

EXECUTIVE ACCESS

Les enjeux des dirigeants du secteur de l'agroalimentaire

Point de vue n°1



Executive Access

Agroalimentaire

Les échanges que nous avons eu avec des décideurs de l'agroalimentaire nous ont permis de comprendre les sujets qui les préoccupent.

En tant que premier secteur industriel en France, l'agroalimentaire possède un fort ancrage dans nos territoires et représente de nombreux enjeux. La population mondiale en croissance implique une augmentation de la production tout en respectant les normes environnementales. Il est à noter le poids considérable de l'agroalimentaire en termes de chiffre d'affaires (180 milliards d'euros) ainsi qu'en termes d'emplois directs (430 000 emplois).

L'Agro Connecté

Le premier enjeu pour le futur de l'agroalimentaire est l'intégration du numérique qui va impacter de façon transverse la chaîne de valeur de la première industrie française.

L'intégration du numérique implique des changements dans la phase de production, de distribution, ainsi que dans le marketing et le service client qui vont générer des opportunités permettant d'assurer la croissance de l'industrie. L'émergence du numérique pour ce secteur oblige les industriels à répondre à certains défis pour pérenniser les emplois dans des sociétés de plus en plus sensibles aux questions de développement durable.

L'un des premiers impacts du numérique dans l'agroalimentaire est la robotique. En effet, les avancées technologiques en termes d'outils de production représentent d'énormes investissements pour les sociétés de l'industrie

agroalimentaire ce qui permet aux producteurs d'optimiser les ressources et d'avoir un suivi détaillé des processus manufacturiers, afin d'accroître la productivité des usines.

Par l'utilisation d'algorithmes d'intelligence artificielle, l'industrie agroalimentaire se voit transformée.

Les tâches seront démultipliées et les outils de production absorberont les processus plus chronophages. Ceci représente une opportunité pour gagner en excellence opérationnelle, mais aussi une menace pour les emplois peu qualifiés.



Ce processus de robotisation a commencé il y a quelques décennies. Aujourd'hui, les avancées technologiques autour de l'intelligence artificielle permettent de développer des algorithmes plus pointus sous l'optique du « machine learning », ce qui rendra possible, chaque année, l'apprentissage automatique des tâches de plus en plus complexes par les outils.

L'enjeu pour les dirigeants de l'agro est donc d'orienter les ressources humaines vers des emplois plus qualifiés.

En même temps, du fait de la robotisation des usines, un grand nombre de données issues des process pourront être croisées à travers les usines. L'analyse de ces données sera exploitable pour identifier les points faibles de la production, et servira de base pour encourager l'innovation dans le secteur.

De même, le numérique impacte les opérations marketing des entreprises agroalimentaires. Le digital permettra de mieux connaître les clients et de les fidéliser. Il y a tout d'abord une question d'analyse des données clients facilitant les actions marketing classiques (comme la communication, le packaging, le pricing etc).

Le digital offrira, également, des opportunités en termes de traçabilité.

En effet, soucieuse de la provenance des produits, la population réclame des moyens de mesurer la qualité des produits. Les entreprises qui arrivent à intégrer des moyens de traçabilité les plus transparents vont sans doute convaincre le marché plus facilement. Sachant que l'information dans l'agroalimentaire est extrêmement sensible ; il faudra sans doute travailler de pair, avec les organisations publiques pour assurer une communication fiable. Le résultat d'une appropriation du numérique en termes de traçabilité se traduira par la capacité de renforcer la qualité des produits puisque les entreprises n'auront pas la possibilité de cacher leurs méthodes. En même temps, cela permettra à ces entreprises de mieux connaître leurs clients et leurs besoins.

Par ailleurs, le numérique a aussi impacté les méthodes de distribution dans l'agroalimentaire, notamment avec l'arrivée de l'e-commerce. En effet, le modèle de grande distribution classique qui reste encore dominant pour la vente des produits agricoles est challengé par l'e-commerce qui bénéficie de méthodes de livraison optimisées. Les entreprises de l'agroalimentaire pourraient développer une relation directe avec les consommateurs par le biais du système e-commerce en assurant une livraison agile respectant les normes de sécurité.



Ceci leur permettra de garder une meilleure marge et d'analyser les comportements de leurs consommateurs finaux notamment grâce aux données.

L'agriculture intelligente

Un autre grand défi pour l'industrie agroalimentaire sera d'assurer la pérennité des terres, et le respect de l'environnement. Ainsi, la fonction du directeur RSE deviendra de plus en plus importante dans l'agroalimentaire.

Les réglementations étant de plus en plus strictes, les entreprises devront affronter des changements dans leur façon de semer et surtout dans les produits utilisés, ainsi que dans les assolements, les emballages et la distribution. Il faudrait réfléchir en termes d'économie circulaire et ceci comprend plusieurs objectifs ; la réduction des déchets, le recyclage des plastiques à 100%, la réduction des émissions de gaz à effet de serre et la création d'emplois.

