

LES BENCHMARKS

WIUZ

Viser 50 % d'agriculteurs connectés, minimum !

Derrière Conselio et Synchroo, les applications mobiles de traçabilité de Terrena et d'Axérial, une même entreprise : Wiuz. Pour la plateforme, qui couvre désormais la moitié du territoire français, l'objectif est d'aider ses clients distributeurs à compter plus de 50 % de leurs agriculteurs en interaction avec leurs solutions digitales.

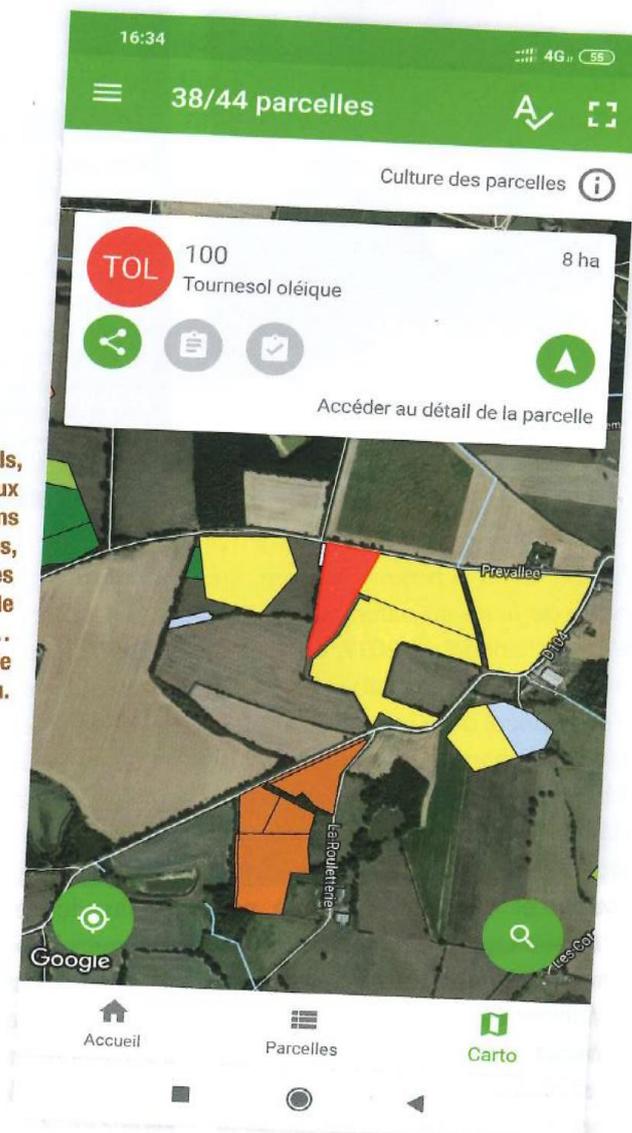
Il y avait quinze départements en 2016, Wiuz en couvre désormais 41.

De 1,2 million d'hectares (Mha) il y a trois ans, ce sont désormais 1,8 Mha suivis grâce aux services développés par la start-up qui compte onze salariés et peut monter jusqu'à vingt avec les prestataires. La plateforme digitale, avec Terrena et Axérial actionnaires à parts égales depuis le début, accompagne aujourd'hui 17 clients. La croissance est régulière, se félicite le directeur, Marc Hoppenot : « Parmi nos clients, nous avons une grande diversité de coop et négoces : de très grosses structures, comme nous nous y attendions, mais aussi des plus petites, toutes filières confondues, ce qui montre la pertinence de notre offre et de nos tarifs ! »

La géolocalisation intégrée

Depuis sa création, Wiuz garde un même objectif : proposer des solutions numériques adaptées à ses clients pour accompagner les techniciens et les agriculteurs dans leurs métiers, et assurer la traçabilité de leurs pratiques. Début 2019, Wiuz compte 1 500 utilisateurs pour ses applications mobiles. Conseils, OAD, travaux ré-

Sur Wiuz : conseils, OAD, travaux réalisés, éditions réglementaires, fiches cultures pour les contrats de production... Le tout accessible sans réseau.



