

STRATÉGIE 2030
 COMMENT RESTER DANS LA COURSE

60 ans d'expertise
 au service des entrepreneurs
320 000 clients
12 000 collaborateurs
700 agences
64 entités
 départementales ou régionales
1 Conseil National
794 M€ de chiffre d'affaires



CONSEIL &
 EXPERTISE
 COMPTABLE



L'ancrage de l'activité agricole dans une société traversée par des ruptures commande des transformations

❑ Quête de sens et injonctions contradictoires

- ➔ Droit de l'environnement / Espace agricole mieux protégé
- ➔ Isolé dans son métier / demande de « local », santé, bien-être animal
- ➔ Caisse de résonance des réseaux sociaux / Transparence sur les pratiques



- ❑ Des défis à relever plutôt que des objets de déni : Des pionniers à la demande de vulgarisation



Le modèle agricole est chahuté d'autant que les transmissions à venir sont nombreuses

- ❑ De très grandes fermes « industrielles » mais aussi de très petites fermes.
- ❑ des logiques contractuelles ou relationnelles avec les parties prenantes,
- ❑ Des prises de participations financières, permanentes ou transitoires,



Les gens

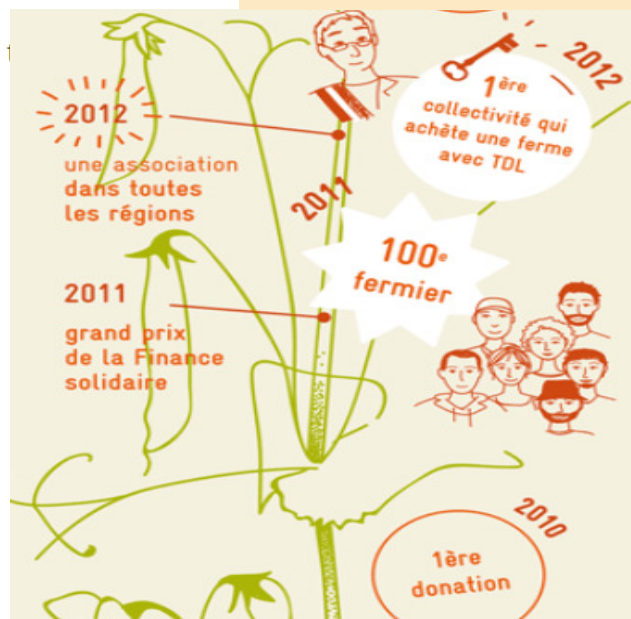
- Plus de 200 administrateurs·rices bénévoles à l'installation
- Plus de 900 bénévoles au total
- 65 salarié(e)s répartis sur toute la France
- 376 fermiers et fermières actifs
- 1 000 candidat·e·s à l'installation agricole
- 13 500 actionnaires citoyens solidaires
- 4 800 adhérent·e·s
- 10 878 donateurs·rices

Les fermes

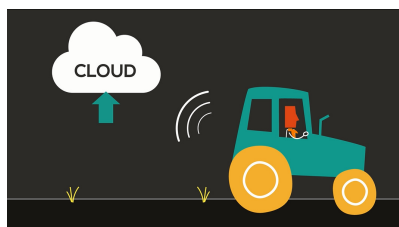
En novembre 2018

- 177 fermes acquises
- 4 253 hectares préservés

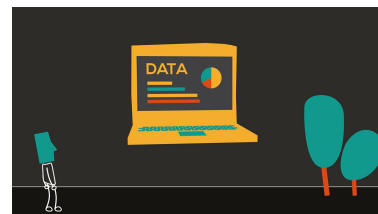
Terre de liens



Le changement technologique bouleverse le travail sur l'exploitation et pose l'enjeu de la maîtrise de la donnée



L'observation du vivant



La rémunération de la donnée



L'action

Des écosystèmes sociaux, places de conseil de rupture





Avec la plateforme,
tout devient possible !