L'agriculture intelligente est celle qui inclut dans sa chaîne productive des mécanismes qui permettraient d'atteindre ces objectifs. Par exemple, le virage vers la production biologique répond à la problématique environnementale.

. Cela implique, toutefois, des investissements conséquents dans les fermes et la nécessité d'obtention d'accréditations qui deviennent de plus en plus restrictives. Les agriculteurs se retrouvent dans un dilemme assez complexe puisque d'un côté la production conventionnelle sur des petites surfaces ne leur permet pas d'avoir une bonne qualité de vie (la production biologique représente un lourd investissement initial) et de l'autre côté, la production industrielle va à l'encontre de tout objectif de protection de l'environnement.

Il existe un enjeu majeur de coopération entre les entreprises, les organismes publics et les consommateurs pour aider les agriculteurs à retrouver le bonheur au travail, puisque sans eux, il n'y aurait personne pour nous nourrir. Cet enjeu concerne aussi les dirigeants des groupes agroalimentaires qui travaillent de la main avec les agriculteurs.

En effet, cette coopération entre les différentes parties prenantes devra chercher une façon d'optimiser les transactions entre les producteurs et consommateurs.



Un des axes de travail est les circuits alimentaires de proximité qui génèrent moins de coûts de transport et d'emballage ; et qui en même temps supportent l'emploi des producteurs locaux et créent une culture de proximité dans les villes.

Les tendances de globalisation nous montrent un tout autre horizon pour l'agroalimentaire, avec des produits de plus en plus "conservables" et venus du monde entier. Il n'est pas négligeable que le principe des circuits alimentaires de proximité soit très environnementaliste puisque l'objectif est de nourrir la population proche avec des produits saisonniers et frais.

L'objectif consiste à rapprocher l'homme de la terre ce qui a un impact économique. Aussi, cela permet de développer une conscience autour de la protection de l'environnement.

L'innovation dans l'agroalimentaire

À cause des défis environnementaux, l'agroalimentaire est un secteur avec beaucoup de potentiel pour l'innovation sur toutes les étapes de la chaîne de valeur de la production à la distribution. En matière de production, l'innovation se concentrera sur les moyens d'assurer la protection des plantes et des animaux puis de réduire toutes les formes de pollution.

Les nouvelles technologies et les objets connectés fournissent beaucoup d'éléments de réponse à ces sujets.

Par exemple, les senseurs permettant d'analyser les conditions météorologiques en temps réel facilitent les choix d'arrosage à distance ce qui est très important dans un environnement où le climat est de plus en plus instable. Les drones permettent de récupérer l'état d'une culture sur des terrains élargis de façon très rapide. Le Big Data permet d'analyser les meilleures conditions de fertilité selon les semences et les conditions de la terre à travers des analyses transverses.

Ainsi, « l'AgTech » a pour mission de renouveler le secteur de l'agroalimentaire dans l'ère digital. Il devient un secteur porteur d'investissements en France avec un premier incubateur spécialisé à Willems, à côté de Lille.

Aussi, un champ très prometteur est celui des bioénergies. Il y a un enjeu important à trouver des sources d'énergie renouvelable comme notamment les agrocarburants (énergies issues de la conversion des déchets en énergies gazeuses liquides ou solides) qui sont une possibilité.



Néanmoins, il reste difficile de pouvoir remplacer les énergies fossiles et trouver l'optimisation nécessaire pour faire des agrocarburants une énergie utilisable et rentable. Les agrocarburants ne peuvent, à elles seules, répondre à la demande d'énergie actuelle.

La combinaison de cette bioénergie avec d'autres comme l'éolienne ou le solaire peuvent, éventuellement, servir de base pour une transition énergétique réussie. En ce sens, l'innovation dans l'agroalimentaire pourra faire ses preuves dans l'utilisation d'emballages biodégradables et la réduction de l'usage du plastique.

Enfin, l'innovation dans l'agriculture prendra aussi sa place sur les moyens de distribution. En plus des circuits de distribution classiques comme la grande distribution ou la restauration, ou des circuits de proximité, les circuits alternatifs comme l'e-commerce ou les magasins de marque prennent peu à peu de l'ampleur sur le marché.

En effet, ces deux derniers comportent la possibilité pour les marques d'avoir une relation plus proche avec leurs clients et ainsi les fidéliser plus facilement (il existe déjà quelques « pure players » sur le marché).

La difficulté se trouvera principalement sur la rentabilité économique qui devra s'envisager sur le long terme. Tout ceci pour dire que d'autres circuits alternatifs inconnus aujourd'hui pourraient bel et bien répondre bientôt aux problématiques sanitaires, de conservation, de traçabilité, etc.

Conclusion :

Le secteur de l'agroalimentaire va rentrer dans une période de transformation qui va lui permettre de retrouver de plus fortes marges nécessaires pour poursuivre leur développement, assurer la pérennité des emplois, améliorer la qualité des aliments et, finalement, harmoniser la relation avec l'environnement.

Les dirigeants dans l'agroalimentaire devront affronter ces problématiques avec l'essor du numérique dans le secteur et un environnement économique instable.

