



COMMENT ENFIN RÉUSSIR SA COMMERCIALISATION

– LE GUIDE EN 10 ÉTAPES –

SOMMAIRE

p.04 / **ÉTAPE 01**
Comprendre le
contexte de volatilité

p.06 / **ÉTAPE 02**
Choisir son mode
de commercialisation

p.08 / **ÉTAPE 03**
Maîtriser le principe de
couverture et la notion
de prix objectif

p.11 / **ÉTAPE 04**
S'informer et appréhender
l'incertitude des marchés

p.14 / **ÉTAPE 05**
Identifier les contraintes
de l'exploitation

p.17 / **ÉTAPE 06**
Connaître le
marché à terme

p.20 / **ÉTAPE 07**
Connaître les options

p.24 / **ÉTAPE 08**
Passer à l'action
sans hésitation

p.26 / **ÉTAPE 09**
Suivre son exposition
au risque

p.29 / **ÉTAPE 10**
Écrire son plan de
commercialisation

LE GUIDE POUR RÉUSSIR SA COMMERCIALISATION

La commercialisation est devenue depuis le milieu des années 2000 l'enjeu économique n°1 des exploitations céréalières.

De l'euphorie au désarroi, les émotions sont très fortes pour ceux qui se frottent directement au marché avec des résultats qui ne sont hélas pas toujours à la hauteur des attentes.

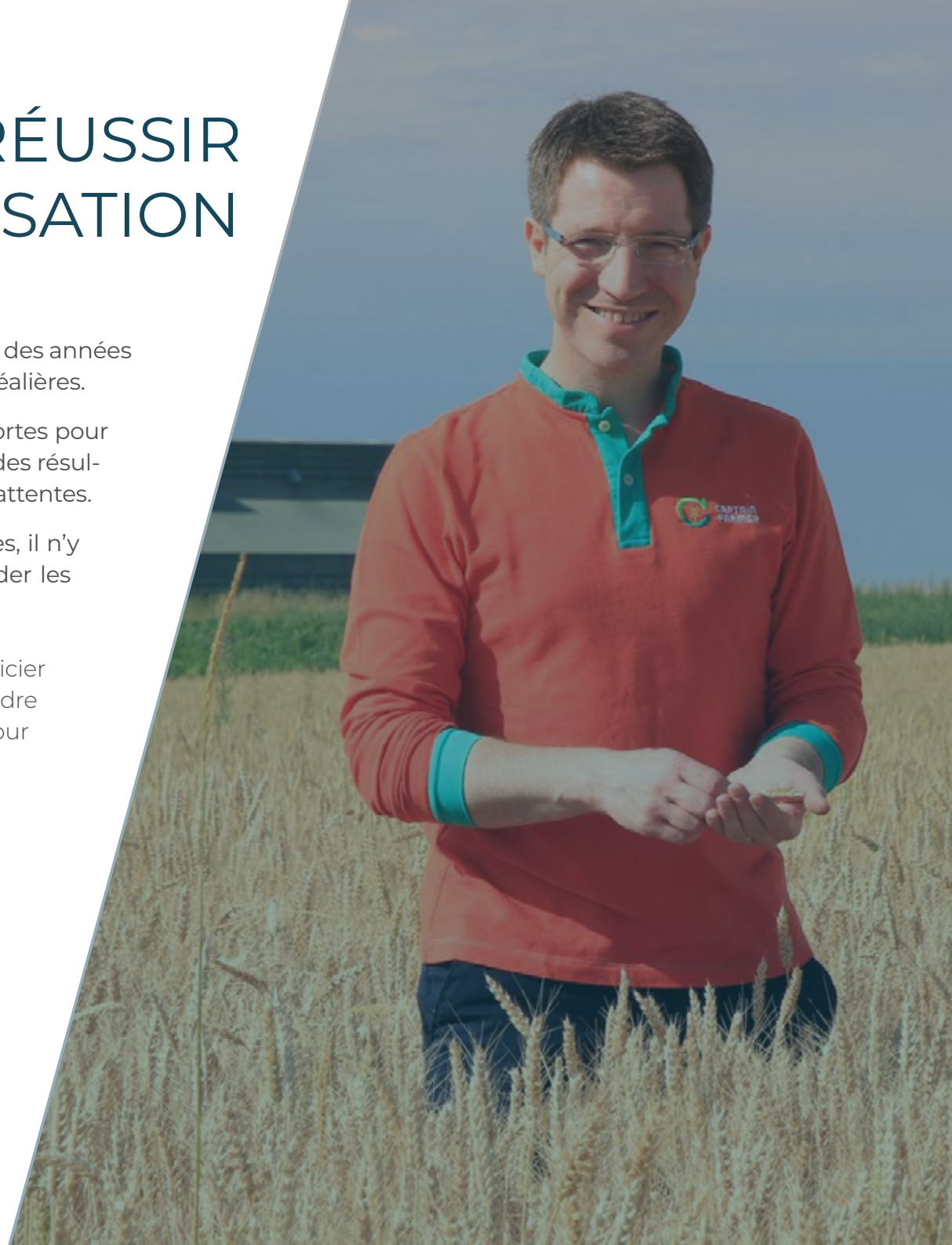
Même si le marché nous réserve bien des surprises, il n'y a pas de fatalité. Pour réussir il faut travailler, garder les pieds sur terre et avoir la bonne méthode.

Avec ce guide vous allez justement pouvoir bénéficier de notre méthode éprouvée. Et enfin comprendre quels sont les points essentiels à mettre en place pour réussir votre commercialisation.

Grâce à nos 10 étapes clefs vous allez progresser dans votre approche du marché. Vous gagnerez en sécurité, en sérénité et en performance !

Sébastien PONCELET

Captain



COMPRENDRE LE CONTEXTE DE VOLATILITÉ

Le marché des grains affiche une très grande volatilité depuis le milieu des années 2000 avec des avantages et inconvénients.

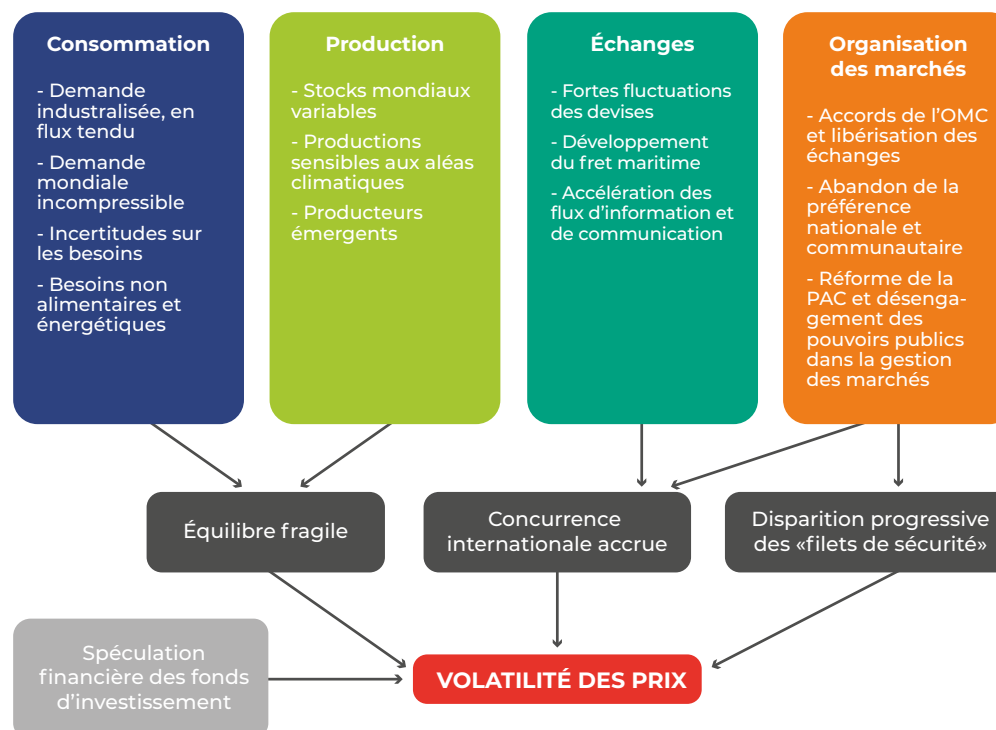
INCONVÉNIENTS :

La volatilité génère de l'**incertitude** et donc du risque pour quiconque opère sur les marchés. Si subitement les cours s'effondrent ne serait-ce que quelques jours, le risque est de **paniquer**, de tomber dans le piège et de vendre au pire moment avant le rebond.

