

Piloter sa ferme, la start-up qui aide à vendre des céréales avec un algorithme

FRANCK STASSI

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES, L'USINE AGRO, PRODUITS AGRICOLES, TECH ET NUMERIQUE

PUBLIÉ LE 15/03/2017 À 09H45

Partant du principe que "commercialiser ses céréales est aussi compliqué que de piloter un avion", la start-up *Piloter sa ferme* propose de l'information personnalisée au moyen d'un algorithme, accompagnée d'une offre de formation originale par le jeu.



Pour vendre leur production, les agriculteurs peuvent désormais s'en remettre (presque) totalement à l'informatique. *"Nous nous sommes rendus compte que les agriculteurs étaient incapables de faire le tri entre le flux d'informations et les émotions. Un céréalier doit vendre sa récolte de céréales au meilleur moment, tandis qu'un acheteur doit s'approvisionner lui aussi au meilleur moment en détectant les zones d'opportunités et en tenant compte des besoins de l'entreprise"*, explique le PDG et cofondateur de *Piloter sa ferme*, Roland Zimmermann. Créée en 2015, cette start-up de Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme) a lancé à l'automne dernier une newsletter et un site Web destinés à fournir de l'information personnalisée aux professionnels du secteur, à partir d'une approche algorithmique.

"Notre modèle d'analyse de marché est 100% mathématique : l'algorithme est capable de donner une tendance de marché chaque semaine (moisson 2016, moisson 2017...) sur 20 marchés différents : maïs, colza, blé dur, orge d'hiver brassicole, pois, etc. On suggère des opportunités de marché, sans émotion", indique l'entrepreneur. Lorsqu'ils deviennent clients, les agriculteurs doivent renseigner des données liées à leurs productions (nombre d'hectares, typologie des cultures, rendements historiques), des données économiques (besoins en trésorerie) et de gestion (capacité de stockage, gestion des volumes). A ces éléments s'ajoutent l'indispensable seuil de commercialisation (le prix minimum à atteindre pour un agriculteur sur une trésorerie afin de couvrir ses coûts) et la base (la différence entre le prix constaté sur le marché à terme et le prix au départ de la ferme). Trois stratégies-types de marché peuvent être sélectionnées (souhaitant vendre la totalité de sa récolte après la moisson, engager une partie de sa récolte avant la moisson et prendre des positions sur les marchés à terme).

Deux ans de tests

"L'agriculteur doit toujours connaître le scénario du pire. L'algorithme peut calculer le volume engageable maximum avant moisson, ce qui est compliqué compte tenu des aléas climatiques - on se base sur aussi des historiques", précise Roland Zimmermann, qui s'est appuyé sur un panel de bêta-testeurs pour valider son concept *"unique en Europe"*. En 2013, 150 agriculteurs ont été rencontrés, afin de savoir s'ils éprouvaient le besoin de savoir si les marchés bougeaient, ou s'ils avaient besoin d'une aide à la décision. Ce second poste ayant été plébiscité, des outils ont été testés jusqu'en septembre 2015 avec des exploitations de toutes tailles, en France et à l'étranger. *"Nos testeurs ont bien validé que nos approches permettaient de*

sécuriser le chiffre d'affaires de l'entreprise", se satisfait le cofondateur de *Piloter sa ferme*, qui estime néanmoins que seuls 20% des agriculteurs connaissent leurs seuils de commercialisation.

Une offre de formation par le jeu

Pour remédier à cette situation, une offre de formation a également été mise en place. *"On considère que la commercialisation, c'est aussi compliqué que piloter un avion : un agriculteur n'a pas forcément appris à gérer une entreprise",* commente Roland Zimmermann. Un simulateur de marché permet de mettre les agriculteurs en situation au moyen de tablettes tactiles, en présentiel dans l'attente du développement d'un *serious game*. Le public de ces sessions, qui seront prochainement réservées aux abonnés à des tarifs préférentiels, va au-delà des seuls agriculteurs. *"On a des demandes de banquiers, d'organismes de gestion et de comptabilité, etc. Des experts du marché depuis 10 ou 20 ans parfois n'ont pas forcément les bonnes méthodes et les bons réflexes. Les gens qui travaillent beaucoup sur l'information de marché éprouvent des difficultés à prendre des décisions",* observe Roland Zimmermann.

Pour son offre d'information, Piloter sa ferme, qui compte aujourd'hui 15 personnes, facture un abonnement annuel à partir de 8 euros par hectare, plafonné à 960 euros par an. Le chiffre de 8 euros par hectare correspond au rendement français moyen en blé, à environ 8 tonnes par hectare. Une agence commerciale a été ouverte dans l'Yonne, à Avallon, dans l'attente de développements à l'international.

L'USINE NOUVELLE