

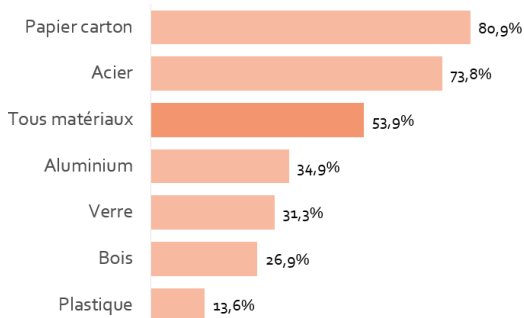
Marché des produits alimentaires aux USA

Le regard d'Unigrains sur les faits marquants du trimestre

A la une : regain d'initiatives dans l'emballage aux Etats-Unis

L'emballage est un élément clé du produit. Il remplit en premier lieu des fonctions essentielles de protection et de conservation des aliments. Mais les critiques se sont multipliées ces dernières années sur son impact environnemental, ciblant notamment les plastiques. Dans l'UE, cela se traduit par une forte pression sociétale et réglementaire qui entraîne une évolution rapide de l'emballage alimentaire. Aux USA, le mouvement n'apparaît pas aussi prégnant, mais on observe un nombre croissant d'initiatives.

Taux de recyclage des emballages collectés par les municipalités aux Etats-Unis en 2018



Source : Unigrains d'après EPA

(Agence Fédérale de la Protection de l'Environnement) a annoncé en novembre 2020 un objectif de recyclage de 50% des déchets à 2030 (32% en 2019) et travaille à une stratégie nationale de recyclage. En parallèle, le projet de loi *Break Free from Plastic Pollution Act*, rejeté en 2020, a été réintroduit en mars 2021 sous une forme modifiée (et sous une nouvelle administration). Ce projet vise, entre autres, à interdire certains plastiques à usage unique, à encourager le recyclage et le réemploi, et à introduire des exigences de taux de matière recyclée. Certaines dispositions restent toutefois très discutées.

Il existe en revanche des réglementations et projets de loi à l'échelle des Etats, visant à réduire la mise sur le marché de certains matériaux ou à exiger un taux minimum de recyclage. Derrière la moyenne nationale se cachent de grandes disparités, liées au niveau d'exigence des dispositions spécifiques aux emballages, ou encore à l'existence de dispositifs de consignes de bouteille en verre ou en plastique.

L'Etat de Californie a ainsi été précurseur avec l'adoption de la *Rigid Plastic Packaging Container Law* dès 1991, puis en étant le premier à exiger une incorporation minimale de matière recyclée dans les plastiques. D'autres Etats ont mis en place des réglementations ou y réfléchissent.

La situation est également très hétérogène au niveau de la collecte et du recyclage. Les structures apparaissent fragmentées et le manque d'harmonisation des normes accentue les difficultés. Leur financement, qui relève des Etats et des municipalités, est lui aussi fragmenté.

Les besoins d'investissement sont importants et afin d'y répondre, le concept de filière à responsabilité élargie des producteurs fait son chemin. Dans un tel système (qui existe déjà aux Etats-Unis sur d'autres produits, piles et appareils électroniques par exemple), l'industriel contribue financièrement à l'organisation de la collecte et au traitement des déchets qu'il génère, la contribution pouvant varier en fonction de la difficulté à recycler l'emballage (« éco-modulation »). Ce concept, mis en avant dans le *Break Free from Plastic Pollution Act*, a été adopté tout récemment dans deux Etats, le Maine (en juillet) et l'Oregon (en août). D'autres Etats ont un projet de loi en discussion.

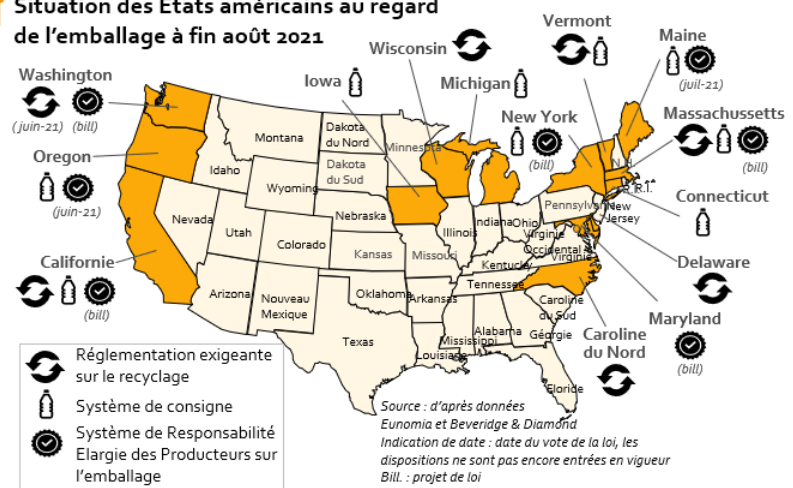
Etats-Unis : une gestion des emballages très décentralisée et fragmentée mais des réflexions en cours au niveau fédéral

