

2023

PLANT BASED FOOD REPORT



Étude sur
l'alimentation
végane en Suisse

Janvier 2023

coop



QUE PENSE-T-ON AUJOURD'HUI EN SUISSE DE L'ALIMENTATION VÉGANE?

Quels substituts véganes remplaçant la viande, le poisson, le lait, le yogourt, le fromage et la glace consomme-t-on le plus souvent dans notre pays? Et comment la population suisse évalue-t-elle sa future consommation?

Le troisième Plant Based Food Report de Suisse, réalisé par Coop en collaboration avec LINK, fournit des chiffres et des faits très complets sur ces questions (et bien d'autres) concernant l'alimentation végane. Le rapport met également en lumière les tendances de ces dernières années et présente des perspectives d'avenir.

Le rapport se fonde sur plus de 2 200 entretiens représentatifs réalisés en ligne dans toute la Suisse, sur une analyse anonymisée des données fournies par la Supercard Coop, ainsi que sur des données de la société Nielsen sur le marché suisse.

Contenu

| | |
|--|----|
| Quels types d'alimentation cette étude met-elle en lumière? | 3 |
| Les principaux résultats en bref | 5 |
| En Suisse, qui mange quoi et pour quelle raison? | 7 |
| Qui sont les flexitariens en Suisse? | 16 |
| Qui consomme des produits de substitution véganes en Suisse? | 19 |
| Quelle est la taille du marché suisse des produits de substitution d'origine végétale? | 35 |

QUELS TYPES D'ALIMENTATION CETTE ÉTUDE MET-ELLE EN LUMIÈRE?

Le Plant Based Food Report de Coop fait la distinction entre plusieurs types de consommateurs qui, pour différentes raisons, renoncent aux aliments d'origine animale et consomment volontairement davantage de produits véganes.

LES DIFFÉRENTS TYPES D'ALIMENTATION QUI PRIVILÉGIENT LES ALIMENTS VÉGANES

Les **flexitariennes et flexitariens** sont des végétariens «à temps partiel» qui renoncent volontairement plusieurs fois par mois aux produits d'origine animale. Ils ne renoncent toutefois pas totalement à la viande, au poisson, au lait, au fromage, ainsi qu'aux autres aliments d'origine animale.

Les **substitariennes et substitariens** consomment plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes inspirés d'un aliment d'origine animale, réduisant ainsi la quantité de protéines animales de leur alimentation. Toutefois, il leur arrive aussi de manger de la viande, du poisson, du lait et/ou du fromage, souvent associés avec des substituts véganes au sein d'un même repas. L'étude démontre que les substitariens sont un sous-groupe des flexitariens.

Les **végétariennes et végétariens** ne mangent ni viande ni poisson. Certains s'abstiennent aussi de consommer des œufs et/ou des produits laitiers.

Les **véganes** ne mangent aucun aliment d'origine animale, c'est-à-dire ni viande, ni poisson, ni lait, ni œufs, ni miel. En outre, ces personnes évitent généralement les produits d'origine animale dans d'autres domaines de leur vie. Ils ne portent donc pas de vêtements fabriqués avec du cuir, de la soie ou de la laine, et utilisent des produits d'entretien véganes.

LES MOTIVATIONS DE CES CHOIX ALIMENTAIRES (SELON L'ÉTUDE)

1. Parce que c'est bon pour l'environnement (1^{re} place l'an passé)
2. Parce que c'est bon pour leur santé (1^{re} place l'an passé)
3. Pour protéger les animaux (5^e place l'an passé)

1. Parce que c'est bon pour l'environnement (1^{re} place l'an passé)
2. Pour protéger les animaux (2^e place l'an passé)
3. Parce que c'est bon pour leur santé (2^e place l'an passé)

1. Parce que c'est bon pour l'environnement (1^{re} place l'an passé)
2. Pour protéger les animaux (2^e place l'an passé)
3. Pour des raisons éthiques (3^e place l'an passé)

1. Parce que c'est bon pour l'environnement (1^{re} place l'an passé)
2. Pour protéger les animaux (3^e place l'an passé)
3. Pour des raisons éthiques (2^e place l'an passé)

Quels sont les produits de substitution véganes qui existent actuellement?

Les gammes de produits véganes peuvent inclure les groupes de produits suivants:

- **Les alternatives à la viande**, p. ex. les burgers véganes à base de pois
- **Les alternatives au poisson**, p. ex. le thon végane fabriqué à partir de pois
- **Les alternatives au lait**, p. ex. le lait d'avoine et de soja
- **Les substituts au yogourt et au fromage blanc**, p. ex. le yogourt aux amandes ou à la noix de coco
- **Les alternatives au fromage**, p. ex. le fromage à pâte molle fabriqué à partir de noix de cajou
- **Les alternatives aux œufs**, p. ex. le blanc d'œuf végane à base de farine de lupin doux
- **Les alternatives au miel**, p. ex. le miel aux fleurs de pissenlit

Dans cette étude, les légumes et les fruits, mais aussi les escalopes de légumes, le houmous, les falafels et autres produits naturellement véganes, n'ont pas été comptabilisés dans cette catégorie.



LES PRINCIPAUX RÉSULTATS EN BREF

Le Plant Based Food Report 2023 de Coop fournit des informations intéressantes sur les comportements alimentaires de la population suisse. Voici un résumé des 17 principaux résultats sur les flexitariennes et flexitariens, ainsi que sur les substitariennes et substitariens. Nous expliquons brièvement les points communs et les différences entre ces deux types de consommateurs. Les flexitariennes et flexitariens renoncent délibérément plusieurs fois par mois aux aliments d'origine animale. Les substitariennes et substitariens, qui renoncent également aux aliments d'origine animale, optent en contrepartie plusieurs fois par mois pour des produits véganes de substitution de la viande, du poisson, du lait, du yogourt et du fromage, dont ils sont inspirés en termes de goût et de consistance.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS EN BREF

Quelles sont les motivations du choix d'une alimentation végétane?

La protection de l'environnement est la raison déterminante

La protection de l'environnement est désormais la première raison déclarée par l'ensemble des types de consommateurs – flexitariens, substitariens, végétariens et végétanes – pour leur choix d'une alimentation partiellement ou totalement végétane. Par rapport à l'année passée, c'est le motif environnemental qui a le plus progressé chez les flexitariennes et flexitariens (de 21 points de pourcentage) et qui, avec 65%, relègue clairement leur propre santé (52%) à la deuxième place des raisons invoquées. La protection des animaux a également fortement progressé chez les flexitariennes et flexitariens, pour qui elle constitue désormais la troisième raison la plus importante (51%).

Chez les substitariennes et substitariens, les raisons principales mentionnées sont identiques à celles de l'année dernière: la protection de l'environnement (64%), la protection des animaux (52%) et la santé (51%). Les motifs des flexitariennes et flexitariens se sont alignés sur ceux des substitariennes et substitariens. Chez les végétariennes et végétariens comme chez les végétanes, la protection de l'environnement était déjà invoquée en 2021 comme raison déterminante de leur mode d'alimentation, suivie de la protection des animaux et de raisons éthiques. La protection de l'environnement a encore gagné massivement en importance chez les végétanes, avec 11 points de pourcentage (à désormais 81%). La santé n'arrive qu'en quatrième position chez les végétanes (51%), et chez les végétariens, elle n'est déclarée qu'au cinquième rang des raisons de renoncer aux aliments d'origine animale (44%).

Au cours des dernières années, la motivation de la santé a perdu en importance chez tous les types de consommateurs.

Plus les consommateurs sont jeunes, plus la protection de l'environnement joue un rôle important

Chez les flexitariennes et flexitariens de moins de 29 ans, la protection de l'environnement est de loin la raison la plus importante. À l'inverse, les plus de 45 ans continuent de renoncer le plus souvent aux aliments d'origine animale par souci de santé. Chez les femmes, la protection de l'environnement est généralement une motivation plus forte que chez les hommes, et elle a encore augmenté de 6 points de pourcentage par rapport à l'année dernière. Ce sont les hommes qui renoncent le plus souvent aux aliments d'origine animale par envie de changer.

Au Tessin, la santé reste la première motivation

Au Tessin, la santé reste la motivation n° 1. En Suisse alémanique et romande, la tendance de [hier fehlt etwas, Satz unvollständig] se poursuit.

La Suisse reste un pays de flexitariennes et de flexitariens

Notre pays compte de plus en plus de flexitariennes et flexitariens

63% de la population suisse faisant plusieurs fois par mois le choix de ne pas consommer d'aliments d'origine animale, ils sont dits flexitariens. Leur proportion a encore augmenté de 3 points de pourcentage au cours de l'année dernière. En 2012, ils n'étaient que 40% à renoncer régulièrement aux produits d'origine animale sans être strictement végétanes ou végétariens.

De plus en plus de femmes et de personnes de plus de 60 ans font partie des flexitariens

68% des femmes ont une alimentation flexitarienne, comme l'année dernière. Chez les hommes, la proportion a augmenté de 6 points de pourcentage et dépasse ainsi désormais nettement la moitié de ce groupe.

Par rapport aux 15–29 ans, les personnes âgées de 60 à 79 ans sont significativement plus nombreuses (de 12 points de pourcentage) à renoncer aux aliments d'origine animale. L'année dernière, c'est surtout la proportion des 30–44 ans qui a fortement augmenté (de 7 points de pourcentage), le groupe de consommateurs le plus jeune étant en léger recul par rapport à l'année précédente (de 2 points de pourcentage).

Pas de «Vegigraben» en Suisse

Les flexitariennes et flexitariens sont présents dans toutes les régions linguistiques: en Suisse alémanique, la proportion des personnes interrogées ayant une alimentation flexitarienne s'élève à 63%. En Suisse romande et au Tessin, la proportion – de respectivement 62% et 59% – est également élevée.

Les substitariennes et substitariens – un groupe qui gagne du terrain

27% consomment régulièrement des substituts véganes

Un bon quart des personnes interrogées consomme plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes inspirés d'aliments d'origine animale. 27% savourent de temps en temps ces alternatives à base de plantes en accompagnement de viande, poisson, de lait ou de fromage. Cette catégorie de consommateurs irréguliers a augmenté de 3 points de pourcentage par rapport à l'année précédente. Ce sont donc aujourd'hui 54% de la population suisse qui ont déjà goûté des produits de substitution véganes. La plupart des substitariennes et substitariens sont un sous-groupe des flexitariens, et non des véganes ou des végétariens stricts.

Près de la moitié ont ce type de consommation depuis 4 ans

48% de la population suisse mange depuis au moins 4 ans des alternatives véganes inspirées d'aliments d'origine animale. Cette proportion a augmenté de 3 points de pourcentage par rapport à 2021. Il ne s'agit donc pas d'une tendance passagère, mais d'un changement d'alimentation durable.

