

A photograph of a person's hands holding a black tablet computer and several stalks of golden wheat. The person is wearing a red and black plaid shirt. The background is a vast, golden wheat field under a bright sky. A semi-transparent red banner is overlaid at the bottom of the image, containing the title and subtitle.

Coopératives agricoles françaises

Relever le défi de l'innovation

1. La position clé des coopératives agricoles françaises

Les coopératives agricoles : des leaders de l'agroalimentaire en France

Place des coopératives agricoles dans le top 25 de l'agroalimentaire en France

	Rang
	4 ^e
	5 ^e
	6 ^e
	8 ^e
	9 ^e
	15 ^e
	20 ^e
	23 ^e
	25 ^e

9 coopératives agricoles dans le top 25 de l'agroalimentaire

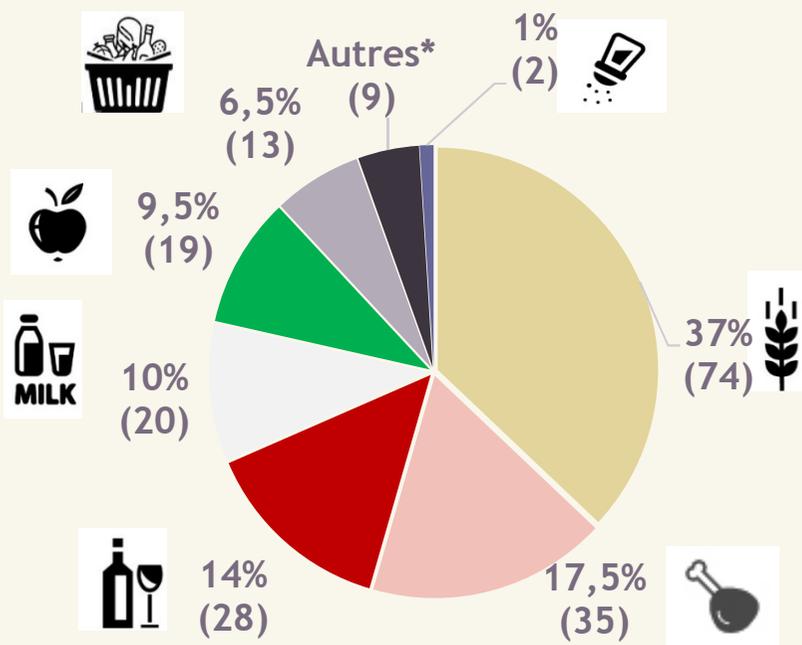
Croissance moyenne Top 25 de l'agroalimentaire en France en 2016	+ 3,7%
Croissance moyenne coopératives agricoles	+ 8,3%
Croissance moyenne groupes privés	-0,5%

- ➔ Les 9 coopératives présentes dans le top 25 de l'agroalimentaire surperforment en cumul les groupes privés en 2016.
- ➔ Les coopératives agricoles du top 25 de l'agroalimentaire ont vu leur chiffre d'affaires augmenter en moyenne de 8,3% entre 2015 et 2016. Si on enlève Cristal Union, pour laquelle le chiffre d'affaires a été calculé sur 16 mois, leur progression moyenne est de 3,3%.

3. Observatoire Top 200 : la place des filières

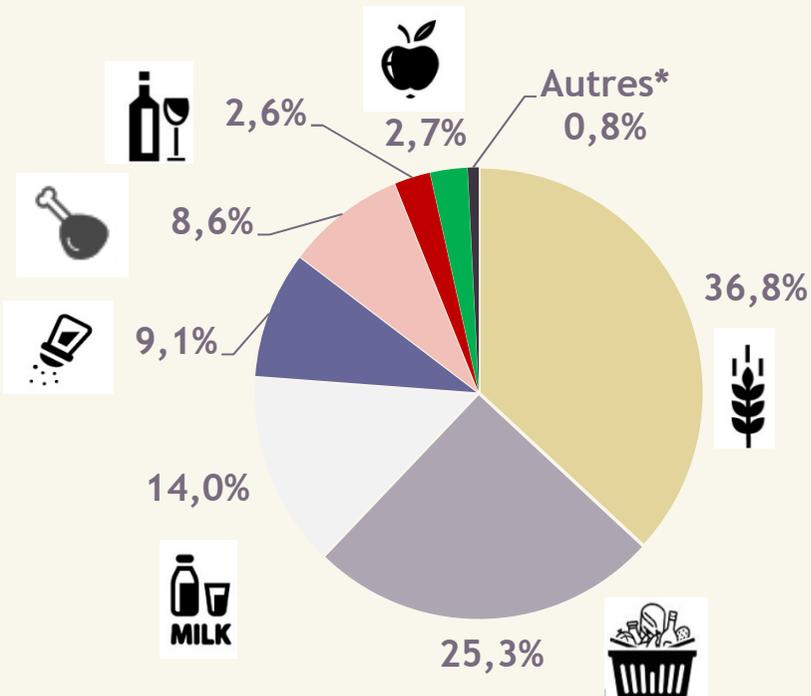
Les coopératives céréalières sont surreprésentées dans le top 200

