

ÉDITION SPÉCIALE  
COVID-19

## PRISME

Agriculture et Agroalimentaire, une affaire d'experts

25 JUIN 2020

## SOMMAIRE



**COVID ET FILIÈRE BOVINE** : L'analyse du comportement de chaque marché durant le confinement et en début de déconfinement témoigne de la complexité structurelle de la filière.

**LA FILIÈRE BIO** : Une hausse durable ?

**LIVRAISONS DE REPAS À DOMICILE** : Quel impact du Covid-19 pour la livraison de repas à domicile ?

**PRINCIPALES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT DES FILIÈRES PENDANT LE COVID**

Chers lecteurs,

Notre série de Prisme Spécial Covid-19 s'achève avec ce numéro. Nous vous remercions de l'intérêt que vous y avez porté et nous espérons que nos analyses sectorielles auront su vous apporter les éclairages attendus dans cette période si particulière.

Brutalement, la consommation a changé, les échanges internationaux ont fortement ralenti, et les industriels n'ont pas toujours pu adapter leur modèle. La reprise sera certainement lente, les marchés vont peut-être subir des mutations... Pour répondre aux besoins d'information des entreprises, nos experts sectoriels vont, bien entendu, continuer à donner leur point de vue argumenté.

C'est pourquoi, dès la rentrée de septembre, nous reprendrons la publication habituelle de Prisme, avec des études de fond et des brèves d'actualité. Nul doute que la crise liée au coronavirus et ses conséquences sur les marchés et les entreprises feront encore l'objet de nombreuses réflexions.

## Covid et filière Bovine

## L'analyse du comportement de chaque marché durant le confinement et en début de déconfinement témoigne de la complexité structurelle de la filière

La filière bovine française a traversé la période de confinement avec les bouleversements prévisibles liés à la fermeture des restaurants et des collectivités et la forte baisse des échanges internationaux. Globalement, la première phase du déconfinement se passe relativement sereinement ; cela n'est cependant pas le cas pour tous les segments de marché.

## ► COMMENTAIRE

En France, nous consommons majoritairement de la viande issue de bovins femelles. C'est une question de goût et d'habitude. De manière plutôt opportune, ces préférences sont propres à chaque pays et cela participe entre autres du maintien des équilibres de flux entre les différents États Membres de l'Union européenne. De fait, nos voisins Italiens, plutôt consommateurs de la viande issue de bovins mâles, représentent un partenaire naturel et essentiel à la France dans la valorisation de sa production de Broutards ou de viande de Jeune Bovin. Ce simple exemple permet d'appréhender une partie de la complexité structurelle du fonctionnement de la filière bovine française.

## Le marché français de la femelle se déconfinement plutôt sereinement

Durant la période de confinement, les achats de viande bovine non réalisés hors domicile se sont au moins partiellement reportés sur les GMS et les Boucheries Artisanales. Ces reports sont complexes dans leur nature et leur ampleur. Ce qui fut le plus marquant aura été la très forte hausse des achats de viande hachée (+ 57 % pour les surgelés et + 31 % pour les réfrigérés, d'après les chiffres Nielsen fournis par l'Idel), les consommateurs s'étant tournés de manière très visible vers

une offre plus standardisée qu'à l'habitude. La viande de qualité achetée en Boucherie Artisanale a également connu un certain succès. Tout cela dans un contexte de renationalisation de l'origine des viandes du fait de la baisse soudaine et massive des importations, mais aussi d'une démarche affichée de soutien aux filières nationales.

Depuis le début du déconfinement, les quelques données disponibles semblent témoigner d'une demande toujours dynamique en GMS et Boucheries. Pour l'instant, l'origine France apparaît toujours importante aux yeux des acheteurs, même en Restauration Hors Foyer.

De fait, après un début de confinement vraiment difficile en termes de prix des femelles, ce contexte de hausse de la demande et de renationalisation de l'offre les tire vers le haut, surtout depuis le déconfinement. Les femelles du troupeau allaitant sont aujourd'hui plutôt bien valorisées (voir graphique de l'évolution des prix de la vache R en France). Les prix des réformes laitières augmentent aussi mais restent relativement faibles, du fait, notamment, de la part élevée de valorisation de la carcasse en viande hachée (voir graphique de l'évolution des prix de la vache O en France).

### Cotation de la vache R en France



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer.

