

Guillaume Pertriaux, directeur général de Grainbow

Quand le digital donne la météo... des cours du blé

Oubliez l'image d'Épinal du paysan scrutant le ciel pour savoir si la récolte sera bonne et s'il pourra en vivre correctement. Désormais, c'est sur un ordinateur que le suivi des cours des matières premières agricoles – en particulier les céréales – s'effectue. Le groupe Grainbow, qui équipe de nombreuses coopératives et intermédiaires du monde agricole, ne s'y est pas trompé. À côté de sa



gamme de logiciels de gestion et de ses solutions de dématérialisation, elle leur propose désormais

des informations en temps réel émanant des principales places boursières. «*En travaillant ainsi sur les marchés à terme, explique son directeur général Guillaume Pertriaux, nous sécurisons les revenus des agriculteurs en les protégeant des risques sur les prix et les rendements*». Les coopératives, premières ciblées par Grainbow, peuvent d'ailleurs proposer ses apps et autres

applications web en marque blanche à leurs adhérents. De quoi transformer en profondeur les différents métiers de la chaîne et faire de ses acteurs, un peu plus chaque jour, des financiers ? «*Certes, mais la volatilité des marchés est aujourd'hui telle que cette évolution est indispensable*», répond le responsable. Et tant pis si ces pratiques éloignent un peu plus l'agriculteur de ses champs ?

des acteurs de l'écosystème à la démarche», explique le dirigeant de la digital factory. Laquelle a aussi à son actif la refonte omnicanale de la plateforme Jardiland, filiale du groupe.

Une démarche analogue existe chez Soufflet, autre grand de l'agroalimentaire racheté par InVivo en 2021, qui propose la plateforme d'achats *Farmi.com*, mais aussi une solution de gestion de la traçabilité pour la filière du malt – «*du champ d'orge jusqu'à la bière*» – utilisant les technologies blockchain.

Les coopératives qui réunissent les agriculteurs n'ont pas toujours les moyens de développer des solutions. Elles peuvent alors se tourner vers les nombreux éditeurs qui leur proposent des ERP adaptés à leurs métiers, par exemple TVH Consulting, éditeur de la solution Adax Suite, adossée à la technologie Microsoft Dynamics 365 for Operations, ou Grainbow, qui propose Projection pour la gestion

complète d'une coopérative ainsi qu'une solution de suivi des cours des matières premières et d'aide aux décisions de vente et d'achat (voir encadré ci-dessus).

Dans ces cas, la coopérative joue un rôle de mutualisation de moyens logiciels pour le compte de ses adhérents. Mais il est parfois tellement discret qu'ils ne s'en rendent pas vraiment compte (voir encadré ci-dessous). Et si certains puristes ont du mal à accepter la numérisation de leur métier, la majorité se montre pragmatique : «*Si son chiffre d'affaires augmente grâce à l'outil informatique, l'exploitant l'adopte*», soutient ainsi Stéphane Marcel. Quant au modèle coopératif, qui n'a pas subi de rupture majeure, il fait face aujourd'hui à des mouvements de concentration, à la volatilité des cours ou encore à des évolutions réglementaires rapides qui l'obligent à se transformer. Là-aussi le digital fera sans doute partie de la solution.

FRANÇOIS JEANNE

Terroir Cévennes, un cas d'école ?

Le digital, ils ne lui disent pas merci. Parmi les petits collectifs, ceux qui proposent à la vente une production locale alimentaire ou artisanale rencontrent un certain succès. Il en est ainsi de Terroir Cévennes, qui existe depuis plus de vingt ans entre Anduze et Saint-Jean du Gard (30). Dans son magasin très accueillant, la présence des codes-barres, des caisses enregistrees,

du logiciel pour l'expert-comptable, quand il passe, se fait discrète. Au point d'ignorer ce que le digital apporte à leur démarche ? «*Nous ne sommes pas concernés par ce sujet*», nous dit l'un des adhérents, artisan, qui reconnaît tout de même que le sujet vient régulièrement en discussion lors des réunions du collectif, notamment quand la question de la vente en ligne est abordée.

Plus radical encore, un autre nous affirme qu'il fuit tout ce qui ressemble au digital, à commencer par les paiements en carte bancaire sur son exploitation. Mais pas au magasin tout de même, puisque les clients ne comprendraient certainement pas que ce moyen de paiement soit refusé. Contradictions ? Pas tout à fait : plutôt une illustration du fait que même lorsque le

numérique permet à des militants du goût d'accorder leurs pratiques à leurs convictions, ils ne lui en font pas crédit, le considérant plutôt comme une menace sur leur liberté individuelle. Ce qui ne serait au fond pas si grave, s'il n'y avait pas le risque de les voir passer à côté de réelles opportunités de défendre le modèle d'agriculture qu'ils souhaitent voir se développer.