

Pas d'embellie en vue pour le négoce agricole avant 2016

XERFI-PRECEPTA vient de publier une étude approfondie, après plusieurs mois d'enquêtes, sous le titre :

« Les négociants agricoles – Face aux bouleversements technologiques et au défi de la proximité »

Auteur de l'étude : Isabelle Senand

Voici les principaux enseignements de cette analyse de 170 pages :

Les négociants agricoles font grise mine. Ils sont de fait **pris en étau entre leurs fournisseurs** (de phytosanitaires, engrais et semences), disposant d'un rapport de force favorable, **et leurs clients** (les industriels des IAA), soucieux de faire baisser leurs coûts d'approvisionnement. Sans oublier **les préoccupations des exploitants agricoles**, dont les revenus ont reculé en 2013.

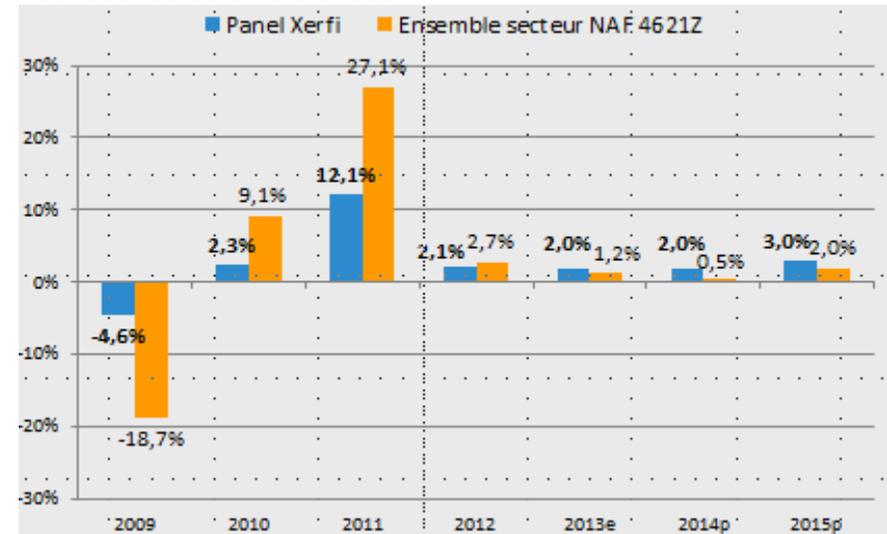
Dans ces conditions, **les perspectives de croissance des négociants resteront modestes à l'horizon 2015**. Le chiffre d'affaires des négoce agricoles progressera ainsi sur un rythme proche de 1,5% en valeur en moyenne annuelle en 2014 et 2015, reflet des tensions encore perceptibles sur les marchés en France comme à l'international. **L'activité des entreprises du panel Xerfi-Precepta** (principalement des PME) **suivra une orientation similaire, avec un taux de croissance d'environ 2,5% en moyenne par an en 2014 et en 2015**. De la même façon, le taux de marge économique brute des négociants agricoles restera bridé (4,5% en 2013).

Devenir des prestataires à forte valeur ajoutée

Ensuite, l'horizon s'éclaircira pour les négociants. **Ils profiteront à la fois d'une amélioration de leur environnement conjoncturel, et d'une demande alimentaire mondiale en hausse constante**. Les opérateurs devront toutefois relever plusieurs défis, en lien avec la mutation du secteur agricole, pour saisir les perspectives offertes par les bouleversements démographiques et sociétaux.

Le chiffre d'affaires des négociants en matières premières agricoles (céréales, semences et aliments pour le bétail)

Unité : % des variations annuelles en valeur



Estimation et prévisions Xerfi-Precepta / Sources : Xerfi-Precepta, modèle Mapsis, et INSEE

Les négociants sont de fait confrontés à des mutations ayant de profondes implications sur leur modèle d'affaires. D'abord, la **révolution numérique** bouleverse les pratiques culturelles (suivi des cultures), l'environnement des exploitants (développement de communautés virtuelles)... Autant de changements qui peuvent nécessiter une formation spécifique, susceptible d'être assurée par les négociants, via leurs technico-commerciaux.

Jouer la carte de la proximité et de la traçabilité

L'engouement actuel du consommateur pour la proximité est une opportunité à saisir pour les spécialistes du négoce agricole. **Pour en tirer parti, ils devront donc s'inscrire dans la mouvance des groupes privés et coopératifs qui mettent en avant leurs liens avec l'amont de la filière**, à l'image de Danone avec sa campagne « Nos éleveurs et vous ».

En raison de leur position d'intermédiaires au sein de la filière agricole, **les négociants** ont aussi une carte à jouer en matière de communication sur les notions de traçabilité et de proximité. Ils **détiennent en effet des informations clés sur l'origine des matières premières agricoles** et sont des acteurs de la proximité, compte tenu de leur rôle auprès des exploitants agricoles. Ils peuvent également **miser sur la proximité avec leurs clients, les agriculteurs**. Développer des relations de confiance entre négociants et exploitants agricoles est de fait l'un des enjeux majeurs de la profession.

