

# Marché des produits alimentaires aux USA

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

### A la une : l'innovation aux USA - Retours du salon Expo Ouest



Le sol américain est connu pour être un terreau fertile en innovations produits, en particulier au niveau alimentaire. Le salon annuel *Natural Products Expo West*, qui a lieu en mars à Los Angeles, est réputé pour concentrer ces nouvelles tendances. Une mission Unigrains s'est rendue sur ce salon, qui a rassemblé 3.500 exposants de 130 pays et 85.500 visiteurs. Il en ressort les observations suivantes :

- **Le consommateur américain est très suiveur de diètes en tous genres**, parfois contradictoires : Vegan, Keto (centrée sur les matières grasses animales ou végétales), Paleo (racines, baies et fruits secs, viande « *grass-fed* »). Quelques produits demeurent les mal aimés, à savoir le gluten, le lactose et le sucre.
- **Un esprit sain dans un corps sain** : l'alimentation au service de la performance sportive, de la santé du microbiote, de nos cellules grises. Aliments supplémentés, probiotiques, prébiotiques et produits fermentés ont la cote. Un fort accent est mis sur les eaux de source régionales.
- **La mode du *craft* dépasse désormais le seul secteur de la bière** et touche spiritueux, *ciders* et sodas.
- **Toujours plus de snacking**, avec des produits conçus pour une consommation nomade. De nombreux aliments sont désormais proposés en gourdes, même pour une cible adulte. Cela alors qu'en parallèle, **une conscience environnementale** émerge.
- Montée en puissance des produits alimentaires intégrant du **cannabidiol (CBD)**, molécule extraite du chanvre ou du cannabis.

**Matthieu Kohlmeyer**, Directeur Général de La Tourangelle, producteur français d'huiles de spécialité implanté aux Etats-Unis



« Pour les industriels, ce foisonnement d'idées et de tendances rend le marché américain incroyablement riche en opportunités »

Aborder l'innovation dans le secteur de l'agro-alimentaire aux Etats-Unis peut paraître difficile : les consommateurs américains semblent dans une quête permanente d'un régime alimentaire qui leur permettra de perdre du poids, de paraître plus jeune et d'être en meilleure santé. Du Atkins Diet au gluten free, on en est venu au paléo Diet et au keto Diet... Chaque tendance propulse quelques ingrédients en stars plus ou moins éphémères : chou kale, graines de chia, huile de coco, ghee (beurre clarifié)... Dans le monde des « super Food », les tendances alimentaires sont comme des modes qui changent vite. Elles entraînent un renouvellement rapide des produits et projettent des marques sur le devant de la scène ; des marques qui pour certaines deviennent très convoitées par de grands groupes prêts à mettre beaucoup d'argent pour les racheter.

D'autres facteurs alimentent l'innovation. L'ouverture unique des Etats-Unis sur les cuisines du monde donne aussi naissance à des modes : sushi, California roll (variante de maki japonais), poke bowl (plat d'origine hawaïenne), nouilles ramen... La tendance « Gut Health » favorise l'émergence du kimchi (plat coréen à base de légumes fermentés), Kombucha ou même des bouillons d'os à moelle. A cela s'ajoutent des comportements plus activistes : sans OGM, vegan... Les déclinaisons paraissent infinies.

Pour les industriels, ce foisonnement d'idées et de tendances oblige à un renouvellement permanent des assortiments. L'enjeu est de capter les mouvements en cours et d'intégrer rapidement les ingrédients qui ont le vent en poupe ; les opérateurs de la distribution sont en effet sans cesse à la recherche de la dernière tendance pour se positionner au bon moment et en profiter au mieux. C'est également un moyen de faire davantage de marges car ils peuvent vendre ces produits plus chers. Tout cela rend le marché américain incroyablement riche en opportunités, y compris pour y valoriser le riche patrimoine culinaire français.



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

« Le CBD : nouvel ingrédient miracle dans l'alimentaire ? »

Le cannabidiol (CBD) est un composé naturellement présent dans le cannabis et le chanvre agricole. Le cannabis est utilisé de longue date comme plante médicinale et les propriétés thérapeutiques et relaxantes du CBD sont aujourd'hui confirmées par nombre de scientifiques et de médecins. Le CBD n'a aucun effet psychoactif.