La sensibilité du consommateur américain à l'empreinte environnementale des emballages s'est accrue ces dernières années, comme en attestent les sondages. Bien que la crise du coronavirus ait remis en avant la fonction de protection sanitaire des aliments, cette sensibilité subsiste, particulièrement chez les *Millennials* et la génération Z.

Les taux de recyclage des emballages ménagers apparaissent néanmoins encore à des niveaux modestes (54% au global en 2018, 14% pour les plastiques), plus bas que dans l'UE (respectivement 70% et 42%). Ces niveaux reflètent un contexte complexe et hétérogène en matière d'encadrement réglementaire et de gestion des déchets.

Aux Etats-Unis, il n'existe pas à ce jour de cadre fédéral traitant de l'impact des emballages sur l'environnement. Des réflexions sont toutefois en cours. L'EPA (Agence Fédérale de la Protection de l'Environnement) a annoncé en novembre 2020 un objectif de recyclage de 50% des déchets à 2030 (32% en 2019) et travaille à une stratégie nationale de recyclage. En parallèle, le projet de loi *Break Free from Plastic Pollution Act*, rejeté en 2020, a été réintroduit en mars 2021 sous une forme modifiée (et sous une nouvelle administration). Ce projet vise, entre autres, à interdire certains plastiques à usage unique, à encourager le recyclage et le réemploi, et à introduire des exigences de taux de matière recyclée. Certaines dispositions restent toutefois très discutées.

Situation des Etats américains au regard de l'emballage à fin août 2021



Date de Publication : novembre 2021

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

A noter, l'usage d'allégations relatives aux bénéfices environnementaux est réglementé au niveau national par la *Federal Trade Commission* au travers des « *Green Guides* ». Compte tenu des évolutions de marché, ces normes seront revues en 2022.

Une pression sur les marques et les distributeurs qui s'accroît

On observe en parallèle des attentes croissantes des consommateurs et d'associations vis-à-vis des marques. La pression s'accroît, notamment sur les grands groupes cotés, qui sont sous le feu des projecteurs. Ces groupes se sont fixé des objectifs dans le cadre de leur politique RSE, mais des associations appellent à des engagements plus ambitieux pour réduire l'utilisation de plastique et incorporer davantage de matière recyclée.

C'est notamment le cas d'*As You Sow*, organisation américaine de conseil aux investisseurs qui cherche à promouvoir la responsabilité sociale des entreprises par le biais de résolutions d'actionnaires. L'association cible des industriels, mais aussi des distributeurs et chaînes de restauration. En 2021, elle est intervenue auprès d'une dizaine de sociétés dont Kraft Heinz, Keurig Dr Pepper, Walmart, Kroger, Target et McDonalds. Plusieurs d'entre elles ont annoncé de nouveaux engagements.

Dans ce contexte, les acteurs du marché s'organisent collectivement. En août 2020 a été créé le consortium *U.S. Plastics Pact* dans le cadre du réseau mondial *Plastics Pact* de la Fondation Ellen MacArthur. Dirigé par le *Recycling Partnership* (association des recycleurs) et par le WWF, il rassemble divers acteurs des secteurs publics et privés sur toute la chaîne de valeur du plastique, dont des grandes marques et des distributeurs de premier plan (Walmart, Target, Aldi...). Le consortium a défini des objectifs à 2025 et publié en juin 2021 une feuille de route décrivant les différentes étapes pour les atteindre. Le *Recycling Partnership* a lui-même soumis le 11 août dernier à commentaire public un cadre pour développer les infrastructures de recyclage.

