

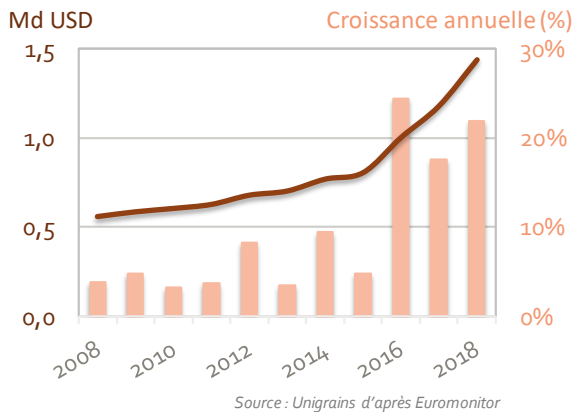


# Marché des produits alimentaires aux USA

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

### A la une : effervescence autour des alternatives végétales à la viande

#### Ventes au détail d'alternatives végétales à la viande aux USA



L'entrée retentissante de Beyond Meat en bourse le 2 mai dernier met le marché des alternatives végétales à la viande sous le feu des projecteurs et illustre l'intérêt croissant que suscitent actuellement ces produits aux Etats-Unis.

Les produits végétaux alternatifs à la viande ne sont pourtant pas nouveaux sur le marché américain. De grands groupes agroalimentaires en proposent de longue date : Kelloggs avec les marques MorningStar Farms et Gardenburger, Pinnacle (racheté en 2018 par Conagra) avec Gardein, Kraft Heinz avec Boca... Des spécialistes des produits sans viande sont également présents, pour des parts de marché (pdm) plus faibles : Field Roast, Quorn, Tofurky, Amy's Kitchen...

Mais le marché reste à ce jour modeste, surtout au regard de celui des viandes. Selon Euromonitor, les ventes au détail ont atteint 1,4 Md USD en 2018, soit moins de 2% des ventes de viande (près de 80 Md USD). L'offre en alternatives végétales à la viande s'est avérée jusqu'à présent insuffisamment convaincante, notamment sur le plan organoleptique ; le goût reste le premier frein...

A titre de comparaison, les boissons végétales alternatives au lait liquide représentent 2,4 Md USD, soit 18% du marché du lait liquide et ont gagné près de 12 points de pdm sur les 10 dernières années.

La croissance du marché des alternatives végétales à la viande s'est toutefois nettement accélérée depuis 2016. Des start-ups telles que Beyond Meat et Impossible Foods sont arrivées sur le marché avec des produits qui révolutionnent l'offre : des « imitations » destinées à reproduire l'expérience sensorielle de la consommation de viande. Mais ces produits ne sont pas non plus exempts de critiques, sur leur image de produits très transformés ou sur la liste des ingrédients qu'ils contiennent.

Ces sociétés s'adressent clairement aux flexitariens (personnes qui réduisent leur consommation de viande), qui représentent 22% de la population américaine, contre 5% pour les végétariens et les vegans (source Nielsen). Elles ciblent par ailleurs tant la GMS que la RHD, avec des degrés d'avancement variables selon les clients : de la phase de test au développement commercial à plus grande échelle (ex Impossible Foods et Burger King). Chacun cherche à étendre son territoire.

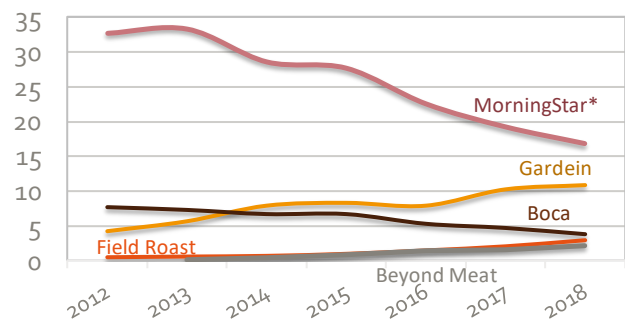
Cette redynamisation du marché suscite la convoitise des grands groupes qui rêvent d'un essor similaire à ce qu'ont réalisé les boissons alternatives au lait... Les multinationales relancent des produits de nouvelle génération, mieux travaillés sur le plan organoleptique. Des spécialistes de la viande y viennent également : Hormel, Smithfield et surtout Tyson, qui a cédé sa participation dans Beyond Meat juste avant l'IPO de ce dernier pour jouer sa propre carte avec sa nouvelle gamme *Raised & Rooted*. Leur positionnement aux Etats-Unis, jusque-là limité à des « alternatives » sans prétention à l'imitation (goût et texture différents), tend à s'étendre à des imitations de viande, comme en témoigne le lancement du *Awesome Burger* par Nestlé.