Les développements de produits alimentaires intégrant du CBD se multiplient aux Etats-Unis depuis peu. L'offre est en plein boom sur les salons agroalimentaires dans tout le pays : boissons, huiles, café, chocolat, confiserie, miel et même pet food... La demande est là car les Américains sont très sensibles aux nouvelles tendances et le marketing entretient le buzz.

Mais la situation réglementaire reste incertaine. La culture du chanvre a été légalisée au niveau fédéral le 20 décembre dernier dans le cadre du Farm Bill 2018 ; au moins 41 Etats ont adopté un programme pilote pour en cultiver et extraire du CBD, chacun délivrant

Date de Publication : mai 2019

Avertissement : La présente note a été réalisée par la Direction des Etudes 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.



des licences selon ses propres règles. Mais la FDA a immédiatement déclaré que l'utilisation de CBD comme ingrédient ou supplément alimentaire était illégale. L'agence a émis des avertissements et ordonné des retraits de produits. Certains sont néanmoins convaincus d'un changement imminent de la réglementation ; mais cela reste hypothétique.

Dans l'espoir de profits élevés, les surfaces de chanvre aux Etats-Unis sont en forte croissance. Les grands groupes restent prudents, mais de petites sociétés sont plus volontaristes pour proposer des produits alimentaires intégrant du CBD. Dans ce contexte d'incertitudes, de fragmentation des initiatives et de manque de transparence, il est bien difficile d'imaginer comment s'équilibreront culture, extraction de CBD et utilisations... Le temps dira si le CBD est un nouvel ingrédient miracle dans l'alimentaire.

## Les principaux événements du dernier trimestre

### Consommation

#### **Œuf : transition vers le cage-free**

La transition vers les œufs alternatifs est en cours aux Etats-Unis. Bloomberg rapporte que des centaines d'acteurs de l'industrie et de la distribution œuf auraient annoncé leur engagement à n'utiliser que des œufs *cage-free* à un horizon défini (souvent 2025). Trois Etats ont en outre édicté une loi qui interdit à terme la production et la vente d'œufs issus de poules en cage : la Californie (à 2022), le Massachusetts (à 2022) et tout récemment Washington (à fin 2023).

La filière œuf s'est mise en mouvement, mais il reste du chemin à parcourir. L'USDA estime que les engagements annoncés équivalent à 63 Md d'œufs *cage-free*. Cela représente 224 M de poules, soit les 2/3 du cheptel actuel hors bio, alors qu'actuellement, 81% des poules sont élevées en cage. Cela aura également un coût pour les industries utilisatrices.

#### **Recul des pâtes sèches, progression des pâtes fraîches**

Pénalisé par les tendances au *low-carb* et au sans gluten, le marché des pâtes sèches aux Etats-Unis est en recul en 2017 et 2018. Les innovations (ingrédients tels que pois chiche, lentilles...) n'ont pas suffi pour inverser la courbe. Dans ce contexte, Barilla, la marque leader, résiste et gagne des parts de marché (32% en valeur en 2018), tandis qu'Ebro souffre.

A contrario, les pâtes fraîches bénéficient d'une bonne image et sont en forte croissance. Derrière la marque leader Buitoni (Nestlé), un autre groupe italien s'y illustre, Rana, lui-aussi implanté industriellement sur le territoire américain. Ebro, quant à lui, est actif en pâtes fraîches en Europe (Lustucru et Bertagni) et au Canada (Olivieri), mais à ce jour, n'a pas franchi le pas aux Etats-Unis.

### Distribution

#### **Amazon se prépare à lancer une nouvelle chaîne de supermarchés alimentaires**

Moins de deux ans après le rachat de Whole Foods et un an après l'inauguration du premier magasin sans caisse Amazon Go, Amazon s'apprêterait, selon le Wall Street Journal, à lancer une nouvelle chaîne de supermarchés alimentaires aux Etats-Unis. L'offre serait complémentaire à celle de Whole Foods : plus large, plus conventionnelle et davantage axée sur le prix.