AVANTAGES :

La volatilité provoque aussi de belles **opportunités** à saisir sur les marchés. Si subitement les cours se mettent à s'envoler, en profiter pour vendre à un bien meilleur prix juste avant que le « soufflé » ne retombe améliorera fortement la moyenne de vente.

FACTEURS D'INFLUENCE DU MARCHÉ



La volatilité des prix est désormais structurelle. Les variations de prix **de plus de 50 €/t par campagne** sont désormais la norme.

Face à de telles amplitudes, **vous allez devoir mettre en place une méthode de vente et utiliser des outils adaptés.**



CHOISIR SON MODE DE COMMERCIALISATION

POUR QUEL MODE DE COMMERCIALISATION SUIS-JE FAIT ?

1) La situation des marchés et des récoltes à travers le monde...

- J'adore suivre ce qu'il se passe.
- △ La situation des marchés et des récoltes ne m'intéresse pas.

2) Le temps à consacrer au suivi du marché...

- J'aime consacrer du temps au suivi du marché et au suivi de mes ventes.
- △ Je n'ai pas de temps à consacrer au suivi du marché et au suivi de mes ventes.

3) S'occuper de la commercialisation de ma récolte...

- Je trouve que prendre mes propres décisions de vente est un acte légitime et indiscociable de mon métier de chef d'entreprise.
- △ Je trouve que mon métier c'est principalement de produire et pas forcément de vendre.

4) Prendre des décisions...

- Je sais gérer mes prises de risque, me décider et j'assume mes décisions.
- △ J'ai des difficultés à gérer mes prises de risque, j'ai du mal à me décider et je regrette souvent mes ventes passées.



MAX DE ○

Je suis fait pour vendre à **prix de marché**.
J'assume ma commercialisation.



MAX DE △

Je suis fait pour vendre à **prix de campagne**.
Je délègue ma commercialisation.

A RETENIR

Entre le prix de marché et le prix de campagne, il n'y a pas **une** bonne solution, mais **la** solution qui **vous convient le mieux**.

Ce n'est pas une question d'opportunité, mais de **choix de fonctionnement** dans son entreprise.

D'ailleurs un mix des deux peut être effectué (50 % prix de marché / 50 % prix de campagne, ou autre proportion) afin d'assumer une partie de la gestion et d'en déléguer une autre partie.

Le tout c'est de se sentir à l'aise et d'être serein dans le système que l'on a choisi.



MAÎTRISER LE PRINCIPE DE COUVERTURE ET LA NOTION DE PRIX OBJECTIF

Vendre au plus haut du marché, c'est le rêve de tout producteur. Mais autant le dire tout de suite : **la solution toute faite pour vendre au plus haut n'existe pas.**

Le plus haut, on le ne connaît que quand les prix redescendent et puis tant que la campagne n'est pas terminée, on peut toujours atteindre un nouveau plus haut.

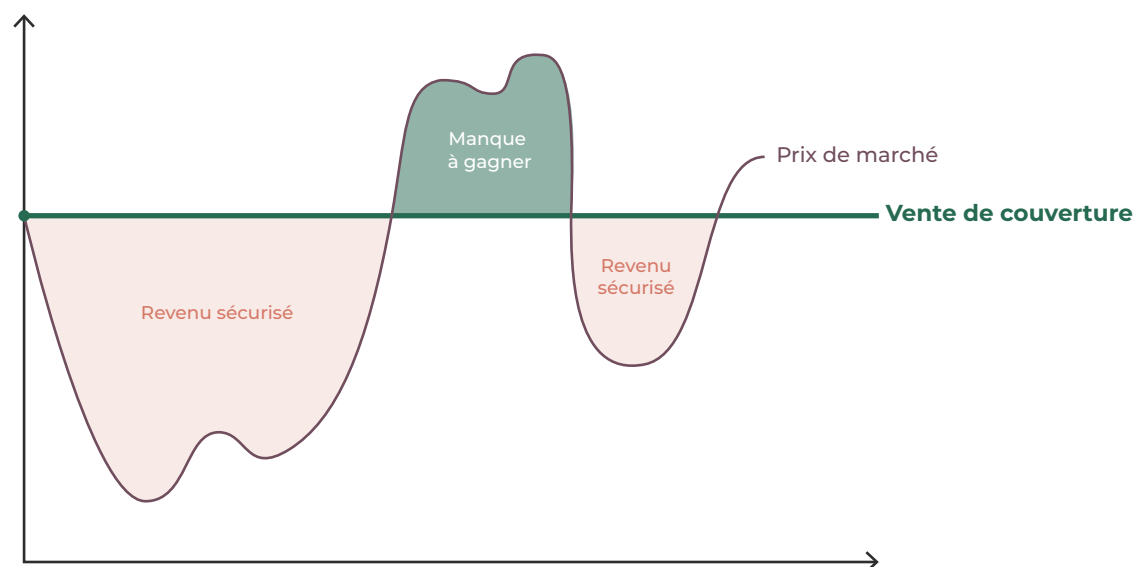
À trop s'accrocher à cet objectif inatteignable, on fait les plus grosses erreurs. On attend trop longtemps. On ne vend jamais. Et on finit par lâcher dans les creux du marché après avoir loupé de belles opportunités de revenus.

*James de Rothschild, qui fut l'homme de France le plus riche sous la monarchie de Juillet et qui a inspiré Balzac et Zola, donnait ce conseil : « **J'ai fait fortune en vendant toujours un peu trop tôt.** »*

COMMENT CONTRER LA VOLATILITÉ DES PRIX ?

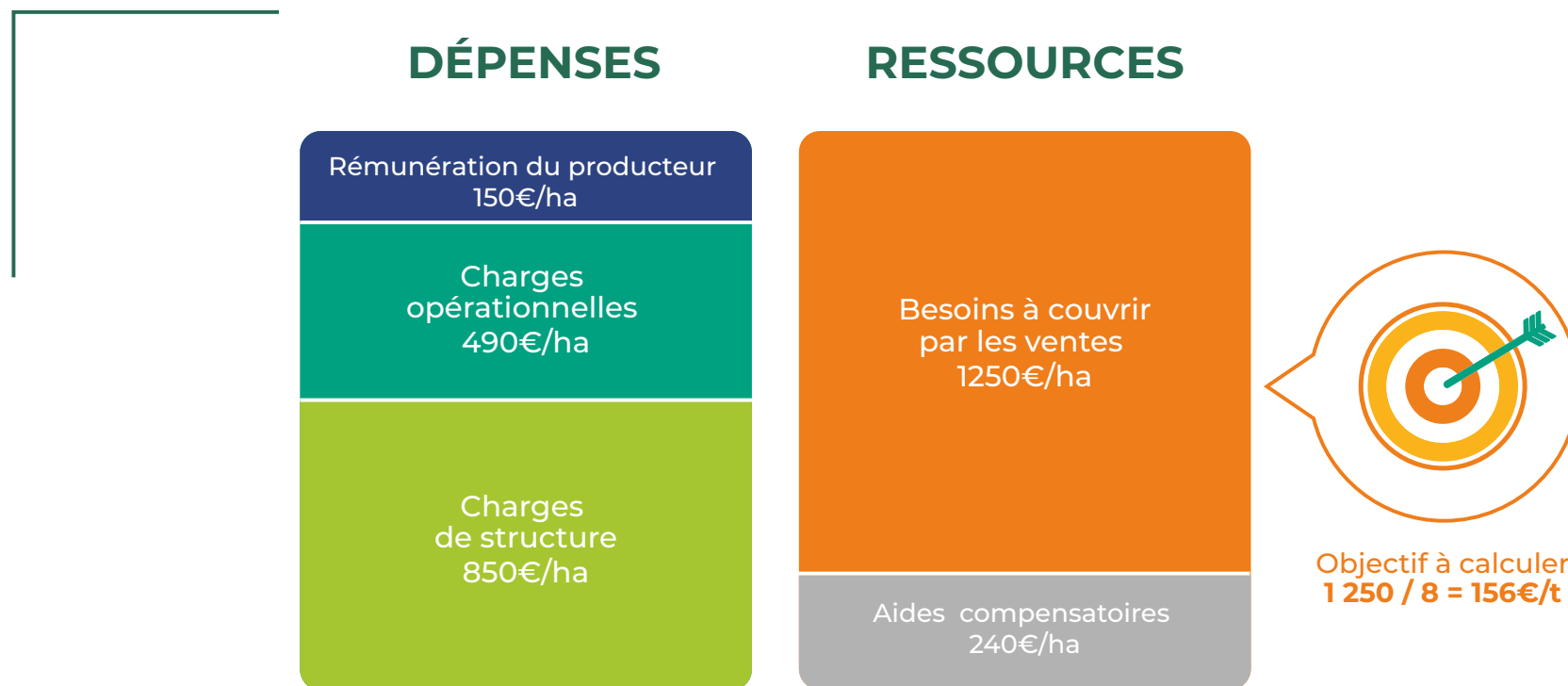
Accepter le principe de couverture :

