

TRIBUNE

Agri-Agro Industries : la nature est notre futur, vive la révolution végétale.

*Des offres métiers verticales
et interopérables.*

Février 2021

Par Christophe Adam, Product Marketing
Manager, Sage X3 chez Sage France

Exportations et internationalisations de la filière agricole et agroalimentaire

Quelques Chiffres et constats

Avec environ 375 000 exploitations agricoles et 18 000 entreprises agroalimentaires, dont 68 % de micro-entreprises, le secteur agricole et agroalimentaire est un pilier de l'économie française. Ce secteur représente 3,5% du PIB et 5,5% des emplois.

La projection à l'international des entreprises françaises est un levier de croissance.

Force est de constater que nos filières montrent des signes de faiblesse sur les marchés extérieurs alors que la demande mondiale est en expansion.

Le solde commercial des produits agricoles bruts est négatif pour la première fois depuis 30

ans, passant de + 0,2 Md € en 2016 à - 0,5 Md € en 2017 (principalement en raison de la hausse des importations de fruits et de la baisse des exportations de céréales, dont la mauvaise récolte en 2016 a eu un impact sur nos exportations jusqu'en août 2017), celui des produits agroalimentaires transformés se situe à 6,2 Md €.

Une image d'excellence

La France bénéficie de la reconnaissance, partout dans le monde, de la qualité et de l'excellence de ses produits, à l'image de la gastronomie française inscrite par l'Unesco au patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

En 2017, l'excédent des produits agricoles et agroalimentaires atteint 5,7 Md €. Les produits agroalimentaires (bruts et transformés) constituent le troisième excédent commercial de la France.

« Sage accompagne les acteurs de la filière agricole et agroalimentaire de par sa présence à l'international (23 pays), mise sur la verticalisation et l'expertise métier pour répondre aux enjeux. »

Des positions fragiles

Certaines de nos positions commerciales restent fragiles et la France perd régulièrement des parts de marché dans un contexte de compétition mondiale accrue. Ainsi, au niveau mondial (y compris UE), les

parts de marché des exportations agroalimentaires françaises sont passées de 7,7% en 2000 à 4,5% en 2016. En particulier, la baisse des parts de marché s'est accrue à l'intérieur de l'UE, passant de 12,5% de parts de marché en 2000 à 7,5% en 2016.



Le rayonnement des entreprises

Le rayonnement international de l'agroalimentaire français repose sur un nombre limité d'entreprises. Alors que 80% des entreprises agroalimentaires allemandes exportent leurs produits, cette part n'est que de 25% en France.

Les grandes entreprises internationales et les entreprises de taille intermédiaire qui ne représentent que 10% du nombre d'entreprises agroalimentaires en France, réalisent aujourd'hui les 2/3 du chiffre d'affaires du secteur à l'export. Seules 6% des entreprises agroalimentaires ont un chiffre d'affaires à l'export supérieur à 50%.

Notre performance à l'export s'appuie par ailleurs sur un nombre très réduit de secteurs que sont les vins et spiritueux, les semences, les céréales et oléagineux et dans une moindre mesure les produits laitiers.

Une demande mondiale en expansion

Dans un contexte mondialisé caractérisé par la croissance de la population, l'accélération des changements climatiques et la persistance de nombreux foyers de conflits, l'agriculture restera une activité stratégique au cours du 21^e siècle.

Pour faire face à la hausse de la demande alimentaire, notamment en Afrique, il convient à la fois d'appuyer le développement de filières locales et l'accroissement durable de la productivité agricole dans tous les pays du monde, mais également de favoriser les dynamiques commerciales et logistiques permettant d'assurer une meilleure sécurité alimentaire.