Le 1<sup>er</sup> magasin est prévu pour fin 2019. Amazon cible de petites surfaces dans des centres commerciaux. Le groupe rachèterait de petites chaînes régionales pour accélérer le déploiement.

#### **Kroger cède des actifs et met l'accent sur les MDD**

Dans le cadre de son plan de repositionnement « Restock », Kroger a annoncé mi-mars la cession de son usine Turkey Hill de production de crèmes glacées et boissons au fonds Peak Rock. Le distributeur avait déjà cédé début 2018 sa division convenience stores C-Store (800 magasins).

Face à la baisse de ses résultats, Kroger veut se désendetter et concentrer ses efforts sur ses 2.800 supermarchés, format sur lequel il est n°1 aux Etats-Unis. Le distributeur accentue en outre le déploiement de ses MDD, qui ont représenté 30% des unités vendues au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018. Kroger a en outre lancé avec Ocado la construction d'un 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> entrepôt automatisé.

#### **Le e-commerçant Freshdirect prêt à un nouveau départ depuis sa nouvelle base du Bronx**

Acteur réputé de la vente en ligne et de la livraison à domicile sur la Côte Est (du Connecticut à Washington), Freshdirect annonce à présent un nouveau départ après plusieurs mois difficiles consécutifs à la mise en service en 2018 de sa nouvelle base ultra-moderne d'entreposage et de préparation de commandes de 400.000 m<sup>2</sup> dans le Bronx.

Freshdirect se distingue, dans le e-commerce, par un positionnement de spécialiste des produits frais, doté d'une forte expertise dans le sourcing. La société doit à présent accélérer le déploiement de la livraison à domicile le jour même, service que des concurrents proposent déjà.



### Accélération des ouvertures de surfaces alimentaires en 2018

Les ouvertures de surfaces dédiées à la distribution alimentaire de détail ont progressé de 29,4% soit 17 M m<sup>2</sup> en 2018 selon le cabinet JLL Grocery Tracker. Les Etats les plus en pointe ont été la Floride, sous l'impulsion du spécialiste régional, Publix, la Californie, où ont notamment progressé Sprouts, Aldi et Smart & Final, ainsi que le Texas via Kroger et HEB.

Dans une majorité des cas, les ouvertures portent sur des magasins plus petits, plus proches et destinés à des achats plus fréquents. L'offre est en outre davantage orientée sur les produits frais ; Publix développe ainsi son concept Greenwise de supermarché premium type Whole Foods.

## Industrie agroalimentaire

### Campbell Soup cède Bolthouse Farms à un groupe d'investisseurs mené par le fonds Butterfly



Campbell avait annoncé la mise en vente de sa division produits frais fin 2018. Après Garden Fresh Gourmet, cédé à une filiale de Fountain of Health (produits traiteurs) en février 2019, c'est au tour de Bolthouse (carottes, jus, smoothies et sauce) de changer de main début avril. L'acquéreur est un groupe d'investisseurs mené par Jeff Dunn, associé du fonds Butterfly et ancien CEO de Bolthouse.

La transaction est estimée à 510 M USD, soit trois fois moins que les 1,55 Md USD déboursés par Campbell pour racheter Bolthouse en 2012. Cela traduit les difficultés qu'a connu le groupe pour gérer des activités dans un secteur nouveau pour lui, le frais. Campbell se recentre sur les soupes en boîte et les snacks, et doit encore finaliser la cession des marques Arnott's et Kelsen (biscuits).

### Danone cède Earthbound Farm au groupe Taylor Farm



Autre mouvement majeur intervenu début avril dans les produits frais, la cession par Danone de Earthbound Farms. Earthbound est n°1 de la salade bio aux Etats-Unis, et également actif en fruits et légumes bio, pour un CA 2018 d'environ 400 M USD. L'acquéreur est un spécialiste de la salade et des produits frais, la société californienne familiale Taylor Farms.

