

● ARIA SUD

# Le secteur espère se relancer dans les prochains mois

Fortement perturbée au plus fort de la crise du Covid-19, la filière agroalimentaire régionale a néanmoins réussi à maintenir sa production et l'approvisionnement des distributeurs. La grande majorité des entreprises enregistre néanmoins une baisse de chiffre d'affaires, et envisage avec appréhension les prochains mois.

« **T**oute la chaîne agricole/agroalimentaire/grande distribution a tenu bon. Le risque de pénurie alimentaire, envisagé par les plus pessimistes, ne s'est pas produit. Et heureusement, parce qu'elle aurait conduit à une situation catastrophique, en ajoutant une crise alimentaire à la crise sanitaire. »

Après deux mois de confinement, Jean-Michel Salon, le directeur de l'Aria Sud (ex-Fédération régionale des industries agroalimentaires Paca) note, avec soulagement, que « le pire a été évité, ce qui n'est pas le cas partout dans le monde ». Mais la mobilisation intense de toute la filière, surtout dans les premières semaines de la crise du Covid-19, a laissé place à une situation économique très contrastée pour les entreprises de l'agroalimentaire.

Si 20% d'entre elles s'en sont sorties bien – les transformateurs de produits essentiels comme les pâtes, le secteur du bio ou encore les entreprises de tailles significatives – et enregistrent même une hausse de leur chiffre d'affaires, la grande majorité a fortement souffert de la crise du Covid-19. Sans surprise, les entreprises tournées pour l'essentiel de leur activité vers le secteur de la Restauration hors domicile (RHD) ont été les premières impactées, dans les jours qui ont suivi l'annonce de la fermeture des bars et restaurants. Près de 90% d'entre elles ont enregistré une diminution de leur chiffre d'affaires en avril. « Les trois-quarts chiffrent cette baisse à 50% de leur chiffre d'affaires » indique Jean-Michel Salon. Mais elles sont loin



Sans surprise, les entreprises tournées pour l'essentiel de leur activité vers le secteur de la Restauration hors domicile (RHD) ont été les premières impactées, dans les jours qui ont suivi l'annonce de la fermeture des bars et restaurants.

d'être les seules : beaucoup de TPE/PME positionnées sur le segment des produits premium, distribuées dans les réseaux d'épicerie fines par exemple, ont vu leur activité dégringoler, en raison du report de nombreux consommateurs vers les produits « essentiels ».

**Des surcoûts de 5 à 6% générés par la crise.** « Dans cette période d'incertitudes, beaucoup de foyers ont réalisé des arbitrages, au détriment des achats plaisirs, comme la confiserie, au moment de Pâques, ou les boissons » analyse le directeur d'Aria Sud. Pour les autres entreprises du secteur de l'agroalimentaire, il a fallu réaliser des choix stratégiques, et rivaliser d'agilité pour s'adapter en urgence. Rogner ses marges aussi, « afin d'absorber des surcoûts de 5 à 6%, entre la logistique, l'emballage et l'achat d'équipements de protection spécifiques pour les salariés », précise Jean-Michel Salon.

Les entreprises qui travaillaient déjà avec la grande distribution ont, elles, augmenté la part de leur production en marques blanches, réalisée spécifiquement pour cette dernière :

un choix qui implique une baisse de leurs marges et de leur rentabilité. Certaines, habituellement tournées vers la RHD, ont su réorienter leurs outils de production en un temps record, pour répondre à la forte demande de la GMS pendant cette crise. « Elles enregistrent une baisse de chiffre d'affaires de 10%, mais elles ont réussi à sauver les meubles » souligne le directeur d'Aria Sud.

La structure planche désormais sur une reprise d'activité, en particulier pour les entreprises contraintes à une fermeture temporaire, suivie d'une relance de l'ensemble du secteur, dans les prochains mois. « Elle se déroulera en quatre phases successives » prévoit le directeur : « La première est la réouverture des restaurants, puis celle de la saison touristique – essentielle pour les producteurs ou transformateurs de produits régionaux – avant la rentrée de septembre, puis la fin d'année, une période au cours de laquelle les (re)négociations de contrats avec la grande distribution sont faites ». Une certitude : elles s'annoncent tendues.

JULIEN DUKMEDJIAN