(Les échanges mondiaux de produits agricoles et agroalimentaires croissent de + 8 % par an depuis 2000, soit un triplement en 15 ans)

« C'est de la responsabilité de la France de contribuer aux équilibres alimentaires mondiaux. »

Défi d'une reconquête de marché et d'un développement de nos parts de marché

Stratégie et internationalisation

Pour certaines filières et certains secteurs, l'exportation n'est pas toujours perçue comme un

objectif en soi nécessitant une stratégie à mettre en œuvre sur la durée incluant notamment un travail spécifique pour proposer des produits adaptés aux demandes des marchés cibles, mais plutôt comme une alternative lors de tensions sur le marché français. À ce titre, par rapport à nos concurrents, la France peut souffrir d'un déficit de « culture de l'exportation ».

Répondre à la demande et aux besoins croissants des clients internationaux

Ceci doit nécessairement se faire en cohérence avec les politiques de développement et notamment : transition vers une agriculture durable respectueuse du climat et économe en ressources, lutte contre l'insécurité alimentaire en complémentarité des productions locales, défense des agricultures familiales et de l'agroécologie, lutte contre le gaspillage, les accaparements de terre.

Partenariat d'investissement

La stratégie de Sage est très ambitieuse sur la filière agricole et agroalimentaire.

Sage et son écosystème de partenaires ont contribué à développer des verticaux métiers basés sur Sage X3 à savoir sur les activités :

- De la semence
- Du vin, alcool, champagne et spiritueux
- Agroalimentaires
- Centrales d'achats d'agrofournitures

Les objectifs de la filière

- > Gagner des parts de marché en Europe et à l'international
- > Développer la présence de tous les secteurs et améliorer la balance commerciale de l'ensemble des filières
- > Augmenter le nombre d'entreprises positionnées à l'export
- > Favoriser l'investissement responsable des entreprises à l'international
- > D'accompagnement existants au niveau national et communautaire.
- > Ouvrir de nouveaux marchés
- > Favoriser l'adéquation de l'offre Française à la demande du marché
- > Promouvoir les produits Français
- > Développer et partager la veille stratégique
- > Soutenir le développement international

« Sage, acteur de référence pour la filière agricole et agroalimentaires. »

L'ERP métier au service de la stratégie

Sage a des velléités stratégiques de construction d'un ERP métier basé sur Sage X3 pour les coopératives céréalères et plateformes logistiques Seveso.

Face aux enjeux et aux problématiques métiers en perpétuelle mouvance, force est de constater que les solutions métiers et les éditeurs existants n'apportent plus l'accompagnement adéquat.

Incapacité :

- À investir à la hauteur des enjeux métiers et technologiques,
- À opérer et accompagner les acteurs sur la transformation digitale
- À apporter une expertise métier pertinente
- À accompagner la stratégie de la filière sur l'exportation et l'internationalisation...

Face à ces constats, Sage a toute la capacité et l'envergure pour devenir l'acteur référent pour les coopératives céréalères.

Favoriser le retour sur investissement

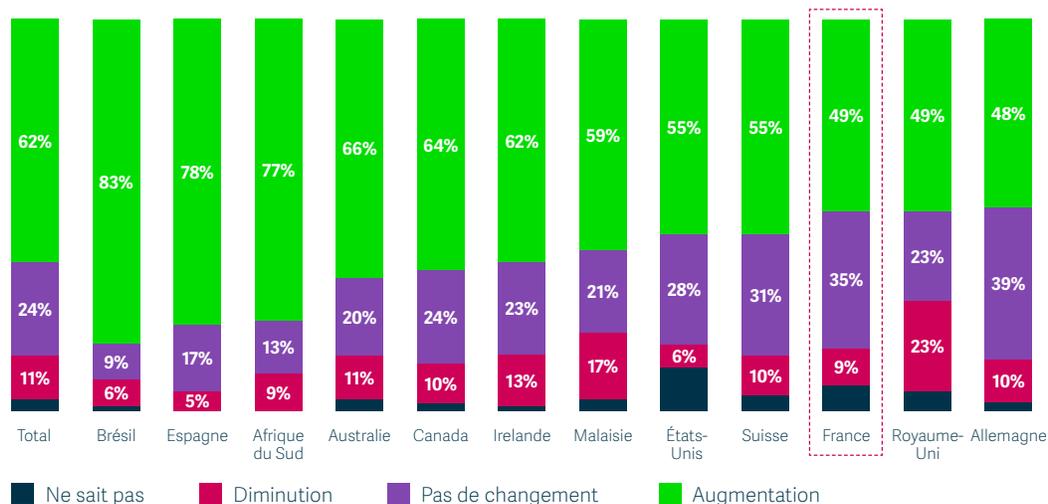
Sage est reconnu par les experts et ses clients comme générateur de retour sur investissement.