Earthbound a été repris par Danone lors du rachat de WhiteWave en avril 2017. Pour Danone, cette cession s'inscrit dans sa stratégie de cession d'actifs hors cœur de métier. Le montant de la transaction n'a pas été révélé. WhiteWave avait racheté Earthbound en 2013 pour 600 M USD.

### Kellogg's cède ses activités cookies et snacks à Ferrero



Kellogg's se recentre quant à lui sur les céréales petit déjeuner, les snacks et les produits surgelés (80% de son CA en Amérique du Nord). Le groupe cède Keebler et les marques Famous Amos et Mother's (cookies, snacks à base de fruits, cornets pour glaces, fonds de tarte, soit un CA 2018 de 900 M USD), à Ferrero pour 1,3 Md USD. Kellogg's avait racheté Keebler en 2000 pour 3,86 Md USD.

Ferrero poursuit son développement aux USA et y élargit ses activités. Le groupe avait déjà racheté en 2017 Ferrara Candy, puis en 2018 les activités confiserie de Nestlé aux Etats-Unis pour 2,8 Md USD, devenant n°3 du secteur. Il y réalise désormais 7,5% de son CA.

### Hormel cède CitySport à PepsiCo



Hormel a cédé en février 2019 à PepsiCo CytoSport et ses marques de boissons, poudres et barres protéinées Muscle Milk et Evolve Protein.

Hormel avait racheté CytoSport il y a 5 ans pour 450 M USD, pour élargir sa gamme à des protéines non carnées. Mais les performances se sont avérées décevantes. PepsiCo, qui détient déjà Gatorade, veut se renforcer sur le marché des boissons protéinées et pour sportifs.

### Kraft Heinz envisage de céder Breakstone et Maxwell House

**KraftHeinz** Kraft Heinz a mandaté la Royal Bank of Canada pour la cession de sa marque de produits laitiers Breakstone (cottage cheese, beurre, crème) et serait également dans un processus de cession pour ses cafés Maxwell.

Issu d'une méga-fusion en 2015, Kraft Heinz (CA 26 Md USD en 2018) a communiqué en février dernier sur une dégradation de ses résultats (notamment 15,4 Md USD de dépréciation d'actifs), provoquant une chute de 27% de son cours de bourse. Le groupe veut se désendetter et s'adapter à l'évolution des habitudes alimentaires. D'autres marques pourraient suivre...

## Réglementation

### Nouvelle réglementation sur l'étiquetage des ingrédients alimentaires contenant des OGM

Une nouvelle réglementation rend obligatoire l'étiquetage des ingrédients contenant des OGM sur l'emballage des produits alimentaires. Comme le détaille Business France, cela peut se faire soit par une mention écrite (exemple : « Contain a bioengineered food ingredient »), soit par un logo en accord avec les dispositions prévues, soit par un étiquetage électronique. La date d'entrée en application est fixée au 1er janvier 2020 (ou 1er janvier 2021 pour les petites entreprises) et la date de mise en conformité obligatoire est fixée au 1er janvier 2022.

### La FDA autorise le saumon OGM d'AquaBounty

Suite à la parution de la réglementation sur l'étiquetage des ingrédients contenant des OGM, la FDA a levé en mars 2018 l'interdiction d'importation de saumon OGM et de leurs œufs. C'est à date le seul OGM animal autorisé pour la consommation humaine aux Etats-Unis. La société AquaBounty Technologies peut désormais importer des œufs du Canada et élever des saumons OGM sur son site dans l'Indiana. Les premiers seront commercialisés en 2020.

### Accord entre la FDA et l'USDA sur la supervision des viandes issues de cultures cellulaires

Après des mois de débats, l'USDA et la FDA se sont partagés la supervision des viandes issues de cultures cellulaires : production pour la FDA (collecte de cellules et culture), transformation pour l'USDA (de la sortie de culture à la mise en marché et l'étiquetage). Parmi les producteurs, Just annonce un lancement en restauration avant fin 2019 et Memphis Meats en GMS en 2021.