1. Je calcule et détermine le niveau de **prix objectif** qui me permet de couvrir mes coûts de production et de dégager un revenu minimum.
2. Dès que le marché me le permet, parfois bien longtemps avant la récolte, je fixe ce prix objectif par la mise en place d'une **vente de couverture**.



CALCULER FACILEMENT SON PRIX OBJECTIF DE VENTE

EXEMPLE EN BLÉ TENDRE



$$\begin{aligned}
 \text{Besoins à couvrir par les ventes (en €/T)} &= \frac{\text{Rémunération} + \text{Charges opérationnelles} + \text{Charges de structure} - \text{Aides compensatoires}}{\text{Rendement}} \\
 \text{Besoins à couvrir par les ventes (en €/T)} &= \frac{150\text{€/ha} + 490\text{€/ha} + 850\text{€/ha} - 240\text{€/ha}}{8\text{t/ha}} = \frac{1250\text{€/ha}}{8\text{t/ha}} = 156\text{€/T}
 \end{aligned}$$

A RETENIR

Bien souvent c'est la peur de manquer la hausse qui empêche de vendre alors que les prix sont rémunérateurs. **Le principe de couverture permet de se sécuriser à l'avance.** Si le marché monte après une vente, ne soyez pas frustré. Il y a tout ce qui n'est pas vendu d'avance qui profitera de la hausse.

Quoi qu'il arrive, comme on ne connaît pas les volumes avant la récolte, on ne vendra pas tout d'un coup le même jour. Plus on est loin de la récolte, **plus on sera prudent sur les volumes engagés.** Il ne faut pas quitter le risque de prix pour prendre un risque de production.

Pour résumer :

- On ne peut pas vendre au plus haut.
- Le calcul de son coût de production est un repère indispensable.
- Le réel danger est la baisse des prix et il faut s'en protéger par des ventes de couverture.
- La question de la commercialisation peut se poser très longtemps en amont de la récolte.



S'INFORMER ET DOMPTER L'INCERTITUDE DES MARCHÉS

Attention à ne pas confondre l'actualité des marchés agricoles très facilement disponible via Google et les réseaux sociaux avec de réels travaux de décryptage, de recherche et de prospective. Avoir des informations de marché à l'état brut est inutile. Ce qui compte, c'est la validation des informations et leur mise en perspective pour bâtir un réel scénario de marché.



L'ANALYSE FONDAMENTALE

Pour comprendre la valeur du marché.

C'est le fameux **équilibre entre l'offre et la demande**.

Pour gagner du temps, il faut suivre la situation chez les grands exportateurs. Une variation de stock même minime fait varier les prix. (Stocks faibles = prix élevés, stocks hauts = prix bas).

- Avant et pendant la récolte, on surveille surtout les **estimations de production**.
- Après la récolte, on surveille surtout le rythme des **exportations et la compétition internationale**.



L'ANALYSE CONJONCTURELLE

Pour aller encore plus loin.

Le marché des grains dépend d'une multitude de paramètres extérieurs qu'il ne faut pas manquer pour tout comprendre : **les devises**, le contexte **géopolitique**, la position des **fonds d'investissement**, les crises sanitaires, les événements climatiques, etc...



L'ANALYSE GRAPHIQUE

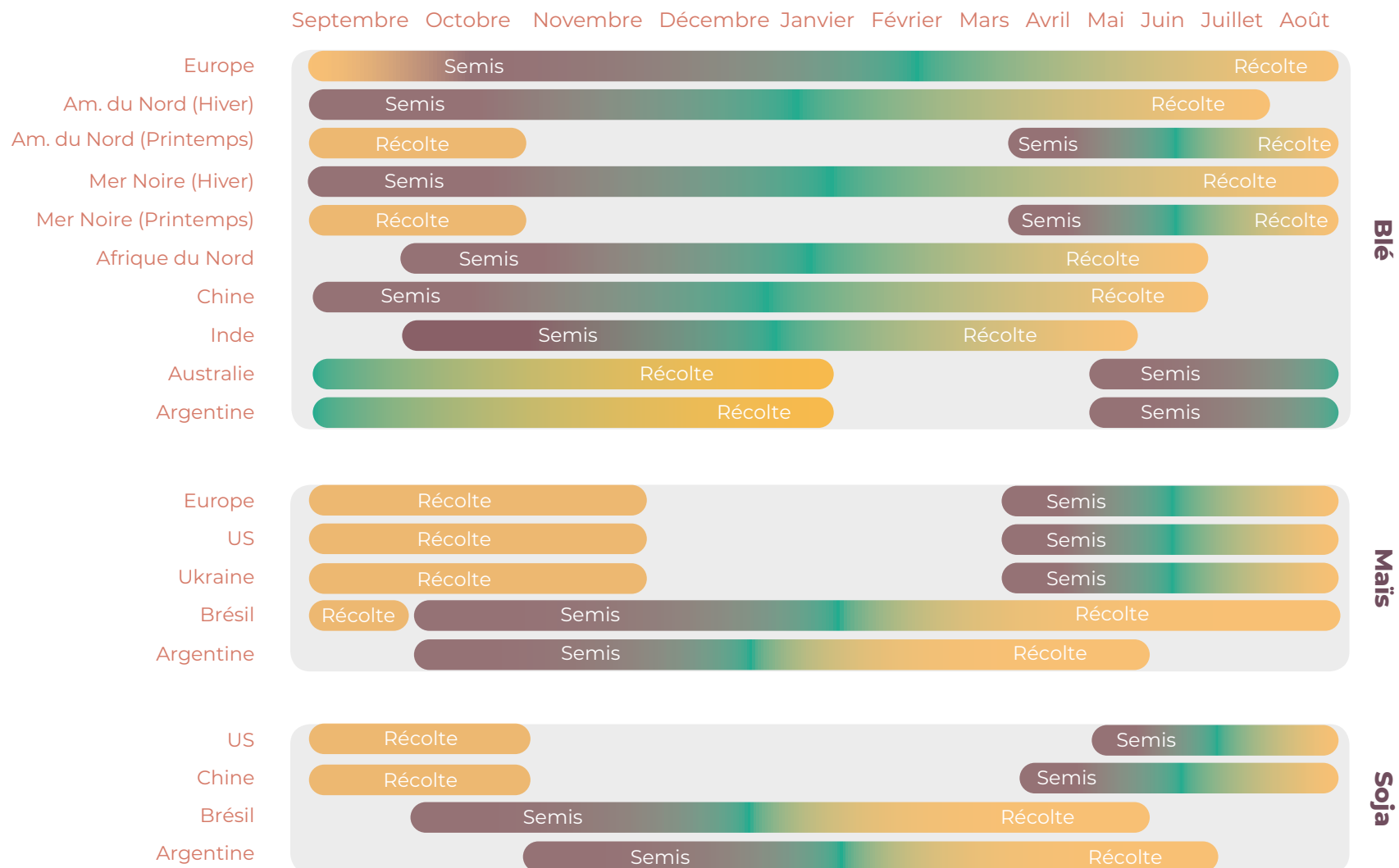
Pour capter la psychologie du marché.

