Optimiser son cadre de gestion

Chiffres à l'appui, Virginie Ciesla-Maudet, fondatrice d'Assertis, a réalisé une rétrospective complète de ses préconisations sur le marché du blé sur les 18 derniers mois : les deux pics et les deux creux de la campagne dernière ont été parfaitement détectés, ce qui a permis de valoriser le prix des options préconisées. Ce cabinet-conseil spécialisé dans l'analyse technique des matières premières agricoles n'a pas de potion magique, mais étudie les signaux de forces ou de fragilités des marchés, loin des fondamentaux.

« Assertis a cherché à savoir comment se sont positionnées ses préconisations d'achat et de vente par rapport aux cours constatés sur Euronext. Et que d'apprentissage et de recul dans les synthèses chiffrées ainsi obtenues pour Assertis et ses clients !

« Avant de rentrer dans les détails, je souhaite rappeler l'écart de volatilité entre le creux d'août 2013 et le sommet d'avril 2014 : l'amplitude du cours du blé était modéré autour de 40 €/t, en baisse de 61% par rapport aux périodes extrêmes entre novembre 2011 et novembre 2012 qui avait compté 102 €/t d'amplitude. Pour 2014, la volatilité a fait son retour avec près de 60 €/t d'amplitude entre le 15 avril et le 23 septembre. De fait, le marché n'est pas facile à appréhender. Notre objectif est de trouver les zones de retournement pour accompagner la tendance qui aura le plus de probabilité à se développer » nous indique Virginie Ciesla-Maudet.

Stratégies d'achat long terme

Pour les stratégies d'achats long terme, Assertis a analysé les options prises pour la campagne 2013-2014 : la rétrospective confirme que les avis se situent au niveau du marché dans le cadre de gestion préalablement définis par les clients.

Dans 77% des cas, les sorties avec options ont été gagnantes, ce qui a permis de performer la moyenne achat de 5.05 €/t. Nous avons su apprécier les tendances et en tirer profit malgré une volatilité réduite. »

Stratégies de vente long terme

Pour la campagne 2013-2014, la moyenne de vente ferme se situe 12.82 €/t au-dessus de la moyenne des cours constatés sur Euronext et 17.52 €/t pour les stratégies de vente avec options. Les options ont ainsi optimisé la moyenne de vente de 4,70 €/t.

Plus de 17 €/t de marge pour les stratégies long terme avec options

Deux postes de profit existent : pour la récolte 2013, l'écart de la moyenne des achats et la moyenne des ventes dégage une marge positive de 8,00 €/t sans option et 17.76 €/t avec. Pour la campagne 2014-2015, bien que la campagne ne soit pas encore terminée, les résultants sont particulièrement positifs avec une marge autour de 16 €/t.

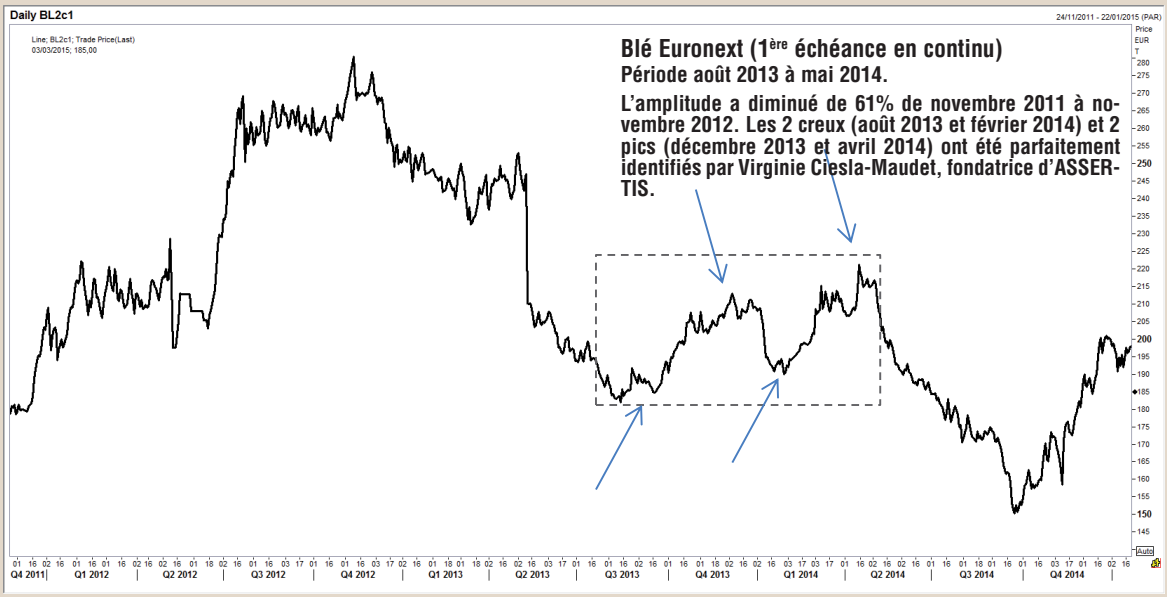
Un cadre de gestion pour répartir les risques

« S'imposer des achats avant récolte : est-ce une stratégie à suivre, finalement, après le creux de l'été qu'ont connu les acheteurs ?

En effet, pour la récolte 2014 en cours, les opérateurs ont pu se sentir frustrés d'avoir suivi cette année un cadre de gestion qui ne leur a pas permis de tout acheter lorsque les prix étaient au plus bas fin septembre. Mais la stratégie du « tout ou rien » peut parfois coûter très cher à l'entreprise, comme nous l'avons analysé pour les huit dernières campagnes.

Ainsi, si l'on compare un achat positionné début juin ou un achat à fin août, qui en sortirait gagnant ? Les achats sans cadre de gestion à fin août sont bénéfiques dans 57% des cas. Les gains s'échelonnent entre 13.50 et 24.50 €/t par rapport aux achats de début juin, pour une moyenne à 20.31 €/t.

A contrario, acheter en août est pénalisant dans 43% des cas. Mais, car il y a un mais : dans les cas néfastes, la sanction est particulièrement sévère… Les pertes sont dramatiques : elles s'échelonnent de 55.75 €/t et 97.50 €/t, avec une moyenne de perte à 83.41 €/t ! Il n'y a donc pas de martingale, bénéficier d'un cadre de gestion est réellement plus sûr. »

C'est pourquoi plutôt que de jouer la stratégie du tout ou rien, Assertis conseille à ses clients un cadre de gestion qui permet de répartir le risque tout en optimisant les tendances qu'offre le marché. Cette stratégie est payante, car sur les 4 dernières campagnes, la marge dégagée par les stratégies long terme avec options a toujours été positive et ce, quel que soit les mouvements de marché.

(publié sur l'application circuit cultures mars 2015)