alisés, éditions réglementaires, fiches cultures pour les contrats de production... Le tout accessible sans réseau. « Nous avons été les premiers à proposer l'utilisation offline de l'ensemble du périmètre de nos applications, ce qui

est un vrai avantage pour l'enregistrement ou pour la consultation des données au champ », souligne le directeur. Dernière avancée de Wiuz : la géolocalisation sur parcelle, afin d'aider les techniciens à se repérer plus vite (l'ap-

plication indique les parcelles de clients les plus proches, ou les parcelles d'une culture donnée). Autre nouveauté : l'agrément Comifer reçu début 2019 pour les outils de fertilisation. Actuellement, l'entreprise travaille aussi sur la saisie dynamique de données au champ par l'agriculteur (météo, activités, observations...) afin d'ajuster plus finement le conseil par la suite.

Des outils en marque blanche

Face à ses concurrents Smag, Isagri, Géofolia ou Mes Parcelles, la société Wiuz mise sur certains points forts : « Toutes les données appartiennent à nos clients. Nous avons une logique de marque blanche pour personnaliser les offres. Nous laissons une vraie autonomie aux utilisateurs, avec des développements de solutions à la carte. » Si Conselio de Terrena et Synchron d'Axérial ont été développés par Wiuz, d'autres portails numériques de coop et négoce ont également été conçus par la jeune entreprise. « Certains de nos clients proposent ces plateformes gratuitement, notamment les coop pour fidéliser leurs adhérents. D'autres les proposent en abonnement payant. Chacun choisit le modèle économique qu'il veut donner aux applications. »

Pour réussir une vraie politique numérique, Marc Hoppenot estime qu'au moins 50 % des agriculteurs doivent adhérer aux solutions digitales proposées par le distributeur : « L'idéal serait que 100 % des agriculteurs soient avec vous numériquement, même si c'est peu réaliste. Un adhérent connecté sur deux, comme c'est le cas pour Terrena et Axérial, c'est déjà très bien ! De nombreuses coop et négoce n'arrivent pas encore à ce niveau. » Certaines structures ont pris conscience de l'importance du virage digital, d'autres en sont encore loin. « Il faut passer dans l'ère du numérique. C'est davantage lié à une stratégie d'entreprise, qu'une histoire de taille et de moyens. Au-delà de la traçabilité, le numérique apporte énormément pour le conseil, comme la réalisation de plans de fumure, par exemple, qui permet la remontée d'information, et qui apporte également sur la mise en place de filières. »

Développement des partenariats

Autre chantier : l'ouverture de la plateforme à de nouveaux partenaires comme les stations météo, les partenaires techniques, etc. « Nous sommes dans une vraie logique d'ouverture des



Pour Marc Hoppenot, directeur de Wiuz, certains distributeurs ont pris conscience de l'importance du virage digital, d'autres en sont encore loin : « Il faut passer à l'ère du numérique. »

données pour créer une dynamique positive sur les outils et les services digitaux. Nous collaborons déjà avec une quinzaine de partenaires, et ce sont nos clients qui nous sollicitent lorsqu'ils souhaitent travailler avec un nouvel acteur. »

Pour terminer, Marc Hoppenot assure que l'e-commerce ne fera pas partie des nouveaux services développés par son entreprise : « Nous avons une offre lisible et nous nous y tenons. Cependant, cela ne nous empêche pas d'avoir des contacts avec des partenaires pour la mise en place de nouveaux services, comme la vente en ligne, ou des outils de relation client ! »

OLIVIER LÉVÊQUE

Marc Hoppenot, directeur de Wiuz

« L'IA, EN COMPLÉMENT DES OPÉRATEURS »

L'intelligence artificielle fait partie des axes de réflexion et de développement de Wiuz. « Nous faisons partie des partenaires du projet Colza Digital, lancé en février 2018 par Terres Inovia, aux côtés d'Axérial, de Terrena, d'Airbus et de Hi-Phen, entreprises spécialisées en télédétection, pour mettre en place le suivi en temps réel de la croissance du colza d'hiver. L'objectif est d'arriver à des détections autonomes de certaines maladies, grâce à l'IA et à la remontée de très nombreuses données. Le sujet de l'assistance vocale montre aussi de très forts intérêts, notamment en agriculture, et qui va monter en puissance dans les trois ans. Mais l'IA se placera davantage en complément de l'opérateur qu'en remplacement, surtout en lien avec le sujet du vivant, qui varie en permanence. »