Rendre visible des ressources jusque-là invisibles



Pôle Marchés

Pôle DATA et intelligence collective



Les politiques publiques, volontaristes sur l'environnement sont libérales en économie





Le glas du prix unique, négocié collectivement sur tout le territoire



- « L'inversion de la construction du prix : le contrat et le prix associé seront proposés par les agriculteurs, en prenant en compte les coûts de production. »
- « Peser dans les négociations grâce à un regroupement en organisation de producteurs »
- « Les organisations interprofessionnelles devront élaborer et diffuser des « indicateurs de référence » des coûts de production et des indicateurs de marché »



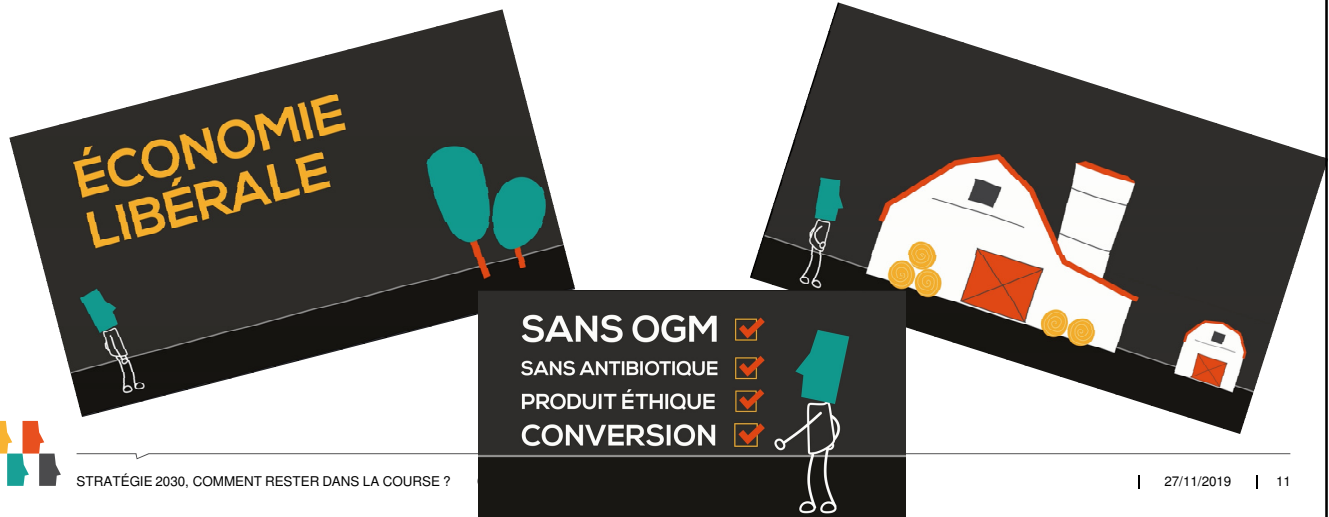
Les politiques publiques volontaristes sur l'environnement

- **Améliorer les conditions sanitaires et environnementales de production**
 - interdiction des néonicotinoïdes ; suspension de l'utilisation de dioxyde de titane
 - séparation des activités de vente et de conseil pour les produits phytosanitaires
 - protection des riverains à proximité des zones à traitement phytos.
- **Renforcer le bien-être animal**
- **Favoriser une alimentation saine, sûre et durable pour tous**
 - 50% de produits durables ou sous signes d'origine et de qualité (dont des produits bio) dans la restauration collective publique à partir du 1er janvier 2022
- **Réduire l'utilisation du plastique dans le domaine alimentaire**



Les politiques publiques, volontaristes sur l'environnement sont libérales en économie

Des chaînes de valeur multiples pour servir le local.



C'est qui le patron ?!

Prix de vente conseillé, par nous les consommateurs :

0,99 € le litre
Où va notre argent ?

Exemple du lait du consommateur

Rémunération producteurs

Alignement cours mondial = + 0 cts€
Producteur ne perd pas d'argent = +4 cts€
Producteur se paye « convenablement » = +7 cts€
Producteur « temps libre et remplacement » = +9 cts€

Origine Lait

Sans importance = + 0 cts€
France = +1 cts€

Pâturage

Pas de mise en pâturage = + 0 cts€
Pâturage 3 mois = + 1 cts€
Pâturage 6 mois = + 6 cts€

Alimentation hors pâturage

OGM / Sans OGM = + 5 cts€
Sans Oméga 3 (Luzerne, etc.) / Avec = + 2 cts€

... Origine des fourrages (France, moins de 100km), Emballage (brique avec bouchon)



0,05 € de TVA

0,39 à 0,41 € vers le producteur

0,48 à 0,50 € vers le collecteur, le conditionneur, la logistique, le distributeur







0,05 € vers

C'est qui le Patron ?! (SAS)
Assure un rôle d'expert sur les produits et aide à leur

& La Société des Consommateurs (SCIC)
Assure un rôle de décisionnaire et oriente l'initiative :



C'est qui le patron ?!

