

Introduction

L'évolution des réseaux



Anne FRADIER

Secrétaire Général du SEDIMA

Que sera la Distribution demain ? Quelle sera la stratégie des fournisseurs ? Ces questions reviennent fréquemment dans la bouche de nos adhérents, mais qui peut aujourd'hui affirmer quel sera le bon modèle ?

Si une part des réponses dépend de la stratégie des constructeurs, il appartient aux dirigeants de concession de s'interroger sur le modèle économique qui sera le plus pertinent pour répondre aux attentes de leurs clients.

Au cours de ces dernières années, les réseaux n'ont cessé d'évoluer et de s'adapter, ils sont devenus plus forts, plus capitalisés, et plus que jamais investis pour accompagner les agriculteurs. Ces derniers poussés par l'opinion publique et les pouvoirs publics doivent revoir leur modèle économique pour répondre aux enjeux climatiques

et environnementaux. Ils doivent dans le même temps améliorer leur productivité pour assurer la souveraineté alimentaire de la France, mais aussi contribuer à alimenter la population mondiale. La force de la Distribution, c'est d'une part son adaptabilité, sa proximité et sa réactivité, en ayant une vision à moyen/long terme au vu des investissements demandés, et d'autre part sa compétence pour assurer la maintenance des matériels de plus en plus technologiques et numériques.

Il est probable que le bon modèle sera celui qui répondra à toutes ces qualités et qui permettra d'assurer la pérennité des entreprises.

Interview

L.R.

Nous devons nous adapter face aux aléas structurels qui touchent nos entreprises



Philippe ACKERMANN

Co-dirigeant du groupe Ackermann

Le groupe Ackermann, distributeur New Holland, se compose depuis 2020 de 3 sociétés : Ackermann, Niess Agriculture et Niess MAE (Matériel Agricole Élevage) lui permettant de rayonner sur les départements de la Moselle (57), du Bas-Rhin (67) et une partie de la Meurthe-et-Moselle (54). L'acquisition en 2022 d'une concession distribuant la marque DeLaval confère au groupe, en matière d'élevage, une extension de secteur sur les Vosges (88).

Philippe ACKERMANN, par ailleurs Président du groupe Promodis pour la France et l'Europe, nous confie le pourquoi de l'évolution de l'entreprise qu'il co-dirige avec ses deux frères.

>>> Votre entreprise a rapidement évolué ces dernières années, pourquoi cette stratégie ?

En peu de temps, suite à différents rachats d'entités, nous sommes passés de 25 à plus de 150 salariés répartis sur 9 sites. Il faut replacer les choses dans leur contexte : aujourd'hui nous avons de moins en moins de clients, ces derniers se regroupent dans des structures de plus en plus grandes et se professionnalisent avec de forts besoins technologiques. C'est l'orientation qui est donnée aussi pour la distribution avec des concessions plus grandes et plus professionnelles dans lesquelles on a plus de compétences et une organisation plus structurée pour répondre aux besoins du marché.

>>> Qu'est-ce qu'une organisation plus structurée ?

C'est une organisation pensée pour rationaliser les moyens. Les salariés de notre groupe travaillent en transversal sur l'ensemble des sociétés et certains postes d'encadrement (ressources humaines, administratif, finances, direction technique, responsable des garanties) supervisent toutes les structures du groupe.

>>> Cette stratégie va-t-elle se poursuivre ?

Nombre de concédants vont dans cette direction, ce qui fait bouger les données au niveau local, régional et national, mais aussi à l'échelle européenne. On peut faire un parallèle avec l'automobile où l'on observe aujourd'hui des structures de plus en plus grosses qui couvrent d'importants secteurs, sans que cela ne s'accompagne forcément par des fermetures de sites.

>>> Comment appréhendez-vous l'année 2023 ?

Si on revient un peu en arrière, il y eu la crise sanitaire liée au Covid, pourtant nous avons passé correctement les années 2020 et 2021. Malgré les difficultés actuelles d'approvisionnement mais aussi climatiques, les engagements de commandes pour 2022 sont bons, même si les délais de livraison nous poussent à être vigilants quant à nos stocks.

Fin janvier 2020 nous rachetions la société Niess Agriculture, quelques semaines après nous rentrions en plein dans la crise du Covid, personne n'avait jamais imaginé avoir un problème comme ça. Aujourd'hui sur fond de conflit russo-ukrainien, nos délais de livraison s'échelonnent à plus de 1 an sur certains matériels, personne n'avait jamais imaginé avoir des délais aussi importants. La hausse grandissante de l'inflation, c'est pour ma génération quelque chose que nous ne connaissons pas, nous n'avons jamais travaillé en période inflationniste. Face à ces éléments, il nous faut avoir des structures suffisamment rigides pour pouvoir encaisser des périodes difficiles.

