores*, dans Aubaile Françoise, Bernard Mireille, Pasquet Patrick (sous la direction de), *La viande : un aliment, des symboles,* (pp. 123 – 140), Edisud, coll. Travaux de la société d'écologie humaine, Aix-en-Provence, 2004, 247 p.

DENOUX Patrick, *Les signaux faibles comme émergences interculturelles dans un organisme de recherche*, 2008

DENOUX Patrick, *pourquoi cette peur au ventre, cultures et comportements alimentaires face aux crises alimentaires*, J.-C. Lattès, Saint Amand-Montrond, 2014, 244 p.

DURIF-BRUCKERT Christine, La nourriture et nous, Corps imaginaire et normes sociales, Armand Colin, 2007.

ELZERMAN Johanna E., Hoek Annet C., Van Boekel Martinus A.J.S., Luning Pieternel A., Consumer acceptance and appropriateness of meat substitutes in a meal context, Food Quality and Preference, numéro 22, 2011, pp. 233–240

ELZERMAN Johanna E., Van Boekel Martinus A.J.S., Luning Pieternel A., *Exploring meat substitutes: consumer experiences and contextual factors*, British Food Journal, Vol. 115 No. 5, 2013, pp. 700-710

ELZERMAN Johanna E., Hoek Annet C., Luning Pierternel A., *Appropriateness, acceptance and sensory preferences based on visual information: a web-based survey on meat*, Food Quality and Preference, n° 42, 2015, pp. 56–65

ESCALON Hélène, BOSSARD Claire, BECK François, *baromètre santé nutrition 2008*, édition Inpes, Collection baromètre santé, 2008, p. 426

ESNOUF C., Russel M et Bricas N (Coords.), *Pour une alimentation durable, Réflexion stratégique duALIne*, Paris, Editions Quae, 2011, 288 p.

EVANS Adrian et Miele Mara, *Between food and flesh: how animals are made to matter (and not matter) within food consumption practices*, Environment and Planning D: Society and Space, 2012, volume 30, pp. 298-314

FAO, 2003. World agriculture towards 2015-2030. An FAO perspective. [http://www.fao.org/docrep/005/y4252e/y4252e00.htm]

FISCHLER Claude (dir.), *Les Alimentations particulières : Mangerons-nous encore ensemble demain ?*, Paris, Odile Jacob, 2013, 267 p.

FISCHLER Claude (dir.), 1979, *La nourriture. Pour une anthropologie culturelle de l'alimentation*, Communications, n°31.

FISCHLER Claude, *L'homnivore, le gout, la cuisine et le corps*, Edition Odile Jacob, 1ère édition 1990, 2014, 440 p.

FISCHLER Claude, MASSON Estelle, *Manger : français, européens et américains face à l'alimentation*, Paris : O Jacob, 2008, p. 336

FOURAT, Estelle et Olivier LEPILLER, F*orms of Food Transition: Socio-Cultural Factors Limiting the Diets' Animalisation in France and India*, dans Sociologia Ruralis. DOI : 10.1111/soru.12114 (version en ligne) "première version" publiée le 15 septembre 2015, 31 p.

FRANCEAGRIMER, *Données et bilans, consommation des produits carnés en 2014*, 2015, 150 p. [en ligne]. Disponible sur http://www.franceagrimer.fr/content/download/40104/372599/file/STA-VIA-CONSO%202014-aout2015.pdf (Consulté le 12-03-2016)

FRANCEAGRIMER, *Impact de la crise économique sur la consommation de viandes et évolutions des comportements alimentaires*, Les synthèses de FranceAgriMer, Élevage / Viandes, n°21, mai 2015, 16 p. [en ligne]. Disponible sur http://www.franceagrimer.fr/content/download/38713/357409/file/SYN-VIA-21-impact%20crise%20conso%20viande%20comportement-2015.pdf (Consulté le 12-03-2016)

GEPV, Bilan de référencement France, (En ligne) www.gepv.asso.fr, 2013

GOJARD S., et Al., Sociologie de l'alimentation, Editions La Découverte, 2006, 121 p.

HOCQUETTE Jean-François et Al., *La viande du futur sera-t-elle produite in vitro ?*, INRA Productions Animales, vol. 26, n° 4, 2013, pp. 363-374.

HOEK Annet C., Luning Pieternel A., Stafleu Annelle, De Graaf Cees, *Food-related lifestyle and health attitudes of Dutch vegetarians, non-vegetarian consumers of meat substitutes, and meat consumers*, Appetite, numéro 42, 2004, pp. 265–272

HOEK Annet C., Luning Pieternel A., Weijzen Pascalle, Engels Wim, Kok Frans J., De Graad Cees, *Replacement of meat by meat substitutes. A survey on person and product related factors in consumer acceptance*, Appetite, n°56, 2011-1, pp. 662-673

HOEK Annet C., Van Boekel Martinus A.J.C., Voordouw Jantine, Luning Pieternel A., *Identification of new food alternatives: How do consumers categorize meat and meat substitutes?*, Food Quality and Preference, numéro 22, 2011-2, pp. 371–383

HOEK Annet C., Elzerman Johanna E., Hageman Rianne, Kok Frans J., Luning Pieternel, De Graad Cees, *Are meat substitutes liked better over time? A repeated in-home use test with meat substitutes or meat in meals*, Food Quality and Preference, numéro 28, 2013, pp. 253–263

HUILLE Margaux, *Vers la compréhension des phénomènes de réduction de la consommation de viande*, mémoire de première année de master Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation, Toulouse : ISTHIA, Université Jean Jaurès Toulouse II, 2016, 95 p.

INRA et CIRAD, Agrimonde – *Agricultures et alimentations du monde en 2050: Scénarios et défis pour un développement durable*, 2009, 296 p.

LEACH Edmund, *L'unité de l'homme et autres essais*, Paris : Gallimard, Bibliothèque des Sciences Humaines, 1980, 389 p.

LEPILLER Olivier, *Naturel*, dans *Dictionnaire des cultures alimentaires*, sous la direction de POULAIN Jean Pierre, Presses Universitaires de France Edition, 2012, 1536 p.

LEPILLER Olivier, *Critiques de l'alimentation contemporaine : la place du naturel*, Conférence du Fonds français pour l'alimentation et la santé, 2013.

LEPILLER Olivier, *critique de l'alimentation industrielle et valorisation du naturel, sociologie historique d'une « digestion » difficile (1968-2010)*, thèse de doctorat en Sociologie, Toulouse : Université Jean Jaurès Toulouse II, 2012, 713 p.

MEVEL Olivier, *Du rôle des signaux faibles sur la reconfiguration des processus de la chaîne de valeur de l'organisation : l'exemple d'une centrale d'achats de la grande distribution française. Gestion et management*. Université de Bretagne occidentale – Brest, 2004, 460 p.

MILLENIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT, *Eco-systems and human well-being: Synthesis*, Island press, Washington D. C. Rapport de synthèse Zakri A.H. http://www.millenniumassessment.org/en/index.aspx, 2005

OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, *La politique du terrain*, Enquête [En ligne], 1 | 1995, mis en ligne le 10 juillet 2013, Disponible sur : http://enquete.revues.org/263 ; DOI : 10.4000/enquete.263 (consulté le 28/08/2017)

OUEDRAOGO A.P., *Crise sociale du goût: le végétarisme comme issue. Une étude de cas dans la région parisienne*, Département Sciences Sociales, Agriculture et alimentation, INRA Sciences sociales, recherche en économie et sociologie rurales, n°3-4, 2005, pp. 1-5

OUEDRAOGO Arouna P., *Assainir la société, les enjeux du végétarisme*, Terrain, (31), 1998, pp. 59-76

OUEDRAOGO Arouna P., *Les usages sociaux des animaux d'élevage*, In: Politix, vol. 16, n°64, Quatrième trimestre, 2003, pp. 127-150

PAILLÉ Pierre et MUCCHIELLI Alex, *L'Analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris : Armand Colin, 2012, 423p.

POULAIN Jean-Pierre, *Sociologie de l'alimentation, les mangeurs et l'espace social alimentaire*, Paris : PUF, coll. « quadrige », 2002-1, 248 p.

POULAIN Jean-Pierre, CORBEAU Jean-Pierre, *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité*, Privat, 2002-2, 209 p.

POULAIN Jean-Pierre, *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Editions Privat, Paris, 2002- 3, 236 p.

POULAIN Jean-Pierre, *Dictionnaire des cultures alimentaires*, Paris : presses universitaires de France, coll. Quadridge, Dicos poche, 2012, 1465 p.

POULAIN Jean-Pierre (sous la direction de), *L'homme, le mangeur et l'animal. Qui nourrit l'autre ?*, Paris, Les Cahiers de l'Ocha N°12, 2007, 328 p.

POULAIN, intervention table ronde de mission agro-bioscience « transition Alimentaire : pourra-t-on éviter le grand carnage ? » http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/Cahier_transition_alimentaire_DEF.pdf, 2015

FONDATION LOUIS BONDUELLE, Monographie, *Les protéines végétales : répondre aux enjeux globaux,* 2015, 68 p.

RASTOIN J.L., Ghersi G. *Le système alimentaire mondial. Concepts et méthodes, analyses et dynamiques.* Ouvrage collectif. 2010. Editions Quae, Paris ; 590 p.

RAUDE Jocelyn, *Sociologie d'une crise alimentaire, les consommateurs à l'épreuve de la maladie de la vache folle,* éditions Tec & Doc, coll. SRD série innovation, Paris, 2008, 259 p.

SADLER M.-J., 2004, « *Meat Alternatives – Market Developments and Health Benefits* », *Trends in Food, Science & Technology*, n°15, pp. 250-260.

SCALBERT Augustin. La transition nutritionnelle. Nutrition : université d'été, 2003, n°4. [en ligne]. Disponible sur http://www.uprt.fr/mesimages/fichiers-uprt/al-alimentation/alTransition%20nutritionnelle%20résumé.pdf. (Consulté le 19-01-2017).

