



Ruralité Biodiversité Données numériques agricoles : une filière française en chantier

Recherche...

TÉLÉCHARGEMENT

- L'hebd
- Les Docs d'Agrapresse

LES ÉDITOS D'AGRA PRESSE HEBDO

- Climat perturbé (30/03/2018)
- Solidarité allemande (23/03/2018)
- Locomotive russe (16/03/2018)
- Ombre et lumière (09/03/2018)
- Marche avant (02/03/2018)

TOUS LES ÉDITOS

Agenda

Tweets de @agrapresse

Agra Presse a retweeté

Agra alimentation
@agraalim

La Une de Agra alimentation: "Investissements, magasins, numérique: les projets de #Biocoop pour 2018 et après" [agraalimentionation.fr/bio](#) #distribution

AGRA alimentation
L'Agence de l'économie alimentaire et de la distribution 57 rue de la République - 75013 Paris

Distribution biologique

Investissements, magasins, numérique: les projets de Biocoop pour 2018 et après

Le numéro en de la distribution biologique a ouvert 63 points de vente supplémentaires en France, pour atteindre désormais un nombre record de magasins, soit 504 à fin mars 2018. Premier en nombre de magasins, en nombre d'associations affiliées dans le monde, Biocoop est aussi premier en chiffre d'affaires dans son secteur avec 1,1 milliard d'euros annuels. La progression des ventes est de 15,7% en six mois de mars 2017 à mars 2018. Biocoop a investi 100 millions d'euros en 2017 et prévoit d'investir 150 millions en 2018. Le directeur général de Biocoop, qui a remplacé Gilles Piquet-Pollève en septembre 2017, a dit: "C'est la première année que le grand distributeur d'origine se concentre sur la croissance commerciale et non pas sur la prise de possession de magasins existants". La progression des ventes est d'ailleurs bien plus importante que celle de ses concurrents: Lidl (+10,5% en 2017) et Aldi (+10,5% en 2017) ont enregistré une croissance de 10,5% en 2017. Biocoop a investi 100 millions d'euros en 2017 et prévoit d'investir 150 millions en 2018. Le directeur général de Biocoop, qui a remplacé Gilles Piquet-Pollève en septembre 2017, a dit: "C'est la première année que le grand distributeur d'origine se concentre sur la croissance commerciale et non pas sur la prise de possession de magasins existants". La progression des ventes est d'ailleurs bien plus importante que celle de ses concurrents: Lidl (+10,5% en 2017) et Aldi (+10,5% en 2017) ont enregistré une croissance de 10,5% en 2017. Biocoop a investi 100 millions d'euros en 2017 et prévoit d'investir 150 millions en 2018.

COMPTER SUR SES PROPRES FORCES
Face à cette menace, Biocoop veut compter sur la différenciation. Pour cela, l'entreprise envisage de créer un supermarché dans une ville, consacrant deux ressources humaines et produit chargé de structurer les initiatives de adhé-

Intégrer Voir sur Twitter

Vendredi 23 mars 2018

Données numériques agricoles : une filière française en chantier

Au Salon de l'agriculture, la présence remarquable du géant allemand du numérique SAP concrétise l'intérêt jusqu'ici discret, mais croissant depuis trois à quatre ans, de certains géants du numérique pour les données numériques agricoles françaises. Cette « sortie du bois » intervient à un moment où émerge une filière française du traitement des données numériques agricoles. Pour la start-up The Green Data, cette filière se structure en quatre maillons : production/collecte, agrégation/commercialisation, transformation et intégration/distribution de solutions. La réglementation elle aussi émerge, avec l'application à partir de mai de la réglementation européenne sur les données personnelles, qui touchera les données agricoles. Une nouveauté importante qui ne règlera pas à elle seule le manque de transparence des acteurs entre eux, dénoncé notamment par le think tank Renaissance numérique.