En parallèle, on peut s'attendre à un nombre croissant d'initiatives individuelles d'entreprises. Un exemple marquant est le lancement fin août par Chobani, groupe réputé pour sa capacité à innover, d'un pot composé à 80% de carton sur sa gamme de substituts de yaourts à base d'avoine. Ce lancement marque une accélération de l'engagement de l'entreprise dans le « verdissement » de ses emballages. Mais Chobani affiche aussi sa volonté de travailler avec les parties prenantes pour améliorer les infrastructures de recyclage. Au-delà de l'éco-conception, la réduction de l'empreinte environnementale des emballages implique de sensibiliser le consommateur au geste de tri et d'investir dans la collecte et le recyclage.

Les entreprises françaises et européennes étant elles-mêmes très sensibilisées à ces questions, elles ont acquis une expérience dont elles peuvent tirer parti en s'adaptant aux spécificités du marché américain.

Les principaux événements du dernier trimestre

Consommation

Accélération des ventes au détail de produits bio en 2020

Selon l'*Organic Trade Association* (OTA), les ventes au détail de produits alimentaires bio ont progressé de 12,8% en 2020 pour atteindre 56,4 Md USD, soit une part de marché de 6%. Ce dynamisme concerne toutes les catégories.

La croissance a été près de 3 fois plus rapide qu'en 2019 et dépasse celle des produits conventionnels (+4,9%, y compris une part minoritaire de non alimentaire). Le contexte de crise du coronavirus a entraîné un transfert de consommation de la RHD vers le domicile, accélérant de manière mécanique les ventes au détail. Il a également renforcé la sensibilité du consommateur aux produits sains, ce dont a bénéficié le bio.

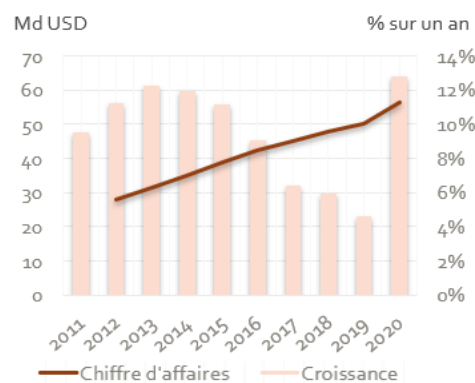
Les ventes devraient rester dynamiques en 2021, même si elles ne retrouvent pas une croissance à deux chiffres. Les niveaux atteints confortent les projets de l'*USDA* de durcir l'encadrement des produits bio tout au long de la chaîne de valeur afin de lutter contre la fraude.

Consommation record d'avocat en 2020 malgré l'effondrement de la RHD

Autre bénéficiaire de la tendance aux produits sains, l'avocat atteint des niveaux records aux Etats-Unis. Selon *FruitTrop*, la consommation aurait progressé de 6 à 7% à 1,27 Mt, soit 3,8 kg/hab, et ce malgré l'effondrement de la RHD (environ 30% des débouchés). Les ventes ont été dynamisées par une activité promotionnelle intense et par le développement des formats de vente sous filet, qui ont permis de baisser les prix.

Le marché américain est approvisionné par la production californienne et les importations, principalement du Mexique et du Chili. La consommation se décline sous de multiples formes, guacamole, California Roll, Poke Bowl, jusqu'aux crèmes glacées, et rencontre les faveurs d'une clientèle diversifiée, végétariens new-yorkais tout comme amateurs plus traditionnels de dips. Parfois considéré comme un *superfood*, l'avocat fait aussi l'objet de critiques croissantes sur son empreinte environnementale (consommation d'eau, flux d'importation).

Ventes au détail de produits alimentaires bio aux Etats-Unis



Source : Unigrains d'après OTA

Dynamisme du marché des spécialités alimentaires en 2020

Selon la *Specialty Food Association* (SFA), le marché des spécialités alimentaires (produits qui se démarquent de l'offre standard par différents axes, *better for you*, local, équitable ou encore durable) a poursuivi sa croissance en 2020 dans le contexte de crise du coronavirus. Le bond des ventes au détail (+19,4%) a plus que compensé la chute en RHD (-30%). Tous circuits confondus, la croissance atteint +7,5% contre 5,4% en 2019. Le consommateur a cherché à diversifier ses achats pour les repas à domicile et les spécialités ont répondu à ses attentes. La catégorie la plus dynamique a été celle des substituts végétaux à la viande : +130% à 52,7 M USD.

