

ÉDITION SPÉCIALE  
COVID-19

## PRISME

Agriculture et Agroalimentaire, une affaire d'experts

4 JUIN 2020

## SOMMAIRE

**LE CHAMPAGNE** : Les bulles ne sont plus à la fête.**LA FILIÈRE AVICOLE** : Covid-19 et filière avicole : des effets et des enjeux très contrastés.**LES ALTERNATIVES À LA VIANDE** : Covid-19 : un accélérateur pour les alternatives à la viande ?

## Le champagne

## Les bulles ne sont plus à la fête.

Bars et restaurants fermés, mariages reportés, anniversaires confinés, aéroports à l'arrêt, transports internationaux lourdement impactés... la filière Champagne a et reste touchée de plein fouet par la crise du Covid-19. Un impact catastrophique pour ce produit, symbole de la fête et du luxe. Les autres bulles, que ce soient les créchants, le prosecco italien ou le Cava espagnol sont également très impactées.

## ► COMMENTAIRE

## Une filière paralysée

100 millions de bouteilles de champagne ne se seraient pas vendues depuis début 2020, soit un tiers du volume écoulé en 2019, en raison de la crise provoquée par le coronavirus ! C'est le triste constat fait par Jean-Marie Barillière, président de l'Union des Maisons de Champagne, le 7 mai dernier. L'effondrement provoqué par l'épidémie de Covid-19 - autour de 80 % des ventes ces deux derniers mois - aurait ainsi déjà fait perdre 1,7 milliard d'euros à la filière. Le stock global de champagne serait aujourd'hui estimé à 1,2 milliard de bouteilles, dont un excédent évalué à 400 millions, qui pèse de plus en plus sur les trésoreries mises à mal par la crise. Une crise qui impacte toute la filière du petit viticulteur, vendeur au kilo, au récoltant manipulant négociant, aussi bien que les grandes Maisons.



Le champagne, comme les vins dits tranquilles, a été impacté dès le mois de février par la fermeture du marché chinois et l'arrêt des ventes en duty free sur la zone asiatique. Mais la Chine n'étant pas son principal client, c'est surtout l'arrivée de la pandémie en Europe et la mise en place du confinement qui a entièrement paralysé la filière. Dans les heures qui ont suivi le discours d'Emmanuel Macron, le 16 mars, Moët & Chandon (groupe LVMH) ou encore Piper-Heidsieck ont décrété la fermeture de leurs sites. D'autres grandes maisons avaient même anticipé de vingt-quatre heures les annonces de l'État, à l'instar de Taittinger, Vranken-Pommery, Mumm-Perrier-Jouët (Pernod Ricard), etc. Plus que la baisse d'activité, c'est avant tout la préservation de la santé de leurs salariés qui a guidé la décision des entreprises, la région Grand Est demeurant une des trois régions les plus touchées par le Covid-19.

## Un marché GMS en grande souffrance

Le marché français, bien qu'en baisse ces dernières années, représente encore plus de la moitié des ventes de champagne en volume. L'an dernier, sur les 297,5 millions de bouteilles expédiées, les consommateurs français en ont absorbé 141,5 millions, en recul de 4 %. La fermeture des bars et restaurants a donc logiquement impacté toute la filière. D'autant que les ventes en GMS (33 % des bouteilles vendues) n'ont absolument pas compensé ces pertes. Plus encore, elles ont littéralement plongé, le consommateur ayant perdu, avec le confinement, le goût pour la fête et des bulles. Dès la mi-mars, les ventes de champagne dégringolent et voient leurs ventes diminuer de plus de 60 % (par rapport à la même période l'an passé) alors que la baisse globale du rayon des vins tranquilles se situait alors autour de - 2 % à - 13 % selon les semaines de confinement et autour de - 30 % pour les autres effervescents. L'autre explication réside dans le mode de commercialisation des effervescents, très dynamiques en hypers et moins présents au sein des drives et des enseignes de proximité, les deux circuits qui résistent le mieux à la crise.

Une situation d'autant plus grave que le réseau GMS commençait déjà à montrer des signes de faiblesse l'an dernier, sous l'effet combiné de la loi Egalim, avec l'encadrement des promotions, mais aussi des « gilets jaunes » et des diverses protestations qui avaient joué en sa défaveur. Lanson-BCC a déjà, par exemple, vu son chiffre d'affaires décliner de près de 10 % en 2019. À l'export, les 2 premiers mois de l'année 2020 faisaient également état d'une situation déjà dégradée avec une perte des ventes de - 11 % en valeur et - 4 % en volume. La chute concerne en priorité son premier marché, le Royaume-Uni (- 25 % des volumes).