### Cotation de la vache O en France

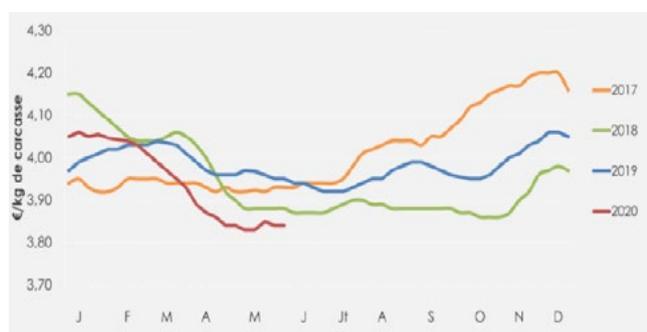


Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer.

### Le marché du Jeune Bovin est encore compliqué

■ Pendant la période de confinement, la fermeture des restaurants et des fast-foods dans la plupart des pays européens a lourdement impacté le marché européen du Jeune Bovin. Les prix ont donc chuté chez les principaux exportateurs dont la France fait partie. Aujourd'hui, le retard dans les abattages et l'alourdissement constaté des bêtes, conséquences de la demande en berne des dernières semaines, sont préoccupants.

### Cotation du JB U en France



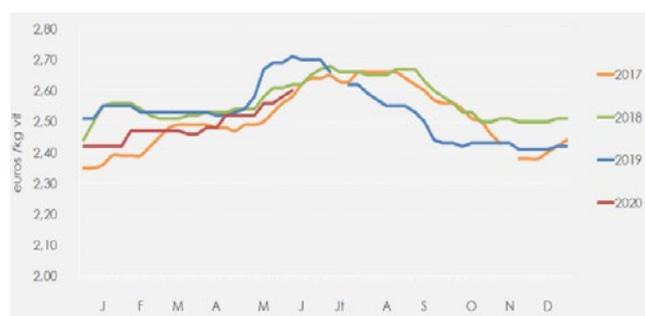
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer.

■ Avec le déconfinement total, l'ouverture complète des restaurants permettra certainement au marché de respirer à nouveau. Mais d'ici là les prix resteront globalement bas.

### Le marché du Broutard français sort relativement épargné du confinement

■ Le marché français du Broutard est dépendant de la demande en provenance d'Italie (80 % des débouchés à l'export). Cette dernière est restée ferme pendant le confinement, l'Italie n'ayant importé que très peu de viande piécée en provenance des autres pays européens. Ainsi, les prix des Broutards se sont relativement maintenus, même s'ils restent inférieurs à ceux des deux dernières années.

### Cotation du Charolais U de 450 kg



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer.

■ Avec le déconfinement, la demande italienne semble s'effriter, mais la reprise des envois vers les pays tiers - même si faibles quant aux volumes relatifs concernés - pourrait prendre partiellement le relais et permettre de garder une certaine sérénité par rapport à ce marché très important pour l'équilibre de la filière française.

■ Au total, cette crise sanitaire aura bouleversé les équilibres si complexes qui existent au sein de la filière bovine française ; selon les marchés, il aura été plus ou moins simple de trouver des réponses aux défis qui se posaient. Après les premières semaines de déconfinement progressif, une des questions qui se posent aujourd'hui est de savoir si la renationalisation de la consommation, en particulier en RHF, pourrait s'avérer durable dans le temps. Il est bien sûr très difficile de répondre à cette question. S'il est certain que les importations de viande bovine vont reprendre, il semble cependant y avoir des raisons d'être optimiste quant à une certaine volonté collective de renouer avec notre agriculture et notre élevage au travers de notre consommation.

### Glossaire :

**Génisse** : bovin femelle de plus de 12 mois n'ayant pas vêlé.

**Vache** : bovin femelle ayant vêlé.

**Broutard** : bovin mâle maigre de plus de 8 mois prêt à être engraisé.

**Jeune Bovin (JB)** : Bovin mâle âgé de 12 à 24 mois.

Les lettres accompagnant les types d'animaux suivent une grille de classement pour la conformation « EUROP », de la meilleure conformation musculaire (E) à la plus réduite (P).



## La Filière bio Une hausse durable ?

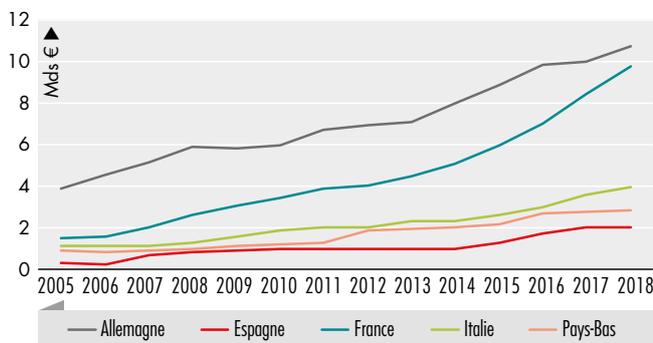
Alors que l'alimentation bio progresse de façon régulière depuis plusieurs années les quelques semaines de confinement ont vu une accélération du phénomène. Toutefois, les effets de la crise sur le pouvoir d'achat et donc sur la consommation ne sont pas encore réellement perceptibles du fait du soutien de l'économie par l'État. On peut légitimement s'interroger sur le risque de retournement.

