



## **Le secteur agroalimentaire à l'épreuve de la transformation digitale**

**La révolution numérique est en marche depuis quelques années. Aujourd'hui, elle touche presque tous les secteurs économiques. Et celui de l'agroalimentaire n'y échappe pas. Ce secteur est en pleine transformation digitale. Avec ses 4 000 milliards de dollars de production mondiale, il devait tôt ou tard être touché.**

## **La transformation digitale pour les besoins du marché**

Les acteurs du secteur agroalimentaire ne peuvent pas rester inactifs face à la concurrence poussée par la mondialisation. Ils doivent réagir et s'adapter pour pouvoir poursuivre leur développement. Pour atteindre cet objectif, l'industrie investit dans le digital marketing.

Ce virage est nécessaire au vu des nouveaux enjeux auxquels elle doit faire face. En effet, les changements démographiques, de modes de vie et de consommation

contraignent les acteurs de l'industrie agroalimentaire à rectifier leur stratégie marketing.

La méthode conventionnelle ne porte plus ses fruits. Pour toucher davantage de consommateurs, la présence en ligne est indispensable. Les entreprises de l'agroalimentaire doivent se familiariser avec les nouvelles technologies d'information et de communication pour gagner en performance.

## La transformation digitale pour les besoins des clients

Que ce soit pour le secteur agroalimentaire ou un autre secteur économique, le besoin client revêt une importance capitale. Tous les produits et services fournis doivent répondre aux besoins des consommateurs. Et aujourd'hui, les nouvelles technologies de communication constituent le meilleur moyen d'identifier ces besoins.

Sites web, réseaux sociaux, applications mobiles... autant d'outils utilisés pour collecter les données sur les consommateurs, les analyser et les valoriser.

Effectivement, les entreprises de l'agroalimentaire peuvent exploiter ces données pour connaître les besoins réels des consommateurs, quand bien même ceux-ci seraient disparates.

Ensuite, l'idée est de proposer des produits sur-mesure pour répondre précisément aux attentes des clients. C'est d'ailleurs l'un des plus gros avantages de la numérisation dans le secteur agroalimentaire. L'organisation est beaucoup plus focalisée sur les clients consommateurs (customer centric) et non les clients distributeurs.

Grâce à la transformation digitale, les entreprises de l'agroalimentaire sont en mesure de se rapprocher de leurs clients. Une proximité qui leur permet d'ajuster leur système de production en fonction du besoin client.

Les réseaux sociaux, les forums, les avis et commentaires permettent en effet aux consommateurs de donner leurs impressions sur un produit en particulier.

L'information étant plus fluide, l'entreprise peut apporter les améliorations souhaitées plus rapidement et plus efficacement.

Enfin, la digitalisation du secteur agroalimentaire permet de réaliser une veille concurrentielle efficace. Des outils spécialisés de veille online (tels que Process Alimentaire, LSA, RIA ou autres) vous permettent de suivre vos concurrents. Bref, vous disposez de toutes les données pour déclencher votre croissance. Il suffit de bien les valoriser grâce aux data scientists.

## La traçabilité du produit et du client

La transformation digitale du secteur agroalimentaire répond également à un besoin de traçabilité du produit. Son importance est capitale dans la filière agroalimentaire.

La traçabilité vise avant tout à garantir la sécurité sanitaire des aliments et à éviter les risques d'intoxication alimentaire. Le fait de pouvoir garder la trace des produits permet en effet de les retirer facilement du marché en cas de problème menaçant la santé publique.

Aussi, la traçabilité agroalimentaire répond à un besoin d'information du client. S'ils le souhaitent, les consommateurs peuvent obtenir davantage d'informations sur les produits qu'ils consomment. Ce qui représente un élément crucial dans le processus de prise de décision. La numérisation du secteur agroalimentaire rend la traçabilité du produit plus simple, plus rapide et plus efficace.

La digitalisation permet enfin de localiser les clients à tout moment. Cela est rendu possible grâce aux dispositifs de marquage et à la géolocalisation des smartphones. Avec des outils comme le marketing automation, les entreprises du secteur agroalimentaire peuvent proposer des offres personnalisées en temps réel et conduire les clients vers leurs boutiques les plus proches.

# La naissance de l'industrie 4.0

L'industrie 4.0, on en entend souvent parler. Mais de quoi s'agit-il exactement ? Ce concept est fondé sur les avancées technologiques des équipements dont l'existence est liée au digital. Les exemples sont nombreux.

À titre illustratif, on peut citer les machines CNC adaptatives, la robotique ou encore l'impression 3D. La cobotique (liaison homme-machine) a aussi été rendue possible grâce à l'industrie 4.0.

L'industrie 4.0 s'inscrit naturellement dans le processus de transformation digitale du secteur agroalimentaire. Les innovations apportées permettent non seulement d'améliorer la productivité, mais contribuent aussi à réduire les coûts.

On citera par exemple le cas d'Agricool. La jeune pousse française est spécialisée dans la transformation de fruits. Son équipe de Recherche et Développement a découvert une nouvelle méthode de production de fruits et de légumes sans pesticide ni OGM. La technique a aussi permis de baisser significativement les prix. Pourtant, la productivité est multipliée par 120. Et ce n'est qu'une partie des avantages que la start-up tire de l'industrie 4.0.

Il est à noter que l'industrie 4.0 impacte aussi l'innovation et le développement produit. Il en va de même pour le délai de mise sur le marché des produits qui devient plus rapide.

Bref, la digitalisation du secteur agroalimentaire promet une meilleure rentabilité sur le court, moyen et long terme. C'est la raison pour laquelle les acteurs de ce secteur ont décidé d'investir dans d'importantes solutions de marketing digital.

## Conclusion

La transformation digitale est devenue une nécessité pour les entreprises, y compris celles de l'industrie agroalimentaire. Il s'agit certes d'un secteur économique plutôt traditionnel. Mais les enjeux sont si importants qu'il est essentiel pour les professionnels de ce secteur de se lancer dans le marketing digital. La présence et les activités sur le Web sont des facteurs déterminants pour la compréhension des besoins du client et leur satisfaction.



**Bruno Quémener**

<https://ouest.ready4digital.fr>

<https://www.linkedin.com/in/quemener-bruno>