SCHNEIDER Anne, Huyghe Christian, *Les légumineuses pour un système agricoles et alimentaire durable*, Edition QUAE, 2015, 515p.

SCHÖLSTER Hanna, De Boer Joop, Boersema Jan J., *Can we cut out the meat of the dish ? Constructing consumer-oriented pathways towards meat substitution*, Appetite, numéro 58, 2011, pp. 39-47

SEXTON E. Alexandra, Alternative Proteins and the (Non)Stuff of "Meat", gastronomica: the journal of critical food studies, vol. 16, number 3, pp. 66–78, issn 1529-3262, electronic issn 1533-8622. 2016 by the regents of the university of california. http://www.ucpress.edu/journals.php?p=reprints. doi: 10.1525/gfc.2016.16.3.66., 2016

VIALLES Noélie, Le Sang et la Chair : les abattoirs du pays de l'Adour, Paris, Ed. : Maison des sciences de l'homme, coll. Ethnologie de la France, 1987, 160 p.

VIALLES Noélie, *Des invariants du régime carné*, Dans J. P. Poulain, *l'homme, le mangeur, l'animal. Qui nourrit l'autre ?* (pp. 197 - 206). Paris : Les cahiers de l'OCHA n°12, 2007-1

VIALLES Noélie, *La viande ou la bête*, Terrain [En ligne], 10 | 1988, mis en ligne le 18 juillet 2007-2, (En ligne) http://terrain.revues.org/2932 ; DOI : 10.4000/terrain.2932 (consulté le 11/10/2015)

Tableau des sigles et abréviations

PNNS (plan national nutrition santé)

ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation)

FAO (organisation des nations unis pour l'alimentation et l'agriculture)

FDA (food and drug administration)

OMS (organisation mondiale pour la santé)

MPV (matières protéiques végétales)

BPV (boulangerie viennoiserie pâtisserie)

PAC (politique agricole commune)

EFSA (Autorité européenne de sécurité des aliments)

PAV (produits analogues à la viande)

EFSA (autorité Européenne de Sécurité des Aliments)

AFSSA (Agence française de sécurité sanitaire des aliments)

GBPH (Guide des Bonnes Pratiques Hygiéniques)

GEPV (Groupe d'Etude et de Promotion des Protéines végétales)

INRA (Institut National de la Recherche Agronomique)

CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement)

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques)

ACV (analyse du cycle de vie)

CIFST (Canadian Institute of Food research and technology)

FNSEA (Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles)

CREDOC (centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie)

Annexes

Annexe 1 : Guide d'entretien

Annexe 2 : Guide d'entretien professionnel

Annexe 3 : Analyses détaillées des photos de PAV

Annexe 4 : Analyses détaillées des triades

Annexe 1 : Guide d'entretien

Habitudes alimentaires

Construction du repas quotidien

Est-ce que vous pouvez me raconter comment se déroulent les repas chez vous ?

- *Vers quelle heure les repas sont pris ?*
- *Structure du repas (entrée/plat/dessert)*
- *Structure du plat (composée ou mélangée)*
- *Avec qui ?*
- *Où ?*

Régime

Est-ce que vous suivez un régime particulier ?

- *Végétarien / végétalien*
- *Pour quelles raisons (au moment de la décision et évolutions)*
- *Vivez-vous avec des non-végétariens ?*
- *Cela a-t-il eu un impact sur votre manière d'acheter, de préparer des aliments et de manger ?*

Focus sur les légumineuses

Si je vous dis « légumineuses, à quoi est-ce que ça vous fait penser ?

Est-ce que vous mangez des légumineuses ?

- *Lesquelles ? Sous quelles formes ?*
- *A quelle fréquence ? (quelle place dans le plat/repas ?)*
- A quoi est-ce dû ?
- *Y a-t-il des moments/évènements auxquels vous reliez cette consommation ?*

Votre consommation de légumineuses a-t-elle évoluée ? (augmentation/baisse)

Est-ce que vous achetez des légumineuses ?

Est-ce que vous les cuisinez ? Quelle préparation ?

- *Où ? A quelle fréquence ? (Faites-vous en sorte de toujours en avoir?)*

Faut-il manger des légumineuses selon vous ?

- *Devrait-on en manger plus/moins ? Les recommandez-vous ?*

Y a-t-il des occasions pour manger des légumineuses ? En consommez-vous lors des repas festifs ?

Focus sur la viande

Qu'est-ce que vous entendez par « viande » ?

Quelles viandes mangez-vous ?

Votre consommation de viande a-t-elle évoluée au cours des 5 dernières années ? Dans quel sens (augmentation/baisse) ? A quoi est-ce dû ?

- *A quelle fréquence ?*
- *Dans quelles situations mangez-vous / ne mangez pas de la viande ?*
- *Vous avez une préférence pour un type de viande ? (blanche, rouge, charcuterie, brute ou transformée)*
- *Comment cela s'est-il passé ? Ces changements ont-ils entrainé d'autres modifications de votre régime alimentaire ?*
- *Qu'est-ce que ces changements vous ont apportés ?*
- *Qu'en a pensé votre entourage ? (sur le court/long terme ?)*

Est-ce que vous achetez de la viande ?

Est-ce que vous la cuisinez ?

Selon vous, pour quelles raisons mange-t-on de la viande ?

- *Est-ce que vous en avez toujours chez vous ?*
- *Quelles viandes ? Quel genre de plat faites-vous ?*
- *Devrait-on en manger plus/moins ? Recommandez-vous sa consommation ?*
- *Est-ce que vous aimez la viande ?*

Que pensez-vous du végétarisme ?

- *Connaissez-vous des végétariens ? Vivez-vous avec des végétariens ?*
- *Cela a-t-il eu un impact sur votre manière d'acheter, de préparer des aliments et de manger ?*

Représentations sur l'alimentation

Attention portée sur les éléments suivants :

Est-ce que vous prenez en compte l'environnement dans vos choix alimentaires ?

- *De quelles manières ? (**produits biologiques / local / circuit court / moins de viande**)*
- *Quelles catégories de produits ? Depuis quand ?*

Est-ce que le bien-être animal est un élément que vous prenez en compte dans vos choix alimentaire ?

- *De quelles manières ?*
- *Quelles catégories de produits ? Depuis quand ?*

Est-ce que vous faites attention aux caractéristiques nutritionnelles des aliments que vous consommez ?

- *A quoi faites-vous particulièrement attention (calories, fer, calcium, lipides, protéines… ?)*
- *A quoi ces informations vous servent-elles ?*
- *Comment cela influence-t-il votre consommation ?*

Que sont les « protéines végétales » pour vous ?

Est-ce que vous consommez des aliments riches en protéines végétales ?

Est-ce que vous consommez des aliments végétaux qui peuvent remplacer de la viande ?

<u>Les produits analogues à la viande</u>

<u>Catégorisation alimentaire</u>

Je vais vous présenter des photos d'aliments végétaux seulement sortis de leurs emballages.

Qu'est-ce que vous pouvez me dire sur ces aliments ?

Est-ce que vous en mangez ?

Y a-t-il des évènements/moments auxquels vous reliez cette consommation ?

Est-ce que vous achetez de ces produits ?

Est-ce que ce produit vous fait envie ?

- *Est-ce que vous connaissez un de ces produits ?*
- *A votre avis, de quoi sont-ils faits ?*
- *Depuis combien de temps ? Y a-t-il des occasions d'en consommer ? Où (*domicile/***resto hors foyer***) ?*
- *Comment s'est passée la première fois que vous avez goutée cet aliment?*
  Avec quoi mangez-vous ce produit ?
  Est-ce que vous l'appréciez ?
- *Où ? (Faites-vous en sorte de toujours en avoir chez vous ?)*
- *Quel plat pourriez-vous faire avec ?*
- *Ce produit ressemble-t-il à un autre aliment qui vous est familier ?* (de la viande ?)

Comment avez-vous fait ce choix ?

(Triade) Je vais vous montrer des photos d'aliments sortis de leurs emballages par groupe de trois, à chaque fois je voudrais que vous en rassembliez deux en m'expliquant votre choix.

Classification des produits : Est-ce qu'à présent que nous avons vu et parlé de toutes les photos, vous pourriez les regrouper en familles (pas plus de 5) → Expliquez-moi un peu à quoi elles correspondent ? Quels produits avez-vous mis dedans ?

Si nous étions dans un magasin, dans quels rayons devraient être rangés ces différentes familles ?

- *Comment est-ce que vous nommeriez ces catégories ?*
    - *Tous ensembles dans un rayon à part*
    - *Avec les viandes analogues*
    - *Dans le rayon bio des grandes surfaces*
    - *Avec les produits traiteurs*
    - *Chaque produit en fonction de ses caractéristiques de stockage (frais, sec, prêt-à-manger, surgelé…)*

Autour de l'aliment

Lesquels des produits que nous avons vus préférez-vous ?

- *Pour quelles raisons ? (texture, odeur, praticité, prix, caractéristiques nutritionnelles, ressemblance à la viande…)*

Est-ce que l'introduction de ces aliments a modifié vos habitudes alimentaires ? (consommation de viande, céréales, de légumineuses, de légumes …)

Est-ce que la consommation de ces produits a eu une influence sur votre consommation de viande ?

Est-il déjà arrivé que vous mangiez un de ces aliments en compagnie de personnes qui mangeaient de la viande /ou l'inverse?

Vous arrive-t-il de manger ces aliments et de la viande au cours d'un même repas ?

- *Pour quelles raisons consommez-vous de ces produits ?*
- *Est-ce qu'il arrive que ces aliments remplacent la viande dans vos plats ? En quoi cela remplace-t-il de la viande ? Pour quelles raisons avez-vous effectué ce remplacement ?*
- *Est-ce que les plats se ressemblaient ?*

Représentations

Qu'est-ce que ces aliments vous apportent ?

