

# Légumes lactofermentés : une enquête sur la consommation et la production de la population française

Ronan SYMONEAUX, Victor ROZIER

USC 1422 GRAPPE, INRAE, ESA, SFR 4207 QUASAV, SENSOVEG, 49000 Angers, France

## Contexte et objectifs

Dans le contexte de la végétalisation des régimes alimentaires, la fermentation est un processus de conservation des aliments qui a été fortement revisité ces dernières années pour ses qualités intrinsèques de durabilité et de diversification possible des goûts. Il est basé sur l'activité de micro-organismes naturels ou ensemencés, qui transforment profondément la matière première, en particulier en transformant les sucres en acides organiques. Cette production acide est un élément clé de la stabilisation dans le temps, empêchant le développement de micro-organismes indésirables.

Cette étude a pour objectif de faire le point sur la consommation et la production de légumes fermentés en France, les motivations et les obstacles à leur consommation

Une étude quantitative auprès de 1093 personnes de plus de 20 ans, représentatives de la population française (INSEE 2016-2020) et consommant des légumes

Questions générales sur le profil des consommateurs et la consommation de légumes

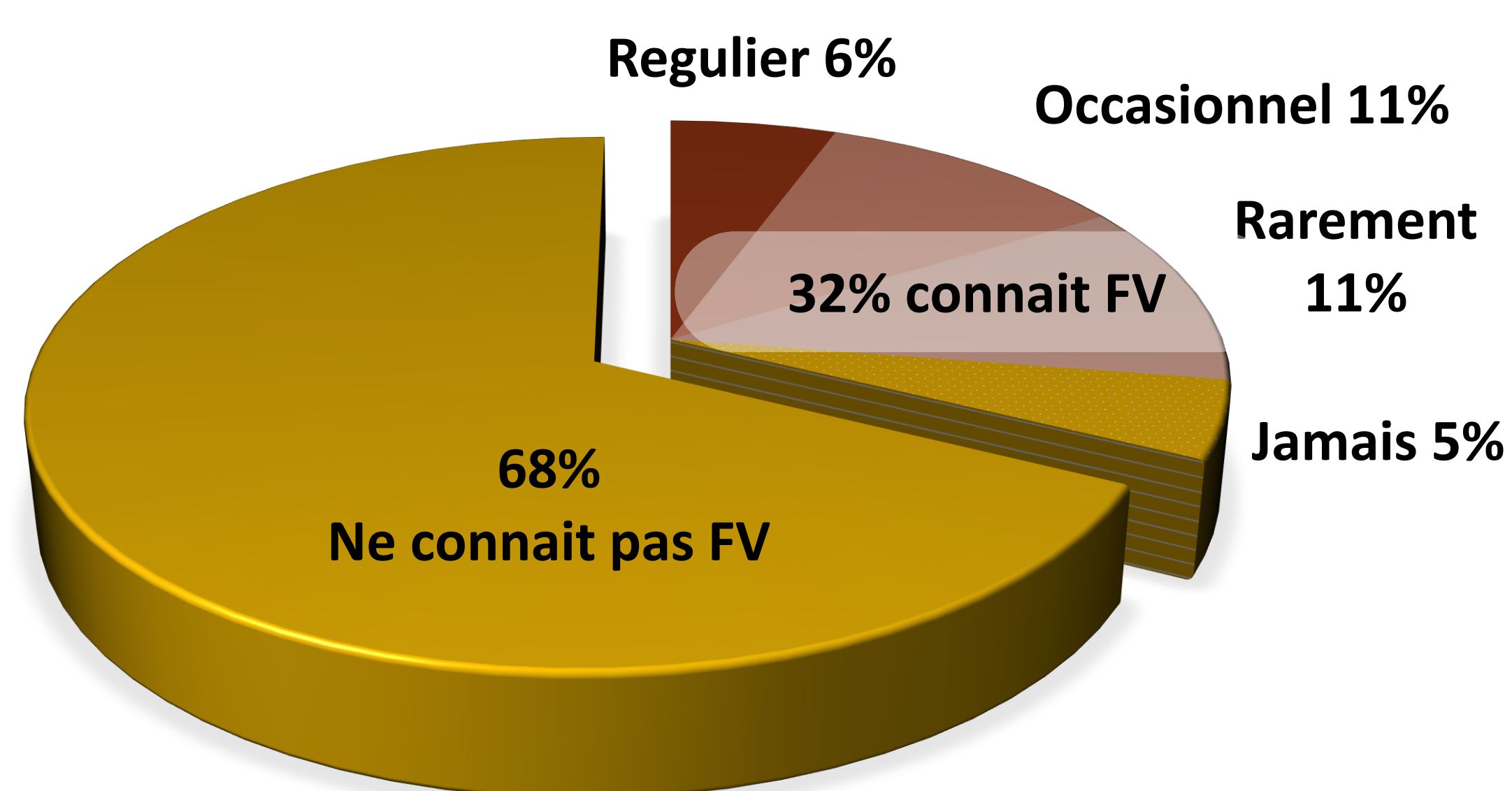
Une courte présentation pour mettre les consommateurs au même niveau de connaissance