>>> Vos partenaires bancaires sont-ils plus frileux face à ces aléas ?

L'agriculture conserve une place prédominante dans l'économie d'une manière générale, nous avons donc auprès de nos partenaires, quels qu'ils soient, une image plutôt favorable. Nous devons continuer à nous adapter pour passer les cycles structurels qui nous imposent, depuis toujours, des hausses et parfois des baisses d'activité.



FÉDÉS 2022



SEDIMA

Du 14 novembre au 8 décembre se tiendront les réunions de fédération du SEDIMA.

N'hésitez pas à vous inscrire à ces moments forts qui apportent, aux dirigeants et à leurs collaborateurs, des informations sur les sujets d'actualités propres à la profession.

DATE	FÉDÉRATION	LIEU
14 novembre	Bretagne	Ploërmel (56)
15 novembre	Pays de la Loire	Le Mans (72)
16 novembre	Centre & Ile-de-France	Chartres (28)
22 novembre	Limousin-Auvergne	Clermont-Ferrand (63)
23 novembre	Rhône-Alpes	Villefontaine (38)
24 novembre	Bourgogne-Franche-Comté	Dijon (21)
29 novembre	Lorraine-Alsace	Hauconcourt (57)
30 novembre	Nord-Picardie & Champagne-Ardenne	Sainte-Preuve (02)
1 ^{er} décembre	Normandie	Caen (14)
6 décembre	Aquitaine & Poitou-Charentes	Saint-Emilion (33)
7 décembre	Midi-Pyrénées	Verfeil (31)
8 décembre	Méditerranée	Le Grau du Roi (30)



JPH CONSULTING & PARTNERS

Sélection de postes à pourvoir dans le machinisme agricole ou la motoculture France & International

POUR LES CONCESSIONNAIRES

Directeur commercial - France
 Responsable support commercial tracteurs
 Responsable communication - Val de Loire
 Chef produit marketing tracteurs
 Inspecteurs commerciaux agri - toutes régions
 Commerciaux mat élevage - Ouest, Midi Pyrénées, Allemagne
 Commerciaux pièces - Grand Est, Centre, Bretagne, Belgique
 Inspecteur commercial développeur agri précision / robot
 Commerciaux agri de précision / GPS - toutes régions
 Directeurs SAV - Ouest, Nouvelle Aquitaine
 Directeurs bureau d'études - Est, Sud Ouest
 Inspecteurs techniciens agricole ou TP - plusieurs postes
 Technicien SAV sédentaire - anglais - Loiret

POUR LES CONSTRUCTEURS

Directeur de concession - Est de la France
 Directeur commercial - Est, Nouvelle Aquitaine
 Chef des ventes - Sud Ouest
 Commerciaux - plusieurs postes toutes régions
 Commerciaux pièces - plusieurs postes
 Responsable commercial agri précision / robotique
 Commerciaux agri précision GPS - plusieurs postes
 Directeur technique SAV agri de précision / GPS - Ouest
 Chefs d'atelier - plusieurs postes toutes régions
 Technicien matériels betteraviers - Hauts de France
 Techniciens itinérants ou sédentaires - plusieurs postes
 Technicien agri de précision / GPS - plusieurs postes
 Responsable magasin et magasinier - 65, 26, 38

Envoyer CV à : Jean-Paul PAPILLON - jeanpaulpapillon@gmail.com - 06 83 01 75 40

Entretien

Racheter une concession familiale est une aventure économique et humaine qui ne se refuse pas !



Adrienne BUREAU

Dirigeante du groupe Romet

l'aventure de l'acquisition. Que ce soit dans le poids lourd, l'automobile, le TP ou la machine agricole, on est toujours sur la même logique organisationnelle. Le pilotage des stocks, la négociation avec les constructeurs, la gestion de la créance clients, le suivi du pôle occasion, la gestion du personnel, la satisfaction clients sont identiques. Ces entreprises fonctionnent par métiers que sont le commerce, le magasin, l'atelier, avec la même exigence de disponibilité et de réactivité vis-à-vis de la clientèle. Lorsqu'un groupe atteint 1,4 milliard de chiffre d'affaires, on perd un peu le contact humain. J'ai eu envie de retrouver ce contact humain, la proximité avec les clients et les salariés, revenir à de vraies valeurs. Acquérir une entreprise familiale est une véritable opportunité, humaine et économique, qui s'est présentée à moi et je l'ai saisie.