### COMMENTAIRE

#### Une filière bio toujours dynamique avant crise

Les chiffres 2019 ne sont pas encore publiés, mais les ventes de produits alimentaires bio ont dû réitérer la performance de 2018 (+ 15 %). Ce phénomène n'est certes pas nouveau mais il s'accélère finissant par convaincre la plupart des marques à la recherche d'offres pouvant bénéficier d'un marché en croissance dans un univers alimentaire atone. Le bio qui représentait à peine 3,5 % des ventes il y a peu dépasse désormais 5 % des achats alimentaires. Au sein de l'UE, cette progression est surtout marquée en France et en Allemagne.

#### Évolution des principaux marchés bio de l'UE



Sources : Agence Bio d'après différentes sources européennes.

Certes les ventes sont encore surreprésentées sur les œufs et le lait liquide en raison du différentiel de prix comparé au conventionnel favorisant l'arbitrage des consommateurs mais le phénomène s'étend à l'ensemble de l'alimentation. Ainsi, alors que les PME sont traditionnellement bien plus présentes sur le segment bio, désormais les groupes leaders du secteur lancent un grand nombre de produits pour répondre à la demande y compris en surgelé, pourtant longtemps délaissé.

Les États Généraux ont beaucoup mis en avant le bio, l'un des objectifs étant d'améliorer la qualité de l'alimentation. À titre d'illustration, au 1<sup>er</sup> janvier 2022, la restauration collective pour les missions de service public devra compter 20 % de produits bio. Au-delà de la qualité, le bio représente une opportunité pour les exploitants agricoles qui peuvent espérer une amélioration de leurs revenus malgré une diminution des volumes produits qu'implique le respect des cahiers des charges. Ainsi 7,5 % des surfaces agricoles utiles sont bio en France et ce chiffre est en progression régulière du fait de la conversion qui convainc chaque année de nouveaux exploitants agricoles. Par ailleurs, bio et local sont étroitement liés dans l'esprit du consommateur : près de 70 % des approvisionnements sont d'origine France. À l'heure où l'idée de relocalisation de certaines productions est souvent mise en avant, le bio prend tout son sens.



#### La période du confinement a accéléré la recherche pour des produits bio

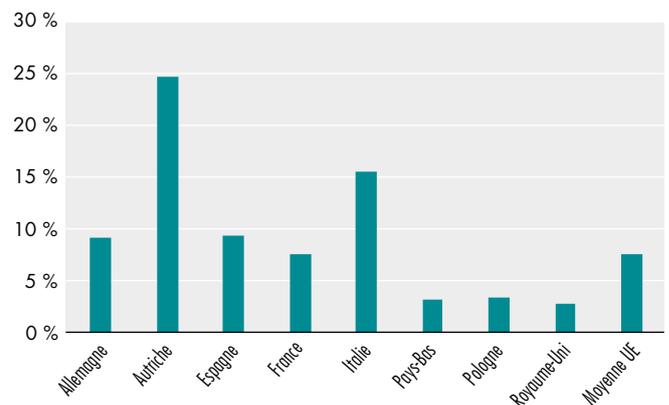
Bénéficiant d'un contexte favorable depuis plusieurs années, le bio a connu une forte hausse de ses ventes dès le début du confinement. Aussi, le bio traditionnellement peu présent dans la RHF a bénéficié de ventes en GMS jusqu'à 20 points supérieurs aux produits conventionnels sans oublier la progression des ventes dans les magasins spécialisés. Dans cette période durant laquelle le consommateur a besoin d'être rassuré sur la provenance et la qualité des productions, le bio est naturellement favorisé et a conquis 8 % de nouveaux acheteurs. Cependant, il ne faut pas négliger un effet mécanique, bien que difficilement quantifiable, lié au fait que certains rayons, au début du confinement, étaient en rupture temporaire induisant un transfert d'achats.

