

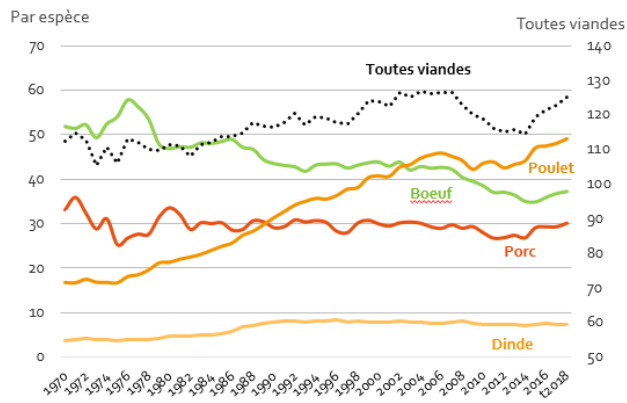


# Marché des produits alimentaires aux USA

## Le regard d'Unigrains sur les faits marquants du trimestre

### A la une : la consommation de viande repart à la hausse

#### Consommation de viande par habitant aux Etats-Unis (kg/ec)



Source : Unigrains d'après USDA ; kg/ec : kg équivalent carcasse  
Prévisions USDA pour 2018 au 18/09/18

Alors que les initiatives se multiplient pour proposer au consommateur des alternatives aux protéines animales, la consommation de viande par habitant aux Etats-Unis affiche un rebond depuis 2015. Elle devrait atteindre en 2018, selon les prévisions de l'USDA, 125 kg/hab (en équivalent carcasse), soit un niveau très proche des plus hauts historiques du milieu des années 2000.

Le poulet, dont la croissance a été continue jusqu'au milieu des années 2000, est le plus gros contributeur à ce rebond. Mais on note également une progression en porc et une reprise de la consommation de viande bovine.

Ce rebond s'inscrit dans une tendance favorable à la consommation de protéines et dans un contexte de forte production. La production américaine de viande va dépasser les 100 M lb (454 Mt) pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2018.



**Fabrice Pasquinelli**, Senior Adviser Unigrains North America

**« La consommation de viande est portée par la hausse du pouvoir d'achat et une bonne perception sur le plan de la santé »**

Le marché américain de la viande est actuellement dans un cycle classique d'offre abondante et de prix bas. Côté consommation, trois points importants sont à souligner :

- 1- La corrélation entre le PIB et la consommation de viande. Les Etats-Unis connaissent un contexte de croissance forte et de plein emploi. Cela se traduit par un pouvoir d'achat plus important pour les ménages.
- 2- La perception qu'ont les consommateurs américains de la viande sur le plan de la santé. La volaille bénéficie d'une bonne image et la consommation de poulet ne cesse de grimper depuis plusieurs années. Quant au boeuf, la perception d'une viande mauvaise pour la santé, voire cancérogène, est de plus en plus remise en cause par de nouvelles études scientifiques.
- 3- Le secteur de la viande s'organise face aux nouvelles tendances « plant based protein » et « clean meat » (viande produite en laboratoire). Ces deux filières font l'objet d'attaques liées au risque de confusion qu'elles peuvent générer sur les produits. Le Missouri a ainsi été, le 28 août dernier, le premier Etat à publier une loi interdisant sous peine d'amende l'utilisation du terme « viande » sur le packaging d'aliments à base de végétaux ou issus de laboratoires. Le packaging doit impérativement communiquer sur le fait que le produit est « made from plants » ou « grown in a lab ».



**Ben Zaitz**, Président de B. Zaitz & Sons, LLC, family office américain spécialisé dans l'agroindustrie

**« Aux Etats-Unis, le secteur de la viande bovine reste perçu par les investisseurs comme un espace stable où trouver croissance et retour sur investissement »**

Côté offre, le secteur de la viande bovine a connu beaucoup de mouvements. Une proportion significative de l'engraissement traditionnel a changé de main depuis 2017, au profit de groupes extérieurs à ce secteur.

Green Plains Ethanol a ainsi racheté des feedlots (parcs d'engraissement intensif de bovins) appartenant à Cargill et Bartlett Grain. Pinnacle Asset Management a racheté des feedlots de JBS. Ces mouvements suggèrent que l'engraissement de bovins génère une rentabilité raisonnable et stable pour les investisseurs.

Le marché de la viande « all natural » (sans additifs artificiels) et « grass-fed » (issue d'animaux nourris à l'herbe) poursuit sa croissance à un rythme supérieur à 5%/an. Le consommateur américain se tourne davantage vers des modes de production plus durables et respectueux de l'animal. Des transactions ont également eu lieu, plus limitées, à l'initiative de fonds d'investissement.