Après plusieurs décennies d'acquisition dans les fermes, les données numériques agricoles aiguissent l'intérêt croissant de nombreuses entreprises, agricoles ou non, qui se proposent d'en extraire de la valeur, chacune à leur façon. Ces opérateurs créent de nouveaux services, tissent de nouveaux liens, dans ce que certains appellent déjà une filière française de traitement de données agricoles numériques.

Pour se représenter cette filière encore émergente, Jérémie Wainstain, fondateur de la start-up spécialisée dans le traitement de données agricoles et agroalimentaires The Green Data, propose de la découper en quatre maillons (voir graphique) : la production/collecte de données, l'agrégation/commercialisation, la transformation de données et enfin l'intégration/distribution de solutions – la plupart des entreprises intervenant dans la filière étant présentes sur plusieurs maillons. « La filière data est très comparable à une filière agroalimentaire », explique-t-il.

La production/collecte de données : un maillon en ébullition

Le premier maillon, la production/collecte de données, est le plus connu des agriculteurs, car en prise directe avec leurs exploitations. Il est aussi le plus fourni. On peut citer en France des marques bien installées comme Smag, Isagri et leur challenger Kylibre qui collectent les informations inscrites par les agriculteurs dans ses logiciels de gestion, ou l'américain John Deere qui produit de la donnée en champs via ses machines connectées.

Ce maillon est en ébullition depuis presque une décennie, grâce au déploiement d'internet dans les campagnes françaises et à la baisse du prix des capteurs. On voit ainsi les offres de mesures, le plus souvent déployées dans des start-up, se multiplier, dans les champs : biomasse (Airinov), pluviométrie/hygrométrie (Sencrop), conductivité/oxydoréduction (Metagritech), ondes électromagnétiques (EchoGreen)... Et sur les animaux : accéléromètres (Medria), état corporel (Delaval), température ruminale (Smactec)...

Pour l'instant, ces entreprises de « production/collecte » de données gardent le plus souvent leurs données pour elles. Certaines tentent d'y apporter elles-mêmes un peu de valeur ajoutée, grâce à des modèles, comme Airinov qui tire de ses données des conseils de fertilisation qu'elle vend aux agriculteurs. Mais les données sont le plus souvent non exploitées par des spécialistes de l'analyse, réduites à une dimension régionale ou cantonnées à un seul type de mesure, là où il faudrait en croiser plusieurs, regrettent les opérateurs de l'aval de cette filière.

Une situation que dénonçait récemment le secrétaire d'Etat chargé du numérique, Mounir Majhoubi, le 13 mars, devant l'industrie du numérique : « Si on arrivait à en faire la somme collective de toutes ces données, on aurait une image sur l'agriculture française qui nous permettrait de faire de la recherche, de l'innovation, de trouver des nouveaux produits. Tant qu'elle est éclatée, elle ne sert à rien ou la somme des innovations de chacun des acteurs est inférieure à l'innovation collective qu'il pourrait porter. »

Agrégation/commercialisation : les initiatives fleurissent

« Pour créer de la valeur dans les agrosystèmes, il faut en général croiser les données », étaye Jérémie Wainstain. C'est le rôle du second maillon, beaucoup moins connu des agriculteurs : l'agrégation/commercialisation de données. Au-delà de fédérer des jeux de données, « ces agrégateurs assureront le consentement, la gouvernance de la gestion des données et même le partage de la valeur », explique le fondateur de The Green Data.

C'est par exemple le métier de Proagrica, société internationale avec un siège social en Angleterre et aux Pays-Bas, notamment au travers de sa branche F4F qui se définit comme un « fabricant de tuyaux », pour faciliter les échanges de données. Proagrica, qui possède lui-même des logiciels de gestion dans ces deux pays, cherche actuellement à nouer des partenariats avec les éditeurs français de logiciels, comme elle vient de le faire avec l'allemand 365Farmnet, qui cherche à conquérir la France depuis quelques mois.

Agrégation/commercialisation : les géants du numérique à l'affût

Parmi les concurrents de Proagrica, on trouve le géant du numérique allemand SAP et son service Hana de gestion de données, qui a fait une arrivée remarquée lors du dernier Salon de l'agriculture. Depuis longtemps, SAP fournit les logiciels de gestion (ERP) à de grandes coopératives ou négocios français et souhaite s'adresser aux agriculteurs, en partenariat avec leurs clients historiques.