Agilité des ERP métiers Sage

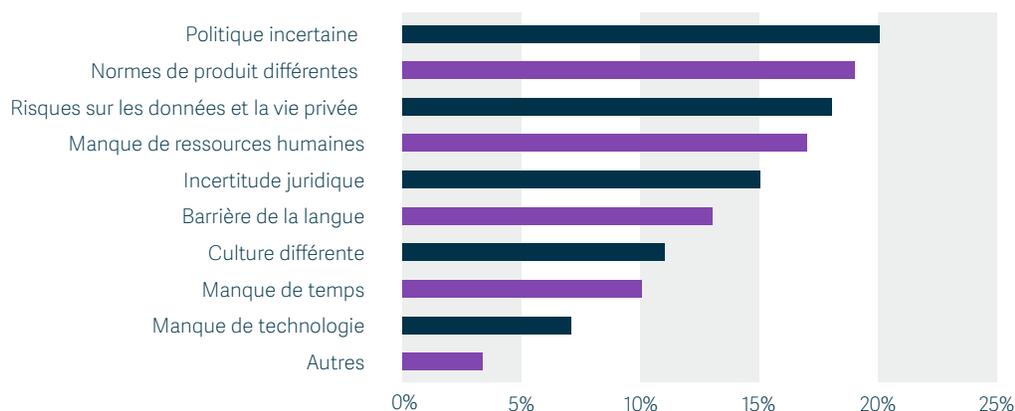
La stratégie et les enjeux des entreprises évoluent. L'agilité de l'ERP Sage est essentielle et le système d'information ne doit pas être un frein.



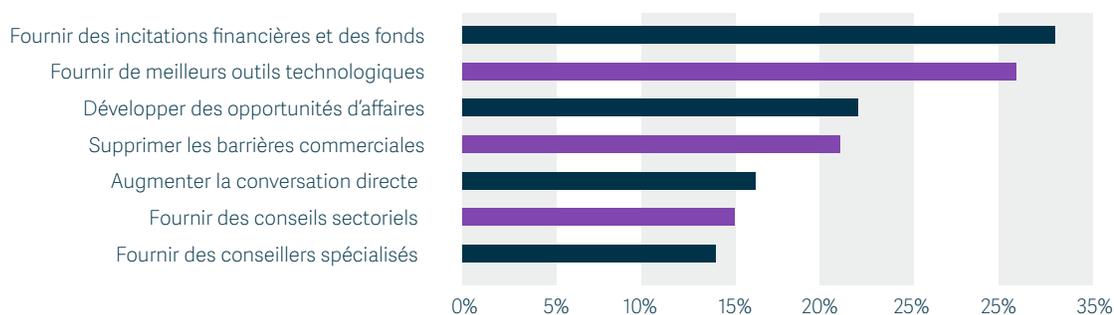
Perspective d'évolutions des transactions avec les clients et les fournisseurs perçue par le marché



Principaux obstacles à la capacité des organisations à investir dans les échanges internationaux au cours des 12 prochains mois



Comment le gouvernement peut-il mieux soutenir l'aspiration d'une organisation à accroître le volume des échanges commerciaux qu'elle réalise à l'international ?



Sage X3, l'ERP multi-localisations comptable, multi-langues, garant des réglementations...