Parmi les distributeurs, un des plus proactifs est Kroger, qui a annoncé la sortie à l'automne 2019 d'une gamme de produits alternatifs à base de plantes sous sa MDD *Simple Truth*, avec la volonté affichée de rendre ces produits accessibles à tous.

Le marché est dynamisé par un effet offre (produits de nouvelle génération) et un effet demande (intérêt croissant du consommateur pour les protéines végétales en général). Mais au-delà de l'emballement médiatique actuel et dans un contexte où la consommation de viande aux Etats-Unis reste en croissance (+2% en 2018 selon Euromonitor), quel est le potentiel de marché pour les alternatives végétales à la viande ? Et au-delà de l'effervescence actuelle de l'offre, quels seront les produits gagnants et les entreprises qui tireront leur épingle du jeu ? De futurs mouvements de fusion-acquisition sont à prévoir...

#### Part des marques leaders et de Beyond Meat dans les ventes au détail d'alternatives végétales à la viande aux USA

Pdm en valeur (%)



Date de Publication : octobre 2019

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

## Les principaux événements du dernier trimestre

### Distribution


**Walmart prévoit plus d'1 Md USD de pertes en 2019 pour son activité e-commerce**

**Walmart**  Selon le site Recode, Walmart prévoirait pour son activité e-commerce aux USA des pertes de plus d'1 Md USD en 2019 pour un CA de 21 à 22 Md USD (5% du CA consolidé), en raison des lourds investissements réalisés pour combler le retard avec Amazon. En 2017/18, le groupe avait réalisé un bénéfice consolidé de 7 Md USD.

Walmart avait accéléré sur le e-commerce en 2016 avec le rachat de Jet.com, dont le fondateur, Marc Lore, est devenu directeur du e-commerce de l'enseigne. Les ventes en ligne de Walmart ont progressé de 40% en 2018, tirées par l'alimentaire, mais restent loin derrière celles du géant de Seattle. Dans l'alimentaire, son CA en ligne est estimé à 2,84 Md USD en 2018 contre 8,2 pour Amazon (source Edge by Ascential).


Pressé d'atteindre le seuil de rentabilité, Marc Lore considère toutefois que des investissements importants sont encore nécessaires dans les infrastructures, notamment pour la livraison rapide. En attendant, Walmart continue de miser sur l'alimentaire et va déployer ses services de *pick-up* dans 3.100 magasins d'ici fin 2019 et la livraison à domicile le jour-même depuis 1.600 magasins.

**Fairway de nouveau en vente**

**FAIRWAY**  La chaîne régionale indépendante de supermarchés premium Fairway Market (15 supermarchés et 4 points de vente d'alcool dans la région de New York) est de nouveau en vente. L'enseigne avait été en grande difficulté en 2016 (sous le Chapitre 11), avant d'être reprise par des fonds, dont Brigade Capital Management et Goldman Sachs.


Fairway Market est concurrencé par d'autres chaînes haut de gamme telles que Trader Joe's et Whole Foods, mais aussi par les supermarchés traditionnels et e-commerçants, qui se sont renforcés sur les spécialités, produits gourmets et produits bio.

**FreshDirect serait lui-aussi en vente**

**freshdirect**  Selon plusieurs sources, le spécialiste de la vente en ligne et de la livraison à domicile sur la Côte Est, FreshDirect, serait à vendre. Dans un contexte de vive concurrence locale, la société a été fragilisée par une mise en route difficile de sa nouvelle base high-tech du Bronx. JPMorgan, chef de file de la levée de fonds de 189 M USD de FreshDirect en septembre 2016 et plus gros actionnaire de la société, chercherait à céder sa participation.