La psychologie change parfois plus vite que les fondamentaux. Le sentiment passe de haussier à baissier. Cela se voit dans les graphiques :

- Quand le marché bute sur un plafond dit « **résistance** » **c'est un point de vente**,
- Si le marché s'appuie sur un plancher dit « **support** » **on ne vend plus**,
- A suivre aussi : les tendances haussières ou baissières et surveiller surtout les **cassures de tendance** !

LE CALENDRIER DES CULTURES DANS LE MONDE

POUR SURVEILLER LA BONNE INFO



A RETENIR

- Attention aux infos qui pleuvent de partout, il faut les croiser, les **vérifier** et les remettre en perspective.
- Le suivi et la prévision de marché est une **science incertaine**. Mais s'en passer est encore plus dangereux. Il est important de **comprendre avant d'agir**.
- Dans l'idéal, il faut **suivre l'actualité tous les jours**. Au minimum un bon point hebdomadaire est indispensable.

Suivre le marché c'est comprendre :

1. Quelle est la tendance
2. Quels sont les principaux éléments
3. Quels sont les niveaux de prix à surveiller



IDENTIFIER LES CONTRAINTES DE L'EXPLOITATION

La commercialisation, c'est la rencontre du marché et de la production de votre exploitation. Il ne suffit pas de bien suivre les cours. Pour bien vendre, vous devez aussi bien connaître toutes les contraintes de votre exploitation.



DÉTERMINEZ VOS VOLUMES À ENGAGER

(Surface x rendement prévisionnel (puis réel))
 - Autoconsommation (élevage, semences etc...)
 - Engagements contractuels (prix de campagne)

= Volume total à **commercialiser en prix de marché**

⚠ Ne pas oublier de réajuster selon les rendements.



PROGRAMMEZ VOTRE LOGISTIQUE

Préparez à l'avance votre plan de dégagement :

- Quels tonnages doivent être livrés à la moisson ?
- Quels tonnages peuvent être stockés à la ferme ?
- Jusqu'à quand et pour quels produits ?

Les livraisons moisson sont souvent décotées par rapport aux ventes après récolte. **Plus les ventes de dégagement sont anticipées, mieux elles sont rémunérées.**



ANTICIPEZ VOS BESOINS DE TRÉSORERIE

Opportunités de marché et besoin de trésorerie ne coïncident pas forcément.

Il faut anticiper ses besoins d'argent pour ne pas vendre sous la contrainte et à bas prix.

Établir un plan de trésorerie sur la campagne permet de connaître les moments où il faut accentuer les ventes par anticipation.



OPTIMISEZ VOTRE GESTION DE LA QUALITÉ

La qualité n'est connue qu'à la moisson. Mais **bien connaître ses qualités habituelles** et ses risques qualitatifs permet d'optimiser ses engagements.

En blé, les possibilités sont multiples : contrats fourragers, contrats réfactionnables, contrats qualité.

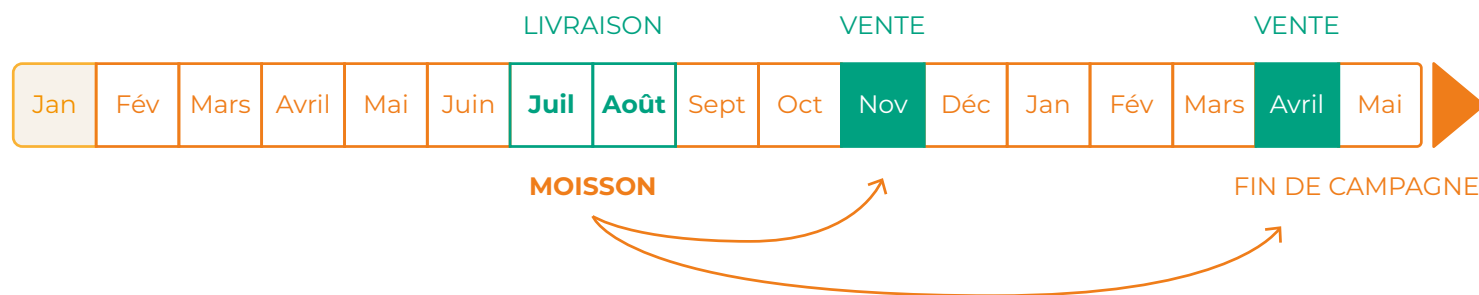
A chacun d'arbitrer ses choix selon son risque.

DISSOCIER PÉRIODE DE VENTE ET PÉRIODE DE LIVRAISON

Le stockage à la ferme a un intérêt logistique mais aussi économique car il rémunère des majorations de stockage et permet de ne pas subir l'effet pression récolte appliqué aux livraisons durant la moisson. Mais ce n'est pas la garantie de vendre au plus haut. Parfois les plus hauts sont avant la récolte, parfois pendant, parfois après.

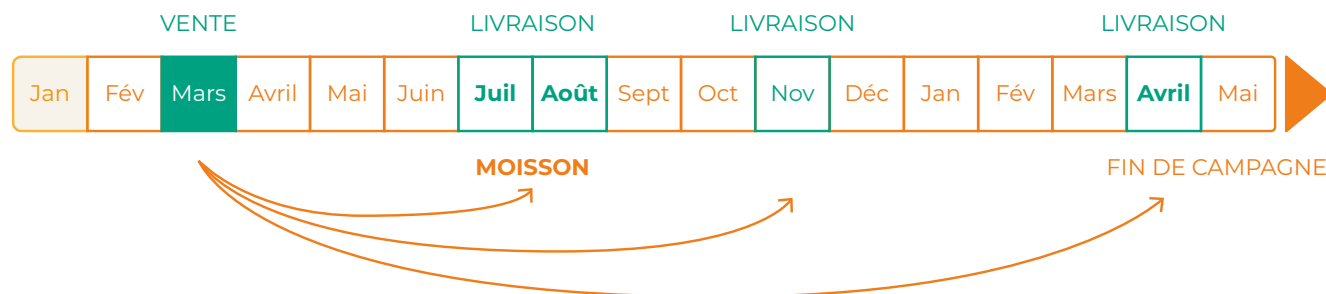
LIVREZ À LA MOISSON ET VENDEZ PLUS TARD

- On peut vendre **après** moisson une marchandise livrée et mise en dépôt chez son OS.



VENDEZ PRÉCOCÉMENT ET LIVREZ BIEN PLUS TARD

- On peut vendre **avant** moisson une marchandise qui sera stockée et livrée plusieurs mois après récolte.



« Pour réussir et optimiser ses ventes, il faut pouvoir séparer la gestion du risque de prix et de la partie logistique. »

A RETENIR

Pour prendre les bonnes décisions, **il faut savoir aller vite**. Et pour aller vite, il faut se préparer à l'avance. Cette préparation commence par l'identification de toutes les contraintes présentes sur son exploitation. Il s'agit notamment :

- Du **volume** à engager
- De la **qualité** à respecter
- De la **logistique** à organiser
- Des besoins de **trésorerie** à planifier
- Des **échéances** à respecter

Plus tous ces paramètres élémentaires seront clarifiés et anticipés à l'avance et plus vous pourrez vous décider sereinement et efficacement.