Les autres effervescents, français ou étrangers, sont eux aussi durement frappés par la pandémie. Tous les achats de vins effervescents dévissent, que ce soient les crémants, dont les ventes ont chuté de 30 à 40 % pendant le confinement, mais aussi le prosecco italien ou le cava espagnol. Le prosecco, élaboré selon la technique dite de la cuve close, se boit jeune et n'a pas un pouvoir de vieillissement. La filière envisage donc fortement la distillation d'une partie de la production (en éthanol) pour vider les cuves avant la vendange.

### Des mesures drastiques

Pour faire face à cette crise, Le Comité Champagne, qui rassemble vignerons et négociants, a pris une mesure drastique à la mi-mai en suspendant jusqu'au 8 juin le marché des bouteilles vieilles « sur lattes », marché des bouteilles en cours d'élaboration. Objectif : préserver la valeur du stock et éviter un déstockage massif de cette réserve, qui risquerait d'alimenter des ventes de champagne de fin d'année en promotion et donc de provoquer une importante baisse

des prix après la crise. Cette suspension concerne un marché annuel de 10 à 15 millions de bouteilles en cours d'élaboration et stockées horizontalement sur des lattes, pendant un à cinq ans.

Autre décision attendue, celle d'une inévitable baisse du rendement à l'hectare pour les prochaines vendanges qui pourrait être décidée par Le Comité Interprofessionnel des vins de Champagne (CIVC). Chaque année, c'est en effet le CIVC qui fixe les rendements maximums et le prix au kilo de la matière première. Un système qui permet efficacement d'adapter l'offre à la demande. Les Champenois n'ont donc pas l'intention, comme d'autres vignobles, de demander une aide à la distillation ou au stockage pour les volumes non-commercialisés. Ils espèrent néanmoins ne pas être les grands oubliés des aides gouvernementales.

Heureusement, la crise du coronavirus survient dans une période d'activité habituellement plus calme pour la filière champagne, les ventes se réalisent principalement sur les quatre derniers mois de l'année. Le déconfinement partiel a d'ailleurs été fêté par beaucoup de Français et a redonné quelques couleurs aux ventes d'effervescents avec une croissance des champagnes (+ 5 %) et des autres effervescents (+ 3 %) sur la semaine du 11 mai (par rapport à 2019).

Ce qui est perdu ne sera toutefois pas bu et la filière attend avec impatience la réouverture des bars et restaurants et la reprise normale des expéditions vers ces principaux clients que sont le Royaume-Uni, les États-Unis et le Japon. Leur seul espoir : que le spectre du coronavirus s'éloigne et que les consommateurs reprennent le goût de vivre, le goût de la fête et celui de la bulle !



## La filière avicole

## Covid-19 et filière avicole : des effets et des enjeux très contrastés.

La filière avicole subit, comme les autres filières viande, les effets de la crise du Covid-19 et de la fermeture des restaurants et collectivités. Ces effets sont particulièrement variables selon les familles de produits, dont certaines risquent des dégâts profonds.

## COMMENTAIRE

## Les enjeux sont structurellement très variables parmi des différents segments de la filière avicole

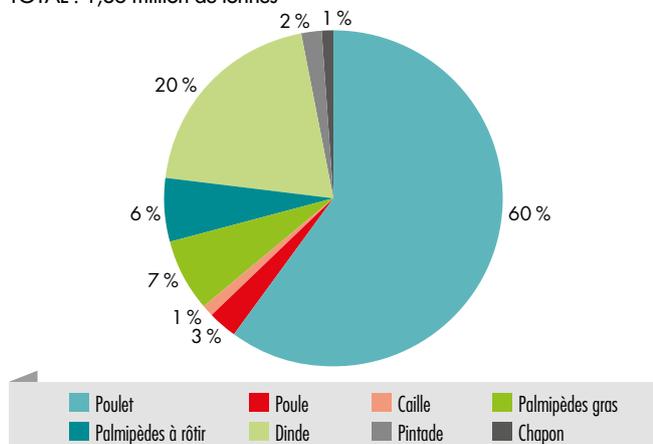
La filière avicole au sens large est composée de multiples segments aux fonctionnements et dynamiques très variés : la volaille de chair (poulet, dinde, canard gras ou à rôtir, caille, pintade...), mais aussi les œufs, le foie gras, le lapin. Le segment du poulet de chair subissait, avant la crise, l'impact des nombreuses importations à destination de la RHF, celui du canard gras pâtissait notamment de l'encadrement des promotions imposé par la loi EGALIM, le lapin souffrait d'un désintérêt de la part des consommateurs, les œufs étaient embarqués dans une marche forcée vers la transition (hors cage)... La crise du Covid-19 a, comme pour beaucoup de secteurs, bouleversé les équilibres et accentué les déséquilibres de cette filière complexe par nature.