#### Mais sa progression est-elle soutenable ?

Le panier moyen en bio, selon les études, est 30 à 75 % plus cher. Outre des coûts de production plus élevés, il apparaît que les distributeurs réalisent des marges plus importantes. Or, les conséquences de la crise du Covid sur le plan économique restent encore, pour un grand nombre de consommateurs, à l'état de craintes ou de perspectives négatives. Bien que l'épargne des Français a fortement augmenté pendant la période (même si de façon évidente, elle ne concerne pas toutes les catégories de population et pas celles les plus en risque économiquement), il semble assez évident que la problématique du pouvoir d'achat sera prégnante dans les prochains mois. Il faut aussi rappeler que le conventionnel, avant crise, représentait 2/3 des achats alimentaires. Les enseignes de grandes surfaces l'ont bien compris puisque certaines communiquent d'ores et déjà sur le thème de la défense du pouvoir d'achat.

Il est donc probable que le bio continue de développer ses ventes mais en limitant l'élargissement de sa base de consommateurs réguliers d'une part et en augmentant ses parts de marché chez les CSP+ d'autre part. La recherche de segmentation via des labels bio+ mettant en avant d'autres promesses comme le bien-être animal va dans ce sens (l'assurance d'une démarche éco-responsable aussi bien que remise en cause tout récemment par le besoin d'assurance sous forme de produits emballés). Nous pourrions peut être assister à une séparation encore plus nette des modalités d'achats selon les populations.

#### Proportion de bio dans la surface agricole utile des pays de l'UE



Sources : Agence Bio d'après sources nationales et Eurostat.

## Livraisons de repas à domicile

## Quel impact du Covid-19 pour la livraison de repas à domicile ?

Alors que les consommateurs ne pouvaient plus se rendre au restaurant et que la livraison de repas pouvait être un moyen pour ces derniers de conserver une activité, même réduite, quel a été l'impact du confinement sur le secteur et quelles sont les premières perspectives qui se dessinent ?

## ► COMMENTAIRE

- D'année en année, les sociétés de livraison de repas continuent à figurer en très bonne place dans les classements en matière de levée de fonds de la *foodtech*. En 2019 au sein de l'Europe, elles sont même en première place avec 722 M\$ recueillis selon Agfunder bien que ces chiffres peuvent interroger quand on les compare à la rentabilité des sociétés concernées...
- Nous pouvons nous attendre à ce que le confinement profite à la livraison de repas : le consommateur, privé de sorties, aurait compensé en commandant depuis son canapé. Il n'en a apparemment rien été. Si aucun opérateur n'a souhaité communiquer sur le nombre de livraisons réalisées, nous pouvons en déduire qu'elles n'ont pas été à la fête, un sentiment renforcé par la demande par Deliveroo du déblocage des fonds promis par Amazon, en dépit de l'enquête de l'autorité de la concurrence britannique.
- Pour autant, l'ensemble des sociétés communique sur un chiffre : la hausse du nombre de restaurants inscrits sur les plateformes. Selon Uber Eat, ce chiffre a doublé en France entre février et mai et Deliveroo indique 2 000 nouvelles inscriptions. Cependant, inscrit sur une plateforme ne veut pas dire disponible : si des restaurateurs ont pris le parti de s'y référencer, ils sont également nombreux à avoir ensuite choisi de baisser totalement le rideau plutôt que de poursuivre une activité uniquement de livraison, qui n'est pas forcément rentable sans gros volumes.
- En parallèle, de nombreux grands chefs se sont tournés vers la vente à emporter et la livraison via les plateformes ou par leurs propres moyens, leur assurant une nouvelle publicité, en dépit de la complexité de l'équation logistique et économique pour leur établissement mais avec un écho médiatique certain. « Ducasse livré chez moi », a ainsi fait le choix de la start-up Olvo pour assurer la livraison par vélo cargo des plats de ses restaurants. Opération ponctuelle ou nouveau mode de consommation ? Les avis divergent entre la déclaration reprise dans Les Échos du directeur des exploitations France de Ducasse « *ce mode de consommation va s'ancrer dans les habitudes* » et une expérience à table irremplaçable, en plus d'un choix forcément réduit eu égard aux contraintes de la livraison.
- Une inconnue sera particulièrement scrutée dans les mois à venir : comment le secteur de la restauration, parmi les plus fortement mis à l'épreuve par le confinement, se relèvera-t-il ? Si la profession devait connaître des fermetures supérieures à celles habituellement observées, et sans repreneur, ce serait un élément de nature à réduire le nombre de restaurants offrant leurs plats sur les plateformes, ce qui n'est in fine pas un élément positif.
- Dans ce contexte, nous pouvons voir de nouvelles opportunités pour les *ghost kitchen*. Derrière ce terme barbare se cachent des restaurants qui n'en sont pas : ils proposent leur cuisine uniquement via les plateformes de livraison sans accueillir de clientèle. L'avantage ? Restant proche des zones de chalandise, ils peuvent adapter leurs locaux, les cadences et les volumes aux contraintes de la livraison tout en multipliant les plats proposés : une même *ghost kitchen* peut proposer un éventail allant de la cuisine italienne à la cuisine asiatique, sans risque de brouiller les cartes face au consommateur, celles-ci étant proposées sous différentes enseignes dans les applications de livraison. En France, la start-up Taster, fondée par un ancien de Deliveroo a ainsi levé 13 M\$ depuis 2017 et compte plus de dix cuisines à Paris, Londres et Madrid.
- Enfin, preuve de l'attractivité plutôt intacte du secteur de la livraison de repas : JustEat vient d'annoncer l'acquisition de l'américain GrubHub au travers d'une opération valorisant la société 7,3 Mds \$. Le retour du business *as usual* ?