>>> On observe depuis quelques années un processus de concentration des exploitations, des concessions, qu'en pensez-vous ?

Je suis le contre-exemple, car j'achète à titre personnel le groupe Romet. J'ai bien entendu l'aval et la confiance de Massey Ferguson et de SDF. Ces marques ne sont pas dans une démarche de régionalisation extrême, elles cherchent à avoir dans leurs réseaux respectifs des concessions plus structurées, des entités financières plus saines et une meilleure organisation. Ce phénomène a été celui de l'automobile il y a 15/20 ans. Les anciens dirigeants, Jean-Pierre et Jean-Bernard ROMET restent auprès de moi jusqu'en mars 2023 dans une démarche de transmission et je m'appuie sur les cadres de l'entreprise : directeur général, commercial, des magasins et technique. Je reste très proche des équipes, c'est fondamental.

>>> Quels sont vos objectifs prioritaires pour l'entreprise ?

Je souhaite mettre en œuvre des outils organisationnels de pilotage pour faciliter le travail des différents services de la concession, améliorer la communication digitale du groupe qui n'est pas assez visible et performante, et avoir de la croissance externe pour sécuriser le groupe Romet afin qu'il ne soit pas racheté.

>>> Le recrutement est-il au cœur de vos priorités ?

Le recrutement, en particulier à l'atelier, nous pose un vrai problème. Ce qui marche le mieux à mon sens c'est le recrutement par connaissance et une forte capacité à mener une politique d'apprentissage. Nous avons 23 apprentis au sein du groupe Romet en ce moment. C'est un levier qui nous permet de transmettre nos valeurs, notre culture d'entreprise, nos compétences métiers.

>>> Après la crise sanitaire, le conflit russo-ukrainien complique nos marchés, quels résultats pour 2022 puis 2023 ?

Il est possible que je sois à contre-sens par rapport à mes confrères, mais le niveau de notre carnet de commandes est exceptionnel sur 2022, phénomène accentué par les délais importants de livraison de la part de nos fournisseurs. Nous clôturerons notre exercice en

février 2023 et il devrait être bon. Notre prise de commandes sera-t-elle aussi dynamique en 2023 ? La chose est moins sûre avec l'inflation

annoncée, les investissements seront sans nul doute plus raisonnés, mais je reste tout de même optimiste.



Adrienne BUREAU a effectué une partie de sa carrière en tant que DRH et directrice comptable et gestion au sein du groupe BPM (automobile, TP, moto, poids lourd, véhicules utilitaires légers) qui vient de racheter une concession en Vendée et Loire-Atlantique.

Elle a acquis en nom personnel, depuis le 1^{er} mars 2022, le groupe Romet, distributeur Massey Ferguson en Mayenne (53) et nous raconte pourquoi elle a décidé d'investir dans une concession de matériels agricoles familiale...

>>> Vous avez débuté votre carrière dans un autre secteur d'activité que celui de la machine agricole, détaillez-nous votre parcours...

Après un DESCF, diplôme d'études supérieures comptables et financières, j'ai débuté ma carrière dans des concessions poids lourd. Puis j'ai été salariée au sein de BPM, un groupe automobile spécialisé dans les automoteurs : le poids lourd, le TP, la voiture et la moto, un groupe très diversifié qui vient d'investir récemment lui aussi dans la machine agricole. Directrice financière et des ressources humaines de 2008 à aujourd'hui, le groupe a connu une croissance exponentielle en passant de 250 à 1 700 salariés et en réalisant 1,4 milliard de chiffre d'affaires. Au fil du temps et des acquisitions, je me suis orientée vers le RH et l'audit de restructuration d'entreprises.

A 49 ans, je viens d'acquérir la concession Romet qui se compose de 13 bases et 175 collaborateurs avec une spécificité polyculture-élevage et un site dédié espaces verts. L'entreprise distribue la marque Massey Ferguson sur la Sarthe (72), la Mayenne (53), l'Orne (61), le Maine et Loire (49) et la marque Same Deutz Fahr en Loire-Atlantique (44) et Maine et Loire.

>>> Comment s'intéresse-t-on à la machine agricole quand on vient de l'automobile ?