Les ventes en ligne ont sans surprise été les plus dynamiques (+80% pour atteindre 5,8% de pdm), mais elles représentent aussi un défi pour les spécialités alimentaires : ce mode de vente réduit les possibilités de découverte et d'achat d'impulsion.

La SFA table, pour les années à venir, sur un retour à une croissance proche de celle d'avant crise, soit +4,4%/an à 2025.

Industrie agroalimentaire

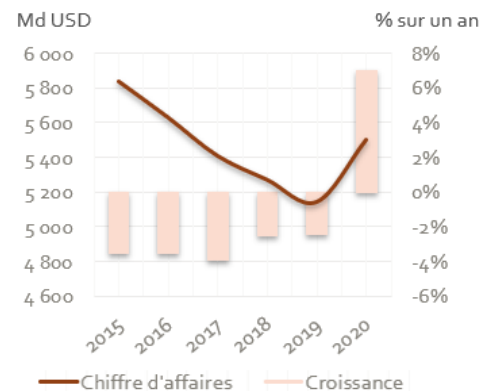
PepsiCo cède le contrôle de Tropicana à PAI Partners

PepsiCo a cédé au fonds PAI Partners pour 3,3 Md USD le contrôle de ses jus de fruits Tropicana et de plusieurs autres marques de boissons, représentant un CA de 3 Md USD. Le géant américain conserve une participation de 39% dans cet ensemble ainsi que la distribution exclusive dans les magasins de petit format et la RHD aux USA. L'opération reste soumise à l'accord des autorités de la concurrence.

La transaction s'inscrit dans un contexte de recul des ventes au détail de jus de fruits entre 2015 et 2019, le consommateur se détournant des boissons à forte teneur en sucre, suivi d'une reprise en 2020 en pleine crise de la Covid-19. Il reste à voir si ce rebond s'inscrit dans la durée.

PAI Partners compte dynamiser l'activité par l'innovation, la diversification des circuits de distribution et l'extension à des catégories adjacentes. PepsiCo quant à lui se recentre sur les sodas peu caloriques et les machines à eaux pétillantes (Sodastream).

Ventes au détail de jus de fruits aux Etats-Unis



Source : Unigrains d'après Euromonitor International
Jus 100% fruit et nectars

Chobani lance une gamme certifiée équitable et avance dans son projet d'introduction en bourse

Chobani est devenue en mai la première entreprise à lancer des produits laitiers certifiés équitables sur le marché américain. La gamme, composée de yaourts grecs, est certifiée par Fair Trade USA. Le programme perçoit des primes qui alimentent un fonds destiné à financer des projets d'amélioration de la production laitière. L'initiative a démarré en 2019 dans le cadre du programme *Milk Matters* lancé par la société pour améliorer les normes de production et d'approvisionnement amont.

Chobani poursuit par ailleurs son projet de cotation à la bourse de New-York. La société (qui reste déficitaire sur 9 mois 2021) a transmis le 17 novembre un formulaire d'enregistrement à la SEC. Le « Wall Street Journal » estimait en février dernier que la valeur d'entreprise pourrait se situer entre 7 et 10 Md USD.

Bel lance Nurishh, une marque dédiée aux alternatives végétales

C'est aux Etats-Unis que le groupe laitier Bel a lancé en premier sa nouvelle marque internationale 100% végétale Nurishh. La gamme y porte les certifications *plant-based* (de la *Plant-Based Food Association*) et *vegan* (de la *Vegan Society*).

Avec Nurishh, Bel se dote d'un troisième pilier après les fromages, son métier historique, et la transformation des fruits (MOM). Le groupe entérine également le virage végétal entrepris en 2020 avec le rachat d'une société française spécialiste de ce marché, All In Foods. La gamme comprend des tranches, blocs, râpés et produits de plateaux pour couvrir l'ensemble des occasions de consommation dans les pays cibles.

Les substituts au fromage représentent un marché émergent en forte croissance, qui suscite des convoitises. Des *pure players* sont apparus ces dernières années : Daiya (racheté par le japonais Otsuka en 2017), Kite Hill, TreeLine ou encore Miyoko's Creamery. De grands groupes s'y intéressent également, notamment Danone qui, comme Bel, a racheté un pionnier du secteur (la société américaine Follow Your Heart) pour monter en puissance sur la catégorie.