## Principales mesures d'accompagnement des filières pendant le Covid

	PRINCIPALES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT	OBSERVATIONS
OVINS & CAPRINS	<p><b>Commission européenne (via France Agrimer) :</b> Dispositif d'aide au stockage privé par les industriels : ovins &amp; caprins &lt; 12 mois, carcasses ou 1/2 carcasse, minimum 5t. Montants de l'aide : 90j = 866 €/t, 120j = 890 €/t, 150j = 915 €/t.</p>	<p>Aides arrivées tardivement par rapport aux besoins d'avant Pâques (à partir du 7 mai). Très peu utilisées.</p>
BOVINS	<p><b>Commission européenne (via France Agrimer) :</b> Dispositif d'aide au stockage privé par les industriels : bovins &lt; 8 mois, quartier arrière avec os, cuisse + aloyau, y compris le filet, avec un minimum de 3 côtes entières ou « coupées », avec ou sans jarret et bavettes. Ou viandes de ces quartiers désossés. Montants de l'aide : 90j = 1 008 €/t, 120j = 1 033 €/t, 150j = 1 058 €/t.</p>	<p>Aides arrivées tardivement (à partir du 7 mai) et jugées inadaptées par la profession. Très peu utilisées.</p>
LAIT	<p><b>CNIEL (interprofession) :</b> Dispositif d'aide à la réduction de la production pour des volumes compris entre 2 et 5 % - indemnisation de 320 €/t. Enveloppe initialement prévue : 10 M€ (portée à 15 M€).</p> <p><b>Commission européenne (via France Agrimer) :</b> Activation du dispositif d'aide au stockage privé : fromage, beurre, poudre de lait écrémé. Montants : aides aux coûts fixes + frais d'entreposage (nb de jours) - les barèmes sont fonction de la catégorie du produit.</p>	
HORTICULTURE	<p><b>État :</b> Mesure d'accompagnement pour la destruction de végétaux. Montant : 25 M€.</p>	
FRUITS ET LÉGUMES	<p>Ouverture des mesures de retrait prévues dans les programmes opérationnels des organisations de producteurs à l'asperge, la fraise, le concombre, l'échalion et l'oignon jaune. Ouverture des mesures de distribution gratuite aux hôpitaux, EHPAD et établissements pénitentiaires, la capacité de réception des associations caritatives ayant été moindre pendant le confinement.</p>	<p>Il s'agit pour ces deux types de mesures d'assouplissements des règles de gestion des programmes opérationnels, sans appui financier supplémentaire.</p>
POMMES DE TERRE	<p>Aide au kg pour les pommes de terre destinées à l'industrie retirées du marché pendant la crise (alimentation animale, méthanisation...).</p> <p>Montant global de 10 M€. Aide maximale 50 €/t.</p>	
CIDRE	<p>Distillation : enveloppe de 5 M€ pour 100 000 hl.</p>	
VIGNE ET VINS	<p><b>Distillation de crise :</b> 145 M€ pour les producteurs avec des prix de 78 €/hl pour AOC et IGP et de 58 €/hl pour VSIG (+ 10 M€ pour les distillateurs) - 2 Mhl financés. Les engagements ont été souscrits entre le 5 et le 19 juin 2020.</p> <p><b>Stockage privé :</b> Enveloppe 15 M€. Modalités restant à définir.</p> <p><b>Mesures exonération charges :</b> Culture de la vigne ; Production de boissons alcooliques distillées ; Fabrication de vins effervescents ; Vinification ; Commerce de gros de boissons.</p>	<p>La demande de la profession était de 3 Mhl. Des discussions sont en cours pour rallonger l'enveloppe.</p>

**Directeur de la publication :** Philippe Chapuis

**Rédacteur en chef :** Isabelle Job-Bazille

**Rédacteurs :** Béatrice Eon de Chezelles, Axel Retali, Arnaud Rey, Florence Doucet, Sophie Caron.

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.