COMPRENDRE ET UTILISER LES MARCHÉS À TERME

Les marchés à terme sont devenus incontournables dans le commerce des grains en France. Que l'on parle d'EURONEXT ou de son ancien nom le MATIF, cet outil offre tant une précieuse information de marché, qu'une réelle solution de couverture et de sécurisation des marges.



UNE RÉFÉRENCE DE PRIX TRANSPARENT

Le marché à terme diffuse gratuitement avec $\frac{1}{4}$ h de différé les **cotations traitées sur les différentes échéances**. Il s'agit de prix de référence qui dirigent largement le marché français sur plusieurs campagnes à la fois.

Pour obtenir une approximation de votre prix local, il faut soustraire à la cotation marché à terme une valeur que l'on appelle la « **base** » (environ -30 €/t à -15 €/t selon les régions et les périodes).

Le marché à terme **varie selon les tendances nationales et mondiales**. La base varie selon la dynamique de votre marché local.



SÉCURISEZ VOS PRIX À L'AVANCE

Pour fixer des prix longtemps à l'avance la demande physique locale n'est pas toujours présente. D'où le **recours aux marchés financiers** et à la couverture qui va permettre de sécuriser des prix sur différentes échéances.

Pour accéder à cette solution vous pouvez **ouvrir un compte** donnant accès directement au marché à terme via un organisme bancaire. Vous pouvez aussi **passer par votre OS** qui le fait pour vous, soit en proposant une offre indexée MATIF, soit en l'intégrant dans son prix d'achat.

LIRE ET COMPRENDRE LES COTATIONS EURONEXT

OUVERTURE DU MARCHÉ 10H45 & CLÔTURE DU MARCHÉ 18H30



BLÉ MEUNIER

- **Point de Livraison :** Transfert de propriété en silos agréés à Rouen et Dunkerque
- **La qualité de référence :** 76 de PS, 11 % de protéines et 220 s d'Hagberg
- **Clôture d'échéance :** Le 10 du mois d'échéance
- **Tableau de cotation :**

Échéance	Dernier prix	Variation par rapport à la veille
Déc. 19	174.75	+0.25
Mars 20	178.50	+0.00
Mai 20	181.00	+0.00
Sept. 20	181.50	-0.25
Déc. 20	183.75	-0.50
Mars 21	186.50	-0.25
Mai. 21	188.00	-0.50
Sept. 21	184.00	-0.50
Déc. 21	186.00	-0.50
Mars 22	188.50	-0.50



GRAINE DE COLZA

- **Point de Livraison :** Fob Metz et Frouard , Gand (Be), Bulstringen (All) Mittellandkanal (All) etc
- **La qualité de référence :** 40 % d'huile et 9 % d'humidité
- **Clôture d'échéance :** Le dernier jour ouvré du mois précédent l'échéance
- **Tableau de cotation :**

Échéance	Dernier prix	Variation par rapport à la veille
Nov. 19	174.75	-1.00
Fév. 20	178.50	-0.75
Mai 20	181.00	-0.75
Août 20	181.50	-1.00
Nov. 20	183.75	-0.75
Fév. 21	186.50	-1.75
Mai. 21	188.00	-1.75
Août 21	184.00	-1.75
Nov. 21	186.00	-1.75
Fév. 22	188.50	-1.75



MAÏS

- **Point de Livraison :** En silo agréé à Bayonne, Blaye, Bordeaux, La Pallice, Nantes
- **La qualité de référence :** 15 % d'humidité, 4 à 10 % de grains cassés etc
- **Clôture d'échéance :** Le 5 du mois d'échéance
- **Tableau de cotation :**

Échéance	Dernier prix	Variation par rapport à la veille
Nov. 19	174.75	+0.25
Janv. 20	178.50	+0.25
Mars 20	181.00	+0.00
Juin 20	181.50	+1.75
Août 20	183.75	+2.25
Nov. 20	186.50	-0.75
Janv. 21	188.00	-0.75
Mars. 21	184.00	-0.75
Juin. 21	186.00	-0.75
Août 21	188.50	-0.75

A RETENIR

- Marché à terme Euronext = MATIF
- La cotation MATIF est une **référence de prix**
- La base est ce que je retire du prix MATIF pour avoir une idée approximative de mon prix local
- On peut accéder au marché à terme soit directement via un **organisme bancaire** soit indirectement via son **collecteur** (OS)
- Le marché à terme, souvent décrié pour son aspect financier, n'est pas là pour spéculer mais bel et bien pour **sécuriser ses prix et ses marges longtemps en avance**.



COMPRENDRE ET UTILISER LES OPTIONS

Les calls ou les puts amènent un vrai plus dans votre stratégie de commercialisation : grâce aux options, je me construis un réel **prix minimum garanti**.



- Un call ou option d'achat permet de **profiter de la hausse du marché à terme** si elle arrive. Il faut au préalable payer une prime pour y accéder.
- Le call c'est l'**assurance à la hausse** que j'utilise après une vente physique.
- Si mon call n'est jamais déclenché car il n'y a pas de hausse, ce n'est pas grave car dès le départ je connais et j'assume le choix de mon **prix minimum de vente**.



- Un put ou option de vente permet d'être **dédommagé de la baisse du marché** à terme si elle arrive. Il faut au préalable payer une prime pour y accéder.
- Le put c'est l'**assurance contre la baisse** que j'utilise lorsque je ne vends pas mon physique.
- Si mon put n'est jamais déclenché car il n'y pas de baisse, ce n'est pas grave. Il n'y a pas eu de sinistre, c'est donc que je peux vendre ma marchandise au-dessus du **prix minimum de vente** préalablement sécurisé.

- Acheter des options nécessite d'avoir un compte marché à terme auprès d'une banque. Mais, il est également possible de passer par l'intermédiaire de la plupart des Organismes Stockeurs. Sur le marché à terme Euronext, des calls et des puts sont disponibles sur le blé, le maïs et le colza, **par lots de 50t** (Certains collecteurs proposent des options sur des plus petites quantités).
- Le coût d'une option peut varier (2 à 10 €/t ou plus) selon l'**échéance** choisie, la **volatilité** du marché, et selon la **franchise** sélectionnée.
- Une option décalée du marché est dite « **hors la monnaie** ».

SE PROTÉGER DE LA BAISSSE DES COURS TOUT EN CONTINUANT À PROFITER DE LA HAUSSE

Je suis agriculteur

J'ai des prix physiques satisfaisants et/ou je ne stocke pas ma marchandise et/ou j'ai besoin de trésorerie.

→ **Je vends mon physique et j'achète des calls**

「**Scénario 1**」

Les prix baissent

- Ma vente est fixée
- Mon call est abandonné

😊 **Je suis protégé de la baisse**

「**Scénario 2**」

Les prix montent

- Ma vente est fixée
- Je déclenche mon call

😊 **Je profite de la hausse, mon prix final est remonté grâce au call**

Le prix MAT est satisfaisant et/ou il est risqué pour moi d'engager une qualité avant récolte et/ou j'ai déjà vendu beaucoup de physique.