Les substitariennes et substitariens sont plutôt jeunes et de sexe féminin

Les produits de substitution véganes sont particulièrement consommés par les jeunes femmes vivant dans les zones urbaines de Suisse alémanique. Ainsi, 39% des moins de 29 ans ont ce mode de consommation. Par contre, les plus de 60 ans, qui suivent pourtant le plus souvent un régime alimentaire flexitarien, n'achètent que très rarement ces produits de substitution (18%). Un tiers des femmes appartient au groupe des substitariennes. Cette proportion a encore légèrement augmenté par rapport à l'année précédente. Il n'y a pas de différence entre les régions linguistiques pour ce type de consommation.

Tendance à la hausse chez les hommes

En général, les femmes sont beaucoup plus nombreuses que les hommes à consommer des produits de substitution véganes. Les substituts au fromage, en particulier, sont plus souvent achetés par les femmes que les substituts à la viande, et ce, dans toutes les tranches d'âge. Au cours des quatre dernières années, on observe toutefois une tendance constante à la masculinisation de la population qui achète des produits de substitution – et notamment des substituts à la viande.

Les substituts à la viande sont particulièrement appréciés des jeunes

Si les achats de substituts à la viande des 18–29 ans ont continuellement augmenté depuis quatre ans, leur croissance est en recul chez les 40–59 ans.

Les substitariennes et substitariens vivent principalement dans les villes de Suisse alémanique

Les 15 premières communes en termes d'achats de produits pour chacune des trois catégories de substituts à la viande, au lait et au fromage se trouvent en Suisse alémanique. Dans les cantons du Jura, de Neuchâtel, du Valais et d'Uri, le panier des consommateurs ne contient que rarement des produits de substitution à la viande. En ce qui concerne les alternatives véganes au lait, les Appenzelloises et Appenzellois sont toutefois les premiers consommateurs – aux côtés de la population de Bâle, Zoug et Zurich.

Associer les produits véganes et d'origine animale

Deux tiers des sondés associent des produits de substitution et des aliments d'origine animale au sein d'un même repas. Ils ne font donc pas des repas purement véganes. C'est au Tessin, et surtout chez les jeunes, que ces associations sont le plus appréciées.

Une demande en augmentation constante

Ces cinq dernières années, la proportion de produits de substitution véganes achetés par les clientes et clients de Coop a augmenté de manière continue. En janvier 2022 – pendant le Veganuary –, de nombreuses alternatives véganes ont été achetées chez Coop.

Les burgers véganes ont toujours la cote

Les burgers véganes représentent un cinquième du chiffre d'affaires total des burgers chez Coop. Un lait sur sept acheté chez Coop est un lait végane. En comparaison, les bâtonnets de poisson d'origine végétale ne représentent aujourd'hui que 5% du chiffre d'affaires.

Les alternatives véganes aux escalopes représentent la plus grande part de marché

Sur le marché suisse, les trois premières catégories de substituts à la viande en termes de chiffre d'affaires sont les alternatives aux escalopes, aux émincés et aux burgers. Mais toutes les catégories de substituts à la viande font depuis 2019 l'objet d'une demande beaucoup plus forte. Pour les burgers véganes, la croissance de la demande, de 252% par rapport à 2019, est exceptionnellement élevée.

Les substitariens restent dans la tendance

40% des personnes interrogées disent vouloir manger des produits de substitution véganes plus souvent qu'aujourd'hui au cours des cinq prochaines années, et 29% aussi souvent qu'aujourd'hui. Parmi les substitariennes et substitariens qui consomment déjà régulièrement des produits alternatifs véganes, 64% disent même vouloir acheter des produits de substitution véganes plus souvent qu'aujourd'hui.

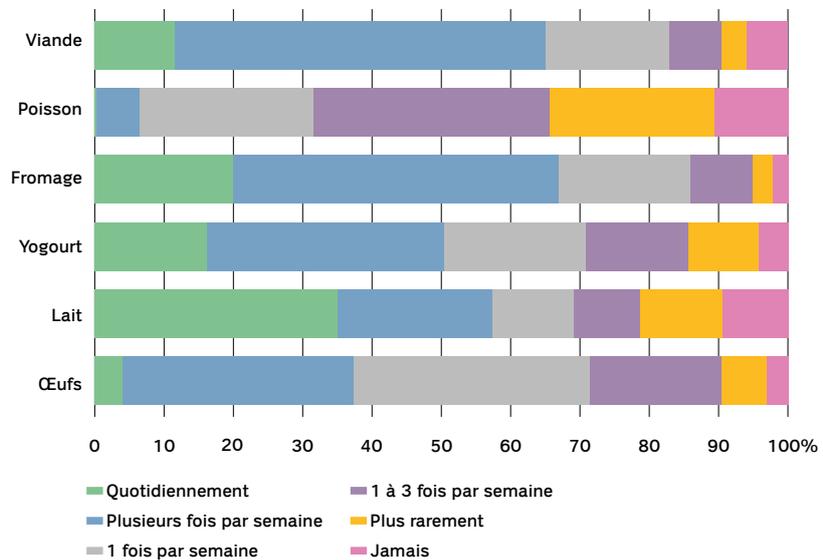


EN SUISSE, QUI MANGE QUOI ET POUR QUELLE RAISON?

Ce chapitre montre comment se nourrit la population suisse et pour quelles raisons les consommateurs renoncent partiellement ou totalement aux aliments d'origine animale. Les résultats se fondent sur l'enquête en ligne menée en septembre 2022 auprès de 2 200 personnes de toute la Suisse, ainsi que sur les données de l'année précédente.

LES HABITUDES ALIMENTAIRES EN SUISSE

35% de la population suisse boit quotidiennement du lait et 11% mange de la viande chaque jour. La fréquence de consommation est toutefois en légère baisse.



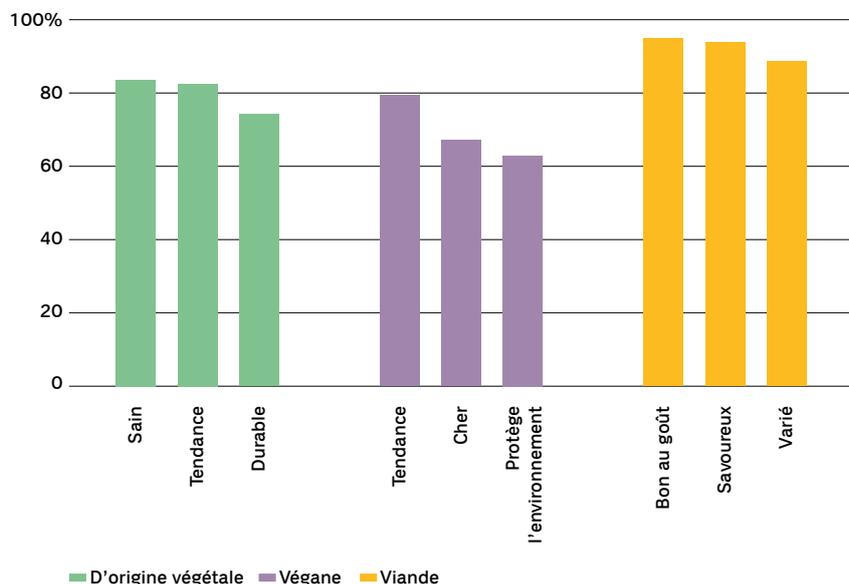
Fréquence de consommation d'aliments d'origine animale (Source Institut LINK)

Les aliments d'origine animale font partie intégrante du régime alimentaire de la population suisse: environ deux tiers des personnes interrogées mangent du fromage (67%) et de la viande (65%) plusieurs fois par semaine. La proportion des consommatrices et consommateurs fréquents de lait et de yogourt est sensiblement plus faible (respectivement 58% et 50%).

Cependant, par rapport à 2021, la population suisse consomme en général significativement moins souvent de la viande, du lait et du fromage.

CONNOTATIONS DES TERMES «À BASE DE PLANTES», «VÉGANE» ET «VIANDE»

Les aliments «à base de plantes» sont spontanément associés à trois notions: santé, tendance et durabilité.



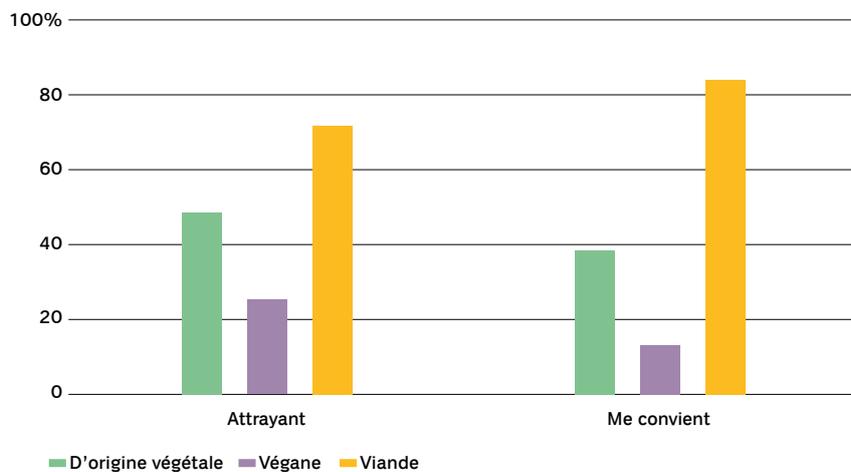
Connotations générales des termes «à base de plantes», «végane» et «viande»

(Source Institut LINK)

Le terme «végane» est perçu différemment de la locution «à base de plantes», bien que tous deux désignent des produits 100% végétaux. «À base de plantes» est davantage associé à la santé et à la durabilité, «végane» à la cherté et à la protection de l'environnement.

Les produits contenant de la viande sont en revanche associés à des caractéristiques émotionnelles attrayantes: savoureux, procurant du plaisir, variés. Ce n'est qu'en 5^e position qu'apparaît la première association rationnelle: c'est un aliment cher. Ces résultats sont comparables à ceux des deux années précédentes.

Les produits «à base de plantes» sont attrayants pour près de la moitié des personnes interrogées, contre 71% pour la viande.