Répartition des effectifs d'entreprises du top 200 par filière (en %) (1)



(1) Le nombre de coopératives par filière est précisé entre parenthèses
 * Autres : insémination, lin, horticulture, luzerne, poisson
 Source : Les Echos Etudes

Répartition du CA du top 200 par filière (en %)



* Autres : insémination, lin, horticulture, luzerne, poisson
 Source : Les Echos Etudes

- ➔ Les coopératives céréalières sont les plus représentées au sein du top 200 avec 37% des effectifs et près de 37% du chiffre d'affaires cumulé.
- ➔ Les coopératives spécialisées en viande sont également bien représentées (17,5% des effectifs) mais, par contre, pèsent moins lourd en termes de chiffre d'affaires (8,6% du chiffre d'affaires cumulé).
- ➔ Les coopératives viticoles sont généralement des petites structures : elles représentent 14% des effectifs mais seulement 2,6% du chiffre d'affaire cumulé. La première coopérative viticole n'apparaît qu'en 44^e position au sein du top 200.
- ➔ A l'inverse, les coopératives polyvalentes ne représentent que 6,5% des effectifs mais 25,3% du chiffre d'affaires cumulé. Cela s'explique par le fait que 8 coopératives polyvalentes sont parmi les 20 premières coopératives françaises.

Les différentes formes d'innovation des coopératives agricoles

L'innovation dans les modes de distribution : Cavac avec Produit Ici



- ➔ Le groupe coopératif Cavac a lancé en juin 2017 le site www.produitici.fr. Ce site regroupe les adhérents de la coopérative ayant une activité de vente à la ferme et les met en relation avec les consommateurs souhaitant s'approvisionner localement.
- ➔ Le principe est simple. En entrant son code postal, l'internaute visualise, sur une carte, tous les agriculteurs « Produit Ici » géolocalisés dans un rayon de 20 à 30 km autour de chez lui.
- ➔ Chaque exploitation a une page dédiée et personnalisée sur laquelle elle indique ses dates et horaires de vente, présente son activité, parle de son métier. L'internaute peut prendre contact et réaliser une réservation, mais pas de paiement. Le retrait des marchandises et le règlement se font à la ferme.
- ➔ Une cinquantaine de producteurs ont été référencés au lancement du site mais ils seront 150 à 200 d'ici la fin 2017. L'offre est également amenée à se diversifier. Elle se compose d'un large choix de viandes (bœuf, porc, lapin, agneau, volailles...), de fromages et de légumes secs et des produits bio.
- ➔ Ce site est complémentaire du site Terre de Viande car, comme le précise Christophe Ménoret, responsable du développement des circuits courts chez Cavac, « *Chez Terre de Viande, 80 % des clients, livrés à domicile, habitent hors de Vendée et le plus souvent en zone urbaine, notamment dans les grandes villes. Avec Produit Ici, nous visons avant tout une clientèle locale et rurale, qui cherche de plus en plus à recréer du lien avec les producteurs locaux, à l'échelle de notre territoire.* » (Communiqué de Presse, 15/06/2017)

« Nous sommes dans les circuits courts mais avec une approche un peu différente car nous allons mettre en relation directement le producteur avec le consommateur et ce sans paiement en ligne. Il peut y avoir une précommande qui se fait en ligne mais la relation commerciale avec le consommateur reste entre les mains du producteur. Il n'y a pas de livraison mais c'est bien le consommateur qui vient chercher son produit. On se rapproche un peu de ce que font les AMAP et il s'agit plutôt d'avoir une plateforme de mise en relation et de géolocalisation, pour que le consommateur s'y retrouve. »

Sébastien Aumont, Directeur Innovation & Communication Cavac,
Entretien Les Echos Etudes, 06/10/2017

« Pour le moment cette initiative a été portée plutôt à la demande des adhérents des groupements des productions animales, qui travaillent pour certains avec le groupement pour une partie de leur production mais qui ont aussi une activité de vente à la ferme. Comme Cavac les accompagnait déjà sur la commercialisation du circuit long, ils se sont demandés si nous ne pourrions pas également les accompagner sur la commercialisation en circuit court. »

Sébastien Aumont, Directeur Innovation & Communication
Cavac, Entretien Les Echos Etudes, 06/10/2017