Distribution

Uber se développe dans la livraison à domicile de courses avec Costco et Albertsons

Le dynamisme de la livraison de courses alimentaires attire les spécialistes de la livraison de repas de restaurants, qui cherchent à se poser en alternative au grand leader Instacart. Uber fait partie des postulants et a initié un programme pilote avec Costco (n°3 de la distribution alimentaire aux Etats-Unis) pour la livraison de courses alimentaires le jour même. La société avait déjà noué un partenariat avec Albertsons (n°4 de la distribution). Les applis Uber et Uber Eats référencent désormais 1.200 magasins des enseignes Safeway, Jewel-Osco, Acme, Tom Thumb et Randalls, couvrant plus de 400 villes.

Uber n'a toutefois pas d'exclusivité. Afin d'accélérer le déploiement de leur service et de couvrir au mieux leur clientèle, les deux enseignes (tout comme d'autres) activent plusieurs leviers en même temps et travaillent notamment avec Instacart. Ce dernier conserve une large avance avec plus de 600 distributeurs nationaux et locaux partenaires.

Gorillas fait son entrée sur le marché américain de la livraison ultra-rapide



La start-up allemande, spécialiste de la livraison à domicile en 10 minutes, a démarré son activité fin mai dans plusieurs quartiers de New-York. Sur le plan logistique, la société s'appuie sur des mini-entrepôts (*dark stores*) localisés dans les zones desservies. L'assortiment est limité (2 000 à 2 500 produits) et inclut des marques locales.

Gorillas rejoint d'autres acteurs qui se positionnent sur l'ultra-rapidité. Parmi ceux-ci, Gopuff, qui opère désormais dans 650 villes. Ces offres rupturistes accroissent la pression sur les autres intervenants, les poussant à réagir. Instacart, qui a fait son succès avec un service le jour même, a lancé une offre en 30 minutes et Uber Eat a conclu un partenariat avec Gopuff.

Les faibles coûts de livraison (1,8 USD/commande sans minimum d'achat) interrogent toutefois sur la viabilité du modèle économique. Tout récemment, Gorillas a indiqué suspendre ses projets d'expansion en-dehors de New York pour renforcer ses implantations actuelles.

Amazon arrête Go Grocery pour se concentrer sur les magasins Amazon Fresh

Outre le rachat de la chaîne Whole Foods en 2017 (500 magasins), Amazon est venu sur le commerce physique en créant ces dernières années plusieurs concepts, aucun n'ayant fait l'objet d'un déploiement à grande échelle. Le groupe rationalise à présent son offre, comme il l'a fait dans le e-commerce avec l'arrêt d'Amazon Pantry. Il met fin à son enseigne de supermarchés Go Grocery un an après son lancement pour l'intégrer dans la chaîne Amazon Fresh.



Amazon Fresh, lancée en août 2020, représente actuellement 17 points de vente dans 6 Etats. Ces magasins disposent d'un espace de « *micro fulfillment* », dédié au traitement automatisé des commandes pour fournir un service de livraison express. Amazon annonce par ailleurs y déployer sa nouvelle technologie de paiement sans caisse basée sur des chariots connectés (« *Dash Cart* »); une technologie mieux adaptée au format des supermarchés que la solution initiale « *Just Walk Out* », implantée dans les convenience stores Amazon Go.

Amazon poursuit ses réflexions sur le commerce physique. La presse américaine évoque un projet de grands magasins, vendant de l'alimentaire et du non-alimentaire.

Réglementation

Le sésame désormais considéré comme allergène majeur

La loi a été signée par le Président américain le 23 avril. La présence de sésame dans un aliment devra obligatoirement être mentionnée sur les étiquettes à compter du 1^{er} janvier 2023.

Le sésame s'ajoute à une liste d'allergènes majeurs qui comprend déjà le lait, le soja, le poisson, les crustacés, les noix, les arachides, le blé et le soja.

La FDA revoit les normes de commercialisation des yaourts

Le Règlement, publié le 11 juin, vise à modifier et à moderniser les normes d'identité des yaourts. Comme le souligne Business France, cette révision a pour but de permettre une plus grande flexibilité et de prendre en compte les avancées technologiques dans la production de yaourts.

Le Règlement élargit la liste des ingrédients autorisés, permet l'enrichissement en vitamine A et D et définit les mentions portant sur la présence ou non de cultures vivantes et actives. La mise en conformité doit être réalisée pour le 1^{er} janvier 2024.