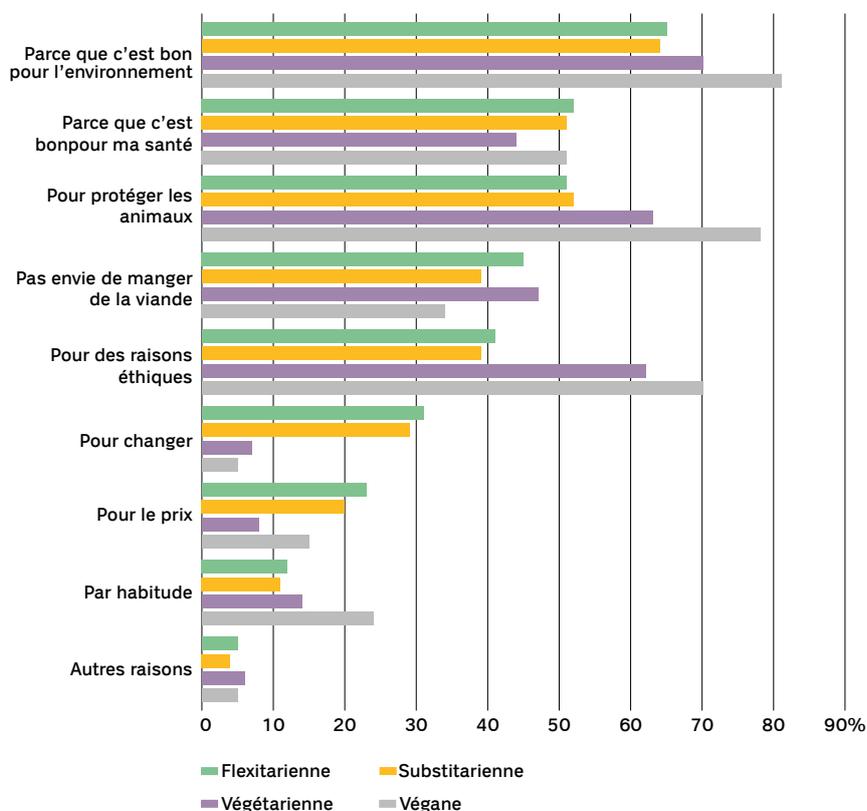
Associations spontanées avec les termes «à base de plantes», «végane» et «viande»

(Source Institut LINK)

«Viande» est spontanément considéré comme l'aliment le plus plaisant et le plus adapté aux besoins de la personne interrogée. Selon leurs propres indications, «à base de plantes» attire 48% des personnes interrogées. En comparaison, «végane» marque moins de points.

QUELLES SONT LES MOTIVATIONS DU CHOIX D'UNE ALIMENTATION SPÉCIFIQUE?

La protection de l'environnement est la principale raison d'adopter un régime flexitarien, végétarien ou végane.



Quelles sont les motivations du choix d'une alimentation spécifique?
(Source Institut LINK)

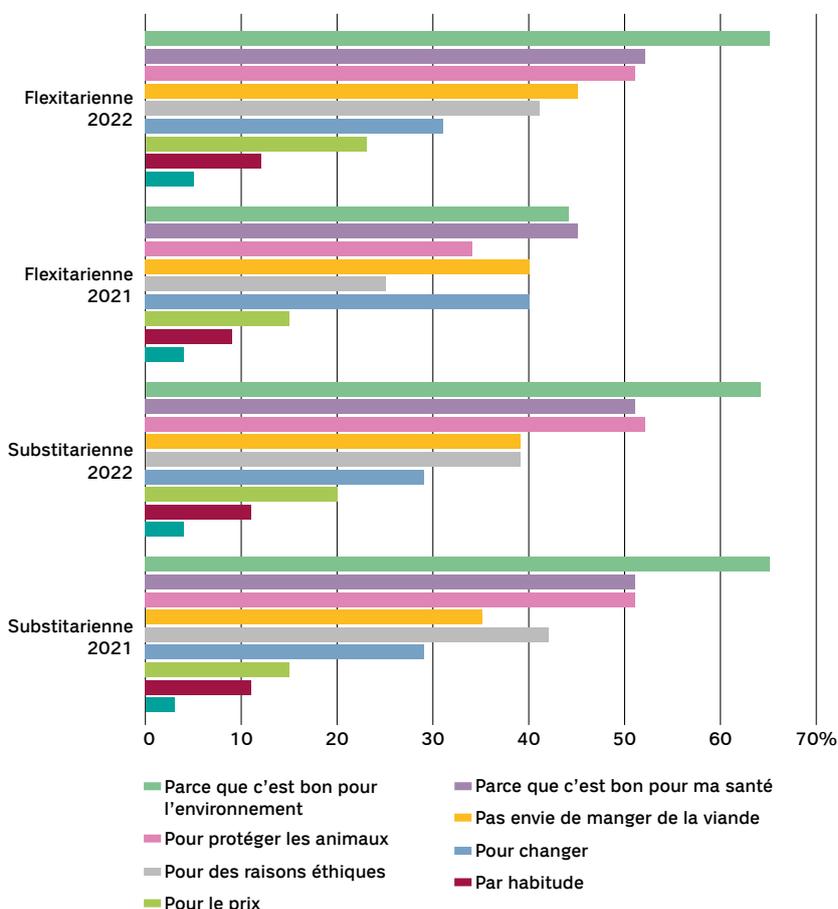
La protection de l'environnement est désormais la raison la plus importante indiquée par tous les types de consommateurs pour le choix d'une alimentation partiellement ou totalement végane.

Chez les flexitariennes et flexitariens, c'est le motif environnemental (65%) qui a le plus progressé par rapport à l'année précédente (+21 points de pourcentage), reléguant la santé (52%) à la deuxième place des raisons invoquées. La protection des animaux a également fortement progressé chez les flexitariennes et flexitariens pour qui elle constitue la troisième raison la plus importante (51%).

Chez les substitariennes et substitariens, les raisons principales sont identiques à celles de l'année dernière: protection de l'environnement, protection des animaux et santé. Les motifs des flexitariennes et flexitariens se sont alignés sur ceux des substitariennes et substitariens.

Chez les végétariennes et végétariens ainsi que chez les véganes, la protection de l'environnement était déjà en 2021 la raison déterminante de leur mode d'alimentation, suivie de la protection des animaux et de raisons éthiques. La santé n'arrive qu'en quatrième position chez les véganes, et n'est que la cinquième raison la plus importante pour les végétariennes et végétariens de ne pas consommer d'aliments d'origine animale.

La protection de l'environnement devient de plus en plus importante pour les flexitariennes et flexitariens.

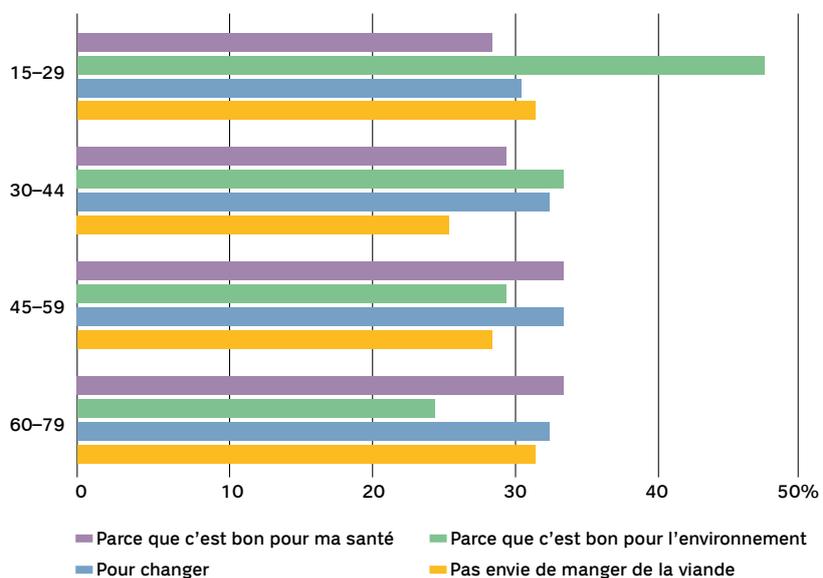


Comparaison des raisons de devenir flexitarien ou substitarien – 2022 vs 2021

(Source Institut LINK)

Chez les substitariennes et substitariens, l'importance et l'ordre des raisons sont presque identiques à ceux de l'année précédente. Chez les flexitariennes et flexitariens, il y a eu en revanche de grands changements: outre la protection de l'environnement, la protection des animaux a fortement gagné en importance avec 17 points de pourcentage, et elle figure désormais parmi les trois premières raisons affichées. En revanche, la variété a perdu 9 points de pourcentage en tant que motivation pour une alimentation flexitarienne. Le prix gagne en importance pour les deux types d'alimentation, avec respectivement 5 et 8 points de pourcentage.

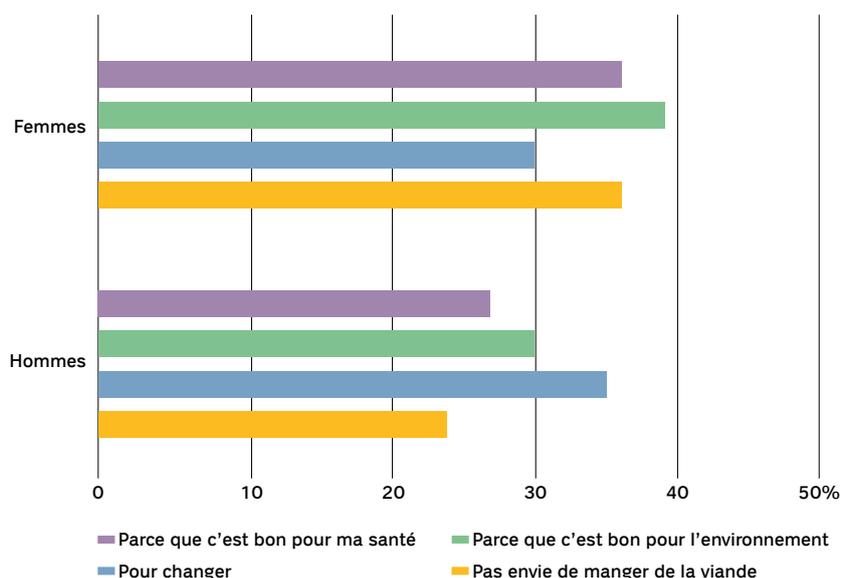
Plus les sondés sont jeunes, plus la protection de l'environnement est importante pour les flexitariennes et flexitariens.



Les motivations d'une alimentation flexitarienne par tranche d'âge
(Source Institut LINK)

C'est surtout par souci de leur santé que les flexitariennes et flexitariens de plus de 45 ans renoncent aux aliments d'origine animale. Chez les moins de 29 ans, la protection de l'environnement est de loin la motivation numéro 1. Au cours de l'année dernière, l'environnement a également fortement progressé chez les moins de 59 ans en tant que motivation d'une alimentation flexitarienne. Chez les 30-44 ans, l'environnement est aujourd'hui également la principale motivation.

Ce sont les hommes flexitariens qui renoncent le plus souvent aux aliments d'origine animale juste pour changer. Pour la première fois, les femmes citent la protection de l'environnement comme principale raison de leur choix.



