

DIGITAL, LE CAP DES 50 DISTRIBUTEURS ÉQUIPÉS PAR LA PLATEFORME WIUZ EST PASSÉ

Eloi Pailloux - 23 août 2021 E-commerce et vente en ligne, Gouvernance et stratégies d'entreprises, Numérique digital et OAD

52 coopératives et négoce, pour environ 3 millions d'hectares couverts. C'est le périmètre couvert par la société Wiuz, qui propose une plateforme de gestion des données agronomiques numériques aux distributeurs. Et la dynamique ne semble pas ralentir.

Presque cinq ans après sa création, la croissance est là pour la start-up Wiuz. Désormais, **52 coopératives et négoce ont adopté la plateforme digitale** proposée par cette société afin de centraliser et gérer les données des agriculteurs. Ce chiffre a plus que doublé depuis la saison 2019/20, alors qu'il se situait à 24. **Terrena et Axérial, qui sont aussi actionnaires de Wiuz**, sont évidemment au premier rang des OS utilisateurs. « Nous couvrons à l'heure actuelle 3 millions d'hectares, constate Marc Hoppenot, fondateur de Wiuz. Nous pensons que sur les trois années à venir, pendant lesquelles notre dynamique ne devrait pas ralentir, avec **des perspectives autour de 5 millions d'hectares.** »

Le contexte reste favorable au digital

Pour Wiuz, l'objectif n'est pas seulement de gagner des surfaces, mais aussi de **d'aider les coopératives et négoce à mieux tirer profit de la plateforme.** « Dans les organismes stockeurs qui se la sont le mieux appropriée, j'estime que 60 à 70 % des fonctionnalités sont utilisées, précise Marc Hoppenot. C'est plutôt mieux que beaucoup d'outils similaires, mais nous avons encore une marge importante. Plus la base est alimentée en données, plus elle est performante ! » Selon lui, le contexte est favorable : entre les demandes de traçabilité, les contraintes réglementaires, mais aussi les cahiers des charges de qualité, ou un dispositif à venir comme le Label Bas-Carbone, **les données liées aux pratiques culturales prennent de la valeur.**

Les coops et négoce au centre du jeu

Dans ce cadre, Wiuz entend garder son cap : **multiplier les partenariats pour augmenter la compatibilité de la plateforme** avec d'autres outils, et continuer de placer les coopératives et négoce au centre du jeu. « Notre stratégie est de laisser le distributeur façonner son propre outil à partir de notre plateforme, rappelle Marc Hoppenot. Nous formons et mobilisons les salariés, aussi les responsables informatiques que les techniciens. » Un choix qui écarte les clients désireux d'un outil « clé-en-main », mais facilite l'appropriation, et donc optimise l'utilisation de la plateforme.