Les principaux mouvements d'entreprises du dernier trimestre

Principales transactions portant sur des cibles situées aux USA, intervenues au cours du troisième trimestre 2021
Valeurs de transactions exprimées en M€. Source MergerMarket et presse.

Secteur	Date	Transaction	Valeur
BVP Biscuits	22/09/2021	HumanCo prend le contrôle de Against the Grain (pizza, pain, bagel sans céréales)	nd
	21/09/2021	Michigan Bread acquiert Franklin Street Bakery (panification)	nd
	27/08/2021	Rubicon Bakers (fonds Trive Capital) rachète Just Desserts (desserts pâtisseries individuels)	nd
	27/07/2021	Le groupe Flagship Food (Creo Capital Partners) prend le contrôle de Tortilla King	nd
Viandes	12/08/2021	JBS (Brésil) rachète la participation de 19,79% qu'il ne détient pas dans Pilgrim's Pride (volaille)	1089
	09/08/2021	Sanderson Farms est repris par Cargill et Continental Grain (actif en poulet via Wayne Farms)	3927
Poisson	30/08/2021	Le groupe italien Bolton acquiert Wild Planet Foods (conserves de poisson)	nd
Produits laitiers	01/09/2021	Le groupe laitier canadien Saputo rachète Carolina Dairy (yaourt)	100
Nutrition spécialisée	16/09/2021	Le groupe allemand BioeXX acquiert le fabricant de suppléments nutritionnels BeLive	nd
	08/09/2021	Alete Active Nutrition rachète le spécialiste de la nutrition sportive Bonk Breaker Nutrition	nd
Pet food	09/09/2021	Le fonds Wind Point acquiert Pet Tech Laboratories (suppléments nutritionnels à façon)	nd
	23/08/2021	Le groupe chinois H&H rachète Zesty Paws (suppléments nutritionnels pour chiens et chats)	520
	12/08/2021	Le fonds Kainos Capital acquiert le fabricant de pet food Münster Milling	nd
	29/07/2021	Le fonds Frontenac cède le contrôle de Whitebridge Pet Brands au fonds belge NXMH	nd
	14/07/2021	Le fonds Vestar prend le contrôle de PetHonesty (compléments alimentaires pour chiens)	nd
	01/07/2021	Central Garden & Pet Company acquiert D&D Commodities (aliments pour oiseaux)	nd
Boissons	16/08/2021	Le fonds First Bev acquiert Health-Ade (kombucha)	nd
	03/08/2021	L'argentin Terold rachète le producteur de vin Wynery Exchange	nd
	03/08/2020	Pepsico cède les activités nord-américaines de Tropicana au fonds français PAI Partners	2781
	13/07/2021	Goldman Sachs cède Suja Life (jus de fruits et smoothies) au fonds Paine Schwartz Partners	nd
	09/07/2021	Le fonds Sycamore rachète le producteur de vin St Michelle Wine Estates	1012
Ingrédients	21/09/2021	Le fonds MidOcean cède à Ardian une participation majoritaire dans Florida Food Products	nd
	17/08/2021	FlavorSum (fonds Riverside) rachète Whittle & Mutch (arômes pour boissons)	nd
	20/07/2021	Le fonds Pamplona cède BakeMark (ingrédients BVP) au fonds Clearlake Capital	nd
	12/07/2021	Le fonds KPS rachète 50% des parts des activités de Tate & Lyle en Amérique du Nord et Latine	1096
Autres	28/09/2021	Le fonds Falfurrias acquiert Rice's Honey (miel)	nd
	07/09/2021	le fonds Butterfly rachète Chosen Foods (produits alimentaires et boissons)	nd
	17/08/2021	Harlan Bakeries (bagel et pies) acquiert AmeriQual Group (plats cuisinés, sauces, condiments)	nd
	15/07/2021	Nove Foods (Thaïlande) et le fonds Unovis entrent au capital de Wicked Foods (plant-based)	12
	08/07/2021	Le groupe canadien Richardson rachète Italgrani USA (semoule de blé dur)	nd

Contacts

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

Vincent DESTIEU
Directeur du Développement
international
vdestieu@unigrains.fr

Fabrice PASQUINELLI
Senior Adviser Unigrains
North America
fpasquinelli@unigrains.fr