

LES DÉFIS DE L'AGRICULTURE CONNECTÉE DANS UNE SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE



16 PROPOSITIONS

pour repenser la production, la distribution et la consommation alimentaires à l'ère du numérique

Si les usages numériques des agriculteurs ou l'arrivée d'un nouveau mode de production dit « de précision » sont des sujets aujourd'hui bien connus des experts et des acteurs de l'écosystème agricole, les effets plus durables et les bouleversements profonds qu'induit le numérique pour l'agriculture, le métier d'agriculteur et sa place dans la société actuelle n'ont pas encore fait l'objet d'un décryptage approfondi. Avec ce livre blanc, l'ambition du think tank Renaissance Numérique est de **saisir l'ampleur de la transformation numérique de l'agriculture** qui dépasse largement la question des nouveaux outils de production. **Distribution, vente, alimentation et consommation, c'est toute la chaîne des actions et des acteurs, allant de la fourche à la fourchette, qui doit se repositionner face aux nouvelles pratiques collaboratives et à la mise en donnée de l'agriculture et des tendances de consommation.**

Au cours de trois grandes parties, qui retracent les étapes de la chaîne agro-alimentaire du producteur au consommateur, Renaissance Numérique définit les contours d'une troisième révolution agricole, qui, comme au XVIIIe et au XXe siècles, repose sur un contexte de rupture :

un nouveau mode de production (qualité et sécurité alimentaires et sanitaires, et la lutte contre le réchauffement climatique), des enjeux inédits (qualité et la sécurité alimentaire et la lutte contre le réchauffement climatique) et une nouvelle donne démographique (croissance et urbanisation massive au niveau mondial).

Cette révolution agricole est **totale** en ce qu'elle concerne tous les types d'agriculture, tous les modes de production, mais aussi parce qu'elle est **mondiale** et transforme particulièrement l'agriculture dans les pays émergents. Aussi, le livre blanc s'attache, dans toutes ses parties, à livrer **une analyse nationale, européenne, occidentale et mondiale de cette nouvelle révolution agricole et de ses conséquences, pour tous les acteurs du secteur agro-alimentaire.**

Tout au long du livre blanc, **Renaissance Numérique formule seize propositions à destination des acteurs publics et privés, entreprises, coopératives ou syndicats du monde de l'agro-alimentaire,** afin de donner aux agriculteurs français et internationaux les moyens de saisir l'opportunité de la transition numérique.



CULTIVER, PRODUIRE



ECHANGER, DISTRIBUER,
NÉGOCIER



MANGER, CONSOMMER

CULTIVER, PRODUIRE

VERS UNE RÉVOLUTION NUMÉRIQUE INCLUSIVE

- La révolution numérique dans l'agriculture c'est d'abord l'agriculture dite « de précision », soit assistée par des outils numériques et objets connectés qui permettent une description et une analyse complètes des parcelles.
- En guidant vers une action plus ciblée et basée sur l'analyse des données, les outils numériques permettent d'allier la croissance des rendements avec le respect de l'environnement. Ils garantissent également moins de pénibilité pour les agriculteurs.
- Ces nouveaux outils sont répandus dans l'agriculture occidentale, surtout aux Etats-Unis où les acteurs industriels investissent fortement ce nouveau marché, mais également dans les pays émergents où l'usage du mobile est en pleine explosion.
- En Europe et en France également, les start-up réinventent les services aux agriculteurs et viennent bousculer les acteurs traditionnels en place publics et privés.
- Pour une révolution numérique inclusive, l'enjeu est donc d'accompagner les agriculteurs dans l'acquisition et le maniement de ces nouveaux outils

PROPOSITIONS	<p>Garantir la couverture réseau nécessaire à une agriculture connectée, sans pénaliser les exploitations selon leur zone géographique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre davantage en avant les indices de l'ARCEP concernant la couverture réseau en termes de territoire et non pas d'individus. • Faire de la couverture 3G de tout le territoire une priorité 	<p>Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ ★ Complexité de la mise en action : ★ ★ Coût : ★ ★ ★</p>
	<p>Étudier les opportunités de l'ultra bas débit pour l'agriculture connectée</p>	<p>Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★ ★</p>
	<p>Accompagner l'équipement des agriculteurs en outils numériques</p>	<p>Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ ★ Complexité de la mise en action : ★ ★ Coût : ★ ★</p>
	<p>Le crowdfunding pour soutenir l'agriculture périurbaine Start-up, collectivités territoriales, associations, coopératives pourraient porter de telles plateformes dont le développement ne pose aucune difficulté technique</p>	<p>Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★</p>