## Certains marchés en réelle difficulté

En première analyse, nous aurions pu penser que la fermeture de la restauration commerciale et collective ne nuise pas tant que cela à la filière, ces réseaux spécifiques étant, en France, très majoritairement alimentés par les produits d'importation de Pologne, d'Ukraine, de Thaïlande ou du Brésil. Et pourtant, l'analyse plus fine, segment par segment, produit par produit et circuit de distribution par circuit de distribution, met en avant certaines situations des plus critiques.

## Répartition de la production française de volailles par espèces/type, 2019

TOTAL : 1,86 million de tonnes



Source : ITAVI

Certaines sous-filières, clairement dépendantes de la RHF, souffrent beaucoup : c'est le cas de celle du poulet lourd (organisée pour alimenter des fast-foods) ou celles des espèces dédiées aux événements festifs ou aux restaurants, telles que la pintade, la caille, le canard à rôtir, le palmipède gras, le lapin. Ici, les pertes, encore non chiffrées, seront probablement d'une ampleur sans précédent, alors que ces sous-filières étaient déjà, pour certaines, en perte de vitesse voire en déclin. Les produits typiquement vendus au sein des marchés, pour la plupart fermés pendant la période de confinement, ont également beaucoup souffert. C'est notamment le cas du poulet certifié (rôtisseries).

Certains produits, coproduits de découpes vendues en GMS, destinés en partie à la RHF, trouvent difficilement preneur, entraînent des problèmes d'équilibre carcasse, notamment au sein de la filière poulet de chair : il s'agit principalement de la partie dite « rouge » de la carcasse (les ailes et cuisses, en opposition au « blanc », le filet, dédié à la GMS). Le report de ces produits pendant la période actuelle est difficile tant en volume qu'en valeur ; il ne permet pas de compenser intégralement ce déséquilibre.

Enfin, comme pour beaucoup de filières alimentaires, la montée en puissance des commandes en « drive » ou en livraison, la hausse du panier moyen et le fait de limiter les passages en grande surface ont eu pour conséquence la forte réduction des achats d'impulsion et la réduction des largeurs de gamme. Avec un effet direct de destruction de valeur pour l'ensemble de la filière avicole.

## La filière œufs et ovoproduits mise sur le report, mais ça n'est pas si simple

De son côté, la filière française des œufs et des ovoproduits est partagée entre (i) une activité quasi euphorique en GMS (report de consommation, tendance à la pâtisserie « fait maison », produit standard par nature), (ii) une baisse d'activité historique vers la RHF (utilisation d'œufs coquille et d'ovoproduits) et (iii) des débouchés vers l'industrie (utilisation d'ovoproduits) également en difficulté. Des reports de l'œuf industrie vers l'œuf de consommation sont réalisés, mais ils ne sont pas tous évidents. En effet, les œufs déclassés ne peuvent être vendus en GMS et les œufs blancs sont peu appréciés des consommateurs français. D'autant que les modes d'élevage hors cage, relativement peu pratiqués dans les élevages plutôt dédiés à l'industrie ou la restauration, restent une priorité pour bon nombre de consommateurs.

Au total, la filière avicole aura vécu, comme beaucoup d'autres, un bouleversement soudain qui pourrait ne pas être que temporaire. Si l'on peut craindre que la crise économique à venir soit un frein à la reprise, notamment pour les productions qualitatives, on peut toutefois espérer que la filière parvienne à reprendre certains marchés RHF au détriment des importations passées, dans un contexte de volonté affichée de souveraineté alimentaire.



## Les alternatives à la viande

## Covid-19 : un accélérateur pour les alternatives à la viande ?

En mai 2020, Beyond Meat, société américaine spécialisée dans les alternatives végétales à la viande publiait les meilleurs chiffres de son histoire pour le premier trimestre avec des ventes de 97 M\$ (+ 40 M\$ par rapport à l'année précédente) et un résultat positif. Alors que notre environnement, tant quotidien qu'économique a été bousculé par une zoonose, le Covid-19 pourrait-il profiter aux alternatives végétales à la viande ?