## 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 (à fin mars 2019)  
Valeur de transaction exprimée en M€ et en multiple d'Ebitda

Secteur	Date	Transaction	Valeur
BVP	05/03/2019	<b>Global Bakeries</b> (fonds Surge PE) acquiert <b>Bubbles Baking</b> (pâtisserie surgelée)	nd
	30/01/2019	<b>Ironwood Capital</b> cède <b>Dancing Deer Baking</b> (cookies, pâtisserie) à <b>Hudson River Foods</b>	nd
Snacks	06/02/2019	<b>Dare Foods</b> (Canada) acquiert <b>La Panzarella Artisanal Foods</b> (crackers et autres snacks)	nd
Traiteur	26/02/2019	Campbell cède <b>Garden Fresh Salsa</b> (sauces) à <b>Fontaine Sante</b> (Canada, traiteur/surgelé)	nd
	23/01/2019	Le groupe japonais <b>Mitsui</b> acquiert <b>Hans Kissle</b> (salades, quiches, desserts)	95
Surgelés	15/02/2019	<b>Frostkrone</b> (Allemagne) rachète <b>Rite Stuff</b> (produits surgelés à base de pomme de terre)	nd
Pet food	26/02/2019	Le fonds Halifax cède la chaîne Animal Supply Company au fonds Summit Partners	nd
	21/02/2019	Le fonds L Catterton cède Hampshire Pet Products à Red Collar Pet Food	nd
Viande	11/03/2019	<b>National Beef</b> , filiale de Marfrig (Brésil) acquiert <b>Iowa Premium</b> (spécialiste boeuf Angus)	133
	01/03/2019	<b>STX Beef</b> , filiale de JDH Capital (immobilier) rachète <b>Kane Beef</b> (en dépôt de bilan)	25
	25/02/2019	Le grossiste <b>The Chefs' Warehouse</b> acquiert <b>Bassian Farms</b> (bœuf, volaille)	nd
	22/02/2019	<b>The Hain Celestial</b> cède <b>Plainville Farms</b> (production de dindes) à <b>Plainville Brands</b>	nd
	11/02/2019	Le fonds <b>Mason Wells</b> cède <b>Eddy Packing</b> (produits de viande) au fonds <b>Insight Equity</b>	nd
Lait	19/03/2019	Kroger cède l'usine <b>Turkey Hill</b> (crèmes glacées et boissons) au fonds <b>Peak Rock</b>	nd
	05/03/2019	<b>Gilman Cheese</b> est racheté par les fonds <b>Tecum</b> , <b>Borgman</b> et <b>Midwest Growth Partners</b>	nd
	Jan/Fév-19	Le fonds <b>H.I.G Capital</b> acquiert <b>Lipari Cheese</b> (08/01), puis <b>Troyer Cheese</b> (20/02)	nd
	07/01/2019	Le grossiste <b>Kuna Foodservice</b> acquiert <b>Haulty Cheese</b>	nd
Crevette	01/02/2019	Le groupe canadien <b>Cooke</b> acquiert le producteur US de crevettes <b>Seajoy Group</b>	nd
Boissons	19/02/2019	<b>Hormel</b> cède <b>CytoSport</b> (boissons pour sportifs) à <b>PepsiCo</b>	411
Ingrédients	20/02/2019	L'irlandais <b>Glanbia</b> acquiert <b>Watson</b> , spécialiste des ingrédients non laitiers	78
	31/01/2019	<b>Symrise</b> (Allemagne) acquiert <b>American Dehydrated Foods</b> , <b>International Dehydrated Foods</b> et <b>IsoNova</b> technologies	784 17,6X
Fruits	12/02/2019	Le fonds de pension <b>Ontario Teachers' Pension Plan</b> rachète <b>FirstFruits Farms</b> (pomme)	nd

Source : Unigrains d'après Merger Market et presse

## Pour en savoir plus

**David DE ALMEIDA**

Responsable du Développement International  
ddealmeida@unigrains.fr

**Céline ANSART**

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

**Eric PORCHERON**

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

**Fabrice PASQUINELLI**

Senior Adviser Unigrains North America  
fpasquinelli@unigrains.fr