Un secteur en train de se structurer

Si le secteur du négoce reste porteur à moyen terme, tous les acteurs n'en profiteront pas. **Le négoce se compose d'opérateurs aux profils disparates**. Les **multinationales multimilliardaires multispécialisées** comme Cargill ou Louis Dreyfus y côtoient des **coopératives agricoles**, poids lourds du négoce en France, et des **négoce privés**, souvent des PME familiales qui représentent environ 40% du marché national.

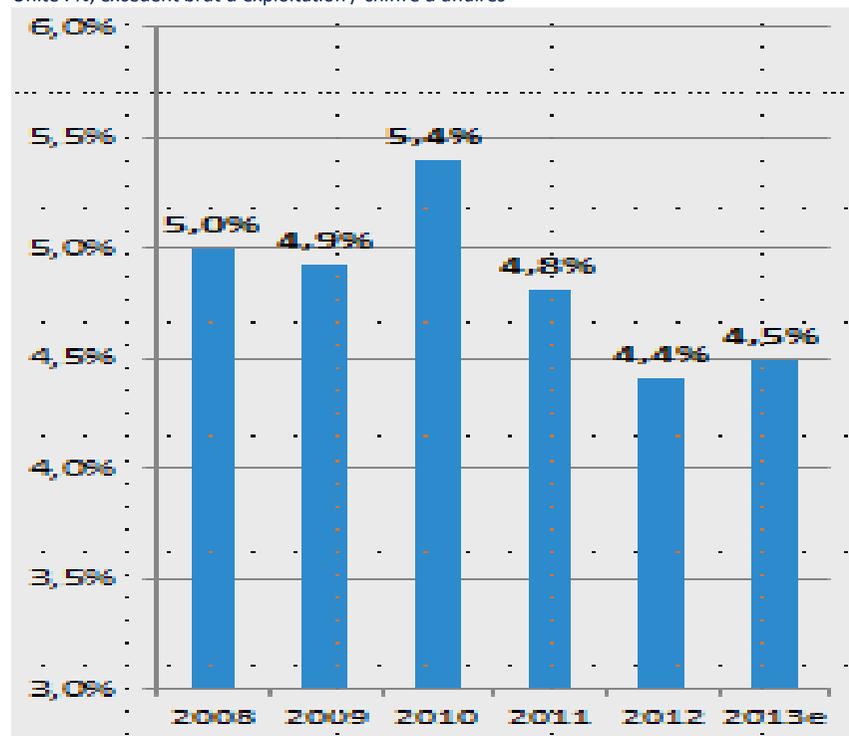
Dans un tel contexte, le secteur va forcément **se structurer sous l'effet du mouvement de concentration de l'amont à l'aval de la filière, de la modernisation de la filière agricole ou encore du potentiel de croissance des marchés alimentaires dans le monde**. Les filiales des groupes coopératifs et les négoce privés devront redoubler d'efforts pour profiter pleinement de ce dernier. La question de la taille critique demeurera en effet l'un des grands enjeux des professionnels.

Ensuite, les négoce doivent intégrer rapidement **le développement des biotechnologies** pour être à même de les diffuser au niveau des exploitations. La mise en conformité de certaines exploitations avec **les contraintes réglementaires et environnementales** (verdissement, critères de diversité des cultures...) nécessite, elle, des investissements et représente parfois des montages de dossiers complexes.

Enfin, la révolution de l'agriculture passe aussi par **la montée en puissance d'entrepreneurs dans le secteur agricole**, avec à la clé des besoins de conseils en matière de gestion. Autrement dit, **l'ensemble de ces éléments aura pour effet mécanique de renforcer la place du conseil et de l'accompagnement dans l'offre des négociants**.

Le taux de marge économique des négociants

Unité : %, excédent brut d'exploitation / chiffre d'affaires



Estimation Xerfi-Precepta / Sources : Xerfi-Precepta, modèle Mapsis

Au final, les rangs vont se resserrer autour de groupes et groupements structurés avec, à la clé, un nombre plus réduit d'entreprises de négoce. Il faudra toutefois **veiller à ce que l'accroissement de la taille moyenne des négoce ne rompe pas le lien avec les exploitants agricoles**. La proximité restera en effet centrale dans la profession.

CONTACT PRESSE :

presse@xerfi.fr

ou standard 01.53.21.81.51

QUI SOMMES-NOUS ?

XERFI-PRECEPTA, division du groupe Xerfi, est un cabinet d'analyse indépendant, qui mène des études stratégiques, publiées à sa propre initiative.

Il apporte à ses lecteurs, par son expertise professionnelle, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, l'accès à la connaissance actualisée des évolutions sectorielles, des stratégies des acteurs économiques et de leur environnement.

Les études **Precepta** fournissent des clés pour mieux comprendre les enjeux d'un secteur, les rapports de forces qui s'opèrent et les axes stratégiques en cours, ceci dans le but d'éclairer le changement stratégique.