15 questions sur la connaissance, la consommation, les usages, les achats, les motivations, etc.

Les légumes fermentés ou lactofermentés sont des légumes entiers, râpés, hachés, simples ou mélangés issus d'une pratique ancienne et naturelle de conservation des aliments. Il s'agit de faire fermenter les légumes avec du sel, parfois de l'eau et des épices afin de bénéficier de l'action positive des bactéries. Ces légumes peuvent être conservés dans leur pot pendant plusieurs mois avant l'ouverture

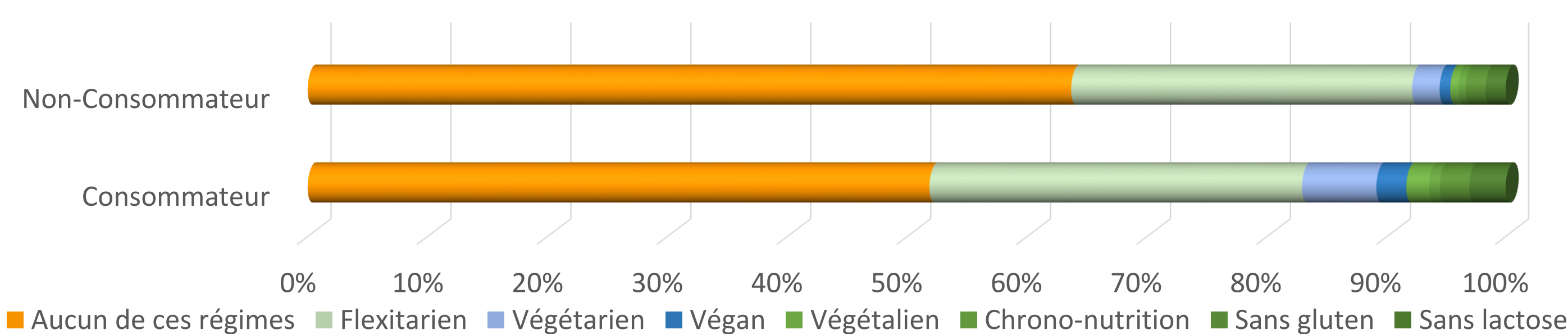


## Connaissance et consommation des légumes fermentés

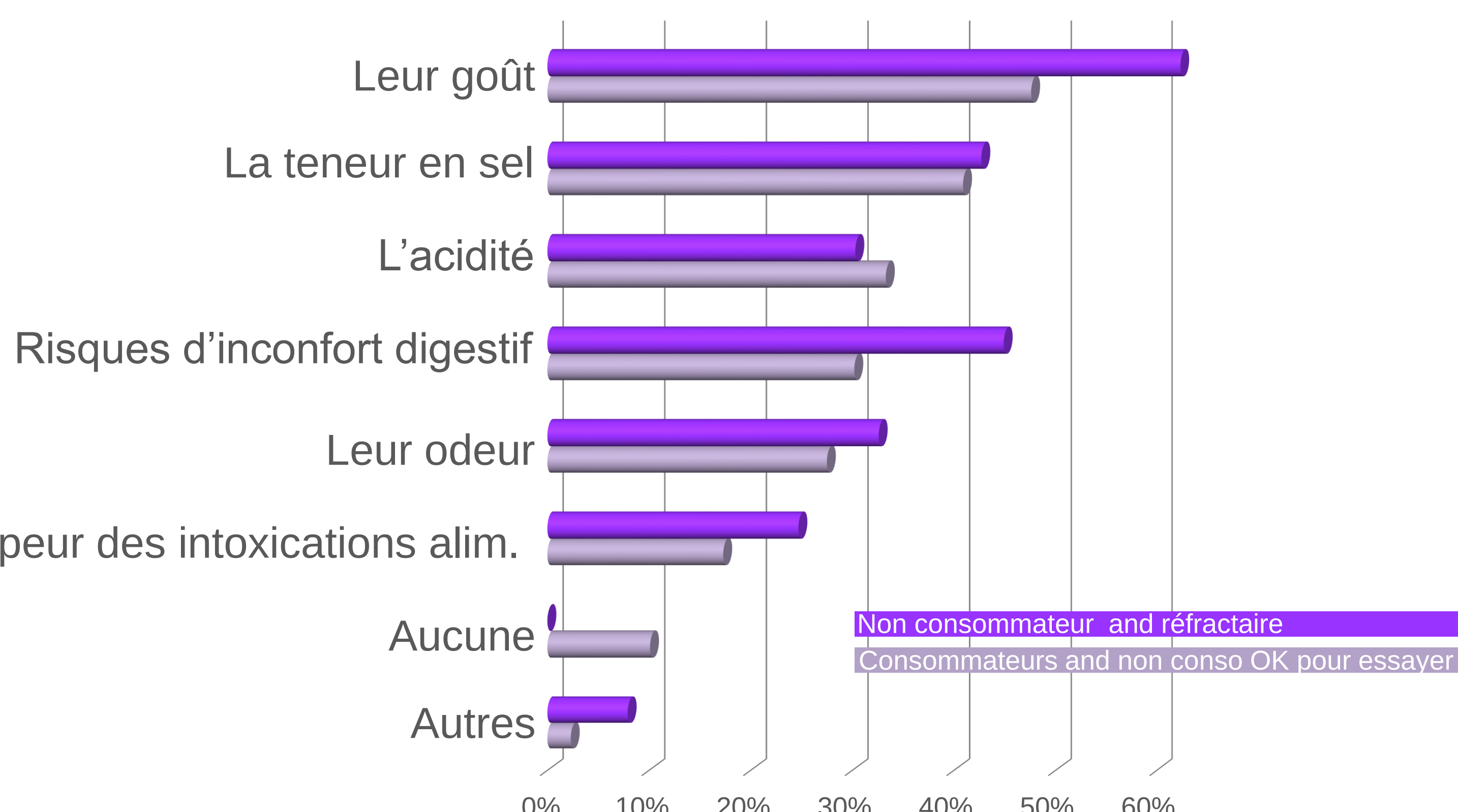