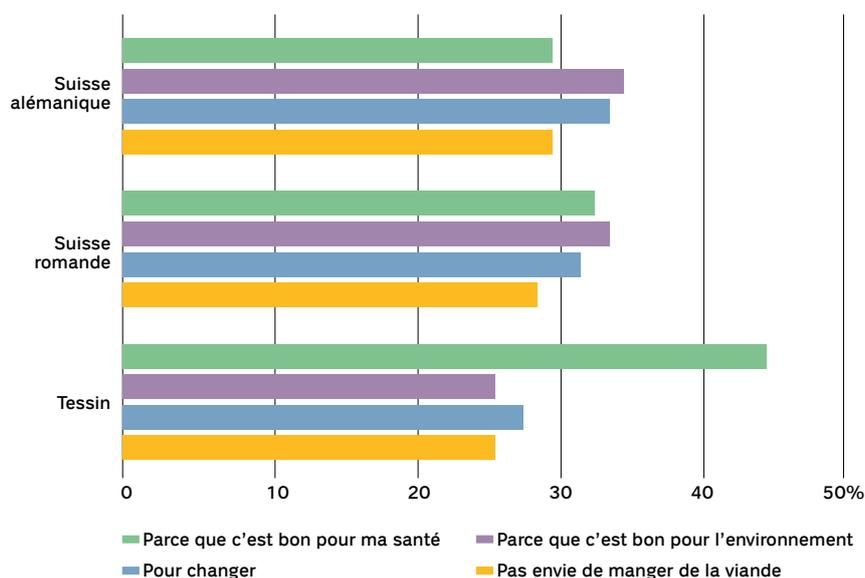
Les motivations d'une alimentation flexitarienne selon le sexe (Source Institut LINK)

Par rapport à l'année précédente, on constate une augmentation de 6 points de pourcentage des femmes qui citent la protection de l'environnement comme raison importante d'opter pour un régime flexitarien. En 2021, l'absence d'envie de viande était le motif déterminant.

Les hommes renoncent également de plus en plus souvent à la viande par souci de l'environnement, mais leur principal moteur pour adopter une alimentation flexitarienne reste aujourd'hui la variété.

La santé est aujourd'hui moins souvent citée qu'en 2021 comme raison par les femmes comme par les hommes.

Au Tessin, la santé est la motivation déterminante d'une alimentation flexitarienne.



Les motivations d'une alimentation flexitarienne selon la région
(Quelle LINK Institut)

Pour la population tessinoise, la santé reste de loin la principale raison de renoncer aux aliments d'origine animale. En Suisse alémanique et en Suisse romande, la tendance de l'année passée s'est poursuivie, la protection de l'environnement restant le facteur central pour adopter un mode de vie flexitarien. La variété reste par ailleurs l'une des trois principales raisons dans toutes les régions linguistiques.

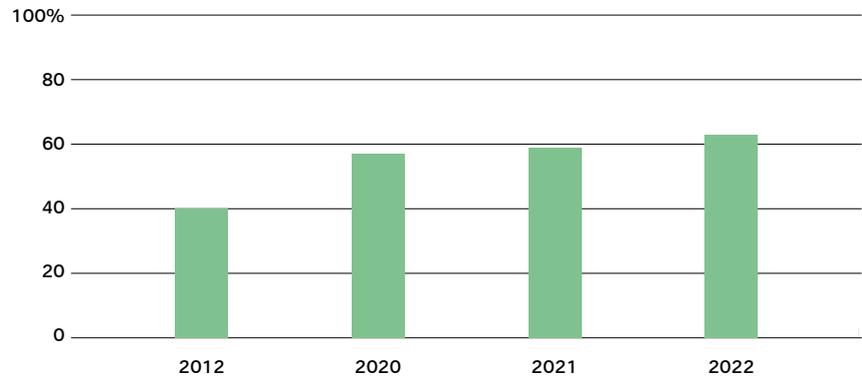


QUI SONT LES FLEXITARIENS EN SUISSE?

Les diagrammes suivants illustrent, de 2012 à aujourd'hui, les groupes de population constituant les flexitariennes et flexitariens qui renoncent volontairement plusieurs fois par mois aux aliments d'origine animale. Les résultats se fondent sur l'enquête en ligne menée en septembre 2022 auprès de 2 200 personnes dans toute la Suisse, ainsi que sur les données de l'année précédente.

FLEXITARIENNES ET FLEXITARIENS: ÉVOLUTION

63% de la population suisse a aujourd'hui une alimentation flexitarienne. En 2012, ils n'étaient que 40%.

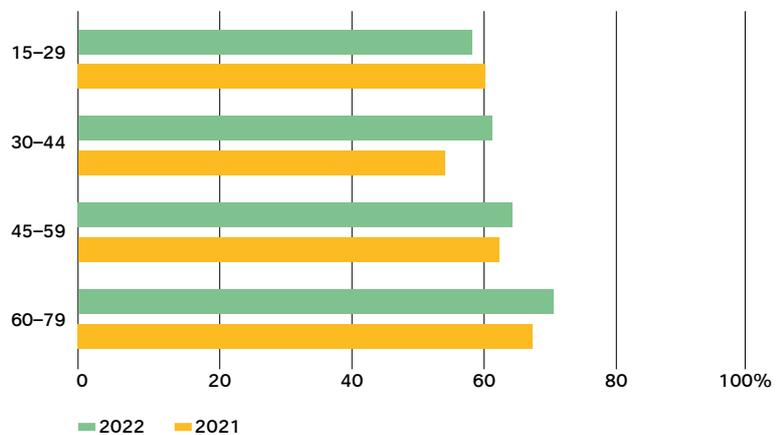


Renoncer aux aliments d'origine animale plusieurs fois par mois – 2012 à 2022

(Source Institut LINK)

Aujourd'hui, 63% des sondés décident plusieurs fois par mois de renoncer à la viande, au poisson, au lait, au fromage et aux œufs. Le nombre de flexitariennes et flexitariens a augmenté de manière constante ces dernières années: de 40% en 2012, ils sont 63% aujourd'hui. Par rapport à l'an dernier, le pourcentage des flexitariennes et flexitariens en Suisse a augmenté de 3 points de pourcentage.

Les flexitariennes et flexitariens sont fortement représentés dans tous les groupes d'âge.

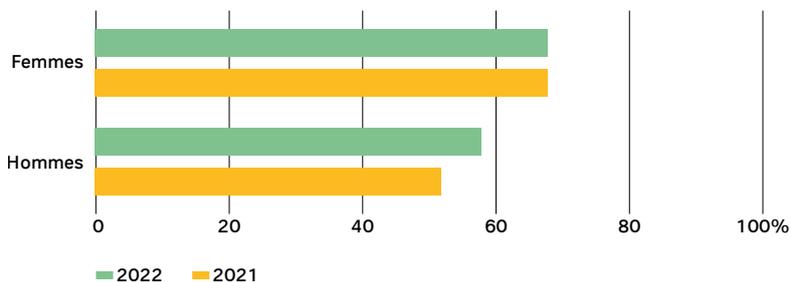


Les flexitariennes et flexitariens par tranches d'âge – 2022 vs 2021

(Source Institut LINK)

Les personnes âgées ont plus souvent que la moyenne une alimentation flexitarienne: les personnes âgées de 60 à 79 ans sont significativement plus nombreuses (de 12 points de pourcentage) à renoncer aux aliments d'origine animale que les 15-29 ans. L'année dernière, c'est surtout la proportion des 30-44 ans qui a fortement augmenté (de 7 points de pourcentage), le groupe des consommateurs les plus jeunes étant en léger recul par rapport à l'année dernière (de 2 points de pourcentage).

68% des femmes interrogées ont aujourd'hui une alimentation flexitarienne. Chez les hommes, cette proportion est passée à 58%.

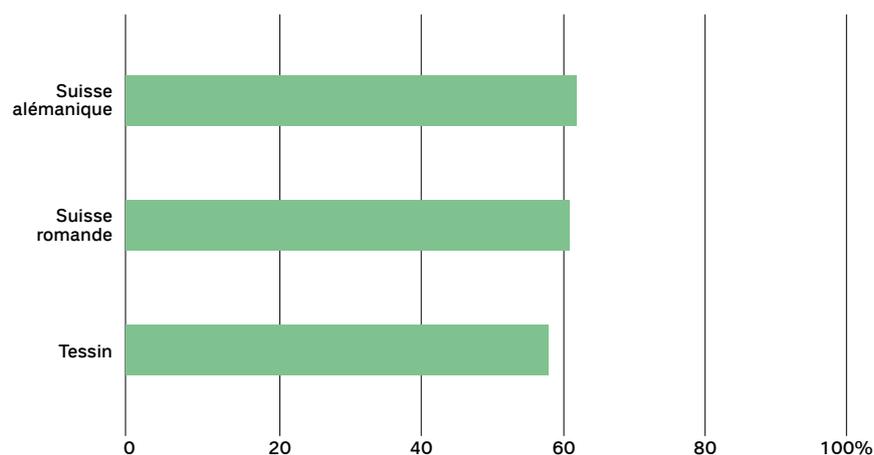


Les flexitariennes et flexitariens par sexe – 2022 vs 2021

(Source Institut LINK)

Par rapport à l'année dernière, le pourcentage d'hommes interrogés qui renoncent plusieurs fois par mois aux produits d'origine animale a augmenté de 6 points de pourcentage. Le pourcentage des femmes est resté stable à un niveau élevé de 68%.

Les flexitariennes et flexitariens sont largement représentés dans toutes les régions linguistiques.



Les flexitariennes et flexitariens par région linguistique – 2022

(Source Institut LINK)

En Suisse alémanique, la proportion des personnes interrogées ayant une alimentation flexitarienne s'élève à 63%. En Suisse romande et au Tessin – respectivement 62% et 59% –, leur proportion est également importante.



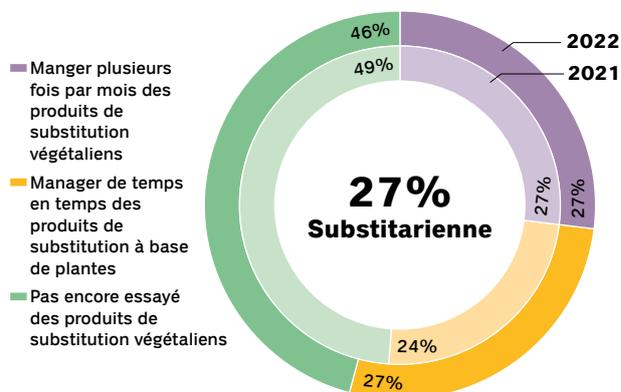
QUI CONSOMME DES PRODUITS DE SUBSTITUTION VÉGANES EN SUISSE?

Cette section s'intéresse à ceux que l'on appelle les substitariennes et substitariens, c'est-à-dire aux personnes qui remplacent plusieurs fois par mois des aliments d'origine animale par des alternatives véganes. L'analyse porte sur trois catégories – les substituts véganes à la viande et au poisson, au lait et au yogourt, et enfin au fromage – comparées au panier moyen des clientes et clients Coop.

Les résultats se fondent sur une analyse des données d'achats réglés avec la Supercard Coop, anonymisées, cumulées et validées par les clients, sur un sondage en ligne réalisé au niveau national auprès de 2 200 personnes, ainsi que sur des données du panel Nielsen.

NOMBRE DE SUBSTITARIENNES ET SUBSTITARIENS

27% des personnes interrogées consomment plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes, ce qui fait d'eux des substitariennes et substitariens.

