



Les négociants agricoles

Face aux bouleversements technologiques et au défi de la proximité

Les négociants se transforment en prestataires de services à forte valeur ajoutée. Maillon traditionnellement discret de la filière alimentaire, le négoce agricole (agrofournitures, céréales) représente un secteur stratégique. Les négociants assurent en effet le triple rôle de conseillers et distributeurs en agrofourniture, de collecteurs-stockeurs-commercialisateurs en matières premières agricoles, et enfin de logisticiens. En parallèle, le rôle transversal de conseiller aux exploitations tend à prendre une place croissante dans le secteur (contraintes environnementales, contraintes de compétitivité des exploitations, durcissement de la réglementation), conduisant les entreprises du négoce à se réorganiser et à miser de plus en plus sur leur capital humain.

Proximité, course aux volumes et transition numérique : les grands défis des négociants. Face à une tendance à la concentration en amont (moins d'exploitations agricoles, taille moyenne structurellement plus élevée) et en aval (du côté des industries agroalimentaires en particulier), le négoce doit impérativement se structurer. Les négociants doivent résoudre la délicate équation de commercialiser des volumes toujours plus importants (agrofourniture et céréales), tout en maintenant le lien de « proximité » avec les exploitations agricoles. Enfin, la dimension technologique représente l'un des autres défis majeurs de la profession : à l'heure de l'informatisation croissante des exploitations, les négociants doivent être à même de proposer des solutions innovantes de suivi (ex. l'application céréales de Turbo Négoce permettant aux agriculteurs de disposer d'une cotation personnalisée).

La concentration se poursuivra dans le secteur. Le négoce agricole intègre d'un côté des majors internationaux présents tout au long de la chaîne alimentaire (de l'exploitation agricole à la transformation de produits alimentaires) tels que le groupe américain Cargill, et de l'autre les acteurs issus de l'univers coopératif (Vivescia, In Vivo...) et enfin les acteurs privés (groupe Carré, Villemont, groupe Soufflet...). Ces derniers, de taille moyenne plus modeste, devront poursuivre leurs efforts de restructuration dans les années à venir, avec en ligne de mire une course à la taille critique qui va s'accélérer : les groupes familiaux chercheront à se développer *via* des opérations de fusions-acquisitions, tandis que les groupements d'achats poursuivront leur structuration. Enfin, la délicate question de la transmission d'entreprises se posera de manière aiguë dans les années à venir.

Coordonnée par Isabelle Senand, cette étude de référence sur le négoce agricole a nécessité plusieurs mois d'analyse et d'enquête et a mobilisé toutes les compétences et l'expertise de Xerfi-Precepta.

Cette étude est composée de 3 rapports écrits :

- Une **Synthèse Exécutive** destinée à stimuler votre réflexion. Elle est concise et percutante, et attire votre attention sur les éléments saillants d'évolution de l'activité. Elle met l'accent sur les facteurs de changement et leurs conséquences stratégiques.
- Le rapport **d'Analyse Stratégique** vous sensibilise aux enjeux et aux problématiques clés du secteur. Il vous présente l'évolution de la concurrence, décrypte les stratégies des opérateurs et cherche à déterminer les modèles économiques performants.
- Le rapport **Intelligence Data** vous fournit une information chiffrée, complète et structurée sur le marché, sa dynamique et sur les opérateurs.

Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'informations concernant cette étude dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Isabelle Senand
Directrice d'études
Pôle IAA-Distribution
Xerfi-Precepta

Isabelle Senand a intégré le groupe Xerfi en 1996 et Xerfi-Precepta en 2006. Elle a développé depuis plusieurs années une solide expertise dans les secteurs des industries agroalimentaires et de la distribution. Elle a publié dernièrement : « La restauration collective à l'horizon 2015 », « Les stratégies de croissance et de différenciation sur le marché des produits alimentaires régionaux » ou encore « Les centres commerciaux face à la révolution numérique ».