ÉCHANGER, DISTRIBUER, NÉGOCIER

- Dans un climat de défiance et de ras-le-bol des consommateurs et des agriculteurs, les circuits courts se développent de plus en plus rapidement grâce aux services numériques permettant de mettre en relation directe les deux extrémités de la chaîne de l'agro-alimentaire : agriculteur et consommateur.
- L'agriculteur est donc face à un métier dont la réalité se transforme profondément : en plus de la production en amont, il remonte la chaîne de valeur pour aller directement vendre au consommateur.
- Par sa capacité de mettre en données toute la chaîne alimentaire, le numérique offre également davantage de transparence dans un marché dont l'opacité préserve les acteurs traditionnels d'un partage plus équitable de la valeur entre agriculteur et consommateur. Cela est particulièrement vrai pour l'agriculture familiale des pays émergents.
- Le Big Data doit donc permettre de libérer de la valeur pour l'agriculteur et le consommateur.

FORMATION : PRÉPARER LES AGRICULTEURS ET LEUR ÉCOSYSTÈME AU NOUVEAU PARADIGME NUMÉRIQUE

PROPOSITIONS	<p>Intégrer dans la formation professionnelle des agriculteurs des bases de compréhension des enjeux numériques</p>	<p>Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ ★ Complexité de la mise en action : ★ ★ Coût : ★ ★ ★</p>
	<p>Coopératives et syndicats acteurs majeurs de la formation au numérique des agriculteurs :</p> <p>en proposant des ateliers, en formant à de nouveaux outils qu'eux-mêmes peuvent mettre en place, ils permettent ainsi aux agriculteurs de s'approprier les outils numériques nécessaires à la transformation de leur métier, tant en aval qu'en amont de la production.</p>	<p>Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ ★ Coût : ★ ★</p>

PROPOSITIONS	Exploiter les opportunités des outils numériques pour proposer des formations en ligne : Moocs, tutoriels	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★★ Complexité de la mise en action : ★★ Coût : ★★
	Les coopératives, acteurs du Big Data agricole	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★★★ Coût : ★★★

REPLACER L'AGRICULTEUR ET LE CONSOMMATEUR AU CŒUR DE LA CHAÎNE DE L'AGRO-ALIMENTAIRE

PROPOSITIONS	Les collectivités locales et les chambres de l'agriculture encouragent la vente en circuit-court en répertoriant et relayant les informations sur ces initiatives sur un site Internet dédié.	Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★
	Mettre en place des programmes open data expérimentaux sur certaines filières pour recréer un équilibre entre les prix de production et les prix de vente	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★★★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★★
	Des programmes internationaux pour une mise en donnée de l'agriculture familiale dans les pays émergents	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★★★ Complexité de la mise en action : ★★★ Coût : ★★★

MANGER, CONSOMMER

- Le déficit croissant de confiance des consommateurs dans les produits de grande consommation alimentaire fait naître des initiatives de mobilisation et de partage d'informations par les outils numériques de collaboration. C'est la « traçabilité en peer-to-peer » qui permet au consommateur de s'émanciper des labels existants.
- Les outils numériques permettent d'établir une traçabilité totale et certaine des produits alimentaires. Aujourd'hui, ces informations restent entre les mains des industriels et ne profitent pas directement au consommateur et à l'agriculteur en quête pourtant d'une plus grande transparence sur les origines et les conditions de production des aliments qu'ils consomment.
- L'alimentation est devenue une question de santé : cela ouvre des perspectives économiques importantes en France pour un secteur agro-alimentaire qui a besoin de se réinventer.

