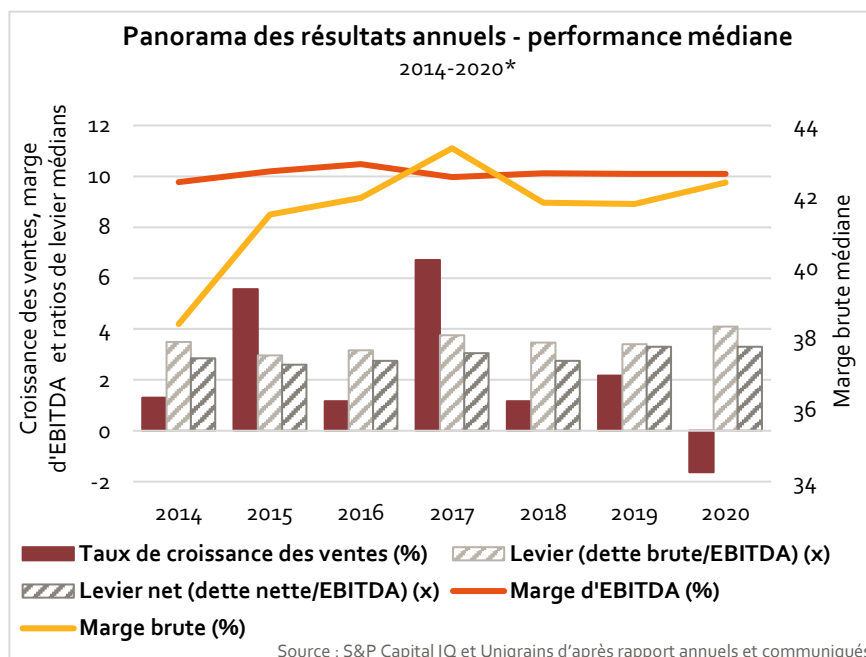


# Les Instantanés d'Unigrains

## Synthèse des résultats 2020

### des entreprises IAA françaises cotées



Entreprises	Secteur
Advini	Vins & Spiritueux
Bel	Produits laitiers
Bonduelle	Fruits & Légumes
Danone	Epicerie salée sucrée
Eurogerm	Ingrédients IAA
Fleury Michon	Viande
Lanson-BCC	Vins & Spiritueux
Laurent-Perrier	Vins & Spiritueux
LDC	Viande
Marie Brizard	Vins & Spiritueux
Pernod Ricard	Vins & Spiritueux
Poulaillon	Epicerie salée sucrée
Rémy Cointreau	Vins & Spiritueux
Saint Jean Groupe	Epicerie salée sucrée
Sapmer	Produits de la mer
Savencia	Produits laitiers
Tipiak	Epicerie salée sucrée
Vilmorin & Cie	Semences
Vranken-Pommery	Vins & Spiritueux

\* L'année fiscale de certaines entreprises intégrées dans le graphique ne se termine pas au 31 décembre : 30/06/2020 : Pernod Ricard, Vilmorin & Cie, Bonduelle ; 30/09/2020 : Poulaillon ; 28/02/2021 : LDC ; 31/03/2021 : Laurent-Perrier, Rémy Cointreau

Rares sont les entreprises qui s'aventurent à donner des objectifs chiffrés pour 2021 : malgré les avancées en termes de couverture vaccinale l'exercice de prédiction d'un retour à la normale reste très compliqué. Il ressort cependant que les entreprises cotées de l'agroalimentaire français (« FRAGRO ») se montrent plutôt optimistes quant à leur capacité à profiter largement de la reprise. Ayant de nouveau démontré leur résilience en 2020 et armées dans l'ensemble d'une bonne santé financière, elles affichent leur confiance quant à la pertinence de leurs orientations stratégiques.

#### Plus de la moitié des entreprises ont généré un chiffre d'affaires stable ou en hausse

10 des 19 entreprises du FRAGRO ont enregistré un chiffre d'affaires stable ou en hausse pendant la crise. La médiane légèrement négative à -1,6% reflète surtout la forte baisse des ventes de 6 des 7 entreprises Vins & Spiritueux, plus exposées que la moyenne à la restauration hors-domicile (RHD) et à l'export. Les autres détériorations sont liées soit à une surexposition à la RHD (Poulaillon, Sapmer), soit à un effet de change particulièrement défavorable (Danone).

#### La marge brute a plutôt bien résisté

La marge médiane s'est légèrement améliorée en 2020, notamment portée par un environnement matières premières plus favorable et une moindre activité promotionnelle. Par ailleurs les stratégies mises en place pour contrer la pression déflationniste en grande distribution (voir [Agroalimentaire français : quelles stratégies face à la](#)

Auteur : Anne COUDERC – tél. : 01 44 31 16 27 – [acouderc@unigrains.fr](mailto:acouderc@unigrains.fr) – Date de Publication : juillet 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](http://WWW.UNIGRAINS.FR)



GMS ? publié en 2019) et la loi EGalim ont eu un impact positif. La baisse de marge brute chez 7 des groupes analysés reflète surtout une évolution désavantageuse de leur mix-produit liée à la fermeture du circuit RHD.