Amazon et Walmart sont cités comme potentiels repreneurs, ce qui pourrait donner lieu à une nouvelle confrontation entre les deux géants, après la bataille de 2018 autour du e-commerçant indien Flipkart. Amazon et Walmart avaient déjà cherché à reprendre FreshDirect en 2010.


**L'activité d'Instacart progresse malgré la perte de Whole Foods**

**instacart**  La plateforme de e-commerce Instacart avait perdu en mai 2019 un de ses gros clients, Whole Foods, qui représentait, selon Edison Tech, 13% de son CA sur les 20 mois précédents. Mais elle est parvenue à accroître ses commandes via plusieurs distributeurs de 1<sup>er</sup> plan qui ont étendu leur partenariat : Publix, Costco et Kroger.

Elle travaille également avec Wegmans, HEB et globalement plus de 300 distributeurs. Instacart toucherait ainsi 80% des ménages américains contre 35% en 2017. De quoi alimenter les rumeurs d'une future IPO (démentie par l'entreprise)...

### Industrie agroalimentaire

**Chute du cours de bourse de Kraft Heinz sur fond de mauvais résultats**

**KraftHeinz**  Le cours de bourse de Kraft Heinz, qui avait déjà perdu 27% le 22 février dernier, a de nouveau plongé début août à un plus bas historique (25 USD/action contre près de 100 à son plus haut de février 2017). Cela fait suite à l'annonce de mauvais résultats sur le premier semestre : baisse de 55% du bénéfice net, notamment plombé par une dépréciation d'actifs d'1,2 Md USD.

Le nouveau Président du groupe, Miguel Patricio, en poste depuis le 1<sup>er</sup> juillet, travaille à un plan stratégique, qui doit être présenté début 2020 aux investisseurs. Dans les axes évoqués à ce jour : se repositionner face aux nouvelles tendances de consommation en capitalisant sur la notoriété de ses marques phares (Heinz, Philadelphia). Miguel Patricio affirme en revanche ne plus poursuivre à ce stade le projet de cession des marques Breakstone's, Maxwell House et Ore-Ida. Le groupe veut également travailler l'efficacité de sa *supply chain*, alors qu'il s'était précédemment focalisé sur la réduction des coûts, et revoir l'efficacité de ses dépenses en marketing.

### Rebond du chiffre d'affaires et du résultat net de PepsiCo au second trimestre 2019


**PEPSICO**

PepsiCo affiche au second trimestre 2019 un rebond de son CA (+4 à 5% à périmètre constant à 16,5 Md USD) et de son résultat net (+12,1% à 2,04 Md USD). Des performances supérieures aux attentes que le groupe attribue aux investissements réalisés ces derniers mois dans ses divisions sodas sucrés et snacking. PepsiCo annonce toutefois que ces investissements vont peser sur les résultats du second semestre 2019.

Les ventes de sodas sucrés ont bénéficié de l'introduction de nouveaux arômes, mais ce sont surtout les eaux embouteillées (LIVEWTR et Bubly) qui ont tiré la croissance de la division boissons (+2% à 5,3 Md USD). PepsiCo mise par ailleurs sur ses jus, thés et boissons pour le sport, qui bénéficient d'une meilleure image que les sodas. La gamme chips (Cheetos et Doritos) est également repartie à la hausse (+5% à 4 Md USD) grâce à de nouveaux arômes. En parallèle, le groupe a accru ses investissements dans la publicité et introduit des conditionnements plus petits.

### Hershey acquiert le fabricant de barres protéinées One Brands



Le spécialiste américain de la confiserie Hershey a annoncé fin août l'acquisition du spécialiste des barres protéinées One Brands pour 397 M USD.

Hershey élargit ainsi son portefeuille de produits de snacking aux Etats-Unis. Le groupe avait déjà racheté le fabricant de snacks de viande Krave pour 219 M USD en 2015, Ripple Brand (snacks chocolatés à la marque Bark Thins) en 2016 pour 285 M USD, les popcorn Skinny Pop en 2017 pour 1,6 Md USD et Pirate Brands (bouchées de fromage, sticks de fruits...) en 2018 pour 420 M USD.

### Hain Celestial cède ses marques Arrowhead Mills et SunSpire au fonds Brynwood Partners



Hain Celestial, vaste plateforme de marques positionnées *better for you*, poursuit sa cure de minceur avec la cession pour 15 M USD au fonds Brynwood Partners de ses marques Arrowhead Mills et SunSpire (produits de boulangerie et pour le petit déjeuner). La transaction inclut une usine à Hereford (Texas).