→ **Je ne vends pas de physique et j'achète des puts**

「**Scénario 1**」

Les prix baissent

- Je vends à bas prix
- J'utilise mon put pour indemniser la baisse

😊 **Je suis protégé de la baisse**

「**Scénario 2**」

Les prix montent

- Je vends à haut prix
- J'abandonne mon put

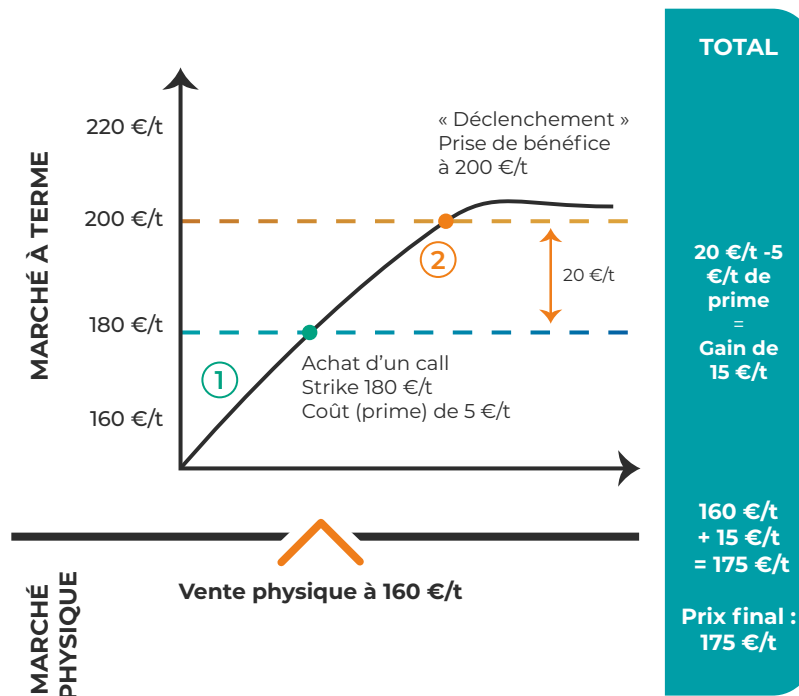
😊 **Je profite de la hausse car je n'ai pas vendu trop tôt**



Avec les options je ne suis jamais déçu.

PRENDRE UN CALL : EXEMPLE CHIFFRÉ

CAS N°1 : LE MARCHÉ MONTE

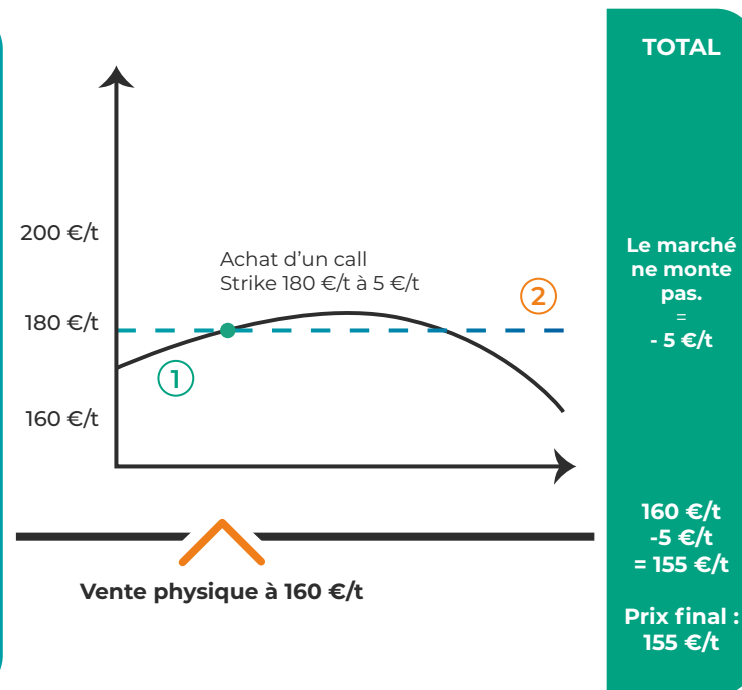


CAS N°1

- ① Je vends du blé à 160 €/t et j'achète un Call strike 180 €/t à 5 €/t de prime.
- ② Le marché monte à 200 €/t et je souhaite déclencher mon bénéfice. Je gagne $(200 - 180) - 5 = 15$ €/t

Au final, j'ai vendu mon blé à 175 €/t.

CAS N°2 : LE MARCHÉ BAISSSE



CAS N°2

- ① Je vends du blé à 160 €/t et j'achète un Call strike 180 €/t à 5 €/t de prime.
- ② Le marché ne monte pas. Mon call est abandonné.

Au final, j'ai vendu mon blé à 155 €/t. C'est mon prix minimum de vente que je connais dès le départ.

A RETENIR

- Le call est l'**option à la hausse**
- Le call sera utile à l'agriculteur **qui a déjà vendu sa marchandise**
- Le put est l'**option à la baisse**
- Le put sera utile à l'agriculteur **qui n'a pas encore vendu sa marchandise**
- Que l'on utilise une stratégie de « vente + call » ou de « non vente + put », l'objectif final est le même : se constituer un **prix minimum garanti**.
- Moyennant le paiement d'une **prime**, je **sécurise mon revenu** et je continue de **profiter de la hausse**



PASSER À L'ACTION SANS HÉSITATION

Réussir sa commercialisation, c'est aussi savoir se décider sans hésitation. La dimension psychologique est capitale dans l'acte de vente et de nombreux producteurs sont victimes de leurs émotions

QUELQUES ASTUCES POUR NE PLUS SE LAISSER EMPORTER PAR SES ÉMOTIONS :

1

SÉPARER LA RÉFLEXION DE L'ACTION

Il faut très vite se décider quand une opportunité se présente. La solution pour ne pas laisser passer d'opportunités : **se préparer à l'avance**. C'est se demander quel volume j'engagerai ? avec quel type d'outils ? à quel niveau de prix ? Ensuite, il ne me reste plus qu'à surveiller le marché pour agir sans hésiter.

2

FRACTIONNER LES VENTES

Difficile, voire impossible, de déterminer le plus haut et d'anticiper le retournement du marché ! « Bien souvent les cours chutent 2 à 3 fois plus vite qu'ils ne montent. » La solution : fractionner ses ventes. **J'accompagne la hausse par des ventes successives et améliore sans cesse ma moyenne**. En cas de repli brutal, je suis serein !

3

PRATIQUER LES PRIX MINIMUMS GARANTIS

L'usage des options permet de **sécuriser un prix tout en continuant à profiter de la hausse**. Quoi de mieux pour agir sans hésitation ! On utilisera cette stratégie d'autant plus facilement si le prix minimum garanti fixé est supérieur à mon coût de production.

4

PASSER DES ORDRES PERMANENTS OU OBJECTIFS :

Pour encore plus de tranquillité, il suffit de **passer ses ordres de ventes longtemps à l'avance**. Beaucoup de collecteurs offrent cette possibilité. Ces ordres « objectifs » sont souvent basés sur le marché à terme. C'est là que les points clefs sont à repérer. Placez-vous toujours un peu en dessous ! 199.50 €/t a plus de chance d'être atteint que 200 €/t.



A RETENIR

- Ne pas hésiter lorsque se pose la question de vendre est essentiel à votre réussite et à votre sérénité. **Tout est une question de préparation.**
- Lorsque vous sentez l'euphorie du marché vous emporter il est souvent temps de vendre. Pour cela il faut :
 - **Avoir préparé ses futures ventes** à l'avance en termes d'objectif, de volume à engager etc.
 - **Fractionner les ventes** pour accompagner le marché
 - Utiliser des **prix minimums garantis** via les options, qui permettent de continuer à profiter de la hausse
 - **Passer des ordres permanents** ou objectifs qui apportent une discipline nécessaire



SUIVRE ET MESURER SA SITUATION

Comment savoir où aller si l'on ne sait pas où l'on est ? À la question « faut-il vendre aujourd'hui ? », la réponse est : tout dépend de la situation de chacun. En cas de baisse des prix, l'agriculteur qui a déjà engagé 80 % de ses volumes à la vente est beaucoup moins exposé au risque de prix que celui qui n'a engagé que 10 % à la vente. **Il faut donc suivre et mesurer sa position commerciale.**

4 INDICATEURS CLÉ POUR DÉTERMINER...

...Mon taux de couverture

Le pourcentage de ma récolte qui est **protégée de la baisse des prix**. Plus ce chiffre est élevé, plus je suis dans une stratégie de sécurisation du revenu.

...Ma sensibilité à la hausse

Plus ce chiffre est élevé, plus je suis dans une stratégie de **recherche de performance** et donc de **faible sécurisation**.

...La moyenne des couvertures réalisées

Je fais la moyenne de mes ventes physiques, couvertures MAT et achats d'options de protection. L'idéal est de **comparer ce chiffre au cours du jour**. Cela est un premier repère qu'il faut impérativement croiser avec le taux de couverture.