28 % sont des consommateurs de légumes fermentés et 5 % des producteurs de FV

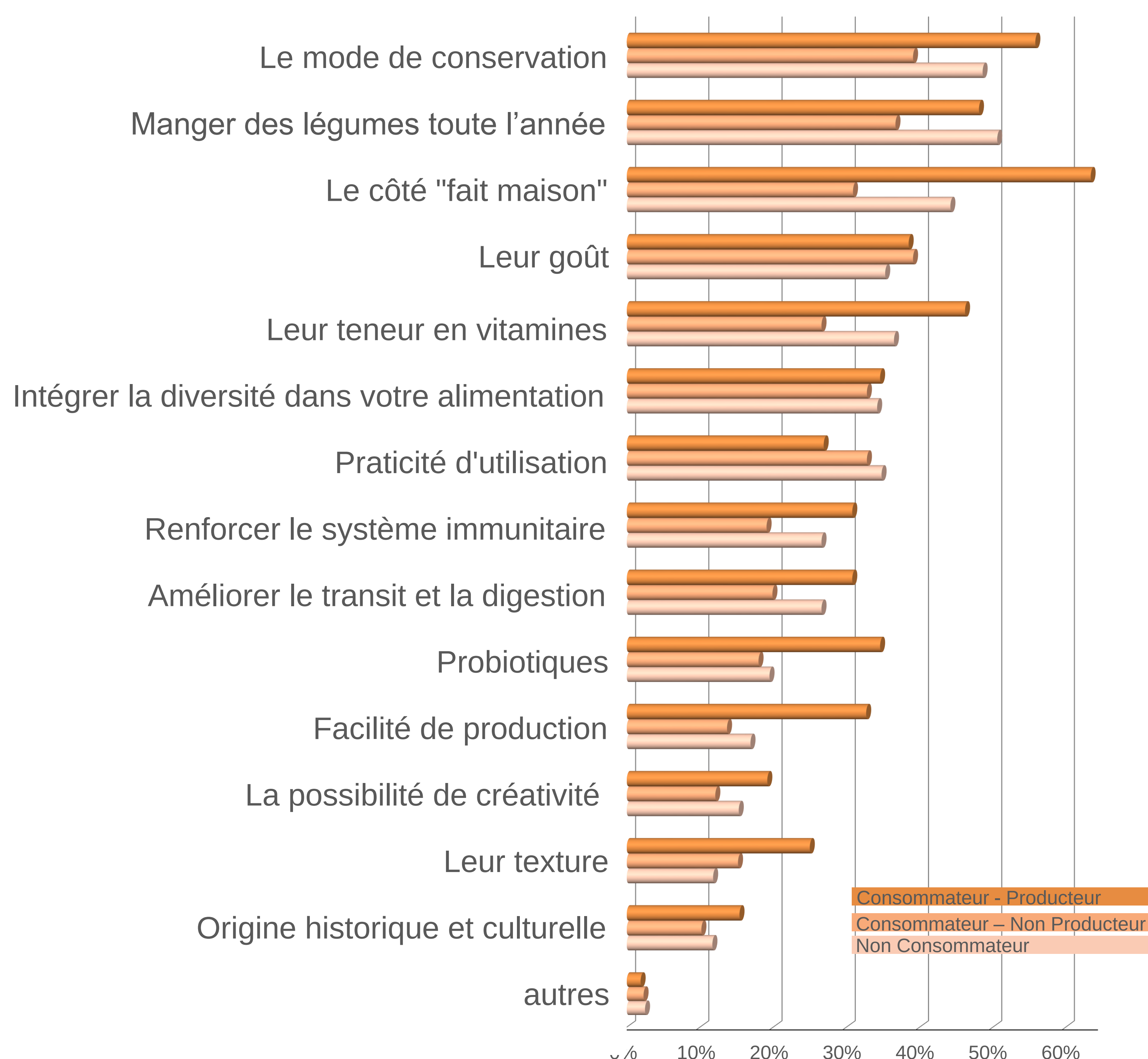
La consommation et la production sont liées à l'alimentation végétale et/ou biologique, mais pas exclusivement



## Réserves concernant la consommation de FV



## Motivations liées à la consommation de LF



Aucune différence pour le sexe, l'âge, l'origine géographique, la CSP, l'orientation santé alimentaire, etc.

## Conclusions

Les résultats de cette étude confirment un taux de pénétration très faible dans les ménages français couplé à un manque de connaissance de ce type de produits. Les principales motivations de consommation sont le mode de conservation, la possibilité de les préparer à la maison et le goût, suivi de motivations nutritionnelles. Paradoxalement, les barrières à la consommation surtout pour ceux qui n'ont jamais consommé ce produit sont des barrières sensorielles. Ces résultats ouvrent des perspectives intéressantes sur la promotion de ce produit à travers la pédagogie sensorielle. En effet, de nombreux consommateurs témoignent que la dégustation est un élément clé dans l'acceptation du concept dès le début.