Enseignes physiques	Lait demi-écrémé	Pizza	Beurre bio doux demi-sel	Pâtes Coquillettes Torsades	Jus de pommes	Œufs x6 x12	Purée de pommes x4 en conserve	Salade	Steak haché surgelé 5% 12% 15%	Fromage blanc	Miel
	5 MI de lait espérés ; tout de suite 33 MI, puis double l'année suivante, 102 MI en juin 2019.										
	Les œufs : 8M d'œufs vendus										
	1 ^{er} beurre bio vendu sur le marché										
	Une appli pour noter la mise en valeur du produit dans les magasins										
	Pas de commerciaux ni de pub à la télé, mais 2000 articles de presse										
	Un peu plus de 2000 producteurs										



Les moteurs d'une décision de transformation

❑ Quête de sens et injonctions contradictoires

- Les modes de production sont en train d'évoluer par delà les pionniers
- Le changement technologique bouleverse le travail sur l'exploitation et pose l'enjeu de la maîtrise de la donnée
- Les politiques publiques, volontaristes sur l'environnement, sont libérales en économie

❑ Le modèle agricole est chahuté

- De très grandes fermes « industrielles » mais aussi de très petites fermes.
- En « circuit court » ou sur le marché « production locale » :
- Des prises de participations financières, permanentes ou transitoires,

❑ Les stratégies de gamme commandent les voies de différenciation

- Le grand export se segmente
- Les injonctions sociétales portent de nouvelles segmentations : voie sans OGM, sans antibiotiques, produits éthiques,...

