

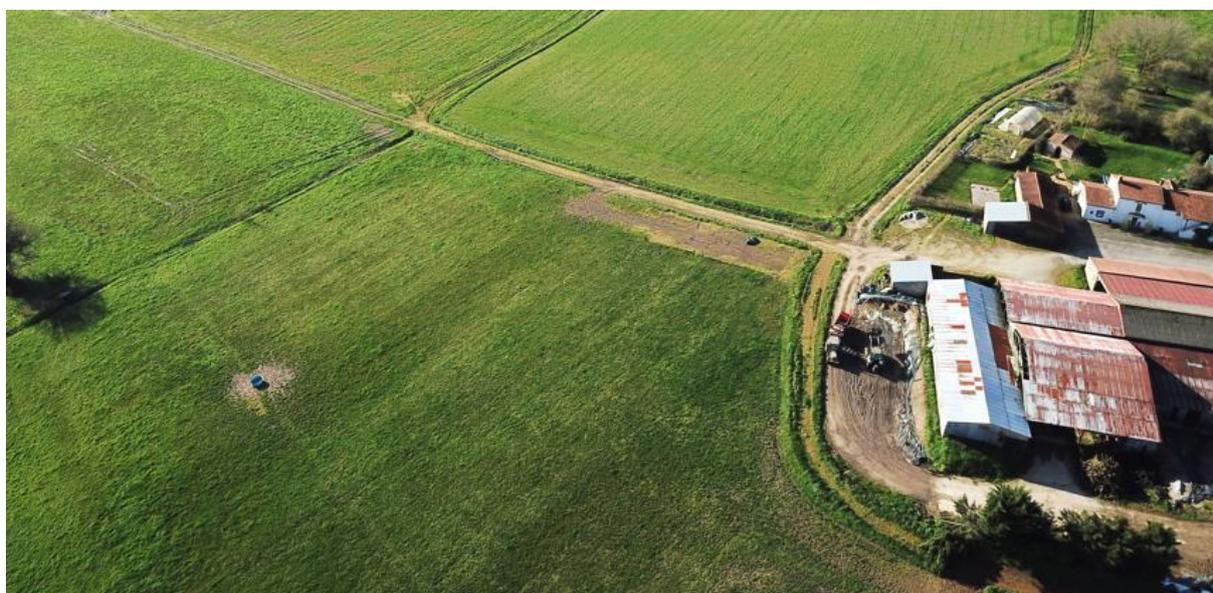
La France Agricole

ENTREPRISE AGRICOLE

Évaluer les valeurs cachées d'une exploitation

30.06.20

Bail rural, diversification, marque



« Classiquement, l'approche de la valeur d'une entreprise se limite aux éléments substantiels et aux éléments économiques et financiers. Notre démarche consiste à avoir une appréciation plus large de la notion de valeur », estime Claude Domenget, fondateur du cabinet Optimes en Haute-Garonne. © C. Faimali/GFA

Derrière les valeurs patrimoniales et économiques de l'entreprise agricole se cachent d'autres valeurs comme les marques, les logos, les fonds agricoles ou les améliorations foncières.

Lorsqu'on parle d'**évaluation de l'entreprise agricole**, deux méthodes de calcul sont tout de suite énoncées : celle qui aboutit à évaluer ce que possède l'exploitation (la valeur patrimoniale) et celle qui évalue ce qu'elle rapporte (la valeur économique). Des

méthodes qui ne permettent pas d'évaluer de « **nouvelles valeurs émergentes** », estime Claude Domenget du **cabinet Optimes**, spécialisé dans le conseil aux entreprises agricoles, en Haute-Garonne (1).

Aller au-delà de l'apparent

« Classiquement, l'approche de la valeur d'une entreprise se limite aux éléments substantiels (valeur du foncier, du matériel, du cheptel...) et aux éléments économiques et financiers (EBE, taux d'endettement, marge brute...). Notre démarche consiste à avoir une **appréciation plus large** de la notion de valeur », a lancé Claude Domenget, fondateur du cabinet.

