

Le coronavirus déstabilise la demande

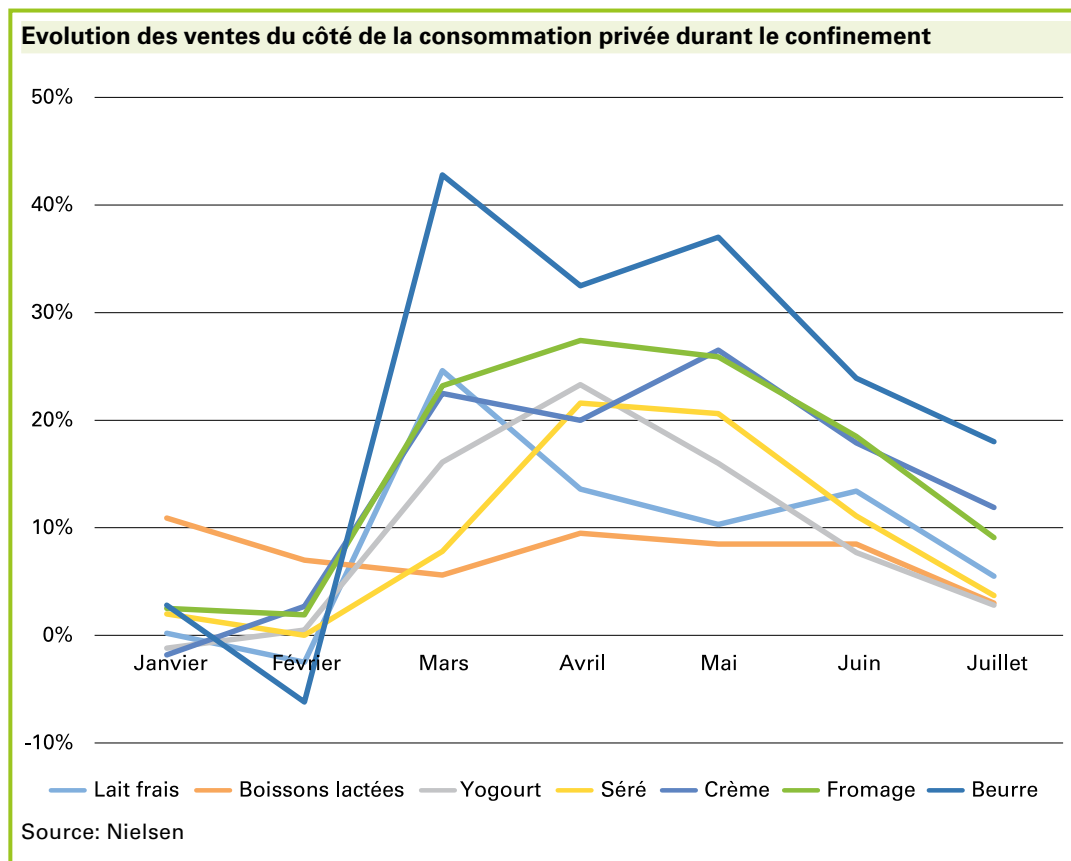
Les prestataires de services alimentaires sont diversement touchés par la crise du coronavirus. La consommation privée compense en partie les pertes.

Les produits de boucherie et de charcuterie, les laitages ou les articles de boulangerie n'ont pas été touchés de la même manière par le recul des ventes. La tendance s'est répercutée différemment selon les catégories alimentaires. C'est ce qu'indiquent les derniers chiffres du marché de Grossopanel AG, dont le compte rendu se concentre sur le marché de la restauration et des gros consommateurs. Il analyse tous les flux de marchandises écoulés par le commerce de gros auprès de la restauration et des institutions (homes et hôpitaux).

Les chiffres sont impressionnants: bien qu'une reprise se soit dessinée en juin si on considère l'ensemble de l'assortiment, certains produits et certains prestataires tels que les traiteurs, les cantines ou l'hôtellerie ont continué à subir des baisses importantes des volumes écoulés.

Situations différentes

En mars 2020, sur l'ensemble de l'assortiment, les



volumes écoulés ont reculé de 19,7%. Le mois suivant, la baisse a même dépassé les 45%. Si on considère uniquement les produits de laiterie, une diminution de 15,5% a été enregistrée en mai 2020 par rapport à l'année précédente.

Le marché a renoué avec le positif en juin, avec une augmentation de près de 9% par rapport à juin 2019. La si-

tuation est toutefois différente suivant les prestataires. En mai, les traiteurs ont subi une baisse des volumes écoulés de plus de 45%. La situation ne s'est que légèrement améliorée en juin, avec un recul de près de 40% par rapport à l'année précédente.

La tendance des volumes écoulés auprès des hôpitaux était tout autre: elle montrait

une baisse de 12% en mai, puis les volumes ont retrouvé les chiffres noirs en juin, affichant 5% de plus par rapport à 2019.

Restauration rapide et gastronomie

Du côté des restaurants, ceux-ci ont enregistré une baisse de près de 38% en mai et d'environ 5% en juin. Il n'en a pas été de même pour la

restauration rapide. En mai, cette catégorie a connu une diminution d'à peine plus de 3% par rapport à l'année précédente. En juin, par contre, le recul a atteint près de 8%. Après la longue fermeture des restaurants, les clients ont apparemment privilégié ces établissements plutôt que la restauration rapide.

Achats privés boostés durant le confinement

Les chiffres énumérés jusqu'ici concernent le commerce de gros. Ils ne sont pas tout à fait les mêmes pour les achats privés, notamment pour le lait et les produits laitiers. D'après les données actuelles de Nielsen, les ventes ont évolué dans le positif et parfois de manière très semblable au sein de ce segment.

Le lait frais, par exemple, affichait en février une diminution des ventes de 2,5%. Or, en mars, les volumes écoulés ont augmenté de plus de 25% par rapport au même mois de l'année précédente. La hausse des ventes s'élevait encore à 5,5% en juillet. Le yogourt (+23,3% en avril) et le séré (+21,6% en avril) ont profité d'une demande nettement plus importante durant le confinement. En juillet, les ventes de yogourt (+2,8%) et de séré (+3,7%) étaient elles aussi encore supérieures à l'année précédente. Une évolution similaire a été observée pour la

crème, le fromage et les boissons lactées.

Le confinement a amené les Suisses à acheter plus de produits laitiers et, ainsi, à cuisiner davantage chez eux. La forte augmentation des visites de la plateforme de recettes en ligne sur swissmilk.ch le montre.

En revanche, la hausse des ventes est en recul depuis la fin du confinement. L'avenir montrera à quel point la croissance de ces derniers mois était durable.

Coup d'œil sur le marché du bio

Il est aussi intéressant de porter un regard sur les produits laitiers bios. La part de beurre bio consommée a été plus élevée en février et en mars. Cela pourrait être lié à la disponibilité des produits. En effet, en raison des achats de précaution, tous les produits «standards» n'étaient pas toujours disponibles et quelques consommatrices et consommateurs se sont alors tournés vers le bio.

En ce qui concerne le lait de consommation, on observe une tendance générale vers plus de bio, mais aucun pic n'a été constaté durant le confinement. Aucun effet positif n'a pu être observé non plus pour le yogourt, le fromage, le lait frais et la crème durant cette période.