- *Idéalement, est-ce que vous voudriez consommer plus/moins/pareillement de ces produits ?*

  Quelle est la vocation/utilité de ces aliments selon vous ?

- *Est-ce que ces aliments devraient être plus/moins connus ?*
- *Souhaiteriez-vous une plus grande disponibilité en France ? Les trouver dans plus de magasins ?*
- *Quelles améliorations recommanderiez-vous aux fabricants de ces produits ? Dans quelle direction devraient-ils se développer ?*

Annexe 2 : Entretien téléphonique Tossolia, avec le directeur, Joël Pichon

L'entreprise

- Est-ce que vous pouvez me parler du fonctionnement de votre entreprise ?
    - Combien de salariés ?
    - Utilisation de produits bruts ou pré-transformés ? Notamment sur le soja, combien de tonnes de graines de soja conventionnelles/bio brutes travaillez-vous par an ?

- Quelles sont les valeurs de votre entreprise ? Importance des aspects filière locale
- Sur quel créneau êtes-vous placé ? Quels sont les autres produits/marques qui vous font concurrence ?
- Quelles grandes évolutions avez-vous connus depuis la création de votre entreprise ?
- Quels sont vos objectifs actuels ? D'avenir ?

⇨ Diversification matière première ? nouvelles gammes ? nouveaux usages produits ?

- Quels types de communication avez-vous mis en place ? participation à des concours ? Axé sur l'aspect bon pour la santé / nutrition ?
- J'ai cru voir que vos produits étaient la référence en termes de soja déjà préparé pour les chefs cuisiniers, est-ce que vous collaborer avec eux ?
- Quels choix de distribution avez-vous fait ?

Produits

- Comment est structurée votre offre ?
- Comment se sont développées vos différentes gammes de produits ? A quoi est-ce dû ? → pourquoi cette diversification vers d'autres légumineuses ? + vers de nouvelles formes → *haché végétal*.

- Est-ce que vos produits ont des points communs avec de la viande ?
- Est-ce que vos produits sont des alternatives à la viande ? A quel niveau : nutritionnel / structure du repas / préparation ?
- Pour quelles raisons avez-vous appelé vos produits avec des dénominations associées à la viande : haché végétal / steak végétal ?

- Importance de l'aspect nutritionnel de leurs produits : « riche en protéines » ?

- Pour quels créneaux temporels de consommation vos produits sont-ils prévus ? (à quel moment/repas de la journée)
- Pour quelles raisons avez-vous mis en place des exemples de recettes ? Etait-ce une demande des consommateurs ?

Les consommateurs

- A quels profils de consommateurs s'adressent vos produits ? Y a-t-il eu des évolutions depuis la création de votre entreprise ?
- A quelles attentes répondent les produits Tossolia ? Ont-elles évolué depuis la création de l'entreprise ?

- Quel placement par rapport aux végétariens ? (le tofu étant un des aliments associés à ce régime alimentaire → mais soumis à des stéréotypes négatifs : fade, associé à certain ascétisme, à la diététique.
- Volonté de généralisation des produits ? comment ça se passe ?

Annexe 3 : Analyses par photos

Les 20 participants aux entretiens sont pris en compte dans l'analyse des photos. Ainsi tous les chiffres sont donnés par rapport à ce nombre de répondants.

1 - Tofu fumé

Ce produit est assez familier : 8 personnes ont nommé correctement le produit et 10 personnes l'ont rapproché d'un produit connu, dont 7 l'ont rapproché de produits carnés :

> *« Le 1 ressemble un peu à un steak de jambon, ça ressemble à de la viande très transformé. » Ent 1 (H, 27 ans)*

Cette connaissance permet aux répondants de se projeter (pour 11 des répondants) dans la conception d'un plat. Mais aussi dans une situation de consommation plus générale, comme par exemple cette répondante qui pourrait faire gouter ce produit lors d'un repas entre amis :

> *« Peut-être j'en achèterais pour le tester mais en sachant très bien que ce ne sera pas aussi bon que la poitrine de porc croustillante du restaurant chinois. Je trouve que l'apparence peut valoir la peine de le mettre à un repas pour rigoler avec des amis. » Ent 15 (F, 79 ans)*

11 personnes se projettent également dans la mise en œuvre de ce produit, il est souvent imaginé être consommé cuit et découpés en morceaux. C'est un produit plutôt apprécié (10 personnes ont le perçoivent positivement) et qui est intégré dans le modèle alimentaire d'une partie des personnes interrogées :

> *« C'est du tofu fumé, même black forest, on connait bien » Ent 13 (F, 48 ans, végétarienne)*

Seules 3 personnes ont indiquées ne pas apprécier le produit (en se basant sur les informations qu'elles en avaient) :

> *« Le 1 ne m'attire pas spécialement, c'est quelque chose que j'aurais préféré en mixé… le quadrillage comme s'il était braisé, je ne vois pas l'intérêt de le mettre sous cette forme. » Ent 6 (F, 37 ans)*

2 - Morceaux de seitan

Le produit est rarement identifié correctement (il n'est connu et consommé que de 5 personnes), en revanche, il est assimilé à des produits carnés de part son apparence (pour 16 personnes) :

> *« Ça se rapproche du visuel d'une viande cuite je dirais : de la viande de taureau » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)*

Cette ressemblance à de la viande permet une projection dans la structuration d'un plat (8, dont 5 personnes reproduiraient un plat contenant traditionnellement de la viande) :

> *« C'est vraiment pour remplacer la viande dans des plats traditionnels. » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)*

Néanmoins ce produit est largement déprécié (par 10 personnes, contre 6 personnes qui se montrent plutôt positive face à l'aliment) :

> *« Le 2 ne me dit vraiment pas, il brille en plus, ça fait gras ou visqueux … » Ent 9 (F, 50 ans)*

La ressemblance avec un produit carné est parfois la raison de la dépréciation de l'aliment :

> *« Ça ne me tente pas trop parce que l'idée de reconstituer des bouts d'animal mort, c'est pas mon délire. Les gens qui ont voulu recréer un truc animal comme si c'était du bœuf pour les gens en manque de viande ou de trucs d'animaux c'est ce qui va me répugner » Ent 5 (F, 25 ans)*

Ne connaissant pas le produit, les répondants l'ont jugé par son apparence. L'évaluation s'est faite en fonction des critères d'un produit de référence, dans ce cas, il est perçu comme inférieur à de la viande:

> *« Le 2 si c'est pas de la viande je vais être très déçue, ça ressemble à du bœuf bourguignon » Ent 6 (F, 37 ans)*

3 - Steak végétal

Ce produit est connu par l'ensemble des répondants (avec 19 personnes qui savent nommer le produit et 8 qui l'ont est intégré dans leurs habitudes de consommation) :

> *« C'est la galette de base, c'est pas nouveau, j'apprends rien. » Ent 18 (F, 40 ans)*

Ce produit est plutôt apprécié par 7 personnes sur 9 qui donnent leur appréciation du produit. Néanmoins il est souvent jugé sec et fade :

> *« ça n'a pas de gout ces trucs, ce n'est pas que c'est des mauvais produits mais la manière dont c'est cuisiné. Je peux faire des choses qui ont plus de gout. Il faut que ça corresponde à une*

majorité de personnes qui ont des gouts standards et moi je trouve que c'est trop fade. » Ent 19 (F, 59 ans)

Etant assez familier, les répondants ont aisément pu se projeter (pour 10 personnes) dans un contexte de consommation et la construction d'un plat. Et ce, quel que soit l'appréciation du produit, seul la connaissance et non l'appréciation entre en jeu lorsque le produit est connu puisqu'il peut y avoir une remobilisation d'expériences passées :

« ça fait penser à un bon plat d'été chaud ou froid, je peux le manger avec de la salade, une goutte d'huile parce que ça me parait un peu sec, je vois bien des haricots verts avec.» Ent 3 (H, 54 ans)

Bien que les répondants n'aient pas généralement fait référence à de la viande pour parler de ce produit, c'est plutôt dans la structuration du plat qu'il va prendre la place d'un produit carné :

« Ça peut s'interchanger dans un plat avec de la viande » Ent 1 (H, 27 ans)

La praticité de ce produit par sa rapidité de préparation est souvent mobilisée pour indiquer le contexte de consommation :

« La 3, classique, en accompagnement quand je n'ai pas le temps. » Ent 4 (H, 23 ans)

5 - Saucisses végétales

C'est un produit qui est facilement identifié, soit il est reconnu (8 répondants connaissent le produit) soit il est identifié en référence à un produit carné (saucisses ou boudin blanc) par 16 répondants.

