

La distribution, un maillon clé
dans la diffusion des outils
numériques en agriculture.

Le diagnostic

- Faible pénétration du marché malgré une bonne couverture médiatique.
- Grand nombre de solutions disponibles.
- Offre dispersée.
- La distribution agricole trop peu impliquée.
- Les éditeurs n'ont pas encore leur modèle de distribution.

La démarche au sein de la chaire

- Rédaction d'un « livre blanc » sur la distribution des outils numériques.
- Groupe de travail regroupant tous les acteurs de la chaîne de valeur.
 - Editeurs de solutions (ITK, Xarvio, SMAG, Agriscope)
 - Distributeur (Agrosud)

La chaîne de valeur



Editeurs logiciels
Fabricants de matériel
Agrofournisseurs
Instituts techniques
Chambres Agriculture

Négoces
Coopératives
Chambres
Conseillers indépendants
Concessionnaires

Agriculteurs
Conseillers

Le rôle clé de l'intermédiaire

- Editeurs : besoin d'un relais terrain
 - accès limité aux utilisateurs finaux
 - faible effectif de la force de vente
- Utilisateurs : besoin d'accompagnement
 - Découvrir les possible et être convaincu
 - Besoin d'aide pour choix pertinent des outils
 - Formation à la mise en place
 - Accompagnement à l'interprétation et l'usage
 - Support de 1^{er} niveau

Les facteurs de réussite

- Meilleure connaissance mutuelle des acteurs
- Répartition équitable de la valeur sur l'ensemble des acteurs

Quelle valeur répartir ?

- Valeur perçue utilisateur souvent insuffisante pour rémunérer l'éditeur et le distributeur.

→ Nécessité de trouver une valeur complémentaire pour l'éditeur ou le distributeur

Illustration :

OAD Blé – xarvio Field Manager

- Optimiser la protection du blé
 - Ajustement de la protection : - de fongicides + de rendements
 - Valeur évidente pour les utilisateurs = forte fidélité.
 - Faible nombre d'agriculteurs par TC
 - Une croissance lente = moins de 10% des agriculteurs utilisateurs après 10 ans.
- Nécessité de relancer la mise en marché en impliquant les distributeurs

Illustration :

OAD Blé – xarvio Field Manager

- N^{elle} offre : + de cultures, Intra-parcellaire, design amélioré et offre multi-canal
 - Nouvelle valeur pour l'agriculteur concernant plus d'ha
 - Nouvelles valeurs complémentaires pour le distributeur :
 - Meilleure autonomie de l'agriculteur => gain de temps du conseiller
 - Facilité de déploiement => gain de temps d'administration
 - Valorisation de l'expertise du conseiller sur un plus grand nombre d'agriculteurs et d'ha => des synthèses revisitées
 - Meilleure sécurisation de la production à l'échelle du distributeur

Notre vision de la réussite

Editeurs : Pensez aux autres !

- Documentez et argumentez la valeur Agriculteur.
- Intégrez la valeur d'usage Distributeur dès la conception.
- Interopérabilité : votre outil doit s'intégrer dans un écosystème technologique.

Notre vision de la réussite

Distributeurs : Soyez ambitieux !

- Chiffrez la valeur complémentaire
- Définissez une stratégie ambitieuse
- Formez les équipes, conduisez le changement.
- Vendez du service
- Co-construisez l'offre avec les éditeurs.

Notre vision de la réussite

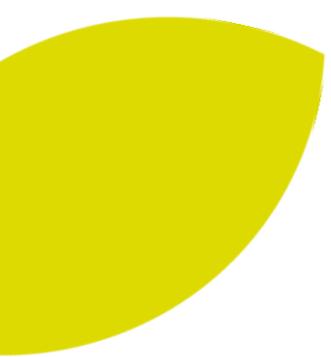
Influenceurs : engagez vous !

- Agriculture numérique = agriculture d'aujourd'hui
- Testez
- Surcommuniquez les bénéfices
- Rassurez les utilisateurs – partagez les preuves
- Encouragez – Discours volontaire

Notre vision de la réussite

Agriculteurs : lancez-vous !

- Testez : les coûts baissent, solutions sans engagement ...
- Faites confiance : conseillers compétents
- Prenez le risque



Notre vision de la réussite

**Ensemble,
Banalisons l'utilisation de l'agriculture numérique !**