Date de Publication : octobre 2018

Avertissement : La présente note a été réalisée par la Direction des Études Économiques d'UNIGRAINS à partir de données publiques. La société UNIGRAINS ne saurait être en aucun cas tenue responsable d'éventuelles erreurs, inexactitudes, et de toutes leurs conséquences directes et indirectes.

Copyright : Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans la permission écrite d'UNIGRAINS.

© UNIGRAINS – 23 AVENUE DE NEUILLY, 75116 PARIS – WWW.UNIGRAINS.FR – Tél +33 (0)1 44 31 10 00

B. Zaitz & Sons a ainsi investi dans Greenhaven Cattle. Alors que presque tous les bovins nés sur la Côte Est sont transportés sur 1.500 miles à l'Ouest pour y être engraisés dans les feedlots de la région des « high plains » (notamment au Texas, dans le Kansas et dans l'Oklahoma), pour finalement revenir sur les grands bassins de consommation de la Côte Est, cette société a choisi de s'implanter en Géorgie. Au-delà de l'avantage logistique, elle bénéficie du climat du Sud-Est et de suffisamment d'eau pour irriguer. Elle peut élever des bovins à l'herbe 12 mois dans l'année et vendre de la viande premium « grass-fed ».

## Les principaux événements du dernier trimestre

### Consommation

#### *Produits carnés, œufs et beurre parmi les plus fortes progressions dans les ventes au détail aux Etats-Unis*

Des données Iri diffusées récemment sur les ventes au détail de produits alimentaires aux Etats-Unis illustrent deux tendances actuelles : en faveur des protéines animales et en faveur des produits peu transformés. Ils confirment également le dynamisme de la consommation de beurre.

Résultats en valeur sur 12 mois arrêtés au 20/05/18 (tous circuits) :

- Produits animaux : +11,8% pour les œufs coquille, +9,4% pour les viandes fraîches et congelées, +7,9% pour les produits carnés destinés au petit déjeuner et +6,4% pour le beurre.
- D'autres catégories se distinguent par leur dynamisme : les soupes congelées (+18%), plateaux repas (+13,5%), dips (+13%), entrées (12,7%), thé/café (11,4%), gâteaux à base de riz et popcorn (+9,5%) et eaux embouteillées (+5,9%).

A contrario, les catégories qui ont le plus reculé sont les produits de nutrition infantile congelés (-61%), les compléments alimentaires pour la perte de poids (-14%), les barres nutritionnelles de spécialité (-12%) et les barres substituts de repas (-10%).

Les taux de croissance tels qu'indiqués sont à relativiser : il faut tenir compte de la taille du marché et des effets de prix.

#### *Les ventes au détail de substituts végétaux à la viande progressent, mais restent très limitées*



Les substituts à la viande affichent une croissance importante : ventes au détail à +17% sur 12 mois au 11 août 2018 (source Nielsen/Institut Good Food). Mais avec 3,7 Md USD de CA, ils ne représentent qu'1% des ventes de viande. Afin d'attirer davantage de clients, les fabricants utilisent de plus en plus le terme « plant based » à la place de « vegan » ou « vegetarian ».

En termes d'entreprises, Beyond Meat affiche la plus forte progression (+70% sur un an), devant Field Roast (+68%), Gardein (+51%), Dr. Praeger's (+44%) et Quorn (+31%).

#### *Dynamisme de la demande en spiritueux « artisanaux »*



L'engouement pour les boissons « artisanales » (« craft ») a démarré sur la bière et atteint sur ce marché ¼ des ventes en valeur. Il touche également les spiritueux. Le marché américain des « craft spirits » (whisky, gin et vodka principalement) progresserait de 26%/an entre 2018 et 2022 à 11 Md USD selon Technavio. Ces marchés sont tirés par la demande des millennials (génération Y, personnes nées entre 1980 et 2000) et de la génération X (personnes nées entre le milieu des années soixante et la fin des années soixante-dix).

### Distribution

#### *Walmart : 25% de pdm dans l'alimentaire aux USA*



Walmart a affiché sur son dernier trimestre (clos au 31 juillet) la plus forte croissance de son CA depuis 9 ans. L'enseigne réalise 25% des ventes au détail de produits alimentaires aux Etats-Unis (marché de 800 M USD), contre 2% pour Amazon. L'alimentaire a représenté 56% des ventes de Walmart en 2017.

#### *Walmart développe la livraison à domicile et des points de collecte*

Walmart accélère en parallèle le développement de son service de livraison à domicile et couvre maintenant 100 villes, contre 50 pour Target, 30 pour Amazon Fresh et 10 pour Whole Foods (pour les clients Prime). Walmart développe également des points de retrait de commandes en ligne en magasin : 1.800 magasins points de vente à ce jour, contre 1.000 pour Kroger. Amazon vient de lancer ce service dans deux magasins Whole Foods. Aldi démarre également.