C'est un produit qui a suscité une réaction forte sur l'appréciation (16 personnes qui ont indiqué leur niveau d'envie de consommer le produit), il s'agit d'ailleurs du critère principal d'appréhension du produit. La ressemblance à de la viande est souvent évoquée (16 personnes y font référence), ceci peut être perçu positivement :

« Le 5 ça à l'air très bon, le fait que ce soit épicé, que ça ressemble à de la viande … ça me fait vraiment envie. » Ent 3 (H, 54 ans)

Mais cette similarité d'apparence avec de la viande peut également en rebuter certains (4) :

« Les saucisses me rappellent trop le gout des saucisses knacki du coup j'en ai pas forcément envie parce que c'est un gout chimique et industriel. […] ce qui est de mauvais c'est de chercher à ressembler à de la viande. C'est du passé, j'en ai consommé avant mais j'en ai plus l'envie

maintenant. Pourquoi essayer de retrouver le même gout mais avec des produits différents ? » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

Du fait de la familiarité de l'aliment de référence –des saucisses–, il y a une relativement bonne projection dans un contexte de consommation (par 7 personnes):

« Quand je suis à des barbecues ça ne me dérangerais pas de manger du 5 parce que les barbecues sont vraiment associés à la viande. » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)

« Ceci-dit à l'apéritif en petite bouchées, pourquoi pas » Ent 8 (F, 56 ans)

La préparation du produit a été évoqué par 5 personnes, qui ne connaissent ni n'apprécient forcément le produit, ce qui montre que le produit de référence est bien assimilé :

« La 5 je la ferais peut être pochée parce qu'à la poêle ça risquerait d'éclater » Ent 15 (F, 79 ans)

6 - Rocher de seitan

Cet aliment n'est pas très attractif pour une partie des répondants, cependant ils se voient tout de même le manger (il y a une appréciation positive de 9 répondants, contre 5 qui refuseraient de le manger) :

« Ca à l'air un peu bizarre mais ça peut être sympa avec l'accompagnement » Ent 3 (H, 54 ans)

« Je le mangerais sans problème, je ne trouve pas ça hyper beau non plus » Ent 8 (F, 56 ans)

C'est un produit qui est relativement difficile à appréhender, n'étant pas familier ou proche en apparence d'un produit qui servirait de référence (6 personnes ont évoqué ne pas connaitre le produit) :

« Le 6 ne ressemble à rien de connu » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)

Il y a quand même 9 répondants l'ont rapproché d'un produits qu'ils connaissaient pour l'évaluer (5 d'entre eux se sont référés à un produit carné) :

« Pour le coup ça fait morceau de viande […] on dirait un morceau de poulet mariné » Ent 8 (F, 56 ans)

Le manque de familiarité avec le produit impacte la capacité de projection dans la consommation, seulement 8 personnes ont imaginé l'intégrer dans un plat, et 4 ont évoqué la manière dont ils cuisineraient le produit.

« Pourquoi pas passé à la poêle dans un peu d'huile d'olive. Le 6 au barbecue ça doit marcher. Je le mangerai avec des salades. Si je le fais au barbecue, ce n'est pas pour moi toute seule. Je peux aussi les essayer pour moi à la poêle. » Ent 15 (F, 79 ans)

L'appréciation personnelle prend une place centrale dans l'évaluation du produit (14 répondants énoncent leur appréciation du produit). Ainsi il ne suscite pas particulièrement de réaction néophobique. Ce produit intrigue les répondants, 17 ont essayé de le décrire par rapport aux informations qu'ils en avaient. Ainsi 11 répondants ont fait des estimations sur les ingrédients qui devaient composer ce produit :

« On dirait une grosse galette de seitan avec des légumes à mettre à la poêle. » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)

3 personnes ont parlé de ses qualités nutritionnelles en évoquant l'idée que ce produit devait être nourrissant :

« C'est assez nourrissant je pense » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

« Ça n'a pas de gout non plus, on peut obtenir plus ou moins de texture, c'est intéressant à la mastication mais c'est surtout parce que c'est riche en protéines que c'est intéressant. On s'est pas régalé avec du seitan quoi. » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

7 - Tempeh

Ce produit est connu seulement de 2 personnes, 13 autres appuient sur le fait que ce produit n'évoque rien pour elles :

« Ça ne ressemble à rien » ent 19 (F, 59 ans)

Ce manque de familiarité amène 14 répondants à utiliser leur envie de consommer le produit pour évaluer le produit. Certains sont plutôt réticents à gouter un produit aussi mal identifié, 8 ne l'apprécient pas et n'ont pas envie de le gouter pour 6 personnes qui le perçoivent plus positivement, ils seraient plutôt néophiles :

« C'est très très bizarre mais ça m'a l'air assez rigolo, ça ne me répugne pas, ça a l'air d'être très original, je tenterais bien» Ent 5 (F, 25 ans)

5 personnes se sont projetées dans une première dégustation du produit sur les 9 qui ont évoqué un contexte de consommation du produit. En revanche, si la projection dans la consommation est plutôt laborieuse :

« […] après j'ai du mal à voir son accompagnement parce que j'ai du mal à voir le gout que ça peut avoir. » Ent 3 (H, 54 ans)

On remarquera que tout de même 8 répondants parlent plus de la préparation du produit. L'appropriation du produit passe par la mobilisation de pratiques culinaires maitrisées pour faciliter la familiarisation en l'éintégrant dans une culture alimentaire établie :

> *« Cuit au four ça peut être pas mal. Je le ferai comme les épis de maïs. […] griller au four parce que là il est un peu blanc. » Ent 5 (F, 25 ans)*

C'est un produit qui destabilise les répondants parce qu'il donne très peu d'information sur sa composition et donc sur ses propriétés organoleptiques. De plus, les répondants ont du mal à le rattacher à une catégorie alimentaire reconnue :

> *« C'est quelque chose d'indéfinissable Le 7 j'en ai jamais vu, là, ça fait super moche, après ça peut être bon. Je ne sais pas quel gout ça a… » Ent 6 (F, 37 ans)*

14 répondants ont eu recours à la description physique du produit pour pouvoir en parler, ce qui confirme à nouveau leurs difficultés à obtenir des informations sur ce produit. Ainsi 9 personnes cherchent à identifier les ingrédients qui composent le produit :

> *« Le 7 est très étrange : ça me fait penser à un épi de maïs avec une espèce de crème … » Ent 10 (F, 34 ans)*

8 - Salamis végétale

L'appréciation de ce produit est partagée : sur 13 personnes qui en parlent, 6 sont plutôt positives contre 7 :

> *« C'est des produits que je n'achète jamais parce que c'est pas bon, ça n'a pas bon gout. Je ne vois aucun intérêt à en manger. » Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)*

Lorsque le produit est positivement perçu c'est parce qu'il est rapproché d'un aliment familier végétal:

> *« ça me fait penser à des galettes de pois chiche qui étaient vachement bonne […] j'ai un peu flashé dessus, ça me rappelle les minis galettes bretonne […] ça me fait bien envie » Ent 5 (F, 25 ans)*

Le produit n'est pas forcément connu, ni même identifié, seules 3 personnes disent le connaitre. Cependant, peu de personnes énoncent ne pas savoir de quoi il s'agit non plus. Ceci s'explique par le rapprochement aisé à des aliments familiers, ce qui rend ce produit identifiable.

Pour décrire ce produit, il est souvent fait référence à de la viande transformé tel que du jambon, saucisson ou encore de la mortadelle. En revanche le produit carné de référence est souvent perçu comme meilleur :

> *« Le 8 on dirait de la rosette mais en version vieux et insipide… » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)*

A part pour un répondant qui préfère ce compromis végétal :

> *« le 8 c'est de la mortadelle industriel qui a l'air grasse … […] si ça peut éviter de mettre de la mortadelle véritable … c'est un bon ratio plaisir-prix » Ent 1 (H, 27 ans)*

Si pour le répondant ci-dessus l'aspect transformé du produit de référence ne déprécie pas le produit, en revanche c'est un critère qui dérange d'autres personnes :

> *« Très transformé pour moi et ça fait très chimique, pas naturel. Je ne le mangerai pas » Ent 10 (F, 34 ans)*

Le produit n'étant pas familier, les caractéristiques du produit ne sont pas toujours justement perçues. Ainsi la projection dans la consommation est biaisée par les différents produits auxquels une majorité des répondants ont fait appel pour décrire ce produit : 9 répondants sur 13 qui ont décrit le produit se sont référés à un produit familier.

Néanmoins c'est un produit qui est perçu comme pratique et rapide à préparer, dans des contextes similaires à la consommation de produits carnés auxquels il se réfère.

> *«Ça se mange froid et ça ressemble à du jambon, on le mange avec des cornichons et de la mayo sans œuf, c'est pour les repas rapide. » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)*

9 - tranches de seitan

C'est un produit qui n'est pas familier pour les consommateurs, néanmoins, il est relativement proche des produits connus puisque seulement 4 répondants étaient déconcertés par ce produit. Cependant l'apparence du produit a provoqué quelques interrogations :

> *« le 9, on a presque l'impression de tranche de flan super fine même si je vois que la consistance est plus dense, c'est entre le flan et le jambon de dinde » Ent 8*

L'appréciation est un élément central de l'évaluation de ce produit, 16 personnes ont énoncé leur envie de consommer le produit, celle-ci est plutôt négative :

> *« Le 9 par contre ne me fait pas du tout envie dans la forme. […] je n'en mangerai pas » Ent 10 (F, 34 ans)*

L'évaluation se fait aussi largement en fonction de la capacité du produit à ressembler à de la viande, ce sera positif pour une minorité de répondants (4) :

> *« Moi ce que je veux c'est vraiment un truc qui ressemble à de la viande transformé plaisir. » Ent 1 (H, 27 ans, végétarien)*

> *« Le 9 par contre ne me fait pas du tout envie, ça me fait penser à du corn&beef, ça fait trop penser à de la vraie viande fumée » Ent 10 (F, 34 ans)*

Egalement, l'aspect transformé du produit joue un rôle négatif dans l'appréciation de 4 personnes:

> *« Le 9 ne me fait pas du tout envie, c'est trop carré, délimité… ça ne me dit rien, c'est trop transformé » Ent 14 (F, 55 ans)*

Le contexte de consommation qui a été le plus énoncé est celui d'un repas rapide et pratique, souvent associé au déjeuner :

> *« C'est surtout pour le midi pour dépanner » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)*

> *« Je le mangerai dans un petit sandwich parce qu'on n'a pas le temps et qu'on a que ça sous la main » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)*

11 - steak de céréales

Cet aliment est généralement identifié correctement, il fait partie de l'univers de consommation des répondants : 18 personnes l'on déjà consommé et pour 7 d'entre elles, c'est un produit bien intégré dans les habitudes alimentaires :

> *« C'est un truc que je peux manger. C'est plus classique, plus quotidien » Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)*

Comme on le voit dans la verbatim ci-dessus, c'est un produit qui est plutôt consommé au repas du quotidien mais qui n'est pas festif. Les répondants mangent ce produit pour des raisons de praticité :

> *« C'est vraiment le produit que je vais manger quand j'ai la flemme de cuisiner, donc je vais faire juste des pâtes à côté. » Ent 2 (F, 23 ans, végétarienne)*