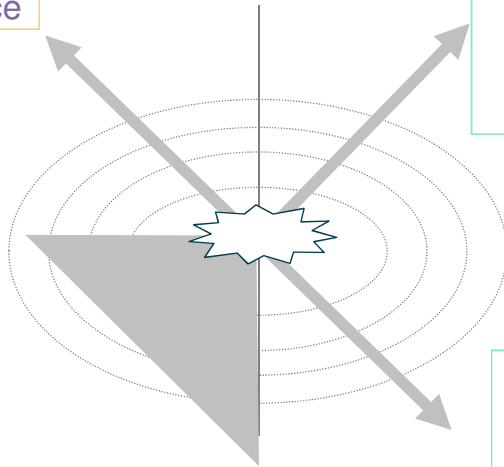


Les problématiques concrètes à intégrer

Ajuster volumes et performance

Changer de pratiques, déplacer le système

S'impliquer plus loin dans la chaîne de valeur



Les problématiques concrètes à intégrer

Faire un pas vers la « firme » en ouvrant le capital

Produire des volumes supplémentaires au coût marginal

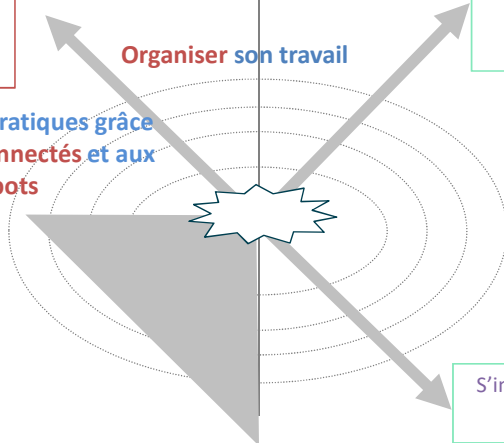
Ajuster volumes et performance

Changer de pratiques, déplacer le système

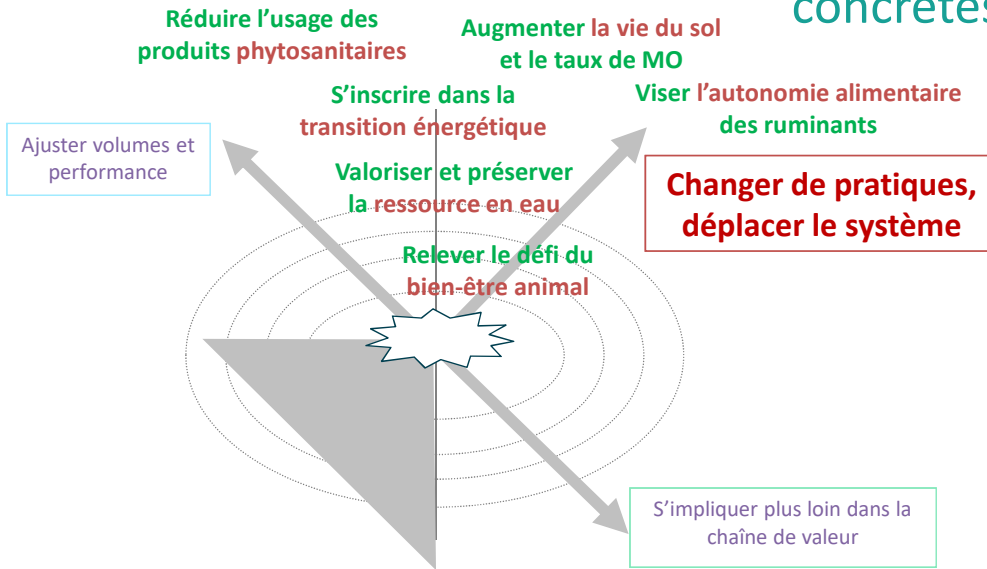
adapter ses pratiques grâce aux objets connectés et aux robots