Cela porte à six les cessions réalisées par le groupe en seulement six mois aux USA et à l'étranger. Hain Celestial rationalise son portefeuille et se déleste de ses activités les moins rentables, conformément à la stratégie *Project Terra* lancée en 2015. L'opération intervient peu après la publication d'une baisse de 10% du CA et de nouvelles pertes au second trimestre 2019. Le process de cessions devrait se poursuivre...

## Consommation

### La Kombucha Brewers International veut créer une norme

Identifier les attributs du kombucha (thé fermenté) et faire valider une norme par la FDA afin de garantir l'identité du produit n'est pas un sujet nouveau pour son association de promotion aux USA, qui y réfléchit depuis 7 ans. Mais elle veut passer à la vitesse supérieure. Cela fait suite à de récents débats et à une action en justice concernant l'authenticité de certains produits commercialisés sous ce nom.

Le kombucha est à la mode aux Etats-Unis, grâce à son apport en probiotiques et à son faible taux de sucre. Les ventes au détail ont atteint 412 M USD en 2018 selon Nielsen (+42% sur un an). Coca Cola a réinvesti 20 M USD en mai dernier dans la société Health-Ade, basée à Los Angeles.

### Regain d'intérêt pour l'allulose, un édulcorant intense

L'allulose, édulcorant intense découvert au Japon et autorisé aux USA depuis 2014, suscite un regain d'intérêt de la part des industriels depuis la décision de la FDA en avril dernier de ne pas comptabiliser ce produit dans les sucres totaux et ajoutés figurant sur l'étiquetage nutritionnel. L'allulose doit être étiqueté dans les glucides comme ingrédient.

Selon une enquête de Lable Insight, 22% des consommateurs américains veulent réduire leur consommation de sucre. Le marché des édulcorants est estimé entre 16 et 20 Md USD selon Food Dive. Parmi les fournisseurs d'allulose : Tate & Lyle (Dolcia Prima), Ingredion en partenariat avec le japonais Matsutani (Astraea), Anderson Advanced Ingredients (allSweet), ainsi que Blue California, qui a annoncé qu'il allait passer au stade de la commercialisation en fin d'année.

## Réglementation

### La FDA autorise des allégations sur le bénéfice de certains acides gras

Cette autorisation, comme le rapporte Business France, porte sur cinq allégations qui pourraient figurer sur l'emballage. Ces allégations se réfèrent à une réduction du risque d'hypertension et de maladies coronariennes. L'autorisation est conditionnée à la présence d'au moins 0,8 g d'acides gras omega-3 EPA (acide eicosapentaénoïque) et/ou DHA (docosahexaénoïque) par portion.



### La Californie vote une loi en défaveur des sociétés qui s'appuient sur la flexibilité des travailleurs indépendants

Une nouvelle loi californienne sur le travail dite AB-5, votée par le Sénat de l'Etat le 10 septembre dernier, pourrait contraindre des entreprises à requalifier en employés les travailleurs indépendants auxquels elles font appel. Cette loi doit entrer en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2020, avec un impact financier sur des sociétés dont le modèle économique est basé sur la flexibilité des travailleurs indépendants, Sociétés de VTC, mais aussi acteurs de la livraison à domicile (Doordash, Grubhub, Instacart, Uber Eats, Postmates...).

### Les Etats-Unis imposent des taxes sur des produits alimentaires européens

L'administration américaine a annoncé la mise en place à partir du 18 octobre de droits de douane additionnels à l'encontre de produits importés d'UE. Ces taxes interviennent en application du panel OMC Airbus pour un montant cumulé pouvant aller jusqu'à 7,5 Md USD.

Des droits de 25% doivent porter sur une liste incluant : pâtes à tartiner substitut au beurre, yaourts, certains fromages (notamment à pâte dure et à pâte persillée, mais pas le roquefort), olives, agrumes frais ou séchés, préparations cuites à base de porc, préparations de crustacés et fruits de mer, vins (sauf Tokay et cubi de plus de 2 litres). Pour plus de précisions, se reporter aux positions tarifaires exactes visées par ces droits additionnels.