BEYOND MEAT®

## COMMENTAIRE

- Les principaux facteurs mis en avant jusqu'à maintenant dans le développement des alternatives à la viande sont la hausse de la population mondiale (plus de 9 Mds d'êtres humains en 2050), le lien alimentation-santé, le bien-être animal et, en corollaire de ces facteurs, l'explosion des nouveaux modes alimentaires (flexitarisme en tête).
- Bloomberg relayait récemment une information de Nielsen, entreprise on ne peut plus sérieuse, selon laquelle les ventes d'alternatives végétales à la viande avaient augmenté de 264 % aux États-Unis pendant le confinement. Au-delà de ce chiffre impressionnant, l'appétit soudain du consommateur américain pour ces solutions doit être relativisé, sans que les tendances de long terme ne soient vraiment remises en cause, au contraire.
- Tout d'abord, il convient de garder en tête l'effet de base : Tyson Foods réalise plus de 10 Mds \$ de chiffre d'affaires par trimestre quand Beyond Meat n'atteint pas (encore) les 100 M\$ dans le même temps. Dans un marché encore étroit, il est plus facile d'afficher des scores de croissance à trois chiffres ! Par ailleurs, les producteurs américains de viande, Tyson Foods, JBS et Smithfield en tête ont fait face à des problématiques de production en avril, entraînant des ruptures de stock ponctuelles qui ont profité aux alternatives végétales, tant par la place dégagée en rayon que par leur seule présence dans les linéaires.
- Cependant, la crise actuelle pourrait durablement accélérer l'adoption des protéines végétales. Trivialement, de nouveaux consommateurs ont acheté le produit et une part renouvellera certainement l'expérience. Par ailleurs, la viande, sur un fond de polémiques liées à son empreinte environnementale, risque d'être associée indirectement et de manière pernicieuse à l'apparition d'une pandémie résultant de la consommation d'espèces sauvages. Un autre lien de plus en plus visible dans les médias, bien qu'également sujet à la critique, est celui de la responsabilité de l'élevage dans la déforestation entraînant un déséquilibre de la biodiversité et l'émergence de virus.



- À court terme, l'adoption des substituts végétaux 2 à 3 fois plus chers que leurs homologues carnés risque toutefois d'être ralentie par la pression à la baisse que va entraîner la crise économique sur les revenus des ménages. Cette adoption sera d'ailleurs longue et variable selon les pays, à l'instar de ce qui est visible sur les alternatives au lait, l'inertie des comportements de consommation alimentaire étant forte. La diffusion des protéines végétales passera par la séduction des jeunes générations, le référentiel croissant dans les fast-foods vise d'ailleurs cette population, davantage sujette à adopter les produits innovants. À plus long terme, les acteurs du secteur réussiront à réaliser des économies d'échelles, à réduire leurs coûts et in fine à améliorer leur compétitivité prix face à la viande et conquérir de nouveaux clients.
- En outre, les substituts végétaux à la viande restent confrontés à des défis réglementaires et politiques. Ainsi, les éleveurs de plusieurs états américains (Arkansas, Dakota du Nord et du Sud, Montana...) ont réussi à faire pression pour que la réglementation encadre l'étiquetage et même l'emplacement en rayon de ces produits. La recette pourrait faire tache d'huile au niveau fédéral.
- Enfin, pour conclure plus proche de nous, l'appétit pour le marché des protéines végétales n'est pas qu'américain. Les produits Beyond Meat sont disponibles dans plusieurs enseignes du groupe Casino et d'ailleurs, la société américaine se fournit de longue date auprès de Roquette. Début janvier 2020, c'est Limagrain qui annonçait le lancement d'une filière dédiée aux protéines végétales avec comme objectif le lancement des premiers produits en 2021. Les protéines végétales ont de l'avenir, la viande aussi, sans aucun doute.

## Cours de Bourse comparés depuis l'IPO de Beyond Meat en mai 2019, base 100



## PRISME

L'analyse de la conjoncture et de l'actualité agricole et agroalimentaire - 28 mai 2020

Directeur de la publication : Philippe CHAPUIS

Rédacteur en chef : Isabelle JOB-BAZILLE

Rédacteurs : Sophie Caron, Béatrice Eon de Chezelles, Arnaud Rey.

Cette publication reflète l'opinion de Crédit Agricole S.A., à la date de sa publication, sauf mention contraire (contributeurs extérieurs). Cette opinion est susceptible d'être modifiée à tout moment sans notification. Elle est réalisée à titre purement informatif. Ni l'information contenue, ni les analyses qui y sont exprimées ne constituent en aucune façon une offre de vente ou une sollicitation commerciale et ne sauraient engager la responsabilité du Crédit Agricole S.A. ou de l'une de ses filiales ou d'une Caisse Régionale. Crédit Agricole S.A. ne garantit ni l'exactitude, ni l'exhaustivité de ces opinions comme des sources d'informations à partir desquelles elles ont été obtenues, bien que ces sources d'informations soient réputées fiables. Ni Crédit Agricole S.A., ni une de ses filiales ou une Caisse régionale, ne sauraient donc engager sa responsabilité au titre de la divulgation ou de l'utilisation des informations contenues dans cette publication. Réalisation : Atelier ART6 - Photos : 123rf - iStock.