Ce cabinet propose un audit global permettant de compléter les **approches patrimoniales et économiques** en évaluant « les valeurs apparentes et cachées » de l'entreprise agricole. Celui-ci se clôture par la proposition de pistes d'amélioration et un plan d'action. « Une fois que nous avons identifié les différentes composantes de l'entreprise, il convient de les analyser pour mettre en évidence les valeurs cachées, positives ou négatives », détaille Claude Domenget.

« Celles que l'on rencontre régulièrement dans les dossiers de notre cabinet concernent les marques, logos, fonds agricoles ou améliorations foncières, poursuit-il. Nous vérifions qu'ils sont bien inscrits au **bilan** de l'entreprise. Nous nous attachons à la stabilité du **foncier** : les baux sont-ils au nom de la société exploitante ? Le relevé d'exploitation est-il cohérent avec les surfaces exploitées par l'entreprise ? »

Pérenniser l'assise foncière

Claude Domenget ajoute : « Les **données juridiques** que nous avons recueillies lors de l'audit nous permettent d'apprécier si les statuts et le sociétariat sont en adéquation avec l'activité de l'entreprise et sa gestion. Nous nous intéressons aussi à la **valeur commerciale** de l'entreprise : la commercialisation repose-t-elle sur un seul homme ou une seule femme ? Quelle est sa dynamique par rapport aux comportements des consommateurs ? »

Après cette première analyse, le cabinet propose des solutions dans le but d'assurer la pérennité de l'entreprise. « Après avoir constaté l'absence du bilan d'éléments incorporels détenus par l'entreprise, il apparaît nécessaire de solliciter l'Institut national de la propriété industrielle (**INPI**) pour déposer marques, logos et brevets », explique Clémence Margelin, collaboratrice chez Optimes.

« Très fréquemment, il apparaît impératif de **négoier avec les bailleurs** pour permettre de pérenniser l'assise foncière de l'entreprise lorsque les baux sont personnels aux associés et simplement mis à disposition de la société, ajoute-t-elle. En cas d'inadéquation des statuts et du sociétariat avec l'activité, une modification de la structure juridique est alors nécessaire, tout en anticipant les conséquences sociales, fiscales, financières, juridiques de ces évolutions. »

Surmonter l'obstacle humain

Mais ces solutions mises sur la table se heurtent parfois à des **obstacles humains**. Un divorce conflictuel qui entrave le fonctionnement de l'entreprise et fige le sociétariat ou un dialogue quasi inexistant par peur de déclencher un conflit peuvent venir gripper la mécanique. « Nous devons encourager le dirigeant à se poser les bonnes questions sur ses pratiques, ses envies, et à entretenir le dialogue avec sa famille et ses partenaires sur sa stratégie pour l'entreprise », conseille Claude Domenget. L'enjeu est important car des opportunités sont parfois à saisir.

« Certaines entreprises parviennent à créer de la valeur en s'appuyant sur leur environnement direct. Ainsi, la proximité d'une centrale électrique permet d'envisager le développement d'importants **équipements énergétiques** : serres photovoltaïques, centrale photovoltaïque au sol. Un bois qui jusqu'alors servait d'abri pour les vaches l'été est devenu le lieu d'un parc de loisirs avec tyrolienne et via ferrata, renforçant l'attrait de **l'accueil à la ferme** et de la vente directe des produits, explique Clémence Margelin.

La voie de la diversification

« Cette tendance à la diversification des **activités ayant pour support l'exploitation** permet parfois de créer une importante synergie entre toutes les activités de l'exploitation, dans laquelle les déchets et produits de certaines activités sont la matière première des autres. » Le cabinet accompagne actuellement une entreprise qui avait historiquement une activité de bovins lait.

« Elle s'est diversifiée en créant un **atelier de transformation** pour mieux valoriser le lait, puis une installation photovoltaïque sur la stabulation, suivie d'une installation de méthanisation, décrit Clémence Margelin. En parallèle de ces activités de production, s'est développée une activité d'agrotourisme et d'accueil à la ferme (plusieurs milliers de visiteurs par an), qui permet d'une part de communiquer sur l'activité agricole, et d'autre part d'attirer des consommateurs sur la ferme. »

Alexis Marcotte

(1) Intervention lors d'un colloque organisé le 4 mars 2020 à l'école d'ingénieurs de Purpan.