> *« Le 11 j'en achète assez souvent pour manger le midi quand je mange tout seul, c'est pratique » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)*

Une majorité des répondants qui ont parlé de leur appréciation du produit étaient plutôt positifs (8 sur 14). Néanmoins quelques-unes de ses caractéristiques réduisent leur envie de le consommer: il est souvent dit être sec, ayant peu de gout et étant trop rassasiant :

> *« Le problème de tous ces steaks c'est que c'est quand même un peu sec. » Ent 11 (F, 27 ans)*
>
> *« C'est gonflant en plus, quand on a mangé ça, on a plus faim. » Ent 15 (F, 79 ans)*

13 répondants ont pu se projeter dans une situation de consommation. Le produit peut prendre différentes places dans la structuration du plat dans lequel il est intégré : il sert d'accompagnement ou bien il aura une place plus centrale dans le plat :

> *« le tofu je l'associe plus à un substitut de poisson ou de viande alors que les steaks végétaux comme le 11, dans ma tête c'est quand même l'accompagnement. Ça remplace mon mélange de riz et de légumes et il faudra aussi un substitut de protéines animales : du tofu ou quelque chose comme ça. » Ent 10 (F, 34 ans)*
>
> *« Et le 11 on le laisse entier dans l'assiette, on le mange vraiment comme un steak. » Ent 5 (F, 25 ans)*

13 - seitan

Les réponses pour ce produit ont été assez vicérale et radicale. Soit on l'apprécie, soit on ne l'apprécie pas. Il est systématiquement comparé à de la viande. Ainsi, c'est l'avis des réponants qui va être très l'élément le plus fréquemment donné, juste après la description :

Pour une partie des répondants, la ressemblance à de la viande pas perçue positivement :

> *« Ça ne me dit pas du tout du tout ! L'aspect fibreux du truc, ça fait penser au poulet pas cher de mauvaise qualité, pas très bon. Même si on me dit que c'est végétal ça ne me fait pas rêver. » Ent 5 (F, 25 ans)*

Les répondants projettent d'intégrer ce produit dans une structure de plat de type mélangé :

> *« Ce ne serait pas central dans l'assiette comme le 2, ce serait mélangé »* Ent 8 (F, 56 ans)

En revanche, seuls 7 répondants se sont projetés dans la consommation de ce produit. Mais 2 ont imaginé reproduire des recettes typiquement à base de viande :

> *« Sous cette forme-là je pourrais le cuisiner comme je fais de la dinde, en sauce blanche ou en sauce tomate. Donc revenu à la poêle et après je rajoute la sauce. »* Ent 19 (F, 59 ans)

Bien que le produit ne plaise pas toujours, les répondants se projettent au moins dans une première expérience:

> *« La couleur est pas top, ça fait un peu grisâtre mais je gouterais quand même »* Ent 8 (F, 56 ans)

La ressemblance à de la viande (13 personnes ont fait référence à différents produits carnés pour qualifier ce produit) participe assez largement à la dépréciation du produit (évoquée par 7 personnes), notamment parce que le produit ne semble pas à la hauteur des critères d'évaluation du produit carné de référence :

> *« Je trouve ça bon la viande, ça ne me dégouterait pas mais ce qui me dégoute est quand on essaie d'imiter la viande avec une texture un peu spongieuse. » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)*

5 répondants parlent du processus de transformation nécessaire pour l'obtention du produit comme étant un élément négatif.

Bien que le produit soit peu connu, son rattachement à de la viande permet aux répondants de ne pas avoir beaucoup recours à la description du produit pour en parler :

> *« Ça ressemble à un sauté de veau qu'on serait allé chercher chez le boucher […] ressemble à de la viande, mais ça n'en est pas, on dirait des petits filets »* Ent 14 (F, 55 ans)

De même pour ce qui est de l'identification du produit, très peu des répondants ont su le nommer correctement ou bien l'on déjà gouté (3 personnes).

La référence à un produit carné est le critère central d'appréhension de ce produit pour les répondants.

14 - roulée de seitan

C'est un produit qui plait peu aux consommateurs, 8 ont dit ne pas avoir envie de le consommer. Cette dépréciation s'explique par le fait que ce produit soit inconnu de la majorité des consommateurs qui ne savent comment l'appréhender :

> *« Je ne sais pas trop ce que je pourrais en faire, ça ne me fait pas trop envie. »* Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

Le manque de familiarité avec le produit amène les répondants à faire des estimations par rapport à l'apparence et sur la texture qu'il pourrait avoir. Certains le trouvent gras, d'autres pensent que c'est sec, et ceux qui le connaissent disent que c'est caoutchouteux. Seules 2 personnes reconnaissent la l'ingrédient principal de ce produit :

> *« C'est du seitan. Le 14 c'est le roulé au romarin, on en a mangé pas mal fut un temps, puis on a un peu saturé. »* Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

9 répondants rapprochent ce produit de préparation avec de la viande :

> *« Ça ressemble peut être à une paupiette »* Ent 14 (F, 55 ans)

Seulement, le rapprochement à de la viande est un difficile lointain et n'aide pas autant à rendre familier le produit. 9 personnes qui expriment ne pas connaitre, ou bien ne pas savoir identifier le produit :

> *« Le 14 c'est un peu une énigme, je ne sais pas trop ce que c'est. C'est compliqué à décrire »* Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

Egalement 3 personnes jugent négativement le fait que ce produit soit transformé :

> *« Ça fait penser aux nuggets donc au pire de la nourriture industrielle, ça ne me donne pas du tout envie, au pire de la transformation ! »* Ent 11 (F, 27 ans)

En revanche pour ce qui est de la projection dans la construction d'un plat, la référence à un produit carné permet de donner des indications sur la place que tiendrait ce produit dans l'assiette :

> *« Le 14 je le mettrais plus avec des légumes cuisinés. Il prend plus la place de viande »* Ent 8 (F, 56 ans)

15 - nuggets végétal

Ce produit est assez familier, pourtant 7 répondants expriment le fait qu'ils ne connaissent pas le produit. 12 personnes l'associent à de la viande panée, produit qui est associé au plaisir alimentaire et à l'excès. Cette association oriente la fréquence de consommation qui sera plutôt occasionnelle :

> *« C'est des nuggets, C'est des aliments bons qui font plaisir, gras et gouteux » Ent 1 (H, 27 ans, végétarien)*
>
> *« Le 15 me fait penser à des nuggets, je vais rarement en manger, je le ferais en mode « mal-bouffe » avec des frites. » Ent 12 (F, 30 ans, végétarienne)*

Cela entraine chez les répondants un avis mitigé sur ce produit :

> *« Ce n'est pas quelque chose que j'achète, c'est sensé avoir un gout de poulet, ça ne m'intéresse pas. Le 15 je pense pas le manger tout court.» Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne):*
>
> *« Le 15 Ah, non, ça ne me donne pas envie. Le 15 ne me plait pas, il est pas beau, je ne sais pas ce que c'est, c'est peut être très bon mais ça ne me plait pas. C'est la forme qui ne me plait pas, et ce qu'il y a dessus. » Ent 15* (F, 79 ans)

En revanche, c'est un produit qui est projeté dans un repas pour enfants, et ceci même si le répondant ne l'apprécie pas :

> *« Après peut-être pour les enfants un eu comme une sorte de poisson pané, il faut essayer, je ne dis pas que jamais j'en achèterais mais là pour le moment j'en ai pas acheté et c'est pas quelque chose qui va me faire envie. » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)*

La ressemblance avec le produit auquel il se réfère pour les répondants, la projection dans la préparation et la consommation du produit sont aisées :

> *« Le 15, les nuggets de légumes je les avais faits avec des légumes à côté, des haricots verts ou une salade composé. » Ent 18 (F, 40 ans)*

16 - tofu nature

C'est un produit qui est très largement reconnu, c'est l'un des aliments symboliques de la culture alimentaire végétarienne. Mais il peut aussi revêtir un aspect exotique pour certains :

> *« J'aime bien, j'aime bien le côté neutre, la matière. Je connais depuis très très longtemps. J'ai découvert ça par curiosité, j'ai beaucoup bourlingué, j'ai testé un peu toutes les cuisine. »* Ent 19 (F, 59 ans)

Bien que facilement identifié, il n'est pas pour autant intégré au modèle alimentaire de la plupart des répondants, il a cependant été expérimenté quelques fois :

> *« Le 16 ça me fait penser au carré de tofu je crois… j'en ai acheté la dernière fois, mais comment ça s'appelle ? Si, c'est du tofu ! » Ent 18 (F, 40 ans)*

Il est décrit comme étant un aliment brute, ce qui peut être positivement perçu lorsque les répondants maitrisent sa nécessaire mise en œuvre :

> *« Je préfère la forme un peu brute du 16, je peux le découper, le mettre comme je veux. » Ent 10 (F, 34 ans)*

La préparation sert à donner du gout au produit qui est souvent perçu comme fade :

> *« Parce qu'à la base ça n'a pas de gout et il faut y aller fort sur les épices pour que ce soit bon » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)*

Mais c'est un point négatif pour ceux qui ne sont pas familier de cette forme nature du tofu :

> *« Le 16 je l'ai gouté nature et ça ne m'a pas plu alors je l'ai jeté, je ne l'ai pas mangé, ça ne m'a pas plus. Je ne savais pas avec quoi le mettre alors je l'ai gouté et franchement je n'ai pas kiffé le truc. J'en avais acheté du tofu parce que j'en avais beaucoup entendu parler, j'ai voulu essayer. » Ent 16 (F, 54 ans)*

« C'est super dur à cuisiner pour des gens comme moi ! C'est une copine qui nous l'avait fait en le faisant revenir avec des légumes à la poêle. Moi j'avais regardé faire. Depuis j'en avais pas racheté, j'étais un peu circonspecte « qu'est-ce que c'est ? » pour moi c'était très évident ! » Ent 18 (F, 40 ans)