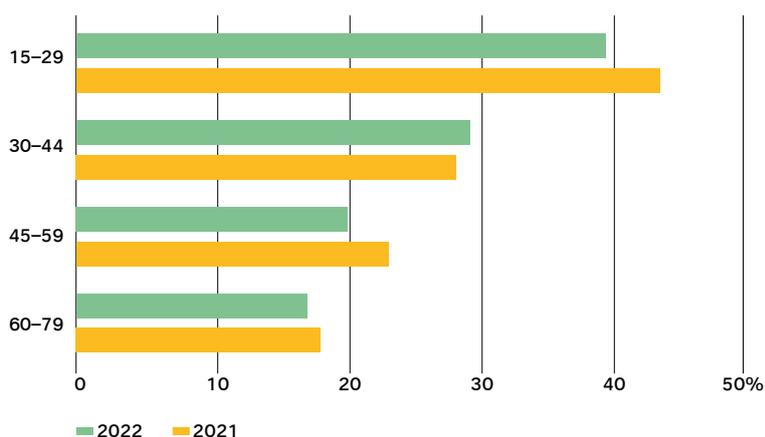


Consommation de produits de substitution véganes plusieurs fois par mois – 2022 vs 2021

(Source Institut LINK)

27% des Suisses peuvent être qualifiés de substitariennes et substitariens, car ils mangent plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes inspirés d'aliments étant traditionnellement d'origine animale. Le groupe des consommatrices et consommateurs irréguliers, qui mangent de temps en temps des produits de substitution, a augmenté de 3 points de pourcentage par rapport à l'année précédente pour atteindre 27% aujourd'hui. En contrepartie, la proportion des personnes interrogées n'ayant jamais goûté de produits de substitution a diminué de 3 points de pourcentage l'année dernière. Les substitariennes et substitariens sont un sous-groupe des flexitariens, puisque les trois quarts d'entre eux décident plusieurs fois par mois de renoncer à manger des produits d'origine animale.

Plus les personnes interrogées sont jeunes, plus la proportion de substitariennes et substitariens est élevée.

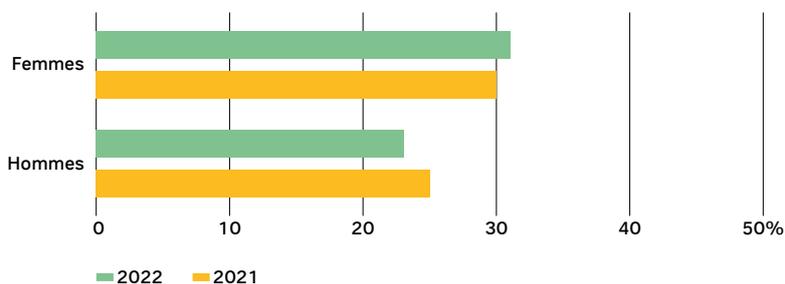


Les substitariennes et substitariens par tranche d'âge – 2022 vs 2021

(Source Institut LINK)

39% des moins de 29 ans consomment plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes. À mesure que l'âge des sondés augmente, ce pourcentage diminue continuellement. Chez les plus de 60 ans, qui sont pourtant le groupe adoptant le plus souvent une alimentation flexitarienne, on ne compte plus que 18% de substitariennes et substitariens. Autrement dit, si la majorité des personnes âgées renoncent volontairement aux aliments d'origine animale, seule une petite partie d'entre elles les remplace par des produits de substitution véganes.

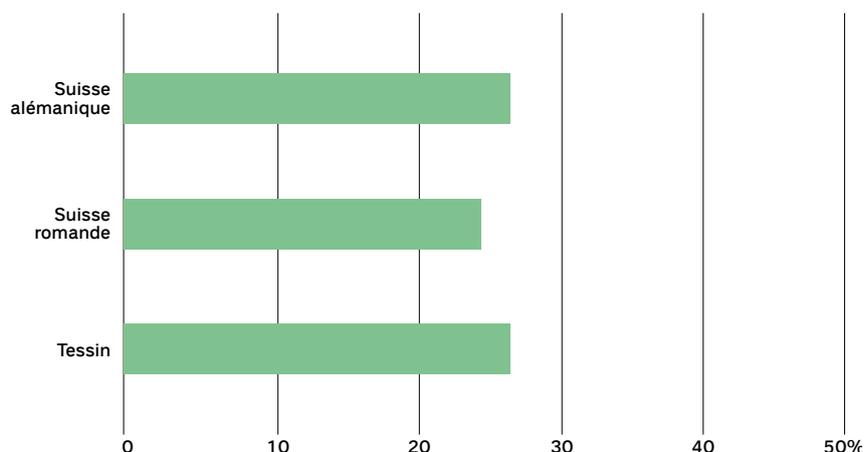
Les femmes sont nettement plus nombreuses que les hommes dans la catégorie des substitariens.



Les substitariennes et substitariens par sexe – 2022 vs 2021
(Source Institut LINK)

Un tiers des femmes en Suisse appartiennent au groupe des substitariens qui consomment plusieurs fois par mois des produits de substitution véganes. Parmi les hommes, la proportion de substitariens a diminué de 2 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.

Les substitariennes et substitariens sont présents dans toutes les régions linguistiques.

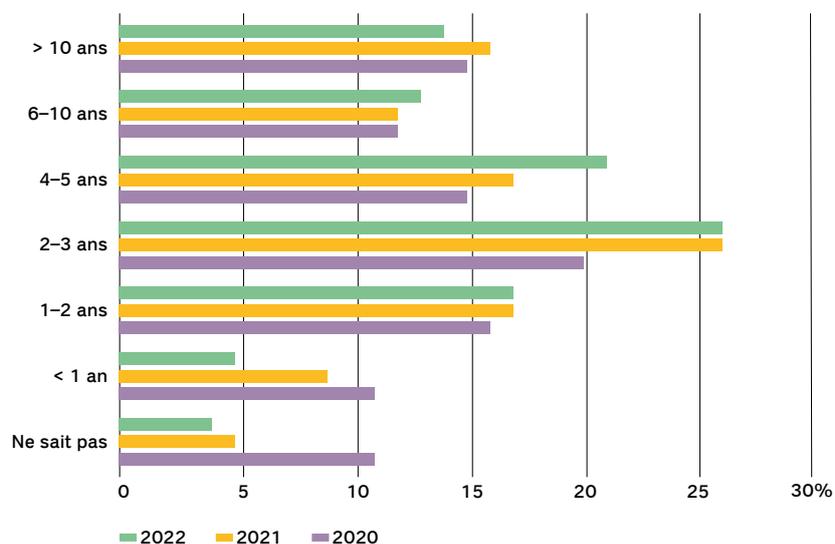


Les substitariennes et substitariens par région linguistique – 2022
(Source Institut LINK)

Dans les trois régions linguistiques, la proportion de personnes interrogées qui consomment régulièrement des produits de substitution véganes est à peu près la même. En Suisse romande, la proportion est inférieure de 2 points de pourcentage. Cette différence n'est pas significative du point de vue statistique.

HISTORIQUE DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS DE SUBSTITUTION VÉGANES

48% des substitariennes et substitariens mangent des substituts véganes depuis quatre ans ou plus.



Historique de la consommation de produits de substitution véganes 2020 vs 2022

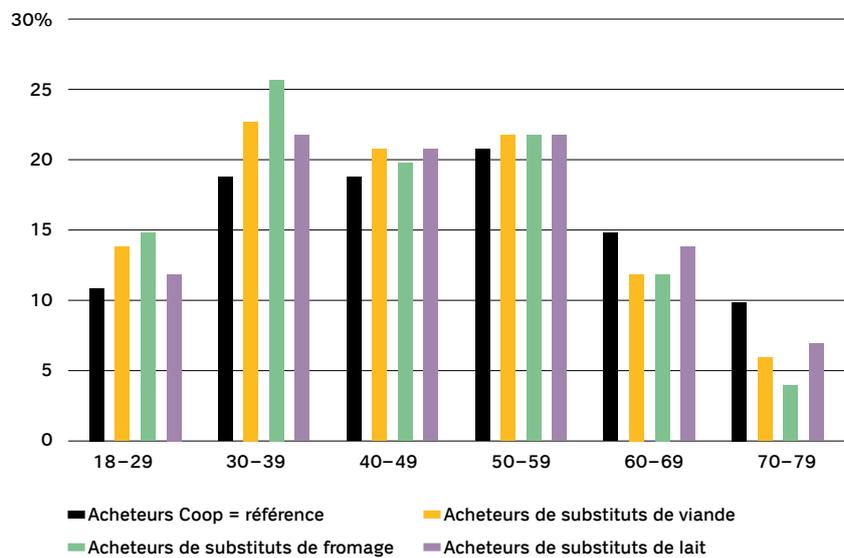
(Source Institut LINK)

48% des personnes interrogées font partie de la catégorie des substitariennes et substitariens depuis au moins 4 ans. Cela correspond à une augmentation de 3 points de pourcentage par rapport à l'année dernière.

Sur la même période, la proportion de celles et ceux qui consomment des substituts véganes depuis 2 à 3 ans est restée stable à 26%. La proportion de nouveaux substitariennes et substitariens est en baisse sur les deux dernières années. Il y a donc moins de nouveaux adeptes, mais de plus en plus de substitariennes et substitariens convaincus.

COMPORTEMENT D'ACHAT DES SUBSTITARIENNES ET SUBSTITARIENS PAR ÂGE ET PAR SEXE

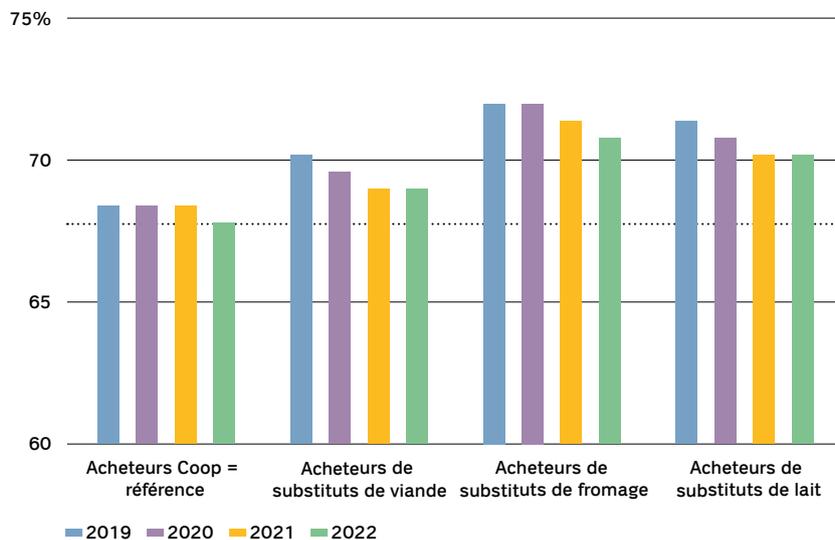
Les moins de 59 ans achètent plus de produits de substitution véganes que la moyenne.