Les négociants agricoles

Face aux bouleversements technologiques et au défi de la proximité

Mai 2014 – 170 pages d'étude

Cette nouvelle étude de référence propose une analyse complète et stimulante des choix stratégiques qui s'imposent aux opérateurs. Elle vous apportera des éléments de réflexion pour :

- **Dresser une cartographie du négoce agricole en France**
L'étude propose une analyse des forces en présence sur le marché du négoce agricole (agrofournitures et grains), en intégrant à la fois les majors internationaux (« ABCD »), les négociants privés et les structures communes d'achat, et enfin, les acteurs issus de l'univers coopératif.
- **Analyser l'activité des négoce et les performances financières des opérateurs**
Xerfi-Precepta vous propose un état des lieux des déterminants de l'activité des négociants agricoles à l'horizon 2015. L'analyse intègre les facteurs environnementaux nationaux et internationaux influant sur l'activité des entreprises du secteur. Nous vous proposons également une analyse des performances économiques et financières des acteurs réalisée à partir d'un panel d'entreprises (période 2008-2013).
- **Identifier les enjeux des négociants face aux grandes évolutions de leur environnement**
Le négoce agricole traverse une période riche en bouleversements. Les transformations de l'amont (exploitations agricoles) et celles de l'aval (structure de l'industrie agroalimentaire, attentes des consommateurs en matière de traçabilité...) impactent directement les négociants. A cela, le négoce doit s'adapter aux évolutions réglementaires (certificat Ecophyto) et technologiques (informatisation de l'agriculture).

XERFI | PRECEPTA

Eclairer le changement stratégique

Pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, Xerfi-Precepta décrypte les inflexions de la concurrence et des business models sectoriels. Dans un monde en plein bouleversement technologique et dans une compétition mondialisée, notre vocation est de stimuler votre réflexion stratégique. Les études sont réalisées avec une ouverture d'esprit totale et la volonté de clarifier les enjeux des entreprises. Des centaines d'entretiens sont réalisés chaque année par nos experts auprès de dirigeants et de décideurs. Xerfi Precepta, filiale du groupe Xerfi, a accumulé plus de 25 ans d'expérience dans l'analyse des entreprises et de la compétition sectorielle.

Le groupe XERFI

Pour préparer leurs décisions, les dirigeants de l'entreprise et de l'économie ont besoin d'aller directement à l'essentiel. Ils attendent une information fiable, analysée, structurée et synthétisée afin de comprendre la signification stratégique des transformations de leur environnement.

Xerfi est un éditeur indépendant d'études économiques sectorielles. Le groupe a puisé dans ses 20 années d'expérience une expertise unique dans la connaissance et la restitution de l'information :

- une expertise qui repose sur les compétences multidisciplinaires de ses directeurs d'études,
- sur une totale liberté éditoriale et une exigence d'ouverture intellectuelle,
- des choix forts qui nous confèrent une mission incontournable de médiateur du monde économique.

LA SYNTHÈSE EXÉCUTIVE

Destiné aux décideurs, ce document est volontairement concis, et met en relief les principaux enseignements à tirer de l'étude. Il a été conçu comme un document de travail pour stimuler la réflexion et préparer la prise de décision.

LE RAPPORT D'ANALYSE STRATÉGIQUE

1. LA CARTOGRAPHIE ET L'ANALYSE DU JEU CONCURRENTIEL

Cette partie analyse le paysage concurrentiel du négoce agricole. Elle offre un éclairage sur les différents types d'acteurs animant le secteur : négoce privés, coopératives, négoce internationaux.

- **Les forces en présence dans le négoce agricole**
Xerfi-Precepta a identifié 3 grandes catégories d'opérateurs intervenant sur les marchés physiques agricoles : les majors internationaux (Cargill, Louis Dreyfus Négoce...), les groupes coopératifs (In Vivo, Axéreal,...) et les groupes privés (Carré, Villemont...).
- **Les acteurs de la finance**
La financiarisation croissante des marchés agricoles a renforcé le poids des banques dans le *commodity trade finance*, tandis que les fonds d'investissements spécialisés dans les matières premières se sont développés au cours des 20 dernières années. A leurs côtés, les majors du négoce international (les « ABCD ») ont créé des filiales spécialisées dans la gestion des risques financiers.
- **Majors vs PME : quelle place pour les poids moyens dans le secteur ?**
Les PME à capitaux privés sont encore nombreuses dans le secteur du négoce agricole en France, mais les positions des différents acteurs sont loin d'être figées compte tenu de la concurrence qui règne sur le marché et compte tenu de l'évolution de l'environnement (concentration accrue en amont comme en aval).