Le manque de savoir-faire et l'aspect fade du produit redirige parfois les répondants vers des produits similaires plus élaborés :

« Ça ne fait pas du tout envie. J'aime bien ça en plus, ils font du tofu plus élaboré, plus cuisiné avec des graines ou marinés … agrémentés, il va avoir plus de gout. Donc brute comme ça je ne l'achète pas trop. » Ent 20 (H, 35 ans, végétarien)

17 - protéines de soja texturées préparées

La composition et la préparation en amont du produit intrigue la majeure partie des répondants :

« Le 17, je ne sais pas trop ce que c'est, des espèces de copeaux… » Ent 5 (F, 25 ans)

« Le 17… je ne le connais pas, je vois que ça peut être une petite friture de soja, » Ent 10 (F, 34 ans)

Ceux qui reconnaissent le produits et sont familiers avec l'ingrédient principal (protéines de soja texturées) disent l'apprécier :

« Alors ça c'est bon ! ca a un gout salé, plutôt fumé aussi et ça c'est bien ! » Ent 3 (H, 54 ans)

En revanche on perçoit une facilité de projection dans l'utilisation de ce produit dans un plat même chez les répondants ne connaissant pas le produit :

« Le 17 je le mangerais en le saupoudrant sur l'assiette. » Ent 17 (F, 67 ans)

« Je pourrais le mettre par-dessus un gratin de légumes. » Ent 8 (F, 56 ans)

C'est un produit qui se consomme en accompagnement, dans un plat mélangé puisque sa composition est effritée. Ceux qui le connaissent l'utiliseraient pour reproduire une sauce bolognaise :

« il y a moyen que ce soit intéressant rajouté à des sauces comme une sauce bolognaise-like, ça a l'air sympa » Ent 1 (H, 27 ans)

« On va faire la bolognaise avec des spaghettis ou les courgettes et tomates farcis. » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

18 - pâté végétal

C'est un produit qui est familier pour une majeure partie des répondants. Lorsque le produit n'est pas nommé directement (seuls 6 répondants ont dit que c'était du pâté végétal), il est identifié comme étant soit du caviar d'aubergine, soit de l'houmous. Peu de répondants ont évoqué leur appréciation du produit (7), néanmoins il est positivement perçu, une majorité de personnes disent aimer le produit qu'ils ont identifié :

> *« On peut l'agrémenté de tellement de façons, c'est génial. » Ent 18*

> *« C'est une belle réussite, quelques marques plus que d'autres on va dire, mais c'est très bon aussi » Ent 3 (H, 54 ans)*

C'est un produit qui peut être cuisiné soi-même, ainsi certains répondants font une différence d'appréciation entre ce qu'ils peuvent faire et ce qu'ils trouvent en lieux d'approvisionnement :

> *« Je le fais moi-même. Il y a rien de plus dégelasse que ceux qu'on trouve en supermarché ! » Ent 18 (F, 59 ans)*

Le marqueur d'intégration dans les habitudes alimentaire le plus significatif est le fait que l'on retrouve la projection dans un même contexte de consommation. C'est un aliment qui est dédié à l'entrée ou l'apéritif :

> *« L'houmous je le fais en apéritif avec du pain libanais » Ent 15 (F, 79 ans)*

Et il est associé à des repas festifs, occasionnels, c'est un aliment conviviale :

> *« Mais c'est avec des gens que j'en fais, je ne vais pas m'en préparer que pour moi. On ne peut pas en faire en petite quantité. » Ent 15 (F, 79 ans)*

> *« On peut le manger en apéritif si on a du monde. » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)*

20 - tofu en sauce

Ce produit a la particularité d'être perçu comme un plat donc on distingue les différents ingrédients, cela facilite l'appréhension du produit :

> *« Et le 20 je ne connais pas : c'est des morceaux de tofu cuisinés dans une espèce de ratatouille, assez appétissant. Je serais assez encline à le tester et à le rentrer dans mes routines. Je le*

mangerai avec une céréale type riz/quinoa pour absorber la sauce et je complèterais par un légume pour compléter parce que c'est sauceux mais ça ne suffira pas comme portion de légume » Ent 10 (F, 34 ans)

3 répondants font référence à de la viande pour parler de ce produit. Mais la viande et le tofu deviennent interchangeables parce que l'attention est portée sur la préparation d'un plat final :

« c'est pas forcément de la viande, c'est un plat en sauce mais ça pourrait être des morceaux de tofu. Le tofu va me faire plus envie parce que ça me semble plus naturel. J'ai pas besoin que les protéines végétales ressemblent à de la viande pour que j'ai envie d'en manger. Il y a des préparations où on peut mettre indifféremment de la viande ou des protéines végétales : dans le 20 le poulet n'a pas bcp de gout, le tofu non plus, ils ont un gout un peu différent, les gouts vont être très bon mais différents. » Ent 6 (F, 37 ans)

7 répondants soulignent que le produit est trop préparé par rapport à ce dont ils ont l'habitude de manger. Bien que ce puisse être un frein à la consommation de ce produit finit, les préparations à partir de tofu faites par ces personnes se rapprochent de ce produit :

« Le 20 si c'est un plat cuisiné je ne l'aurais pas acheté mais je l'aurais cuisiné moi-même. » Ent 7 (F, 52 ans, végétarienne)

C'est plus qu'un produit, c'est un plat quasiment aboutit qui amène les répondants à se projeter dans des contextes de consommation spécifiques à ce degré de finition : cela permet la préparation d'un plat rapide et pratique :

« *Ça va vraiment être le plat cuisiné tout prêt. Si je devais en avoir, je le prendrais pour manger à midi si j'ai pas pris mes Tupperware, je le mettrais au micro-onde, je ferais avec des crudités ou des pâtes. Ce serait vraiment si j'ai oublié ma gamelle.* » Ent 12 (F, 30 ans)

La sauce est beaucoup commentée, elle peut rendre plus ou moins appétissant l'ensemble du plat :

« Trop de sauce ! J'aime pas trop les plats en sauce. » Ent 14 (F, 55 ans)

« Le 20 marche totalement, ça à l'air hyper appétissant, c'est quand même plus sympa en sauce » Ent 18 (F, 40 ans)

21 - Protéines de soja texturées

7 répondants connaissent ce produit :

« C'est de la protéine de soja déshydraté, je dois en manger une fois par semaine » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

La mise en œuvre nécessaire pour la consommation de ce produit est plus ou moins maîtrisée en fonction de la familiarité avec le produit. A l'instar du tofu nature, cette flexibilité dans la préparation est appréciée :

« C'est pas mal, c'est assez plastique au niveau de la cuisine. Y a plein de variations, ça prend le gout de ce dans quoi on le met, c'est plus neutre, c'est à travailler : ça permet de faire des trucs différents.» Ent 1 (H, 27 ans)

En revanche, les répondants qui ne connaissent pas ce produit semblent avoir du mal à se projeter dans son utilisation et sa consommation. Ainsi on voit plusieurs réactions caractéristiques qui vont de la référence à un aliment connu à des réactions plus réticentes :

« Le 21 c'est rigolo ça ressemble à des petits morceaux de poulet … avec des trous J'ai bien envie de gouter le 21, je ne sais pas ce que c'est, c'est rigolo. Si ça a un gout de poulet je le ferais comme si c'était du poulet, avec du riz au curry ça passerait aussi, à essayer, à gouter pour voir les associations qui fonctionne. » Ent 6 (F, 37 ans)

« Je ne suis pas sûr de connaitre, le 21 parait être extrudé, mais pas une céréale, plutôt un mélange de soja extrudé. Le 21 je ne sais pas trop comment je le mangerai, c'est tellement sec que ça en est pas très apetissant. » Ent 8 (F, 56 ans)

C'est un produit qui se substitut souvent à de la viande, que ce soit dans l'apparence, mais également pour ceux qui connaissent le produit, il peut être utilisé pour la préparation de plat composé traditionnellement de viande :

« C'est ce que j'avais fait pour faire la sauce bolognaise. J'avais fait un cours de cuisine végétale avec ma mère, on avait fait un colombo avec le 21, c'est un plat en sauce et c'était vraiment très bon. La première fois que j'avais gouté c'était avec du poulet et je m'étais dit « ça je n'abandonne pas, je le transforme en végétal, c'est trop bon ». » Ent 13 (H, 52 ans, végétarien)

22 - Falafels

Le produit est dit être apprécié par 10 répondants. Il est correctement identifié et nommé par 10 personnes. C'est un produit qui a déjà été vu ou gouté par la majorité des répondants. Ils peuvent être acheté ou bien faits maison, mais il n'y a pas de comparaison entre les deux processus de fabrication comme on pouvait l'avoir avec le pâté végétal. C'est un produit perçu comme conviviale et réservé pour des occasions festives :

« Quand je les fais. C'est plus quand on est ensemble, je ne vais pas les faire tout seul parce que c'est quelque chose qui prend du temps. » Ent 4 (H, 23 ans, végétarien)

C'est un produit qui n'est pas central au plat, il est souvent consommé lors de l'apéritif ou bien en entrée :

« Le 22 ça me fait envie mais je sais que je ne vais pas en manger beaucoup, ce sera bien en accompagnement, en entrée et à tremper dans quelque chose. Ce n'est pas à manger tous les jours, c'est trop consistant » Ent 6 (F, 37 ans)

La culture libanaise dans laquelle s'intègre les falafels est souvent prise en compte lors de sa consommation (ce n'est pas le cas avec le tofu qui a été exporté en France sans son contexte de consommation) :

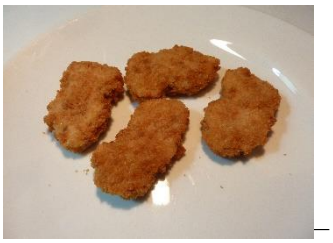
« Le 22 je fais une sauce à côté, sinon les libanais c'est un peu comme les espagnols, ils mangent sous forme de tapas : vous faites des falafels, du houmous avec des pois chiches, des salades et ça fait le repas du soir parfait. Ou sinon les falafels je les coupe en deux et je les mets en sandwichs dans des wraps avec du fromage blanc. » Ent 18 (F, 40 ans)