### Amazon : 18% des ventes en ligne de produits alimentaires aux USA

**amazon** Amazon reste largement leader des ventes de produits alimentaires *online* aux Etats-Unis. Selon One Click Retail, sa pdm atteint 18% au second trimestre 2018, pour des ventes de 650 M USD (+40% sur un an). La pdm d'Amazon est le double du n°2, Walmart.

Les ventes sont dominées par le café (135 M USD de ventes sur la période), devant les substituts de repas Soylent. Les eaux embouteillées affichent 65% de croissance et ont dépassé les boissons énergétiques. Les ventes ont atteint 75 M USD pour les snacks (+45%), 50 M USD pour la BVP (+41%), 40 M USD pour la confiserie (+36%), 35 M USD pour les boissons chaudes hors café (+58%), 35 M USD pour le baby food (+20%).

### Un an après la reprise par Amazon, qu'est-ce qui a changé chez Whole Foods ?

Les transformations menées chez Whole Foods (WF) ont eu trois grands objectifs :



- Améliorer l'efficacité de la supply chain : recentralisation des achats, réduction du nombre de fournisseurs.
- Restaurer l'image prix : surtout au travers de méga-promotions sur une sélection de *bestsellers*. Mais WF reste globalement plus cher que ses concurrents.
- Développer des synergies avec Amazon : déploiement du programme de fidélité Prime chez WF, référencement de la MDD *365 Everyday Value* sur Amazon. Au plan logistique également : des magasins WF servent de base à Amazon pour des casiers de retrait et pour le déploiement du service de livraison express (service limité à ce stade à quelques villes).

La reprise de WF par Amazon s'est également traduite par une nette accélération de la transformation vers le digital des leaders de la distribution physique (Walmart, Kroger...).

### Aldi gagne du terrain dans la guerre entre enseignes



Autre mouvement à noter dans la distribution de détail aux USA, le hard discount. Aldi se distingue par son dynamisme et recrute des consommateurs. Presqu'un Américain sur cinq ayant récemment changé d'enseigne aurait choisi Aldi (étude Morgan Stanley). L'enseigne ne détient que 2 à 3% de pdm, mais met la pression sur les prix.

Aldi affiche un ambitieux plan de développement de son parc (+700 points de vente sur 4 ans à 2.500 magasins). L'assortiment, à 90% sous MDD, s'élargit de 20% (dont plus de produits bio et végétariens). Aldi accélère également le déploiement de son service de livraison à domicile en partenariat avec Instacart (35 Etats/75 grandes villes seront couverts pour le *Thanksgiving*).

## Industrie agroalimentaire

### Les géants des sodas investissent dans des boissons mieux positionnées par rapport aux tendances de consommation



Les ventes au détail de sodas aux Etats-Unis sont en baisse depuis 13 ans et sont dépassées (en volume) depuis 2016 par les

eaux minérales. Ce contexte pousse les géants des sodas à se repositionner sur des boissons plus en phase avec les tendances de consommation.

PepsiCo a annoncé le 20 août dernier le rachat du fabricant de machines à gazéifier de l'eau à domicile SodaStream. Le groupe a déboursé pour cela 3,2 Md USD ; une valorisation très élevée de 30,6 fois l'Ebitda 2017.

Dans la foulée, Coca Cola a racheté le 31 août la chaîne britannique Costa Coffee pour 3,9 Md GBP ; Costa Coffee est la 2<sup>ème</sup> chaîne mondiale de cafés derrière Starbucks, mais n'est pas encore implantée en Amérique du Nord.

Dernière opération en date, le rachat de la marque d'eaux premium Core par Keurig Dr Pepper pour 525 M USD. Dr Pepper gèrera déjà 2/3 de la distribution des produits Core aux USA.

### Tyson rachète Keystone (produits élaborés de volaille pour le fast food)



Le groupe brésilien de la viande Marfrig avait annoncé la mise en vente de sa filiale Keystone et Tyson apparaissait comme un des postulants les plus sérieux. La transaction a été annoncée le 20 août, pour une valeur d'entreprise de 2,5 Md USD (11x Ebitda).

Basé en Pennsylvanie, Keystone fournit des produits élaborés (principalement de volaille) au fast food, notamment McDonald's. Il est implanté industriellement aux Etats-Unis, en Chine, Corée du Sud, Malaisie, Thaïlande et Australie. Son CA atteint 2,5 Md USD en 2017/18, à 65% aux USA.