Âge des consommatrices et consommateurs de substituts par catégorie en comparaison avec le client Coop moyen
(Source Données Coop Supercard)

Les 18-59 ans achètent plus souvent que la moyenne des clientes et clients Coop des produits de toutes les catégories d'alternatives véganes – à la viande, au lait, aux yogourts et au fromage. Les consommatrices et consommateurs de substituts au fromage sont fortement surreprésentés chez les 30-39 ans. En revanche, les plus de 60 ans sont clairement sous-représentés parmi les acheteurs de substituts.

La proportion des femmes reste nettement plus élevée parmi les personnes achetant des produits de substitution que parmi la clientèle moyenne de Coop.



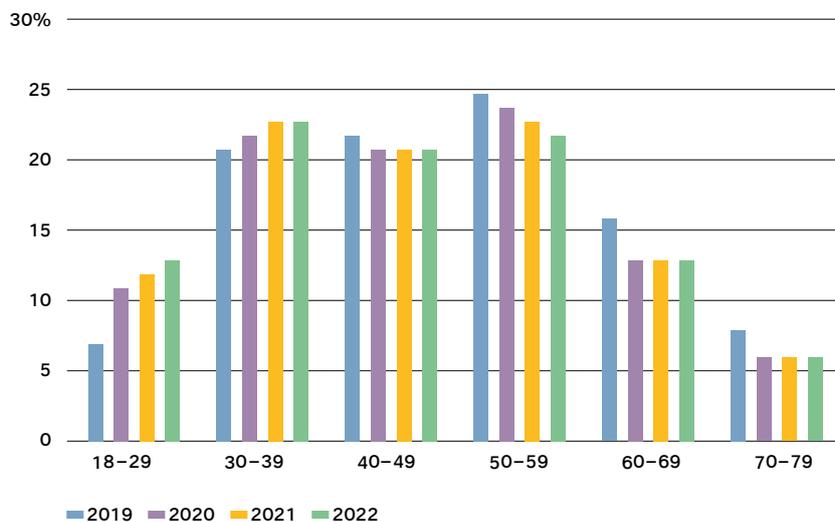
Proportion des femmes parmi les personnes achetant des produits de substitution par rapport aux clients moyens de Coop – 2019 à 2022
(Source Données Coop Supercard)

Par rapport à la clientèle moyenne de Coop, la proportion des femmes est nettement plus élevée parmi les acheteurs de produits de substitution véganes, et ce, dans toutes les catégories. Les femmes achètent beaucoup plus souvent des substituts au fromage que des substituts à la viande, et ce, quelle que soit la tranche d'âge.

Au cours des quatre dernières années, on constate une tendance générale à la baisse de la proportion des femmes parmi les acheteurs de produits de substitution, et donc une tendance à la hausse parmi les hommes. Mais en chiffres absolus, la proportion des femmes est toujours nettement supérieure à celle des hommes. Dans l'ensemble, le nombre d'acheteurs augmente, chez les hommes comme chez les femmes.

SUBSTITUTS À LA VIANDE: COMPORTEMENT D'ACHAT

Chez les moins de 29 ans, on constate un fort engouement en faveur des substituts à la viande.

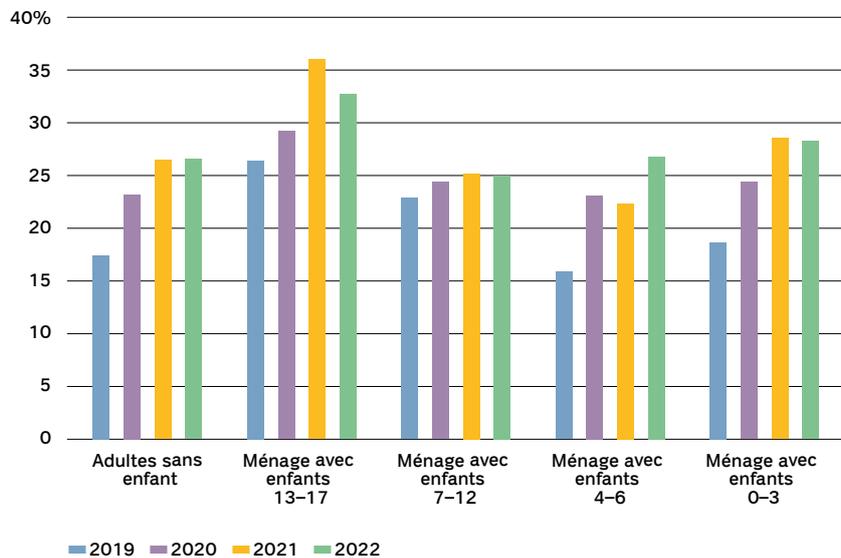


Répartition par tranche d'âge des acheteurs de substituts à la viande – 2019 à 2022

(Source Données Coop Supercard)

Les achats de substituts à la viande des 18-29 ans ont continuellement augmenté au cours des quatre dernières années. Les clientes et clients âgés de 30 à 39 ans ont également acheté davantage d'alternatives véganes à la viande au cours de cette période. En revanche, on constate un fléchissement de cette tendance à la croissance chez les 40-59 ans.

Les familles avec des enfants de 13 à 17 ans sont particulièrement nombreuses à acheter des substituts à la viande.



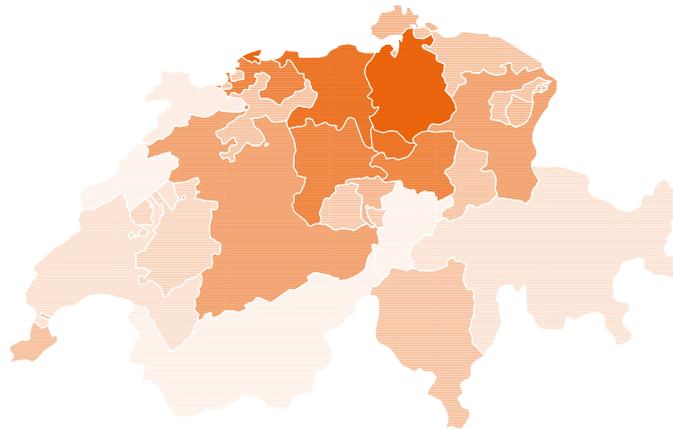
Pénétration du marché par les substituts à la viande selon l'âge des enfants – 2019 à 2021

(Source NielsenIQ (Switzerland) – Marché total selon le panel de ménages; année glissante jusqu'à semaine 36/2022)

Aujourd'hui, un tiers des familles ayant des enfants âgés de 13 à 17 ans achètent des substituts à la viande. Par rapport à l'année dernière, cette proportion a baissé de 3 points de pourcentage, alors que celle des familles ayant des enfants de 4 à 6 ans a augmenté de 5 points de pourcentage pour cette catégorie de produits.

COMPORTEMENT D'ACHAT PAR CANTON ET PAR COMMUNE

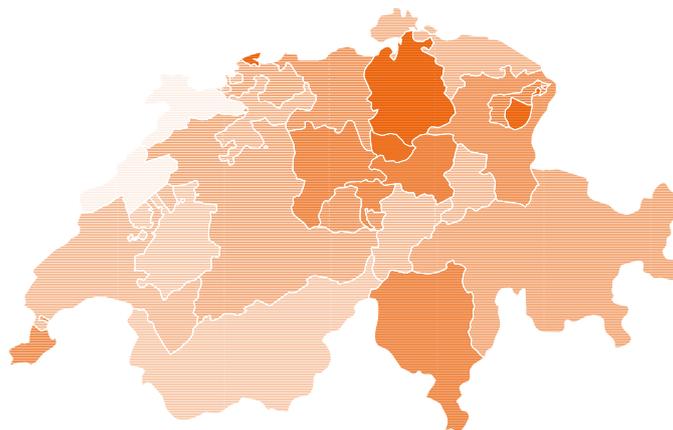
Zurich confirme son statut de fief des amateurs de substituts à la véganes à la viande.



Comportement d'achat de substituts à la viande par canton
(Source Données Coop Supercard)

Plus la couleur est foncée, plus le pourcentage des ventes de substituts à la viande est élevé dans le canton en comparaison avec l'ensemble du pays. C'est à Zurich et dans les cantons limitrophes que l'on trouve le plus grand nombre d'amateurs de substituts à la viande, et dans les cantons du Jura, de Neuchâtel, du Valais et d'Uri que l'on trouve le moins souvent des substituts à la viande dans le panier d'achats. La Suisse romande et l'Appenzell ne font pas non plus partie des principaux consommateurs de substituts à la viande. La situation est légèrement différente pour les substituts au lait, comme le montre le diagramme suivant.

C'est dans les cantons urbains de Bâle, Zoug et Zurich, ainsi que dans l'Appenzell Rhodes-Intérieures que l'on achète le plus de substituts au lait.



Comportement d'achat par canton pour les substituts au lait
(Source Données Coop Supercard)

Plus la couleur est foncée, plus le pourcentage des ventes d'alternatives au lait et au yogourt est élevé dans le canton en comparaison avec l'ensemble du pays. Contrairement à l'achat de substituts à la viande, Appenzell Rhodes-Intérieures fait partie du peloton de tête pour les alternatives au lait et au yogourt. Dans les cantons urbains de Bâle, Zoug et Zurich également, les clients achètent fréquemment ce type de produits véganes. En Suisse romande, on achète aujourd'hui encore peu de substituts au lait et au yogourt, ainsi qu'à la viande.

Le Top 15 des communes «véganes» se trouve en Suisse alémanique.

| SUBSTITUTS À LA VIANDE | | | SUBSTITUTS AU LAIT/YOGOURT | | | SUBSTITUTS AU FROMAGE | | |
|------------------------|------|------------|----------------------------|------|------------|-----------------------|------|----------------|
| 2022 | 2021 | Commune | 2022 | 2021 | Commune | 2022 | 2021 | Commune |
| 1 | 1 | Zurich | 1 | 1 | Zurich | 1 | 1 | Baden |
| 2 | 2 | Berne | 2 | 3 | Lucerne | 2 | 11 | Suhr |
| 3 | 3 | Köniz | 3 | 2 | Zoug | 3 | * | Trimbach |
| 4 | 5 | Binningen | 4 | 4 | Berne | 4 | 14 | Aarau |
| 5 | 4 | Dübendorf | 5 | 6 | Köniz | 5 | 8 | Zurich |
| 6 | 7 | Lucerne | 6 | 12 | Kriens | 6 | 5 | Lucerne |
| 7 | 6 | Bâle | 7 | 7 | Baar | 7 | 3 | Bern |
| 8 | 8 | Winterthur | 8 | 10 | Horw | 8 | 9 | Schwerzenbach |
| 9 | * | Uster | 9 | 5 | Bâle | 9 | * | Starrkirch-Wil |
| 10 | 9 | Ebikon | 10 | 13 | Rapperswil | 10 | 2 | Meggen |
| 11 | * | Rapperswil | 11 | * | Horgen | 11 | 13 | Ebikon |
| 12 | 11 | Kriens | 12 | 8 | Ebikon | 12 | 12 | Binningen |
| 13 | 15 | Saint-Gall | 13 | * | Binningen | 13 | 7 | Aarburg |
| 14 | 13 | Zoug | 14 | 9 | Uster | 14 | 15 | Oiten |
| 15 | 14 | Baar | 15 | * | Saint-Gall | 15 | * | Bâle |

*Commune ne figurant pas encore au top 15 en 2021.