Cependant, bien qu'il soit souvent apprécié, l'image d'un produit bourratif marque les esprits :

« Le 22 me fait pas trop envie parce que j'en ai déjà gouté et c'était hyper sec. Le 22 je ne le mangerais pas » Ent 12 (F, 30 ans)

« C'est bon, ça nourrit et ça cale et en plus c'est rapide. » Ent 16 (F, 55 ans)

Annexe 4 : Analyse des triades

22 – 15  – 14

Les photos 22 et 15 ont majoritairement été rapprochées (9 fois). Cela peut s'expliquer par leur apparence : panée et en morceaux :

> *« Je rassemblerais le 22 et le 15 parce qu'en terme de forme, ce sont des boules qui ont un aspect un peu pané, en mini portion… » Ent 10 (F, 34 ans)*

Cette ressemblance amène à des projections de préparation et des contextes de consommation similaires :

> *« Je mets ensemble la 15 et la 22. Parce qu'elles sont panées, savoureuses, les produits se ressemblent. Pour les remettre en température je pense qu'ils conseillent la même chose. Alors que le 14 on peut le consommer plus tel quel, froid ou revenu à la poêle. Et le 15 et le 22 je les vois bien en apéritif dinatoire. » Ent 4 (H, 23 ans)*

Lorsque le 14 et le 15 sont rassemblés c'est souvent parce que le 22 est plus apprécié que les deux autres :

> *« Je mettrais ensemble le 15 et le 14 parce que le 22 fait assez envie et les autres pas trop. » Ent 9 (F, 50 ans)*

Cette répondante résume bien l'ensemble des remarques faites sur cette triade :

> *« « C'est le 22 que je trouve le plus appétissant, cette forme de falafels. Les deux les plus concordants c'est le 15 et le 22. Je mets le 14 de côté. Le côté panure qu'on a pour les deux et le côté « je ne sais pas ce que c'est pour le 14, c'est inintelligible pour moi. » Ent 18 (F, 40 ans)*

11 -16 -21

Le rassemblement des photos 16 et 21 fait consensus (10 fois sur 17), il est fondé sur le processus de transformation de ces produits. Ces deux PAV sont dits brutes et demandent une

préparation alors que la photo 11 est plus élaborée ce qui permet une plus rapide mise en œuvre :

> *« Je vais les rassembler parce que c'est la même méthode de préparation : il faut les faire un peu mariner. Alors que le 11 c'est tout prêt. » Ent 12 (F, 30 ans)*

Cet aspect brute du 16 et 21 demande qu'ils soient connus des répondants pour savoir comment les transformer et le gout qu'ils peuvent avoir, ainsi lorsque ce n'est pas le cas, le 11 sera mis à part puisqu'il est plus familier et semble plus appétissant :

> *« Et le 21 et le 16, je ne connais pas … mystère. J'associe le 21 et le 16 parce que j'ai aucune informations sur comment les manger alors je les mets ensemble. » Ent 14 (F, 55 ans)*

Néanmoins le 21 est de loin le produit le moins familier des trois, ce qui explique 4 rassemblements du 11 avec le 16.

1 -9 -18

Le 9 est peu apprécié, ce qui explique qu'il soit par 8 fois mis à part :

> *« J'élimine le 9 parce qu'on dirait un substitut de jambon et je rassemble le 1 et le 18 parce qu'ils sont bons » Ent 7 (F, 52 ans)*

Lorsque le 9 et le 18 sont mis ensemble, c'est pour mettre de côté le 1 qui est préféré aux autres :

> *« J'isolerais le 1 parce que je le connais, je l'aime, je le consomme. » Ent 10 (F, 34 ans)*

Ce choix de rassemblement s'explique aussi par la place que ces produits peuvent prendre dans la structure d'un repas : le 1 s'intègre dans un plat alors que les autres sont dédiés à des prises alimentaires moins structurées :

> *« Je préférais le 1, celui que je vais manger le plus souvent et faire dans un vrai repas. Le fait de cuisiner à côté, ça fait un vrai plat alors que les 2 autres ça fait petit repas/apéritif, je vais les manger plus par impulsion, gourmandise […] Je rassemble le 18 et le 9 parce que c'est des trucs à manger rapidement ou à l'apéro, dans les mêmes contextes d'utilisation.» Ent 12 (F, 30 ans)*

C'est l'appréciation et la familiarité avec les produits qui dicte les choix des rassemblements.

6 -5 -13

Cette triade est particulière parce qu'elle n'a pas de rassemblement qui se départage des autres (6 et 13 ; 5et 13 ont tous deux était rassemblés 6 fois). La raison serait que ces trois produits ne sont pas familiers, les répondants ne connaissent pas leur composition. Il est difficile de choisir un critère pour former une paire, comme l'illustre bien la remarque de cette répondante :

> *« Par préférence j'exclurais le 13 et je garderai le 5 et le 6. Après le 5 et le 13 sont plus similaires. » Ent 5 (F, 25 ans)*

Cette situation pousse les répondants à évaluer les produits en fonction de leur envie de les consommer, de leur appréciation. Ici, elle se construit en négatif, par la mise de côté des produits qui sont le moins appréciés :

> *« Je mettrai le 6 à part et le 5 et le 13 ensemble parce que c'est ceux que j'ai le moins envie de manger en fait » Ent 7 (F, 52 ans)*

Lorsque le 5 et le 13 sont rassemblés, c'est pour isoler le 6 qui est considéré comme plus consommable que les deux autres à cause de leur référence à de la viande :

> *« Je rassemblerai 5 et 13 et j'isolerai le 6 qui me fait beaucoup plus envie ! Les autres je les aime pas parce qu'ils se rapprochent de la viande. Si j'ai envie de viande, je vais prendre une vraie saucisse sinon je ferai du poulet. » Ent 10 (F, 34 ans)*

Un seul répondant a choisi de mettre ensemble les produits qui selon lui ont un ingrédient commun :

> *« Peut-être le 5 de côté et le 13 et le 6 ensemble parce que le 13 pourrait être du seitan, je les ai plus associés par rapport à ce que je pense être la composition » Ent 20 (H, 35 ans)*

3 -20 -7

Le rassemblement le plus courant (effectué 10 fois) a été celui des photos 3 et 20 motivé par le 7 qui a suscité soit de la réticence ou de la curiosité en fonction des répondants. C'est un produit qui est très peu familier par rapport aux deux autres :

> *« Je mettrai le 7 à part parce que je ne le connais pas, je ne sais pas quoi en faire et les autres je vais les rassembler parce qu'ils peuvent faire partie de mon alimentation. » Ent 7 (F, 52 ans)*

Le degré d'élaboration du 3 et du 20 qui sont tous deux prêt à l'emploi explique aussi leur rassemblement :

> *« Je rassemble le 3 et le 20 parce que c'est du tout fait en fait.» Ent 12 (F, 30 ans)*

Lorsque c'est le 20 qui est mis à part, l'explication relève souvent du fait que c'est un produit trop élaboré et la sauce n'est pas toujours perçue positivement.

> *« Je mets le 20 de côté parce que j'aime pas les trucs tout caché sous la sauce, je préfère voire l'aliment initial, la matière première. Là c'est trop transformé pour moi. Le 3 j'ai l'habitude, j'ai déjà regardé l'étiquette, je sais ce qu'il y a dedans. Je rassemble le 7 et le 3 parce que ça me donne envie. » Ent 8 (F, 56 ans)*

Cette paire peut aussi s'expliquer par la mise en œuvre semblable que l'on pourra faire des produits 3 et 7 :

> *« Je mets le 7 et le 3 ensemble pace que je les cuisinerais pareil : je les mets en tranches et je les cuisinerais avec une sauce. » Ent 20 (H, 35 ans)*

2 -8 -17

Le 8 et 17 ont été rassemblés 10 fois pour des raisons d'appréciation et de curiosité communes pour les deux produits. Ces trois produits ne sont pas forcément connus par les répondants. Ainsi l'appréciation tient une place importante pour motiver la mise en paire. Le 2 est assez souvent déprécié en comparaison aux deux autres :

> *« Je mets le 2 de côté et le 8 et le 17 je veux bien les gouter par curiosité, le 2 je l'achèterai pas. »Ent 9 (F, 50 ans)*

La place dans l'assiette ou dans le repas est une autre justification énoncée pour le rassemblement du 8 et 17 :

« Je rassemble le 17 et le 8 parce qu'en fait tous les deux il faut les mettre œuvre, alors que le 2 c'est déjà un plat pratiquement constitué. Les autres c'est plus des accompagnements » Ent 8 (F, 56 ans)

La mise en paire du 2 et du 17 peut s'expliquer par le mode de préparation similaire, alors que le 8 peut se manger sans préparation, les deux autres demandent plus d'investissement :

« Et je mettrais le 8 à part et le 2 et le 17 ensemble parce que le 8 c'est un produit que je pourrais consommer tel quel, les deux autres il faut un minimum de préparation. » Ent 4 (H, 23 ans)

Le produit 8 n'est pas non plus toujours apprécié, ainsi il peut être la raison du rassemblement des deux autres aliments :

« J'associerai le 17 et le 2 parce que mine de rien je pourrais les consommer et le 8 je le mets à part parce que pour le coup je n'ai pas envie de le consommer. » Ent 10 (F, 34 ans)

Table des matières

Remerciements 5

Sommaire 6

Introduction 7

Partie 1 Revue de littérature 9

CHAPITRE 1 : Etat des lieux sociologie de l'alimentation : légumineuse et viande 10