Cette opération permet à Tyson de renforcer sa présence en Asie-Pacifique et son positionnement dans le fast food. Marfrig pour sa part se recentre sur la viande bovine, dont il est devenu n°2 mondial (en capacité d'abattage) depuis la prise de contrôle du producteur américain National Beef en juin dernier (51% pour 969 M USD).

**Campbell's Soup cède sa division produits frais**

Campbell's Soup annonce un virage stratégique. Le groupe met en vente sa division produits frais (Bolthouse Farms, Garden Fresh Gourmet) et ses marques internationales Arnott's et Kelsen ; soit 2,1 Md USD de CA (exercice 2018) pour un CA consolidé de 8,67 Md USD.

Ces marques entraînent dans une stratégie de repositionnement du groupe sur des produits à l'image plus saine. Mais les résultats se sont dégradés, ce qui a conduit à l'éviction du CEO de Campbell's en mai dernier et l'annonce d'une remise à plat de la stratégie. Le groupe recentre à présent son activité sur les soupes en boîte et les snacks.

## Réglementation

**Projet de réglementation sur l'étiquetage des alternatives végétales aux produits laitiers**

La FDA a annoncé qu'elle allait se pencher sur l'étiquetage des produits positionnés comme substituts aux produits laitiers. Dans un 1<sup>er</sup> temps, l'agence a engagé une consultation publique pour évaluer le degré de compréhension des consommateurs et évaluer les risques de confusion pouvant entraîner un problème de santé publique.

**Projet de réglementation sur l'étiquetage des OGM en tant qu'ingrédients**

L'USDA travaille à une réglementation sur l'étiquetage des OGM en tant qu'ingrédient.

L'agence a publié en mai dernier un projet et lancé un appel à commentaires publics, qui s'est achevé début juillet.

## Les principaux mouvements d'entreprises du dernier trimestre

Principales transactions portant sur des cibles situées aux Etats-Unis, intervenues au cours des 3 derniers mois  
Valeur de transaction exprimée en M€ et en multiple d'Ebitda

Secteur	Date	Transaction	Valeur
BVP	09/08/2018	Tyson cède <b>TNT Crust</b> (pâte à pizza) au fonds US Peak Rock Capital	nd
	09/08/2018	Le fonds <b>Olympus Partners</b> rachète <b>Rise Baking Company</b> au fonds Arbor Private Invest.	nd
	01/08/2018	Le fonds <b>San Francisco Equity Partners</b> acquiert <b>Brazi Bites</b> (pain brésilien au fromage)	nd
	09/07/2018	<b>Brynwood</b> (fonds US) acquiert les activités <b>BVP</b> de <b>JM Smucker</b> (sauf Canada)	nd
	06/08/2018	<b>C.H. Guenther &amp; Son</b> rachète le fabricant de cookies <b>Cookietree</b>	nd
	20/07/2018	<b>Krispy Kreme Doughnut</b> rachète le fabricant de cookies <b>Insomnia Cookies</b>	nd
Snacks	12/09/2018	<b>Hershey</b> rachète le fabricant de snacks <b>Pirate Brands</b> à B&G Foods	362
Pâtes	02/08/2018	Le fonds <b>THL Equity</b> rachète <b>Dakota Growers Pasta Company</b> (pâtes sèches)	215
Viande	20/08/2018	<b>Tyson</b> rachète <b>Keystone</b> (produits élaborés de volaille pour le foodservice)	2 100 (11X)
		<b>Indiana Packers Corp</b> (Mitsubishi) rachète <b>Specialty FoodsGroup</b> (charcuterie)	23
Boissons	20/08/2018	<b>PepsiCo</b> acquiert fabricant de machines à gazéifier de l'eau <b>SodaStream</b>	2 774 (30,6X)
	14/08/2018	<b>Coca Cola</b> entre au capital de <b>Bodyarmor</b> (boissons pour sportifs)	nd
	27/09/2018	<b>Keurig Dr Pepper</b> acquiert la marque d'eaux premium <b>Core</b>	449
RHD	02/07/2018	<b>Elior</b> rachète <b>Bateman Community Living</b> (plats cuisinés), filiale américaine de Compass	nd
Distribution	26/07/2018	Le grossiste <b>UNFI</b> acquiert <b>Supervalu</b> (grossiste et chaîne de supermarchés)	2 409 (7,2X)

Source : Unigrains d'après Merger Market et presse

## Pour en savoir plus

**David DE ALMEIDA**

Responsable du Développement International  
ddealmeida@unigrains.fr

**Eric PORCHERON**

Responsable d'études économiques et stratégiques  
eporcheron@unigrains.fr

**Fabrice PASQUINELLI**

Senior Adviser Unigrains North America  
fpasquinelli@unigrains.fr