2. EVALUER L'IMPACT CONJONCTUREL SUR LA DYNAMIQUE DES MARCHES DU NEGOCE AGRICOLE

Cette partie s'attache à analyser les facteurs influant sur l'activité des négociants et présente des prévisions à l'horizon 2015 sur le chiffre d'affaires de la profession.

- **L'activité des négociants en matières premières agricoles (céréales, semences et aliments pour le bétail) (2008-2015)**
Sur le plan national, les négociants agricoles sont dépendants à la fois de l'amont (la santé financière des exploitations agricoles, les contraintes réglementaires pesant sur celles-ci) et de l'aval. Les industries agroalimentaires, alimentation humaine et animale, représentent en effet des débouchés stratégiques pour les négociants.

En parallèle, croissance de la population mondiale, augmentation de la richesse, développement des classes moyennes et évolutions des modes de consommation alimentaire, instabilité des cours des matières premières.... Constituent autant de facteurs influant sur l'activité des négociants.
- **Les marges et résultats des négociants (2009-2013)**
La structure de coût des négociants et l'évolution des principaux indicateurs de performances (taux de valeur ajoutée, taux de marge économique brute et taux de résultat net) d'un échantillon de PME du secteur des négoce privés.

3. QUELS RELAIS DE CROISSANCE POUR LES NEGOCIANTS AGRICOLES ?

Ce dernier chapitre éclaire les grands enjeux stratégiques qui s'offrent aux négoce agricoles.

- **Le métier de négociant doit continuer d'évoluer**
D'un côté, le négoce agricole doit faire face à une concentration accrue de l'amont (recul du nombre d'exploitations et accroissement de leur taille moyenne). De l'autre, il doit s'adapter à des contraintes réglementaires de plus en plus élevées liées notamment aux nouvelles exigences en matière environnementale, et aux attentes de l'aval en matière de traçabilité.
- **Le négoce agricole se réorganise**
Les acteurs du négoce de matières premières agricoles sont entrés dans une phase de concentration qui se matérialise par des rapprochements entre entreprises (rachats, adhésion à des centrales d'achats).
- **Le négoce agricole se modernise**
Les négociants doivent en parallèle miser davantage sur les services aux exploitants (formation à la réglementation, appui technique et suivi de dossiers administratifs et réglementaires, outils d'aide à la décision...). L'informatisation croissante de l'agriculture concerne par ailleurs directement les négociants (développement d'outils d'aide à la décision *via* la technologie d'imagerie satellitaire par exemple).

LE RAPPORT INTELLIGENCE DATA

1. L'ENVIRONNEMENT DES NEGOCIANTS

Cette partie propose une analyse détaillée des données et indicateurs clés de l'environnement des négociants agricoles

- **Le marché mondial des matières premières agricoles**
Les données clés de la production mondiale de céréales (blé, céréales secondaires), d'oléoprotéagineux et des produits tropicaux (café, cacao) : production, prix (campagnes 2009-10 / 2013-14).
- **Les fondamentaux en France**
 - Le cadrage macro-économique (PIB, pouvoir d'achat des ménages, consommation des ménages, consommation alimentaire) (2005-2015)
 - L'activité des IAA (chiffre d'affaires, production, prix de vente industriels) (2006-2013)
 - L'amont : la production agricole, la segmentation de la production (céréales, produits laitiers, bétail...), les prix agricoles à la production (2006-2013)
 - Le commerce extérieur : les échanges agricoles (2007-2013)
 - Les intrants : aliments pour animaux et engrais
- **L'activité des négociants**
Le chiffre d'affaires des négociants (2006-2013)

2. LA STRUCTURE DU NEGOCE AGRICOLE

Cette partie dresse un état des lieux des principales forces en présence sur les marchés du négoce agricole.

