



La révolution de l'assiette bouscule l'industrie

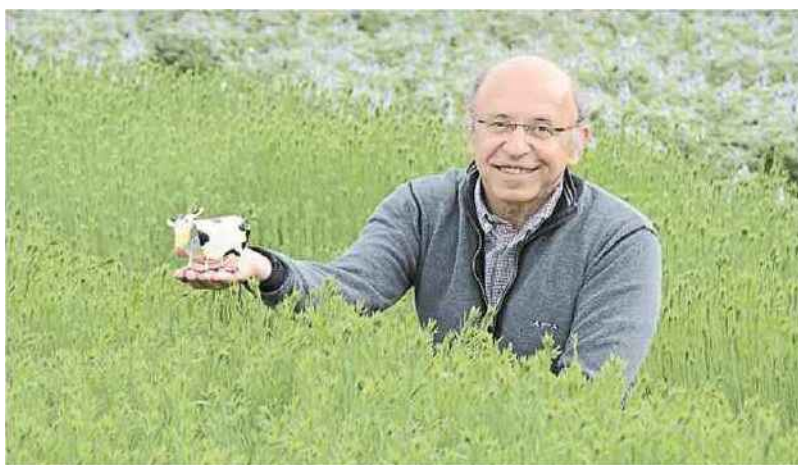
Avec les nouvelles technologies, l'agroalimentaire atteint un point de rupture. Une raison pour créer de la valeur ajoutée, dit Valorial, le pôle de compétitivité breton.

Une belle brochette de start-up a envahi, hier, le plateau du centre des congrès de Pacé, près de Rennes. La plupart travaillent sur l'immatériel. Elles sont réunies à l'invitation de Valorial, le pôle de compétitivité agroalimentaire breton. À la fois pour présenter leurs innovations, mais surtout pour réfléchir ensemble à la menace du point de rupture qu'elles vont provoquer dans les modes de consommation. Et donc dans l'agriculture.

Construire du lien

« Notre modèle agroalimentaire ne crée plus de valeur », résume Pierre Weill, ingénieur agronome, fondateur de l'association Bleu blanc cœur et président de Valorial. **Il ne répond plus aux attentes des Français.** Au lieu de le déplorer, autant se saisir « de cette opportunité ». Soit le numérique va « tout tirer vers le bas, le service comme le prix, c'est l'ubérisation de notre société », soit au contraire « on s'en saisit pour construire une nouvelle proximité entre le producteur et le consommateur ».

Construire du lien, c'est possible, à l'heure où tout le monde a son smartphone dans la poche. Les Fermiers de Janze (Ille-et-Vilaine) le démontrent en s'associant avec cette start-up dont l'application analyse le contenu du réfrigérateur. « **Qu'est-ce que je peux faire de bon à manger avec ce qu'il y a là-dedans ?** » Les bonnes réponses imaginatives sont dans l'application. Qui valorise, bien entendu, au passage, l'excellent



Philippe Riennaut

Pierre Weill, agronome et chercheur, fondateur de l'association Bleu blanc cœur qui promeut le lin dans l'alimentation animale

poulet de Janze ce sera encore meilleur

Autre exemple avec Apizee, start-up de Lannion (Côtes-d'Armor). Pas d'application supplémentaire, « juste des balises sur le site de l'entreprise », explique Patrick Delalande. Au lieu de dérouler les menus du site, « on peut chatter avec l'un de ses collaborateurs », se faire expliquer un processus, être conseillé en direct. « Ça permet de fidéliser et de rassurer le consommateur. »

C'est cette proximité en laquelle croit Pierre Weill. L'apport logistique d'une entreprise telle qu'Amazon est considérable, avec un tel modèle « tout devient possible ». Inutile de le rejeter, au contraire « autant accompagner le mouvement et s'en servir. Sinon, ils feront tout, seuls,

sans nous ! »

Pascale Hébel, du Credoc, le démontre, c'est le bon moment. « Depuis trois ans, les dépenses alimentaires des Français ont recommencé à croître. » Nous mangeons moins, mais mieux, plus cher : du naturel, du proche, du bio, du source.

Avec toutes ces nouvelles technologies, on saura demain mesurer avec notre smartphone la qualité nutritionnelle de notre assiette. « Mais même mesurer la santé de l'animal et sa qualité de vie », alerte Pierre Weill. Alors, autant arrêter de vouloir produire « le litre de lait le moins cher du monde », pour se préparer immédiatement à cette révolution.

Christophe VIOLETTE.