Organiser son travail

S'impliquer plus loin dans la chaîne de valeur



Les problématiques concrètes à intégrer

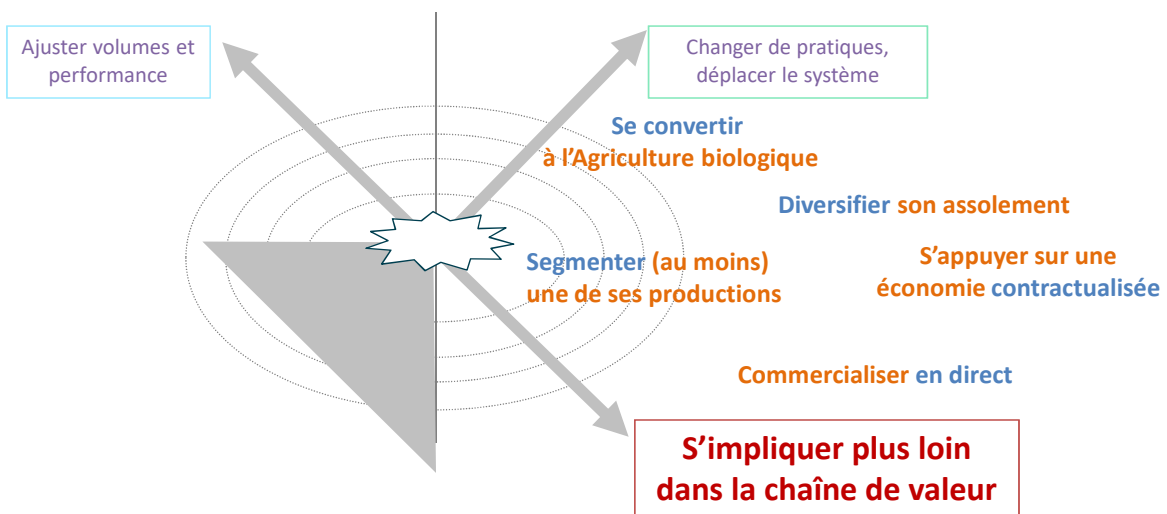


27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

17

Les problématiques concrètes à intégrer



27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

18

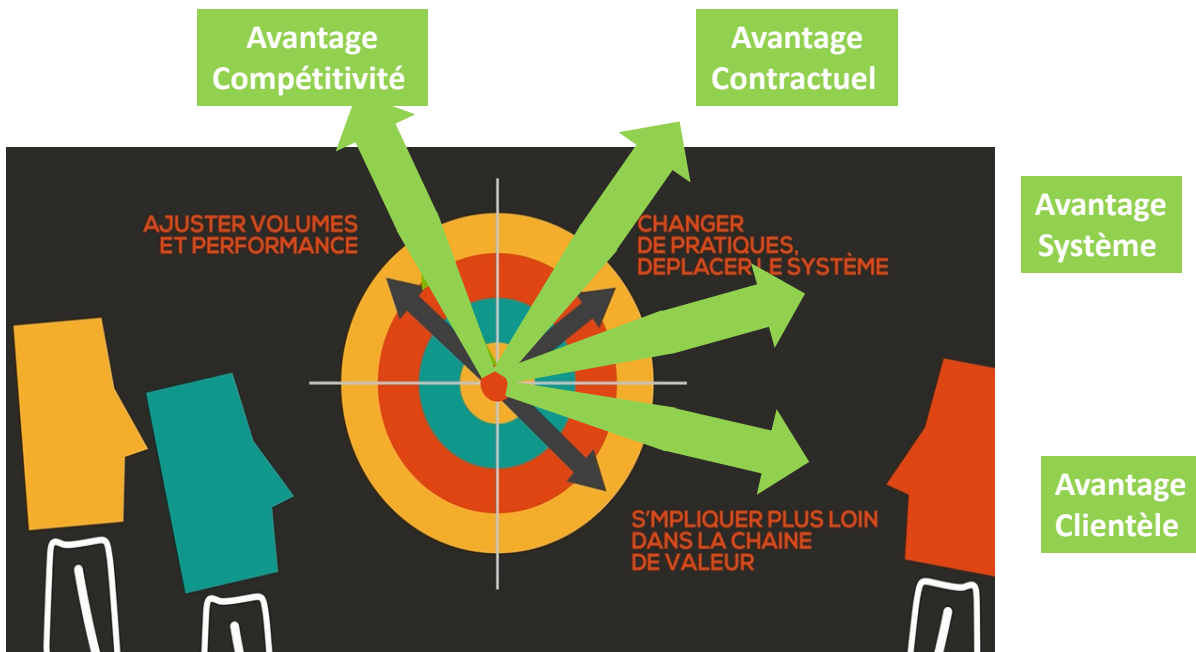
Quels choix stratégiques ?



27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

19



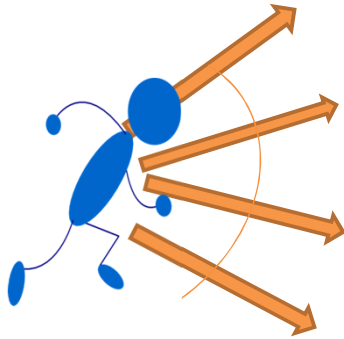
27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

20

Stratégie 2030 – comment rester dans la course ?

- **Quatre options stratégiques**



- Toutes ont leur raison d'être et coexisteront dans tous les territoires au cours des années à venir.
- Elles prendront différentes formes selon les lieux et les secteurs d'activité, les dynamiques économiques filières, les relations parties prenantes et clients.

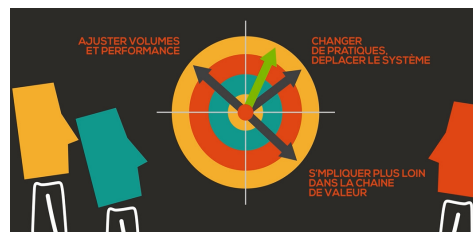
27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

21

Potentiel
Volume
Logistique RSE Ristourne Image
Régularité BtoB Technologie
Innovation

Avantage Contractuel



Une stratégie de segmentation et contractualisation de tout ou partie de sa production



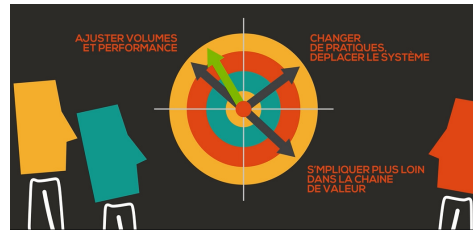
27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

22



Avantage Compétitivité



Une stratégie de développement des volumes sur des créneaux standards fortement concurrentiels.



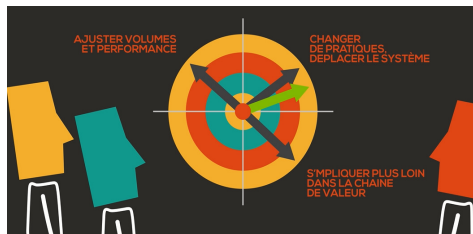
27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

23



Avantage Système



Une stratégie de conversion et d'inscription dans une dynamique de filière différenciée



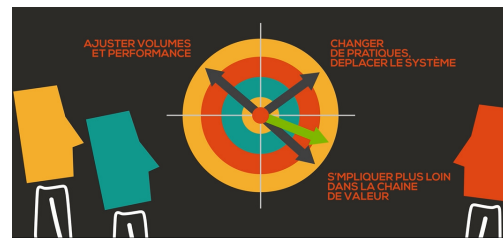
27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

24

Qualité
 Accueil
 Interactivité
 Transparence
 Marketing-digital
 Innovation
 Variété

Avantage Clientèle



Une stratégie d'engagement vers le consommateur final, valorisant savoir-faire, image locale et/ou signe de qualité



27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
 Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

25

4 grandes trajectoires stratégiques

Avantage compétitivité

Concurrence sur le standard



Je peux tenir mieux que mes concurrents

Avantage contractuel

Au moins une source de valeur ajoutée distinctive (sans OGM, sans antibiotiques,...)