...Mon prix si je cède tout aujourd'hui

C'est ce que j'obtiens si ma commercialisation était **finalisée sur la base du prix d'aujourd'hui**. L'idéal est de comparer ce chiffre à mon coût de production pour connaître ma réelle situation économique.

*Il est également intéressant de mettre en place un système de simulation comme le font les banques avec leur fameux « **stress-test** ». Il me suffit pour cela de calculer mon prix final si je cède tout 10, 15, 20 ou 30 €/t plus bas qu'aujourd'hui par exemple.*

QUELQUES ASTUCES :



Raisonner en chiffre d'affaires/ha plutôt qu'en €/t pour prendre du recul

On a tendance à attendre davantage avant de vendre pour passer de 215 à 220 €/t de blé que pour passer de 1720 €/ha à 1760 €/ha de chiffre d'affaires en blé. Alors que c'est la même chose ! **Les gros chiffres rendent plus raisonnable.** C'est psychologique !



Justifier toutes mes ventes

L'astuce c'est de noter les raisons de chaque vente de manière à pouvoir revenir dessus plusieurs mois plus tard et de **remettre en perspective les décisions passées** et leur bien-fondé.

DÉTERMINER UN BENCHMARK DE COMMERCIALISATION AU PRORATA-TEMPORIS

Étape 1 - Détermination du rythme de référence :

Dans cet exemple, je me compare à l'avancée d'une stratégie de vente mensuelle linéaire de blé, du semis (au 1^{er} Novembre) jusqu'à la fin de campagne (au 30 avril N+1), soit une période de 18 mois. Chaque mois représente donc 1/18^{ème} soit 5,55 % de ventes supplémentaires.

Étape 2 - Détermination de bornes hautes et basses :

Je me donne comme objectif de ne pas être en retard dans les ventes de plus de 10 % par rapport au rythme de référence et de ne pas être en avance dans les ventes de plus de 10 % par rapport au rythme de référence.

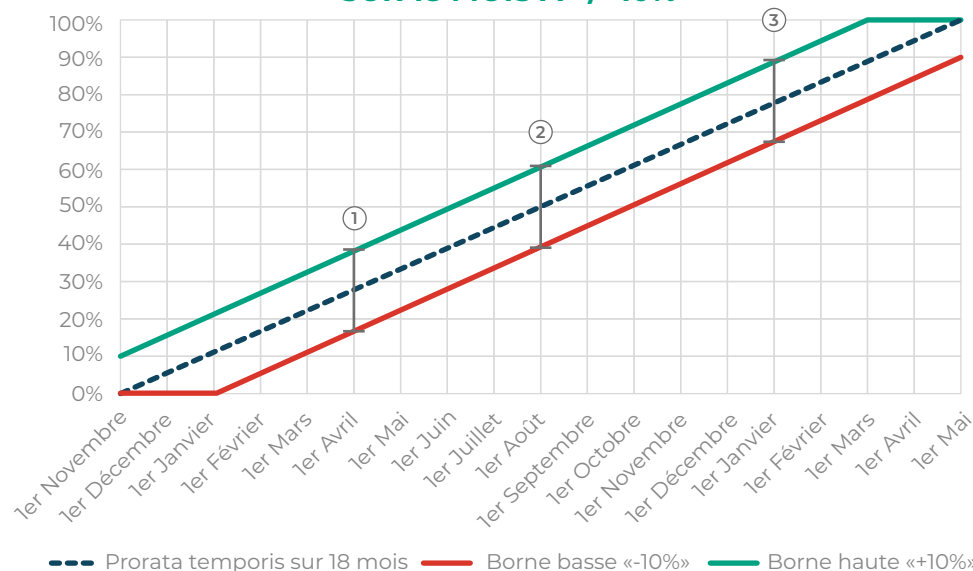
Conclusion

C'est un repère qui me permet de **me sécuriser vis-à-vis de la moyenne du marché**. Cette technique relativise l'impact de mon sentiment de marché et permet d'éviter les grosses erreurs.

Si je suis haussier, je freine mes ventes mais avance malgré tout selon la borne basse de mon cadre de gestion.

Si je suis baissier, j'accélère mes ventes mais me limite à la borne haute de mon cadre de gestion.

EXEMPLE D'UN BENCHMARK AU PRORATA TEMPORIS SUR 18 MOIS À +/- 10%



Exemple d'après le graphique ci-joint :

- ① Au 1^{er} avril avant la moisson, je dois me situer entre 20 % et 40 % d'engagements à la vente.
- ② Au 1^{er} août après la moisson, je dois me situer entre 40 % et 60 % d'engagements à la vente.
- ③ Au 1^{er} janvier après moisson, je dois me situer entre environ 70 % et 90 % d'engagements à la vente.

A RETENIR

Cette étape de suivi et de mesure de sa situation est bien souvent négligée car nécessite d'en prendre le temps et nécessite de la rigueur dans son reporting. Pourtant, **suivre précisément l'état de ses ventes tant en termes d'avancée que de prix réalisé est tout aussi important que de suivre le marché.**

Plus mon **taux de couverture** est élevé plus je suis sécurisé.

Plus ma **sensibilité à la hausse** est élevée plus je recherche de la performance souvent au détriment de la sécurité (sauf en cas d'utilisation d'options).

Pour essayer de faire aussi bien que la moyenne du marché, il faut veiller à **conduire une avancée régulière de son taux de couverture** avec plus ou moins de latitude selon les conditions de marché.



ÉCRIRE SON PLAN DE COMMERCIALISATION

Vous l'aurez compris, la réussite de la commercialisation passe avant-tout par de la discipline et de l'anticipation. Même s'il faut laisser une place à l'adaptation, plus vous serez préparé, plus vous saurez vous adapter. Pour cela, rien de mieux que d'écrire chaque année ses propres règles.

LES POINTS À TRAVAILLER :

1. Quelles productions à gérer ?

Identification des productions sensibles au contexte de volatilité

2. Quel mode de commercialisation ?

Quelle part entre prix de marché et prix de campagne ?

3. Quel prix objectif pour mes couvertures ?

Calcul du coût de production et objectifs de vente en € /T ou en €/ha

4. Quel suivi des marchés ?

Quelles ressources en information et analyse de marché et quel temps de suivi ?
Détermination de la base moyenne pour le suivi des prix sur le marché à terme

5. Quels volumes à engager ?

Quels besoins de trésorerie et leur calendrier ? Quelles capacités de stockage et contraintes de livraison ? Quelles possibilités pour gérer le risque qualitatif ?

6. Quels outils utiliser ?

Détermination des outils de commercialisation disponibles

7. Quel usage des options ?

Vais-je utiliser les options ? Si oui, lesquelles et par quel intermédiaire ?
Quel budget alloué aux stratégies à base d'option ?

8. Quel fractionnement des ventes ?

Détermination des volumes à engager à chaque vente et des objectifs à atteindre

9. Quel suivi et mesure de ma situation ?

Taux de couverture ? Taux d'exposition à la hausse ? Prix moyen de vente réalisé ? Prix si je cède tout aujourd'hui ?
Quel benchmark ?

QUELQUES ASTUCES

- Profitez d'un temps calme en hiver pour préparer votre plan de commercialisation
- Plus vous vous posez de questions au préalable moins vous hésitez le moment venu
- Il faut adapter son plan à son temps disponible, son niveau de compétences, ses outils et son niveau de risque

VOTRE PLAN DE COMMERCIALISATION À REMPLIR

Produit	Blé Tendre	Orge de printemps	Colza	Maïs
Tonnage prévisionnel à commercialiser en prix de campagne				
Tonnage prévisionnel à commercialiser en prix de marché				
Volume stocké à la ferme				
Volume à livrer à la moisson				
Calcul de mon coût de production				
Objectifs de vente n°1, n°2, n°3 etc				
Nombre de ventes réalisables sur la campagne				
% de la production engagée à chacune des ventes				
Possibilité de s'engager avant récolte sans risque qualitatif				
Usage des ventes sur le marché à terme ou en indexé				
Usage des options et budget alloué				
Marché de référence				
Base moyenne à appliquer pour estimer le prix local				
Calendrier des gros besoins de trésorerie				
Quand démarrer la 1 ^{ère} vente ?				
Etc...				