Je suis petite-fille d'agriculteur, mon mari est fils d'agriculteur, nous sommes très attachés et sensibles au milieu agricole. Il y a quelques années, au cours d'un événement KPMG, j'ai croisé Jean-Bernard ROMET et le courant est bien passé. Alors, fin 2021, quand j'ai appris que l'entreprise était à vendre, j'ai repris contact avec lui puis j'ai décidé de me lancer dans

Saviez-vous que nous accompagnons vos salariés contre la récurrence du cancer ?

Pour lutter contre la récurrence après le traitement, le programme de prévention "Branchez-vous santé" propose d'accompagner vos salariés avec un parcours individualisé à base d'interventions non médicamenteuses (#INM).

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.ag2rlamondiale.fr/conventions-collectives-nationales/prevention



**branchez-vous
santé**

 **AG2R LA MONDIALE**

Interview

L.R.

Grossir n'est pas une fin en soi, plutôt un moyen de développer ses savoir-faire



Philippe MIGUAISE

Directeur Général stratégie PM-PRO
Président de la fédé SEDIMA Champagne-Ardenne

Millamon, souvent par acquisition de sociétés proches de notre région d'origine et de notre couverture géographique. Nos partenaires financiers (en particulier les banques) nous ont fait confiance et nous ont donné les moyens de réaliser ces investissements.

>> Pourquoi agrandir son secteur d'activité ?

On ne s'agrandit pas pour avoir plus de moyens financiers, pour avoir une relation plus forte avec son concédant ou pour faire des économies d'échelle, on s'agrandit pour se donner les moyens d'assumer pleinement son métier. Prenons le développement de l'agriculture de précision, avoir plus de moyens humains et structurels nous permet d'être plus performants en assumant la gestion totale de nos activités et en mettant en avant des compétences pointues. Ce phénomène de concentration, on le voit aussi chez nos agriculteurs. Nos clients potentiels grossissent. Une concession de grande taille est une des solutions pour pouvoir aller chercher avec plus de facilités des clients de grande taille...

>> Vous avez l'intention de faire de nouvelles acquisitions ?

Nous étudions toute opportunité qui se présentera, mais nous ne sommes pas à l'heure actuelle en recherche active. Grossir n'est pas une fin en soi, c'est bien un moyen pour favoriser le développement des compétences et des missions d'une entreprise...

>> Quels résultats presentez-vous pour 2022 et pour les années à venir ?

2022 se présente sous de très bons auspices. Notre exercice fiscal se termine au 31 octobre et nous allons faire une belle performance, bien qu'inattendue compte tenu du contexte économique global. Rassurés par le portefeuille de commandes qui verra sa facturation l'an prochain, nous espérons poursuivre sur cette lancée une bonne partie de l'année 2023. La visibilité pour 2024 reste quant à elle plutôt restreinte...

>> La politique de votre tractoriste a-t-elle un impact sur votre entreprise ?

Bien évidemment, et il y a lieu de la partager en grande partie, il s'agit d'une vie commune qui doit être fondée sur une communauté de vue. La part de dialogue et d'échanges doit être assurée même si les poids sont différents, et surtout, l'important est d'avoir le partage de la vision à long terme.

Co-fondateur et co-actionnaire de PM PRO avec Patrick PETIT et Karell DHULST, directrice générale, Philippe MIGUAISE a en charge la direction générale de la stratégie et du développement du groupe qui distribue la marque John Deere sur la région Nord et une partie du Grand Est. L'entreprise, dont le siège social se situe à Feuges (10) possède 20 bases et 350 salariés. Elle couvre en partie les départements de l'Aube (10), de la Marne (52), de l'Aisne (02), de la Somme (80), du Pas de Calais (62), du Nord (59), des Ardennes (08) et de l'Oise (60).

Entretien sur la notion de régionalisation...

>> L'histoire de votre entreprise a été marquée par diverses acquisitions...

PM PRO a débuté en novembre 2007 avec 2 bases, un effectif d'une trentaine de personnes et près de 12 millions de chiffre d'affaires. Nous avons effectué ensuite plusieurs acquisitions : MDSA (3 bases) en 2009, Lefevre Service (2 bases) en 2011, Team 3 Service (8 bases) en 2017, Millamon (4 bases) en 2021. Notre couverture géographique s'étend du Nord de la France à l'ouest de la région Grand Est.

>> Comment avez-vous réussi cette progression en si peu de temps ?

PM PRO est une entreprise familiale qui connaît parfaitement son tissu rural. Sa progression s'est effectuée au fur et à mesure, mis à part



Entretien

L.R.