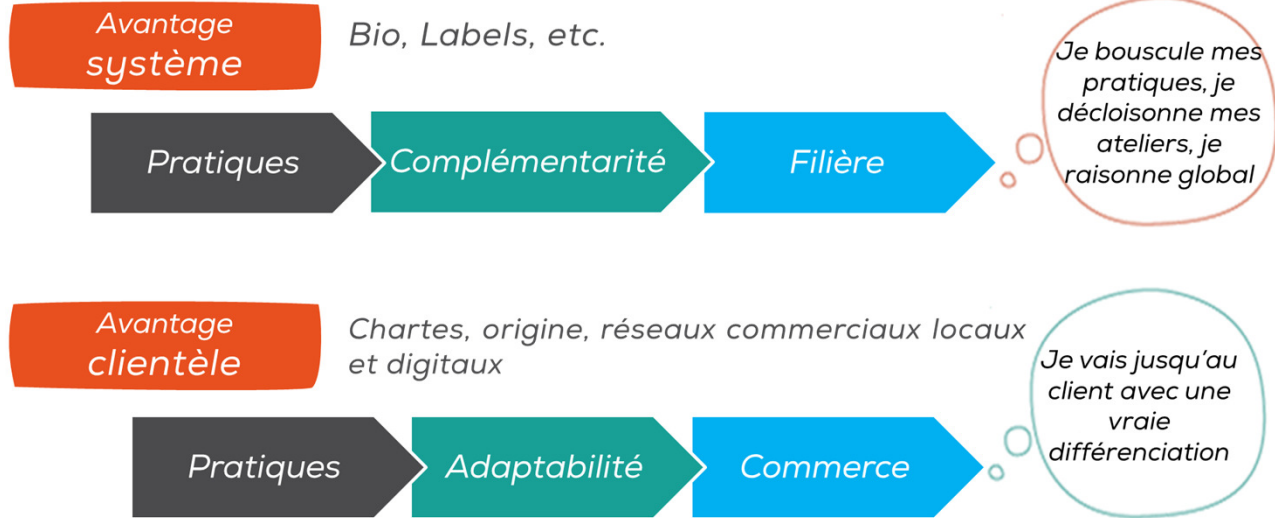
Je veux quelque chose qui sécurise et valorise

27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
 Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

26

4 grandes trajectoires stratégiques

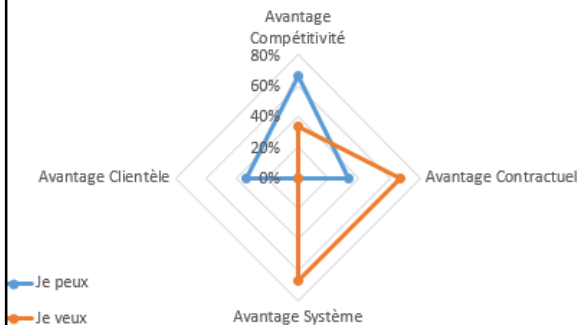


27/11/2019

Stratégie 2030, comment rester dans la course ?
Colloque gestion Drummondville Cerfrance 2019

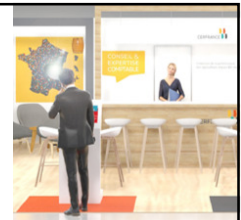
27

Votre profil stratégique 2030



L'heure des choix

- **Des choix ressortent-ils ?**
→ Attention à l'universalisme ou au saupoudrage



- **Force et Inclination sont elles alignées**

Pour aller plus loin



= PROFIL DU DIRIGEANT



STRATÉGIE 2030, COMMENT RESTER DANS LA COURSE ?

COLLOQUE GESTION DRUMMONDVILLE

CERFRANCE 2019

| 27/11/2019 | 28

merci