A RETENIR

- **Plus on est préparé** plus il sera facile d'agir le moment venu quand le marché l'exigera.
- Cette préparation doit avoir lieu **bien en amont de la période de commercialisation** avec l'écriture d'un plan ou d'un programme pour la campagne à venir.
- Il s'agit de définir **ses propres règles de fonctionnement** que l'on va améliorer au fur et à mesure que l'on gagne en expérience.



VOUS VOICI ARRIVÉ À DESTINATION !

Nous voilà arrivé à la fin de ce guide qui, je l'espère, vous aura apporté les repères essentiels à la réussite de votre commercialisation.

Cela passe par **la connaissance du marché, la maîtrise des outils et contrats disponibles** mais aussi par une prise en compte très précise de toutes les contraintes de votre exploitation. Parmi celles-ci, la plus importante est probablement **votre coût de production**, qu'il est indispensable de calculer et de remettre à jour régulièrement. **Point de réussite sans objectifs clairs et précis !**

Le suivi régulier de sa commercialisation à travers un tableau de bord dédié est également primordial, tout comme l'écriture préalable de ses principales règles de fonctionnement et d'action à travers un « **plan de commercialisation** ».

Vous l'aurez compris la réussite sur le marché n'est pas tellement une question de chance, mais surtout une question de travail. C'est votre préparation qui fera la différence.

Car étant bien préparé, vous serez prêts à agir au bon moment.



POUR ALLER ENCORE PLUS LOIN...

Pour aller encore plus vite et plus loin dans cette démarche, Captain Farmer a développé pour vous une **application mobile tout en un**.

Cet outil unique va faciliter vos prises de décision et vous faire gagner du temps pour au final **sécuriser votre revenu et profiter des opportunités de marché**.

Que ce soit à travers les opinions d'experts, les alertes paramétrables ou son tableau de bord de suivi et de simulation de vos performances, Captain Farmer apportera **une réponse précise à vos besoins**.

Vous bénéficierez surtout d'un **conseil sur mesure, établi rien que pour vous** d'après les contraintes de votre exploitation, les perspectives du marché et **la méthode de vente du Captain**.

Prêt à embarquer ?

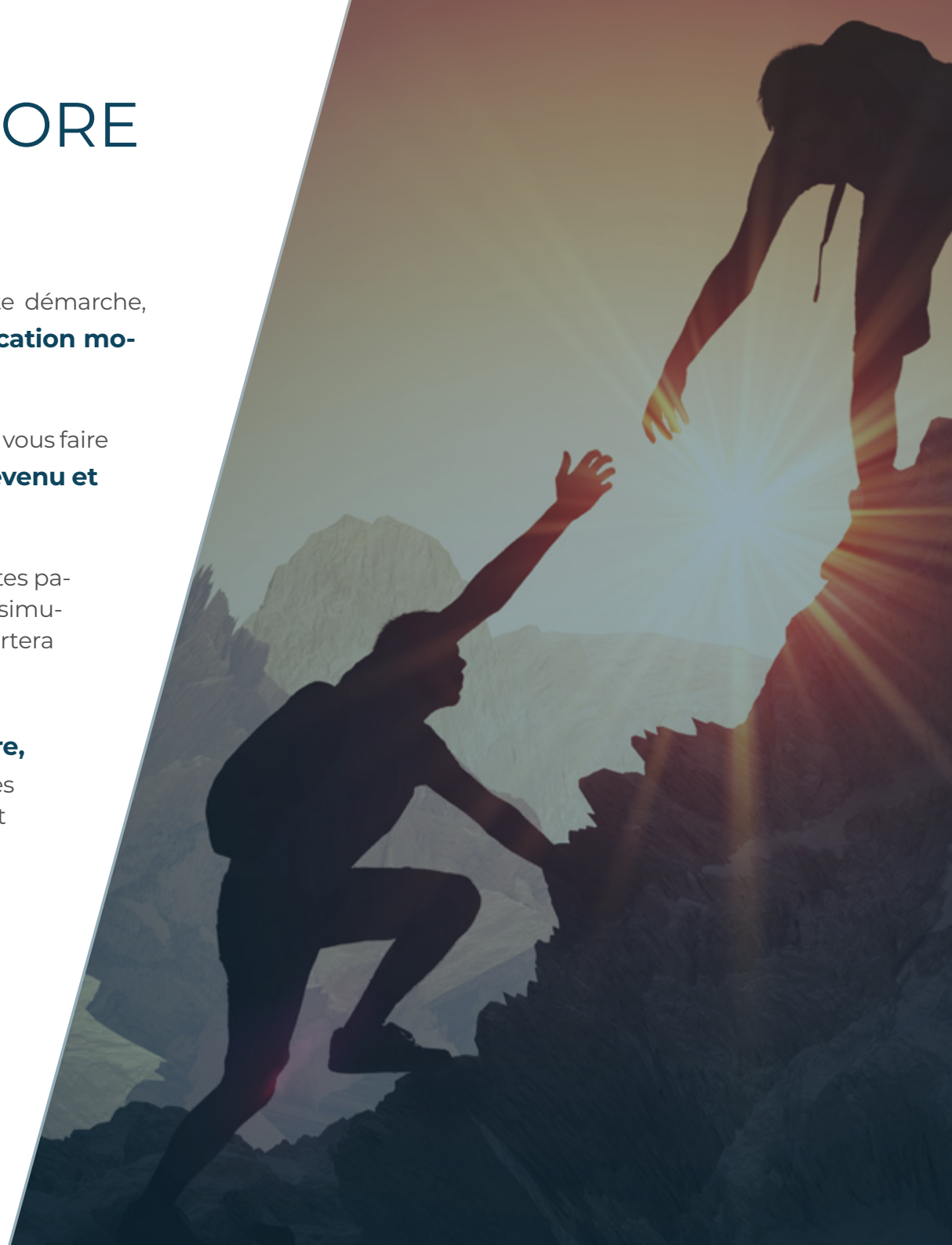
*N'hésitez pas à réagir à ce guide et à poser vos questions sur Facebook ou Twitter avec le **hashtag #CaptainFarmer**.*



CaptainFarmerFrance



captain_farmer



DEMANDEZ VOS CODES SUR [CAPTAINFARMER.COM](https://captainfarmer.com)



La solution pour vendre
au bon moment



TESTEZ GRATUITEMENT PENDANT 7 JOURS

Icônes : Noun Project (P.6 Handshake - B Farias, P.11 Scales - wira wianda, P.11 Profit - joeartcon, P.11 World - Ricardo Cardoso, P.14 Stackable - artworkbean, P.14 Truck - shashank singh, P.14 Euro Bill - Till Teenck, P.14 Stamp - Creative Stall, P.14 Warning - DewDrops, P.17 Bank - Iconic, P.17 Hourglass - Thuy Nguyen, P.18 Wheat - Juraj Sedlák, P.18 Rapeseed - Jolan Soens, P.18 Corn - LAFS, P.20 Call & Put - www.amelie-mathieu.fr, P.21 Smiley - Shastry, P.26 Calculator - Nawicon, P.26 Agenda - Payungkead Im-anong, P.29 Idea - Pause08), Freepik (P.9 - www.rawpixel.com)

Photos : 123RF (P.1 & P.25 1 P.35 Vyacheslav Volkov), Agritel (P.3 Sébastien Poncelet), Adobe Stock (P.5 peshkov, P.7 Monkey Business, P.10 torwaipphoto, P.13 jcomp, P.16 Mihalec, P.18 Hans, KRiemer, adege, P.19 Chabe01, P.23 baranq, P.28 Songwut Pinyo, P.31 Drobot Dean, P.32 Jacob Lund, P.33 vchalup)



contact@captainfarmer.com

01 88 33 21 70

www.captainfarmer.com