Le SIMA 2022 célèbre 100 ans d'agriculture



Isabelle ALFANO

Directrice du SIMA

plus particulièrement lors de la soirée dédiée à notre centenaire.

>> Pas de SIMAGENA pour cette édition 2022 ?

Le fait de ne plus avoir d'espaces d'exposition pour les éleveurs est une décision qui a été prise dès 2019. Nous avons donc réimplanté sur les halls 5A, 5B, 6 et 7 les différents exposants et équipements, les métiers de l'élevage étant exposés hall 7.

>> Quelles sont vos attentes par rapport au visitorat étranger ?

La dimension internationale du SIMA reste importante. Nous avons continué à investir dans notre promotion hors frontières et nous travaillons dans ce sens avec un réseau de partenaires en Europe et un petit peu partout dans le Monde pour toucher des agriculteurs, des distributeurs, des industriels et des investisseurs. Nous les prenons en charge pour le transport et l'hébergement pendant le SIMA et faisons en sorte qu'ils rencontrent un maximum d'exposants.

>> A l'heure de la sobriété énergétique, en tant qu'organisateur de salons allez-vous prendre des engagements ?

La sobriété énergétique se pose bien entendu. D'ailleurs début octobre, les différents acteurs de la profession se sont engagés à réfléchir et à acter un plan de sobriété. Il portera entre autres sur l'utilisation des matériaux et l'éclairage des différents espaces.

>> Avez-vous mis en place une communication spécifique pour les distributeurs ?

Nous leur avons proposé un kit de communication, ludique et accessible à tous, à décliner dans leurs concessions et à destination de leurs clients sous forme de jeu concours permettant de faire gagner des entrées au SIMA.

>> En 2024, le SIMA aura toujours lieu en novembre ?

Nous avons décidé de positionner le salon en novembre les années paires, donc le prochain SIMA se déroulera bien en novembre 2024. C'est une bonne période pour le cycle d'affaires du secteur d'activité et cela crée une alternance logique avec l'Agritechnica. J'espère par ailleurs que nous trouverons pour 2024 une solution avec l'EIMA, le salon international italien pour l'agriculture et le jardinage, qui a aussi pour habitude de se tenir en novembre.

>> Un mot pour conclure...

Nous avons apporté au SIMA 2022 des nouveautés dans la présentation de l'offre et dans la création de nouveaux espaces d'expression et de conférences. Les salons de septembre nous ont montré, qu'après deux années de crise sanitaire, la filière agricole avait envie de se retrouver, d'échanger. Nous avons hâte d'y être...

Après une édition 2020 repoussée pour cause de crise sanitaire, le SIMA revient en 2022 et se positionne à présent en novembre, les années paires, en alternance avec l'Agritechnica. Le salon, qui se veut celui de toutes les agricultures, a cette année un accent particulier puisqu'il fête son 100^e anniversaire. De 1922 à aujourd'hui, le SIMA a été la vitrine d'un monde agricole en profonde mutation, passant d'un salon de la mécanique agricole à celui de matériels et de services à très haute technologie.

Entretien avec Isabelle ALFANO, directrice du SIMA, qui nous détaille l'édition du centenaire...

>> Pour ceux qui ne vous connaissent pas, pouvez-vous vous présenter ?

Je travaille chez Comexposium depuis 1996. Ingénieur en industrie alimentaire et diplômée d'une formation en marketing, j'ai fait mes débuts au SIAL, j'ai pris ensuite la direction du salon INTERMAT, pour poursuivre en 2019 avec la direction des salons SIMA et SITEVI.

>> Un événement peu commun, que pouvez-vous nous dire sur le centenaire du SIMA ?

Un centenaire est un signe de pérennité, c'est l'occasion pour nous de célébrer 100 ans d'agriculture et ses évolutions à travers un certain nombre de manifestations, mais aussi de se projeter dans le futur. C'est un tournant aussi pour le SIMA puisqu'à l'issue du dernier salon en février 2019, nous avons décidé avec la profession de le faire évoluer vers plus de technologies, à l'image des produits et services qui sont proposés aux agriculteurs aujourd'hui.

>> Depuis le SITEVI 2021 vous avez modifié les « Innovation Awards », pourquoi ?

Nous avons modifié le calendrier des « Innovation Awards » de façon à présenter en amont des salons (en septembre) les nominés, leur permettant un temps de promotion et de visibilité plus grand. Les lauréats seront révélés le 6 novembre au soir, jour d'ouverture du SIMA et