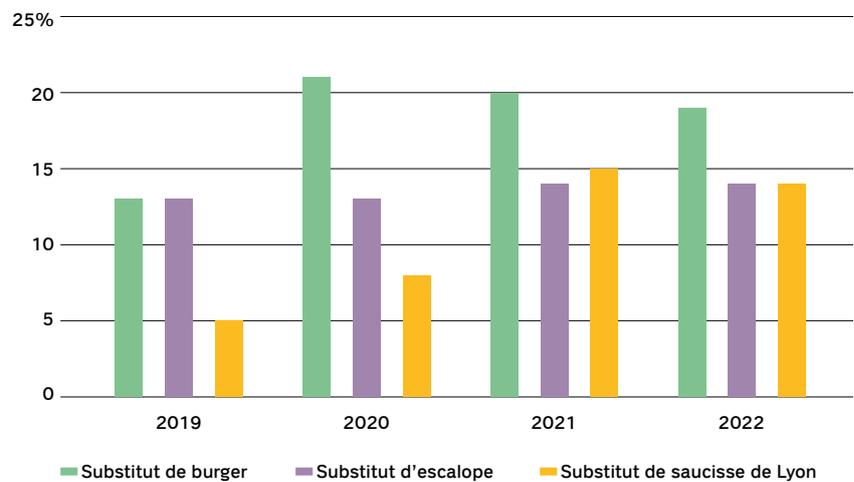
Communes comptant le plus grand nombre de consommatrices et consommateurs de produits de substitution véganes
(Source Données Coop Supercard)

Cette année, aucune commune située en dehors de la Suisse alémanique ne fait partie du top 15 des clients de produits de substitution. En ce qui concerne les alternatives à la viande, une commune a fait son entrée au top 15 – Rapperswil-Jona (SG) –, toutes les autres figuraient déjà dans le peloton de tête l'année dernière.

Pour les alternatives au lait et au yogourt, les villes de Horgen (ZH), de Binningen (BL) et de Saint-Gall figurent désormais dans le top 15. Pour les substituts au fromage, Baden (AG) reste en tête.

RAPPORT ENTRE LE PRODUIT DE SUBSTITUTION ET LE PRODUIT TRADITIONNEL D'ORIGINE ANIMALE

Aujourd'hui, Coop réalise près de 20% de son chiffre d'affaires «burgers de bœuf» via la vente de variantes véganes.



Proportion des burgers, escalopes et saucisses de Lyon véganes dans le chiffre d'affaires total de chaque catégorie – 2019 à 2022

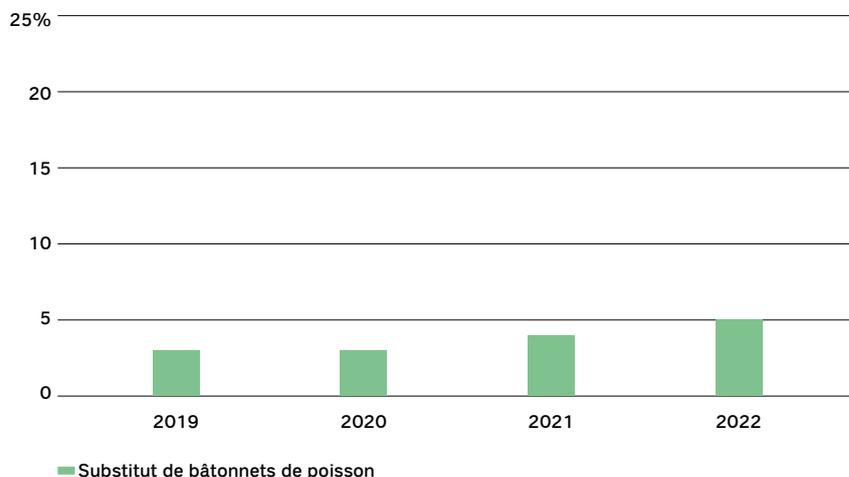
(Source Données Coop Supercard)

Les burgers véganes représentent aujourd'hui un cinquième du chiffre d'affaires total des burgers chez Coop. En 2019, cette proportion n'était encore que de 13%. On constate donc une croissance de 6 points de pourcentage au cours des trois dernières années. Globalement, la tendance est légèrement en baisse depuis deux ans pour les burgers véganes.

La proportion des produits de substitution dans le chiffre d'affaires des escalopes (farcies et non farcies) reste stable à 14% depuis plusieurs années.

La saucisse de Lyon est la charcuterie la plus populaire de l'assortiment de substituts véganes Coop. Aujourd'hui, cette alternative végétale génère déjà 14% du chiffre d'affaires total de la catégorie «saucisse de Lyon». Par rapport à 2019, sa part du chiffre d'affaires a plus que doublé.

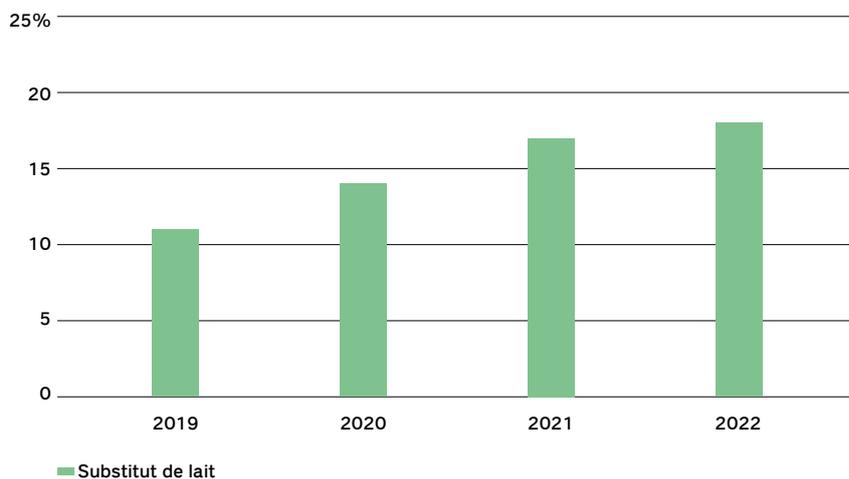
5% du chiffre d'affaires total des bâtonnets de poisson est généré chez Coop par des alternatives véganes.



Proportion des bâtonnets de poisson véganes dans le chiffre d'affaires total de cette catégorie – 2019 et 2022
(Source Données Coop Supercard)

En 2019, Coop lançait la première alternative végane aux bâtonnets de poisson. Leur proportion du chiffre d'affaires total des bâtonnets de poisson vendus chez Coop est encore modeste – 5% –, mais elle a augmenté chaque année d'un point de pourcentage.

Un franc sur six du chiffre d'affaires total de Coop dans le domaine du lait est réalisé par des alternatives véganes.



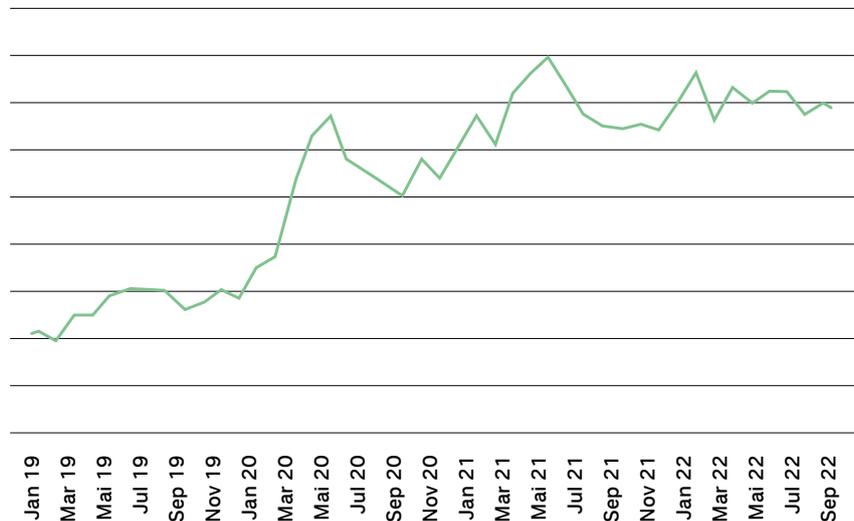
Proportion des substituts véganes au lait dans le chiffre d'affaires total de cette catégorie – 2019 et 2022
(Source Données Coop Supercard)

En 2019, les alternatives véganes au lait représentaient déjà chez Coop plus de 10% du chiffre d'affaires total du lait. Au cours des quatre dernières années, la proportion des produits véganes n'a cessé d'augmenter dans cette catégorie pour atteindre aujourd'hui 18%.

Actuellement, plus d'un lait sur sept acheté chez Coop est une alternative végane.

ÉVOLUTION DU VOLUME D'ACHAT

Les achats de produits de substitution véganes sont en hausse constante.



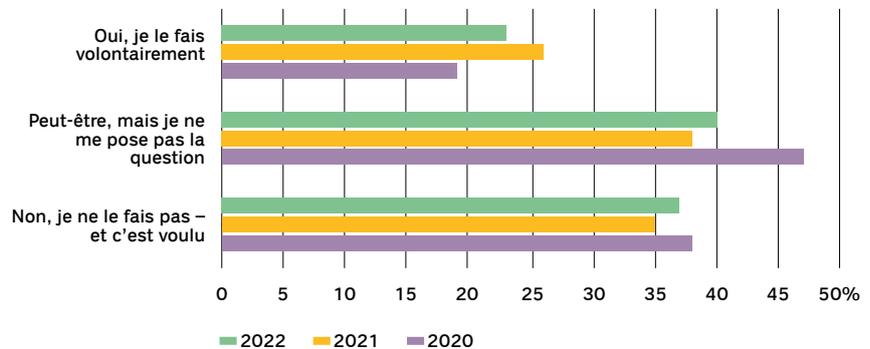
Évolution du chiffre d'affaires des produits de substitution véganes – 2018 à 2022

(Source Données Coop Supercard)

Au cours des cinq dernières années, la proportion des produits de substitution véganes achetés par les clientes et clients de Coop a augmenté de manière continue. La croissance, exceptionnelle entre l'été 2020 et l'été 2021, s'est stabilisée à un niveau élevé en 2022. En janvier 2022 – pendant le Veganuary, de nombreux produits de substitution véganes ont été achetés chez Coop.