## Les principaux mouvements d'entreprises du dernier trimestre

Principales transactions portant sur des cibles situées aux USA, intervenues au cours des 3 derniers mois (à fin septembre 2019)  
Valeur de transaction exprimée en M€ et en multiple d'Ebitda. Source MergerMarket et presse.

Secteur	Date	Transaction	Valeur
BVP Pâtes	19/09/2019	Fairfield Gourmet Food Corp rachète Foxtail Foods (tartes, pâte à cookie à muffin...)	nd
	11/09/2019	Le fonds Swander Pace Capital acquiert Cafe Valley (croissants, gâteaux, muffins...)	nd
	22/08/2019	Rich Products acquiert The Christie Cookie (produits gourmands dont cookies surgelés)	nd
	01/08/2019	Hostess Brands cède Superior Cake Products (pâtisserie surgelée) à Sara Lee	59 (X9,3)
	24/07/2019	Le fonds LaSalle cède Delorios Foods (pâtes ménagères surgelées) à Rudolph Capital	nd
	19/07/2019	Le fonds Clover Capital cède Main Street Gourmet au fonds Shore Capital	nd
Snacks	11/09/2019	Conagra cède Direct Store Delivery Snacks à UTZ Quality Foods (snacks)	nd
	27/08/2019	Le fonds Cavu Venture Partners cède One Brands (barres protéinées) à Hershey	358
	21/08/2019	Le fonds VMG cède Quest Nutrition (snacks) à Simply Good Foods Company	901 (X20)
	08/07/2019	Le fonds Atlas rachète la division snacks de TreeHouse Foods	80
Epicerie	18/09/2019	Le fonds Goldner Hawn cède Cameron's Coffee au colombien Grupo Nutresa	102
	21/08/2019	Ajinomoto (Japon) acquiert 50,1% du fabricant de sauces More Than Gourmet Holdings	32
Surgelés	22/08/2019	Oregon Potato (légumes surgelés) acquiert Norpac Foods (surgelé salé)	135
Viande Charcuterie	17/09/2019	Le fonds Entrepreneurial Equity rachète Daniele Intl (charcuterie type italien, MBO)	nd
	05/08/2019	Le fonds Wind Point cède Evans Food (produits à base de porc) au fonds Highlander	nd
	31/07/2019	Le fonds Insight Equity acquiert Strauss Brands (viande rouge premium)	nd
Produits laitiers	09/09/2019	Wells Enterprises (crèmes glacées) acquiert son concurrent Eden Creamery	nd
	04/09/2019	Le fonds HC Private Investments acquiert Epicurean Butter Company	nd
	16/08/2019	Smith Brothers Farms (produits laitiers) acquiert Alpenrose Dairy	nd
	10/07/2019	Le fonds New Heritage acquiert Welcome Dairy (fromages fondus, MBO)	nd
	08/07/2019	Lactalis rachète Commonwealth Dairy, activités d'Ehrmann (All) aux Etats-Unis	nd
Produits de la mer	15/09/2019	Bristol Bay Native Corp prend le contrôle de l'armateur Blue North Fisheries	nd
	06/07/2019	Le groupe italien Bolton rachète Tri Marine International (spécialiste du thon)	nd
Fruits et légumes	25/09/2019	Gerawan rachète Wawona au fonds Paine et devient n°1 des fruits à noyau aux USA	nd
	05/09/2019	Le fonds Agriculture Capital acquiert Firestone Pacific Foods (fruits surgelés)	nd
Suppléments nutritionnels	22/07/2019	Zoetis acquiert Platinum Performance (suppléments nutritionnels pour chevaux)	nd
	19/07/2019	Le fonds HGGC cède Nutraceutical International au fonds Snapdragon Capital	nd
Boissons	29/08/2019	Le brasseur espagnol Mahou-San Miguel acquiert 60% de Founders Brewing	nd
	28/08/2019	Pernod Ricard acquiert Castle Brands (spiritueux dont le bourbon Jefferson's)	237 (X28)

## 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

**Alexandre BIAU**

Responsable innovation  
Chargé d'Etudes Economiques  
abiau@unigrains.fr

**Fabrice PASQUINELLI**

Senior Adviser Unigrains North America  
fpasquinelli@unigrains.fr