VERS UNE TRAÇABILITÉ GRAND PUBLIC POUR RENOUER LA CONFIANCE AU CŒUR DE L'ALIMENTATION

PROPOSITIONS	Les agriculteurs entrent dans la boucle des applications de certification et traçabilité des produits alimentaires	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★
	Des capteurs et autres objets connectés pour simplifier la labellisation des produits agricoles	Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★★ Complexité de la mise en action : ★★★ Coût : ★★★
	Inciter les acteurs de l'agro-alimentaire à mettre en place des outils de traçabilité grand public pour informer sur la provenance du produit	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★★★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★
	Encourager la traçabilité automatique et intelligente dans les circuits internationaux d'acheminement des biens agricoles	Mode d'action : Concertation multi-acteurs Horizon temporel : ★★ Complexité de la mise en action : ★★★ Coût : ★★★
	Libérer les investissements pour faire émerger des champions français et européens de la #FoodTech	Mode d'action : Décision exécutoire Horizon temporel : ★ Complexité de la mise en action : ★ Coût : ★

AUDITIONS RÉALISÉES

Alain CARDINAUX	Journaliste, France Agricole
Christian GENTILLEAU	Directeur, NTIC Agri Conseil
Karine DANIEL	Responsable du LARESS et enseignante-chercheuse en économie à l'École Supérieure d'Agriculture
Xavier MONTERO	Co-fondateur, Vinallia (groupement d'achats)
Bruno PRÉPIN	Délégué général, Agro EDI Europe
Rémi DUMERY	Agriculteur céréalier
Jacques MATHÉ	Economiste CER France Poitou-Charentes Professeur-Associé, Université de Poitiers
Guillaume FUCHS	Co-fondateur, Alsavit (e-commerce)
Marine POUYAT	Affaires juridiques et environnementales, FEVAD
Samuel VANDAELE	Secrétaire général, Jeunes Agriculteurs
Guillaume CHÉRON	Co-fondateur, La Ruche qui dit oui
Maxime DE ROSTOLAN	directeur, Fermes d'Avenir
Jérémy WAINSTAIN	CEO, TheGreenData
Arnaud BILLON	Fondateur, Ah la vache
Jean-Marc BOURNIGAL	Président, IRSTEA, mission « Agriculture – Innovation 2025 »
Aymeric CHASSAING	Conseiller technique au porte-parolat du gouvernement
Sébastien LAFAGE	Directeur marketing, ISAGRI
Godefroy JORDAN	Président et fondateur, StartingDot
Grégoire BERTHE	Directeur général, Céréales Vallée
Paolin PASCOT	Co-Fondateur & CEO - Agriconomie SAS, Agriconomie
Stéphane MARCEL	Directeur général, SMAG
Bruno TISSEYRE	Enseignant chercheur, Montpellier Sup Agro
Anouck LEGENDRE	Co-directrice, agence XTU
François HOULLIER	Président, INRA
Tristan FOURNIER	Chargé de recherche CNRS en sociologie de l'alimentation
Pierre MAERTENS	Responsable du service e-commerce et drive, Les Mousquetaires
Frédéric MASSÉ	Vice-Président EMEA Government Relations SAP
Kevin CAMPHUIS	FoodTech Partner, 33 entrepreneurs

DIRECTEURS DE LA RÉDACTION

Henri ISAAC

Président de Renaissance Numérique, Vice-Président de l'Université Paris-Dauphine

Marine POUYAT

Administratrice de Renaissance Numérique, Affaires juridiques et environnementales, FEVAD

CONTACT

contact@renaissancenumerique.org

Camille VAZIAGA

Déléguée générale du think tank
cvaziaga@renaissancenumerique.org

À PROPOS DE RENAISSANCE NUMÉRIQUE

Renaissance Numérique est le think tank de la société numérique. Il réunit les grandes entreprises de l'Internet, françaises et multinationales, les entrepreneurs, les universitaires ainsi que les représentants de la société civile, pour participer à la définition d'un nouveau modèle économique, social et politique issu de la révolution numérique.

Il regroupe aujourd'hui plus de 50 adhérents et plus de 250 délégués territoriaux amenés à faire vivre la réflexion numérique partout sur le territoire et auprès des élus. Guillaume Buffet préside le think tank jusqu'en décembre 2015.

Henri Isaac, Président élu, prendra ses fonctions en janvier 2016.