1 La sociologie de l'alimentation 10

1.1 Les apports de l'Homnivore 10

1.2 L'espace social alimentaire 12

2 La viande, un aliment difficile à penser 13

2.1 Consommation de viande 14

2.1.1 Des consommations socialement différenciées 14

2.1.2 Les moyens de gestion de l'anxiété associée à la viande 15

2.2 Perceptions des risques associés à la viande 17

2.2.1 Perception du risque en fonction de rationalités sanitaires 18

2.2.2 Perception du risque en fonction de rationalités éthiques 18

2.2.3 Perception du risque en fonction de rationalités environnementales 19

Conclusion 20

3 Les légumineuses, un rapport oscillant entre désaffection et réaffection 21

3.1 Définition 21

3.2 Intérêts des légumineuses 22

3.2.1 Intérêts des légumineuses sur la santé et nutrition 22

3.2.2 Intérêts des légumineuses sur la sécurité alimentaire mondiale –nutrition internationale 23

3.2.3 Intérêts des légumineuses sur l'environnement 23

3.3 La place des légumineuses dans le temps 24

3.3.1 Evolutions et états de la production de légumineuses en France 24

3.3.1.1 Production actuelle de légumineuses 25
3.3.1.2 Un désintérêt pour les légumineuses –post seconde guerre mondiale . 26
3.3.1.3 Perspectives pour les cultures de légumineuses à graines 27
3.3.2 Evolution de la consommation de légumineuses dans le temps 27
3.3.3 Représentations des légumineuses 30
Conclusion 31
CHAPITRE 2 Une nouvelle vision de l'alimentation 32
1 Modernité alimentaire, une source d'inquiétude 32
1.1 L'étirement de la « filière du manger » 33
1.2 Un brouillage des repères alimentaires 33
1.2.1 La naturalité comme nouveau repère 34
1.2.2 Les inquiétudes comme constante anthropologique 35
1.2.3 Cacophonie alimentaire et « gastro-anomie » 35
1.3 Nutritionnalisation de l'alimentation 36
2 La protéine, un nutriment familier au cœur de grands enjeux 37
2.1 La place des protéines dans la science et consommation 37
2.1.1 Définition d'une protéine 37
2.1.2 Entre disponibilité et recommandations des apports en protéines 38
2.2 Les protéines d'origine animale 39
2.3 Les protéines d'origine végétale 39
2.3.1 Des protéines végétales dans les procédés de transformation industriels : les MPV 40
2.3.2 Acceptabilité des protéines végétales 41
3 Vers une transition alimentaire 41
3.1 De la théorie de la transition démographique à la transition alimentaire 42
3.1.1 Les étapes de la transition nutritionnelle 43
3.1.2 La transition protéique 43
3.2 Les enjeux d'une alimentation durable 45

3.2.1 Définition d'alimentation durable 45
3.2.2 Place des protéines végétales dans les objectifs de l'alimentation durable 46
3.3 Végétarisation des modèles alimentaire 46
3.3.1 Population touchée sensibilisée 47
3.3.2 Les implications du végétarisme 47
3.3.3 Modification de la structure des repas et du système culinaire 48
Conclusion 49
Chapitre 3 Les produits analogues à la viande 50
1 Présentation de ces nouveaux aliments 50
1.1 Travail de définition 50
1.2 Un développement contrasté en fonction des ingrédients principaux utilisés 52
1.2.1 Les PAV à base de soja 53
1.2.2 Les PAV à base de légumineuses (pois, haricot, fève) 54
1.2.3 Les PAV à base de protéines de céréales 54
1.2.4 Les PAV à base de Mycoprotéine 54
1.3 Caractéristiques environnementales et nutritionnelles des PAV 55
1.3.1 Les PAV, des aliments réellement durables ? 55
1.3.2 Les propriétés nutritionnelles des PAV 56
1.4 Structuration du marché des PAV et ses acteurs 58
1.4.1 La filière viande sur ses gardes 59
1.4.2 Les consommateurs ciblés 60
1.5 Les objectifs des produits analogues à la viande 62
2 Intégration des produits analogues à la viande dans le modèle alimentaire 63
2.1 Acceptation de nouveaux aliments 64
2.1.1 Les conditions d'acceptation des PAV 64
2.1.2 Fonctionnement des catégories alimentaires 66

2.2 L'influence du contexte de consommation 68
2.3 Les effets sur l'appréciation de caractéristiques communes avec la viande ... 69
2.3.1 Des aliments en négatif 70
Conclusion 71
Partie 2 Présentation de l'étude 73
Chapitre 1 Problématique et hypothèses 74
1 Présentation du stage 74
2 Mise en problématique 75
2.1 Définition 75
2.2 Problématique 76
3 Présentation des hypothèses 77
Chapitre 2 Méthodologie 81
1 Méthode de collecte des données et d'analyse 81
1.1 Une recherche qualitative 81
1.2 Le choix de l'entretien semi-directif 82
2 Les méthodes employées 83
2.1 Echantillonnage et échantillon effectif 83
2.2.1 Mode de recrutement 84
2.2.2 Présentation des enquêtés 84
2.2 Présentation du guide d'entretien 87
2.3 A côté des entretiens semi-directifs 90
2.3.1 Entretiens professionnels 90
2.3.1.1 Gérant de Biocoop 90
2.3.1.2 Doctorant en nutrition sur les protéines végétales 91
2.3.1.3 La start-up ICI&LA 93
2.3.1.4 Directeur de Tossolia, producteur de PAV 94
2.3.2 Courte phase d'observation 95
Chapitre 3 Analyse 97

1 Analyse des entretiens 97
1.1 Structuration des prises alimentaires en fonction du rapport à la viande 97
1.1.1 Structuration du plat et consommation de viande 98
1.1.1.1 Points communs entre les trois typologies de mangeurs de viande 98
1.1.1.2 *Végétariens* (consommation de viande 1 fois maximum par semaine) = 7 enquêtés 100
1.1.1.3 *Faibles consommateurs* (consommation de viande entre 2 et 4 fois par semaine) = 5 personnes 101
1.1.1.4 *Consommateurs moyens* (consommation de viande plus de 4 fois par semaine) = 8 personnes 102
1.1.2 Baisse de la consommation de viande et pratique de substitution 105
1.2 Rapport aux légumineuses 106
1.2.1 Fréquence de consommation et freins 107
1.3 Perception des protéines végétales 108
1.4 Analyse des produits analogues à la viande 109
1.4.1 Consommation personnelle 109
1.4.1.1 Intégration des PAV dans le régime alimentaire et familiarité 109
1.4.1.1.1 Produits consommés 110
1.4.1.1.2 Préparation des PAV 112
1.4.1.2 Contexte de consommation 112
1.4.1.2.1 Structuration des plats contenant des PAV 114
1.4.1.2.2 Fréquence de consommation 115
1.4.1.2.3 Consommation en contexte extraordinaire 115
1.4.1.2.4 Commensalité et PAV 116
1.4.1.3 Appréciation des PAV 117
1.4.1.4 Raisons de la consommation de PAV 118
1.4.2 Discours sur les PAV 119
1.4.2.1 La ressemblance des PAV à la viande 119
1.4.2.1.1 Ressembler aux viandes transformées, un objectif dangereux 119
1.4.2.1.2 Les simili-carnés, une ressemblance qui ne fait pas consensus 120
1.4.2.1.3 Une appellation qui dérange, une identité qui se cherche 121
1.4.2.2 Association des PAV au végétarisme 122

1.4.2.3 Utilité générale des PAV et leur développement 123
1.4.2.4 Des produits issus de l'industrie agro-alimentaire 123
1.4.2.5 Attentes des répondants envers les PAV 124
1.4.3 Triade 126
1.4.3.1 Rationalités mises en avant pour expliquer les rassemblements effectués 126
1.4.3.2 Résultats des triades 127
1.4.4 Catégorisation 129
1.4.4.1 Modes de catégorisation 130
1.4.4.2 Ordonnance des groupes 133
1.4.4.3 Retour sur la catégorisation 133
2 Retour sur les hypothèses 134
Conclusion générale 140
Bibliographie 143
Tableau des sigles et abréviations 148
Annexes 149
Annexe 1 : Guide d'entretien 150
Annexe 2 : Entretien téléphonique Tossolia, avec le directeur, Joël Pichon 155
Annexe 3 : Analyses par photos 157
Annexe 4 : Analyse des triades 174
Table des matières 179

Résumé

Que ce soit pour des questions de santé, des préoccupations à propos de l'environnement ou encore pour le bien-être des animaux d'élevage, certains mangeurs ont décidé de réduire considérablement la part des produits carnés de leur alimentation. Quelles que soient les rationalités mises en avant pour expliquer ce changement, cette végétarisation de l'alimentation entraine des modifications des habitudes de consommation. Dans ce cadre les produits analogues à la viande se positionnent comme de nouveaux aliments à consommer dans les mêmes contextes que de la viande, permettant une conservation de la structure des repas tout en répondant à ces nouvelles injonctions morales et sanitaires. En prenant la socio-anthropologie de l'alimentation comme champ disciplinaire, cette recherche étudie les caractéristiques des modèles alimentaires des consommateurs de produits analogues à la viande, aux raisons et aux modalités d'appropriation de ces aliments.

Mots-clés : Produits analogues à la viande – Végétarisation – Modèle alimentaire – Transition alimentaire – Protéines végétales – Légumineuses

Summary

Whether for health issues, environmental concerns or livestock welfare, some eaters have decided to significantly reduce the share of meat products in their diets. Whatever the rationalities for explain this change, this diet's vegetarisation leads to changes in their consumption habits. In this context, meat-like products are positioned as new food to be consumed in the same contexts as meat, allowing the maintenance of the meal's structure stability while responding to these new moral and health injunctions. With the socio-anthropology of food as a disciplinary field, this research focuses on the characteristics of consumers' meat-like products food patterns, the reasons and the methods of appropriation of these foods.

Key words : Meat-analogue – Vegetarisation – Diets – Diets shifts – Vegetals Proteins – Pulses