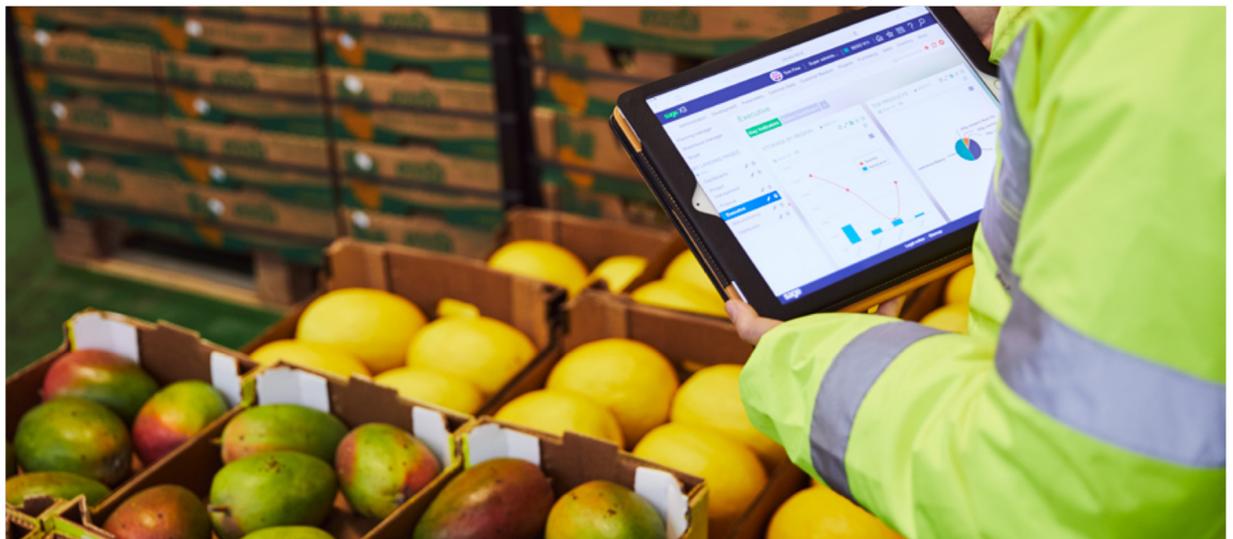
Les exportations...Quelques chiffres

Parmi ceux qui exportaient des biens, la principale destination était l'Europe de l'ouest (48%). Les autres marchés d'exportation importants sont les États-Unis (38%), l'Europe de l'Est (29%) et la Chine (27%).

Les États-Unis sont le pays le plus importé (35%), suivis de près par les importations en provenance d'Europe occidentale (33%) et de Chine (32%).

L'année prochaine, l'Europe devrait rester le principal marché avec lequel les entreprises françaises cherchent à commercer, la moitié (52%) l'ayant classée comme marché prioritaire. Au-delà des frontières européennes, un sur cinq (22%) considère l'Amérique du Nord et (16%) l'Asie comme marché prioritaire.

Interrogées sur les principaux obstacles aux échanges internationaux, les entreprises françaises ont plus tendance à citer l'incertitude politique (20%), les normes de produits différentes (19%) et le manque de ressources humaines (17%).



Fort d'expériences dans le secteur industriel et autour des solutions ERP en tant que consultant, avant-vente et responsable produit, Christophe Adam a rejoint Sage pour le rôle de Product Marketing Manager sur l'offre Sage X3.

Pour plus d'informations et être mis en relation avec un expert :

Tél.: +84 28 6670 6050

contact@ekino.vn | sagex3.ekino.vn

© 2021, The Sage Group plc ou ses partenaires. Tous droits réservés. Sage S.A.S, Société par Actions Simplifiée au capital de 6 750 000 €
Siège social : 10 place de Belgique, 92250 La Garenne Colombes - 313 966 129 RCS Nanterre - Les informations contenues dans ce document peuvent faire l'objet de modifications sans notification préalable.