### La rentabilité médiane est restée stable

**Pour près de la moitié du FRAGRO la marge d'exploitation s'est dégradée en 2020.** Sans surprise les principales victimes sont les entreprises dont la crise sanitaire a fait chuter les ventes, comme **Poulaillon**, **Sapmer**, ou les fabricants de vins & spiritueux. Mais la baisse a aussi touché des groupes dont le chiffre d'affaires a augmenté. **Saint-Jean Groupe** a été affecté par la fermeture du circuit RHD (25% de ses ventes en 2019), plus rentable que le circuit GMS vers lesquels ses volumes se sont reportés. De son côté **Bonduelle** a subi une forte hausse de ses coûts, résultant d'importantes perturbations de main d'œuvre engendrées par la crise en sus de mauvaises récoltes.

**Néanmoins chez 10 entreprises la rentabilité a résisté voire s'est améliorée**, principalement grâce à la croissance organique<sup>a</sup> de leurs ventes. La rentabilité de 5 d'entre elles a aussi été soutenue par des plans stratégiques initiés avant la crise. **Marie Brizard** a ainsi bénéficié de la restructuration drastique de ses opérations entamée en 2019. De même **Bel** jouit des effets du plan d'optimisation des achats et des dépenses publicitaires engagé en 2018.

### Bonne santé financière et initiatives stratégiques contribuent à la confiance en l'avenir

La conjonction d'une santé financière solide et d'une adaptation des stratégies à la donne post-covid permet aux entreprises d'afficher une certaine sérénité face à l'avenir, même si le calendrier d'un retour complet à la normale des activités économiques reste incertain.

La stabilité du ratio de levier net médian à 3,3x indique que **la majorité du FRAGRO n'a pas de problème de trésorerie**. La plupart des entreprises ont pu protéger leur cash-flow en réduisant temporairement leurs investissements, en suspendant la distribution de dividendes ou encore en renégociant le calendrier d'échéance de leur dette. Certaines ont aussi eu recours au PGE (Prêt Garanti par l'Etat). Le ratio de levier brut médian a crû de 3,4x en 2019 à 4,1x en 2020, mais il devrait diminuer à mesure que la reprise se fait sentir, porté par un redressement de la génération d'EBITDA.

**Le secteur agroalimentaire dans son ensemble a cherché à tirer le meilleur parti à la fois des conditions exceptionnelles de 2020 et de la reprise future** (voir la Synthèse d'Etude : **Les IAA en France : quelles stratégies pour l'après-crise ?** publiée en février dernier). Dans leur adaptation opportuniste aux nouveaux modes de distribution et de consommation (**Poulaillon**), l'accélération de leurs orientations existantes (**Vranken-Pommery**) ou encore la réorientation de leurs activités (**Fleury Michon**) les entreprises du FRAGRO en sont une bonne illustration.

<sup>a</sup> c'est-à-dire à périmètre et taux de change constants



	Croissance des ventes		Marge brute		Marge d'EBITDA		Ratio de levier brut		Ratio de levier net	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
<b>Bel</b>	2,8 %	1,5 %	28,5 %	29,2 %	10,1 %	11,6 %	3,1 x	2,9 x	2,0 x	1,4 x
<b>Bonduelle <sup>a</sup></b>	0,0 %	2,8 %	27,3 %	28,9 %	7,4 %	6,8 %	3,4 x	3,4 x	3,3 x	3,4 x
<b>Danone</b>	2,6%	-6,6 %	49,1 %	48,1 %	20,1 %	18,7%	3,4x	3,7x	2,6x	2,8x
<b>Fleury Michon</b>	3,1%	-1,6 %	46,7 %	49,9 %	3,1 %	12,2%	8,7x	2,9x	4,3x	1,8x
<b>Marie Brizard</b>	-40,6%	1,3 %	41,3 %	42,4 %	(2,0 %)	3,1%	41,1x	8,0x	26,3x	4,0x
<b>Poulaillon <sup>b</sup></b>	11,0%	-17,9 %	33,3 %	31,8 %	11,8 %	10,2%	3,0x	6,6x	2,6x	4,3x
<b>Saint-Jean Groupe</b>	9,9%	9,6 %	57,6 %	55,4 %	10,5%	8,3%	3,2x	4,3x	Nég.	Nég.
<b>Sapmer</b>	-8,6%	-31,8 %	43,8 %	42,5 %	10,0%	(3,6%)	7,9x	Nég.	7,5x	Nég.
<b>Vranken-Pommery</b>	-8,6%	-11,1 %	30,2 %	30,5 %	13,0%	12,4%	20,1x	20,3x	19,9x	19,7x

<sup>a</sup> années fiscales terminant au 30/06/2019 et au 30/06/2020

<sup>b</sup> années fiscales terminant au 30/09/2019 et au 30/09/2020

Source : S&P Capital IQ et Unigrains d'après rapport annuels et communiqués de presse du FRAGRO