« Les grandes entreprises du secteur utilisent nos solutions, nous souhaitons remonter la filière, explique Olivier de la Tour, en charge du secteur agricole chez SAP France. Nous nous y intéressons plus particulièrement depuis trois-quatre ans ». SAP a récemment participé à la création d'une plateforme d'échange de données, DKE Data - Agrirouter, lancée fin 2017 par dix machinistes dont AGCO, Deutz-Fahr ou Horsch, à destination des agriculteurs.

À l'instar de SAP, plusieurs géants du numérique, comme IBM, Microsoft ou Google, manifestent un intérêt croissant pour les données numériques agricoles depuis quelques années (voir article suivant).

Agrégation/commercialisation : des écosystèmes français et régionaux se créent

On retrouve également dans ce maillon d'agrégation de données l'entreprise Smag (groupe Invivo), qui travaille sur sa propre plateforme de gestion de données à partir d'informations collectées dans ses logiciels et de données collectées par ailleurs. « Nous voulons pousser l'interopérabilité. Nous ne voulons pas être hégémoniques, mais être des acteurs importants, explique Didier Robert. En agriculture, le big data doit être ouvert ; ce sera une bataille d'écosystèmes. C'est en croisant des informations pédoclimatiques, météo, ou des historiques de pratiques culturales que l'on peut produire de nouveaux services ».

Alternatives à ces plateformes proposées par des entreprises du numérique, des plateformes à l'initiative du monde agricole regroupant les jeux de données multi-entreprises se multiplient ces derniers mois. Ce sont des plateformes de dimension nationale (ApiAgro, Ag Gate), régionales (Harmony Grand Est, Wiuz) ou de filière (Domopig en porcs, Applifarm en ruminants) sur lesquelles sont rassemblés les jeux de données de plusieurs entreprises, avec l'ambition de trouver de nouveaux cas d'usages pour elles-mêmes et leurs adhérents agriculteurs. Smag a d'ailleurs récemment investi dans la plateforme Api Agro et est en contact avec Applifarm.

Transformation des données : créer des modèles, des algorithmes, des usages

On retrouve également Smag au troisième maillon de la filière. Il s'agit de la transformation de la donnée, grâce à des modèles, concrétisés par des algorithmes. Un maillon où l'on retrouve notamment The Green Data. « Notre métier est d'identifier les meilleurs usages (prévisions, planification, évaluation de performance, modélisation...), puis de fabriquer des modèles mathématiques métiers dans lesquels nous injectons des données et faisons tourner des algorithmes. Nous sommes un peu les "meuniers" de la data », explique Jérémie Wainstain.

The Green Data accompagne de grandes entreprises de l'agro-industrie dans l'utilisation de ces « technologies data-algorithmiques ». D'autres spécialistes français, ITK et la start-up CybeleTech, travaillent sur des solutions à destination des agriculteurs pour le compte de grands groupes d'agrofourniture, et ITK développe même des services sous sa propre marque. quant à Smag, elle veut s'adresser à la fois aux grandes entreprises agricoles (coops et négocios par ex.) et aux agriculteurs.

La transformation des données revêt principalement deux stratégies : le big data et les modèles mécanistiques, explique-t-on chez ITK (voir article suivant).

Intégration/distribution : mettre en œuvre les solutions chez le client final

Enfin, le dernier maillon est celui de l'intégration et la distribution de solutions. Les solutions de SAP sont par exemple mises en œuvre dans les entreprises par des salariés de la société internationale de conseil Accenture – également présent au Salon de l'agriculture cette année. À plus petite échelle, le cabinet Valeur tech peut créer des solutions clé en main pour le monde agricole, en intégrant et distribuant les technologies de plusieurs entreprises.