PRÉPARATION DES PRODUITS DE SUBSTITUTION VÉGANES

Deux tiers des personnes interrogées associent des alternatives véganes à des produits d'origine animale au sein d'un même repas.



Indications sur l'association de produits véganes et d'origine animale au sein d'un même repas – 2020 à 2022

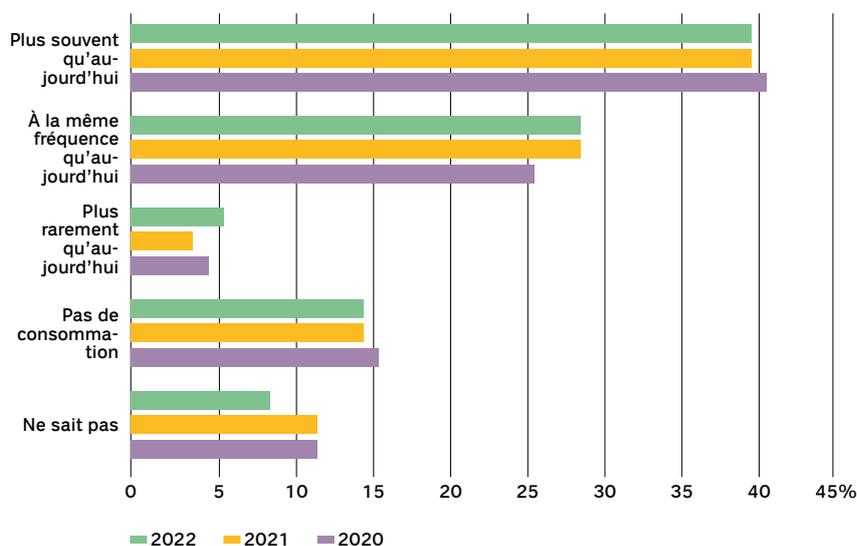
(Source Institut LINK)

Seul un quart des personnes interrogées évite volontairement d'associer des produits véganes et d'origine animale au sein d'un même repas. Le reste des personnes sondées associe les deux types d'aliments, que ce soit volontaire ou non. Un indice qui montre que la majorité des substitariennes et substitariens ne sont pas véganes puisqu'ils associent des aliments véganes et d'origine animale.

D'autres résultats de l'étude montrent que plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles ont tendance à associer des produits d'origine végétale et animale au sein d'un même repas. Et c'est au Tessin que cela se produit le plus souvent.

PERSPECTIVES D'AVENIR

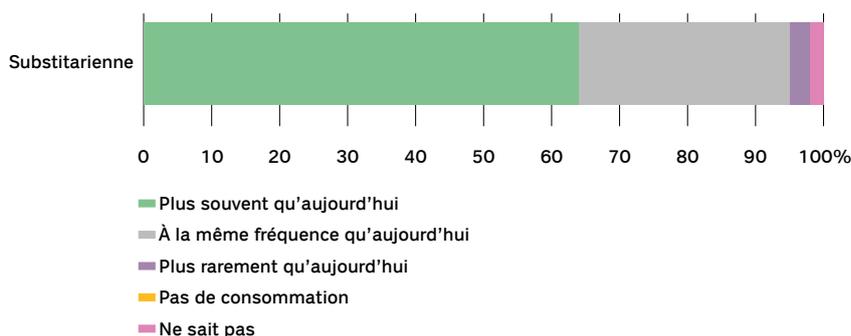
Près de 70% des hommes et des femmes pensent que dans cinq ans, ils consommeront des produits de substitution plus ou aussi souvent qu'aujourd'hui.



Fréquence de consommation attendue d'ici cinq ans – 2020 à 2022
(Source Institut LINK)

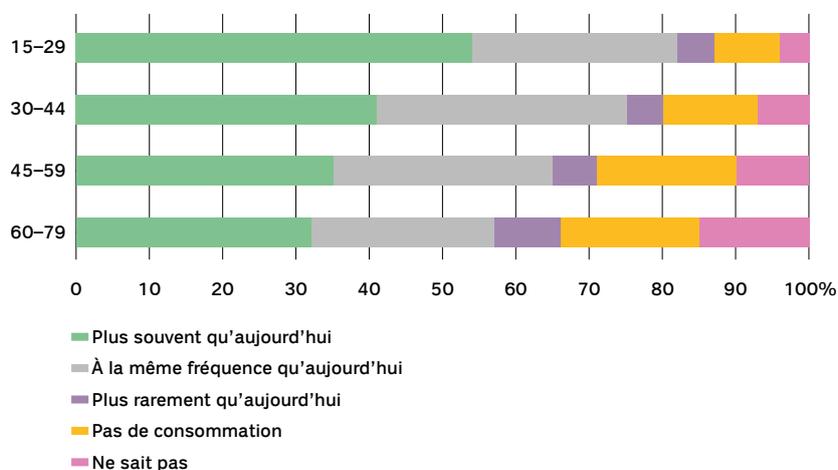
Environ 40% des personnes interrogées continuent à s'attendre à manger à l'avenir plus souvent des produits véganes qu'aujourd'hui. 29% indiquent qu'elles ont l'intention de consommer des produits de cet assortiment à l'avenir aussi souvent qu'aujourd'hui. Ces chiffres restent stables par rapport à l'année dernière. Chez les substitariennes et substitariens, cette intention de consommation est encore plus prononcée (voir graphique suivant).

64% des substitariennes et substitariens déclarent qu'à l'avenir, ils consommeront encore plus de produits de substitution véganes.



Fréquence prévue de la consommation des substitariennes et substitariens d'ici cinq ans
(Source Institut LINK)

Plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles estiment que leur consommation future de produits de substitution véganes sera élevée.



Fréquence de consommation attendue d'ici cinq ans par tranche d'âge
(Source Institut LINK)

54% des 15-29 ans indiquent qu'ils consommeront des produits de substitution véganes à l'avenir plus souvent qu'aujourd'hui. D'autres résultats de l'étude montrent peu de différences dans les attentes pour l'avenir en matière de sexe, ainsi qu'entre la ville et la campagne.



QUELLE EST LA TAILLE DU MARCHÉ SUISSE DES PRODUITS DE SUBSTITUTION D'ORIGINE VÉGÉTALE?

Cette section présente la répartition du marché des produits de substitution en termes de chiffre d'affaires entre les alternatives à la viande, au lait/ au yogourt, ainsi qu'au fromage, et le ratio par rapport aux catégories de produits traditionnels d'origine animale.

Ces résultats se fondent sur les données du panel Nielsen pour les années 2018 à 2022.

COMPARAISON DES PARTS DE CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

Avec 88.1 millions de francs, les substituts à la viande constituent la plus grande part du marché suisse des produits de substitution.



Chiffres d'affaires respectifs des produits de substitution à la viande, au lait, au yogourt, au fromage et à la glace sur le marché suisse (Source NielsenIQ Switzerland. Marché total selon panel des distributeurs et des ménages; année glissante jusqu'à la semaine 34/2022)

Les alternatives végétales aux escalopes s'arrogent la plus grande part de marché devant les émincés et les burgers.



Répartition du chiffre d'affaires sur le marché suisse des substituts à la viande

(Source NielsenIQ Switzerland. Marché total selon panel des distributeurs et des ménages; année glissante jusqu'à la semaine 34/2022)

De manière générale, l'offre de produits de substitution à la viande est très diversifiée sur le marché suisse. Actuellement, ce sont les substituts d'escalopes qui sont les plus demandées avec un chiffre d'affaires de 17,7 millions de francs, suivies par les alternatives végétales aux émincés et aux burgers.

Avec 126.7 millions de francs, la part du chiffre d'affaires des produits de substitution au lait, au yogourt et à la glace est encore modeste sur le marché suisse.



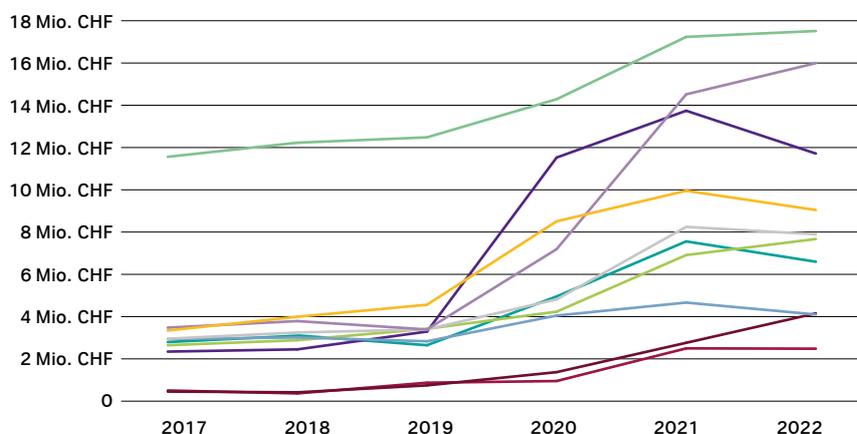
Part du chiffre d'affaires des produits de substitution sur le marché suisse au lait, aux yogourts, au fromage et aux glaces

(Source NielsenIQ Switzerland. Marché total selon panel des distributeurs et des ménages; année glissante jusqu'à la semaine 34/2022)

Avec 126.7 millions de francs, le C.A. cumulé généré par les alternatives végétales au fromage, au lait et au yogourt représente encore une très faible part de marché: il correspond en effet à 6% du marché total dans ces catégories.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DES SUBSTITUTS À LA VIANDE EN SUISSE

Le chiffre d'affaires total de toutes les catégories de substituts à la viande a augmenté depuis 2019.



Croissance en % 2022 vs. 2019

| | |
|----------------------------------|------|
| Substitut d'escalope | 40% |
| Substitut d'émincé | 367% |
| Substitut de burger | 252% |
| Substitut de saucisse | 97% |
| Substitut de nuggets | 130% |
| Substitut de viande hachée | 122% |
| Substitut de charcuterie | 147% |
| Substitut de steak/filet | 44% |
| Substitut de viande (divers) | 433% |
| Substitut de boulettes de viande | 176% |

Évolution du chiffre d'affaires des substituts à la viande – 2017 à 2022 (Source Nielsen)

Toutes les catégories de substituts à la viande font l'objet d'une très forte demande depuis 2019. Les burgers végétaux ont enregistré une croissance exceptionnelle de 252% au cours des trois dernières années. Le substitut végane à l'émincé affiche également une très forte croissance de plus de 350%. À l'inverse, les ventes de substituts de burgers et de saucisses ont légèrement diminué en 2022.

Le département Études de marché de Coop a mené cette étude en collaboration avec l'institut LINK entre le 1^{er} et le 20 septembre 2022. 2 222 personnes âgées de 15 à 79 ans ont été interrogées en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin. Le groupe cible interrogé pour l'enquête a été choisi au hasard dans le panel Internet de LINK; il est représentatif de la population.



Services médias, Thiersteinerallee 14, case postale 2550, CH-4002 Bâle
+41 61 336 70 00 | medien@coop.ch