- **Les chiffres clés du négoce agricole**
Le nombre d'entreprises, le chiffre d'affaires, les effectifs salariés, les frais de personnel, le taux de valeur ajoutée, le taux d'excédent brut d'exploitation (2011) :
 - Le négoce de céréales, semences et aliments pour le bétail
 - Les intermédiaires du commerce en matières premières agricoles, animaux vivants
- **La structure du négoce agricole en France**
Les 3 grandes catégories d'opérateurs :
 - Les majors internationaux
 - Les groupes coopératifs
 - Les groupes et opérateurs privés

3. LES FORCES EN PRESENCE SUR LE MARCHE DU NEGOCE AGRICOLE

Cette partie dresse un panorama des forces en présence sur le marché du négoce agricole. En particulier, les monographies présentent en quelques pages les acteurs de référence et leurs caractéristiques : chiffres clés, positionnements, axes stratégiques, faits marquants, etc.

- **Les majors internationaux : ABCD**
 - Archer Daniels Midland Company – ADM
 - Bunge
 - Cargill
 - Louis Dreyfus Commodities
- **Les groupes coopératifs**
 - In Vivo
 - Axérial
 - Vivescia
 - Terrena
- **Les capitaux privés**
 - Touton
 - Soufflet
 - Groupe Carré
 - Groupe Villemont
- **Focus sur les réseaux économiques**
 - Agridis, Agrosud, Act'Agro, D'Clic...
- **Les ratios des entreprises**
 - Cette partie propose de mesurer, situer et comparer les performances de plus de 100 opérateurs du secteur à travers : les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société. Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes.

EXAMEN DES FORCES EN PRESENCE (liste non exhaustive des opérateurs cités ou analysés)

| | | | |
|-------------------|--------------------|------------------|---------------|
| ACOLYANCE | CARRE | FRANCE | SOUFFLET |
| ACT'AGRO | CAVAC | GLENCORE XSTRATA | SOUFFLET |
| ADM | CEREMIS | GLON SANDERS | AGRICULTURE |
| ADVITAM | CEREVIA | GRANIT NEGOCE | TEREOS |
| AGRALYS | CHARENTES ALLIANCE | LECUREUR | TERRENA |
| AGREOS | COFCO | LÉPICARD | TOUTON |
| AGRIAL | COOPERATIVE | AGRICULTURE | TRISKALIA |
| AGRIDIS | AGRICOLE ARTERRIS | LIMAGRAIN | TURBO NEGOCE |
| ALLIANCE OCCITANE | COPERSUCAR | LOEB UNEGO | UNEAL |
| APPRO 2000 | COSSET ET FILS | LOUIS DREYFUS | UNION IN VIVO |
| AXEREAL | D'CLIC | COMMODITIES | VILLEMONT |
| BUNGE | EMC2 | MAISADOUR | VIVESCIA |
| CALIANCE | EPIS-CENTRE | NIDERA | |
| CAP SEINE | ETS BODIN | NOBLE GROUP | |
| CARGILL | GLENCORE CEREALES | NORIAP | |

BON DE COMMANDE

Réf : **4IAA45 / PTAX / INT**

Étude commandée :

Mode de réception de l'étude commandée :

Mode de règlement choisi :

Nom :

Fonction :

Adresse :

Code Postal :

Adresse e-mail (en lettres capitales) :

Téléphone :

à retourner ou à télécopier :

PRECEPTA groupe Xerfi 13-15, rue de Calais 75009 Paris
Télécopie : 01.42.81.42.14. Téléphone : 01.53.21.81.51.

Les négociants agricoles

Face aux bouleversements technologiques et au défi de la proximité

- 1 version papier (envoi par la poste)
2 100 EUR HT 2 215,50 EUR TTC (TVA 5,5%)
- 1 version papier (envoi par la poste) + version électronique (fichier pdf)
2 600 EUR HT 3 120,00 EUR TTC (TVA 20,0%)
- je souhaite diffuser l'étude au sein de mon entreprise : 1 version papier + 1 version électronique (pdf) avec un droit de rediffusion du fichier pdf à 5 personnes
4 200 EUR HT 5 040,00 EUR TTC (TVA 20,0%)
- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com, code 4IAA45
- chèque joint à l'ordre de Xerfi-DGT

Prénom :

Société :

Ville :

Télécopie :

Date, signature et cachet :

Facture avec la livraison
Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture
En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris
Tarifs valables jusqu'au 31/12/2015

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 APE 6311Z TVA intracommunautaire : FR22523352607