Pour Valeur Tech, la France a d'ailleurs un vrai atout à faire jouer à l'international sur le 3e maillon de la transformation des données, grâce à ses connaissances en agronomie, assurance, énergie, mais aussi traçabilité. Le français ITK fait d'ailleurs figure de modèle dans ce maillon en étant devenu le partenaire exclusif du géant américain des télécoms Verizon pour son offre d'objets connectés et d'OAD agricoles.

Par ailleurs, Valeur tech estime que la France peut devenir un vrai laboratoire pour les entreprises étrangères de l'agtech. « Nous avons des conditions pédoclimatiques et des filières diverses », explique son cofondateur, Pierre Poullain, cofondateur. Une vision partagée par Jérémie Wainstain : « La France est un gros laboratoire à idées pour tester de nouveaux systèmes parce que, justement, il y a tous les types de systèmes ».

Demain une Bourse mondiale de données agricoles

Certains imaginent déjà demain une Bourse mondiale des données agricoles. S'y échangeraient des paquets de données, par téraoctets, décrivant pour l'un l'état des cultures dans la Beauce, pour l'autre, l'avancée des moissons dans la Corn Belt, ou encore l'état sanitaire du cheptel porcin chinois. À l'avenir, cette Bourse de données, explique Jérémie Wainstain, fondateur de la start-up The Green Data, pourrait avoir des fonctions d'échange, de cotation/normalisation, de sécurisation mais aussi de régulation, comme c'est le cas aujourd'hui avec le marché des grains de Chicago. De la science-fiction ? La start-up française Dawex propose déjà une plateforme d'achat et de vente de données, qui regroupe 3000 entreprises, dont plusieurs dizaines du secteur agricole, explique Fabrice Tocco, l'un de ses cofondateurs. Les entreprises peuvent y vendre des fichiers ou du streaming (production de données en temps réel). « Nous sommes un tiers de confiance », explique

Cargill va déployer en France fin 2018 son OAD pour éleveurs laitiers

Pour Jérémie Wainstain, fondateur de The Green Data, le géant de l'agriculture Cargill peut devenir demain un des Gafa de l'agriculture. Après l'avoir lancé en 2017 en Espagne, Italie et aux États-Unis, Cargill va lancer sa solution Dairy Enteligen en France fin 2018, a annoncé par courriel à Agra presse Ricardo Daura, directeur mondial des solutions numériques de la gamme de produits Nutrition animale. Le projet était déjà testé en France dans quelques fermes pilotes. Avec ce service, Cargill semble couvrir les quatre maillons de la filière de traitement des données agricoles, comme Smag : Cargill fournit aux éleveurs et leurs conseillers un logiciel et des objets connectés (1er maillon), agrège les différentes données (lait, nutrition, confort animal, santé) sur une plateforme de gestion des données (2e maillon), analyse ces données grâce à ses propres modèles et fournit des alertes et conseils (3e maillon). Enfin il distribue cette solution sous forme d'applications, via son propre réseau ou des partenaires (4e maillon). Pour développer Dairy Enteligen, le groupe Cargill explique qu'il travaille avec « un large écosystème qui inclut des partenaires externes pour la donnée, ainsi que des modèles et des sources de données internes à Cargill ». Au-delà de ces sources de données, « nous allons passer d'un usage interne à des partenariats avec d'autres parties prenantes de l'industrie laitière ce qui nous offre de nouvelles perspectives et applications, et augmente la valeur de notre solution ».

Les grands groupes se renforcent dans le numérique par acquisitions

De nombreux acteurs agricoles internationaux se renforcent dans le secteur numérique, depuis l'achat de Climate Corp par Monsanto en 2013. Dernièrement, en 2017, Dupont a racheté la start-up de logiciel de gestion parcellaire Granular (300 M\$) et Cargill a investi dans la start-up Descartes Labs (30 M\$). De son côté, John Deere a racheté la start-up de semis de précision Blue River pour 305 M\$.

Traitement des données agricoles : 4 grands métiers émergent

Structuration de la filière de traitement des données agricoles en France (source : The Green data)



MR

Retour

Partager

Tweeter

