



**«Ville intelligente, Ruralité intelligente: de la transition numérique à la recomposition des frontières.
Cas de la vente directe »**

Salima TAIBI

Responsable du Pôle Modélisation
Mathématique & Informatique

Responsable du MSc Big Data Agriculture et
Agroalimentaire



UniLaSalle

S.TAIBI

08112017

UNILASALLE

Plan

- 1) Introduction
- 2) Contexte
- 3) Les circuits courts en agriculture
- 4) Les circuits courts et la relation Villes
Campagnes
- 5) Les territoires ruraux et le numérique
- 6) Conclusion

Introduction

Les nouvelles technologies de la communication, les médias sociaux rendent aisé l'accès à l'information des produits alimentaires : qualité, marque, origines,

Les secteurs agricole et agroalimentaire ont été marqués par des crises sanitaires successives, ce qui a engendré le manque de confiance des consommateurs envers les agriculteurs.

Mais aujourd'hui l'agriculteur peut lui aussi communiquer, être au fait des besoins de la société. En effet les territoires ruraux bénéficient de plus en plus d'une couverture internet, utilisent les mêmes TIC au même titre qu'un citoyen. Les agriculteurs essaient de se réapproprier la commercialisation.

L'extension du "haut et très haut débit" sur l'ensemble du territoire français est prévue à l'horizon 2020, quelle relation ville-campagne et quel devenir pour le monde rural ?

Contexte

Le changement climatique, les scandales alimentaires sont autant de facteurs qui contribuent à la réémergence des circuits courts.

La question des politiques agricoles d'agglomération est en mutation. Il s'agit désormais, de penser conjointement l'alimentation, l'agriculture et le développement des territoires, en prenant en compte les dimensions sanitaire, économique, environnementale et sociale et culturelle.

À cela s'ajoute la transition numérique avec un impact significatif dans la gestion et l'organisation des exploitations agricoles.

Le concept de « Smart City » est souvent associé au développement des métropoles. Qu'en est-il alors des territoires ruraux ?

Les circuits courts en agriculture

- L'activité agricole évolue fortement et intègre des activités para-agricoles de diversification : transformation et commercialisation.
- Circuit court (MAP, 2009): « *un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire* ». Le MAP a lancé un plan d'action pour développer les CC.
- Essor de la vente des produits agricoles en circuits courts : 14 % des exploitations agricoles pratiquent ce mode (recensement agricole , 2010). Près de 80% des ventes sont réalisées en vente directe.
- Objectif : diversification économique/qualité de vie (2^{ème} pilier de la PAC).
- L'attribut mis en avant est le caractère de proximité entre le producteur et le consommateur.
- La vente en CC répond aussi à l'émergence récente d'une consommation engagée.

Les circuits courts en agriculture

Quelques exemples

- La Ruche qui dit oui
- Bienvenue à la Ferme
- AMAP MIAM au sein d' UniLaSalle
- AMAP Le POTIRON
- **Local et Facile**: Association de commercialisation des produits de proximité soutenue par les CA 76 et CA27
- ✓ Réseau : Bienvenue à la ferme
- ✓ Seine Maritime Terroirs
- ✓ Agriculture Biologique
- ✓ Glace de la Ferme
- ✓ Bleu Blanc Coeur

L'organisation des circuits courts en agriculture : La Ruche qui dit oui



- Fondée en Novembre 2010 par Guilhem Chéron
- Plateforme communautaire d'achat groupé
- Le site internet met en relation producteurs et consommateurs au niveau local et s'appuie sur un cycle de distribution très court.
- Manger mieux et soutenir le commerce local
- 1000 RUCHES
 1. Commandez en ligne
 2. Chaque semaine, la Ruche vous donne rendez-vous dans votre quartier. Venez retirer votre commande et rencontrer les Producteurs



L'organisation des circuits courts en agriculture et les relations Villes Campagnes

L'AMAP : relocalisation de l'économie

Le développement des AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne) :

Réseau Paysans et consom'acteurs

- Apprécier les bénéfices environnementaux d'une nourriture avec moins d'emballages, moins polluante et moins énergivore ;
- Rendre possible (ou favoriser) le retour des particularités alimentaires locales et régionales ;
- Améliorer l'économie locale par une augmentation des emplois
- Bénéficier de l'amélioration des liens sociaux, de la responsabilité sociale, du sens de la communauté et de la confiance.



Bienvenue à la Ferme

- La vente directe de produits frais et fermiers, du producteur au consommateur !
- Produits fermiers, loisirs, séjours, restauration, fermes pédagogiques
- 6200 adhérents
- 3500 points de vente

En vente à la ferme, mais aussi sur les Marchés des Producteurs de Pays et en magasin de producteurs, les agriculteurs vous proposent les produits de leur exploitation : vente directe de légumes et de fruits, de viande, de fromages, vins, miel, confitures, ...

Une question sur l'origine d'un produit, la conservation d'un légume ? Interrogez le producteur, il saura vous répondre et vous conseiller.



Les réseaux « Bienvenue à la Ferme »
www.bienvenue-a-la-ferme.com, Oct. 2017

Les circuits courts et la relation Villes Campagnes

Etude IPSOS- Crédit Agricole

Panel : 800 individus

- 1) L'achat en direct ne correspond ni à un effet de mode, ni à un comportement « élitiste », mais bien à une pratique très largement répandue dans l'ensemble de la population.
- 2) 87% des Français ont déjà acheté directement à un producteur
- 3) Près de 4 Français sur 10 (38%) s'avèrent être de vrais fidèles avec un ou plusieurs achats en direct chaque mois.
- 4) Pour 48%des Français, le manque de producteurs à proximité et le manque d'information (31%) sont aujourd'hui les principaux freins.

Les circuits courts et la relation Villes Campagnes

Etude CSA et France Agrimer

Selon une étude par sondage établie entre décembre 2014 et octobre 2015(CSA et France Agrimer)

Consommateurs utilisateurs de la vente directe (fruits et légumes) , un panel de 700 personnes.

2 raisons principales sont évoquées :

1) Santé/bien-être : consommer des produits frais, de saison, bio , diversifiés, retrouver un certain lien avec la nature et les produits d'antan,

2) Action citoyenne : soutenir directement un agriculteur local, développer les liens ville-campagne.

Remarque : la raison économique (produits de qualité à un prix abordable) ne ressort pas comme raison principale.

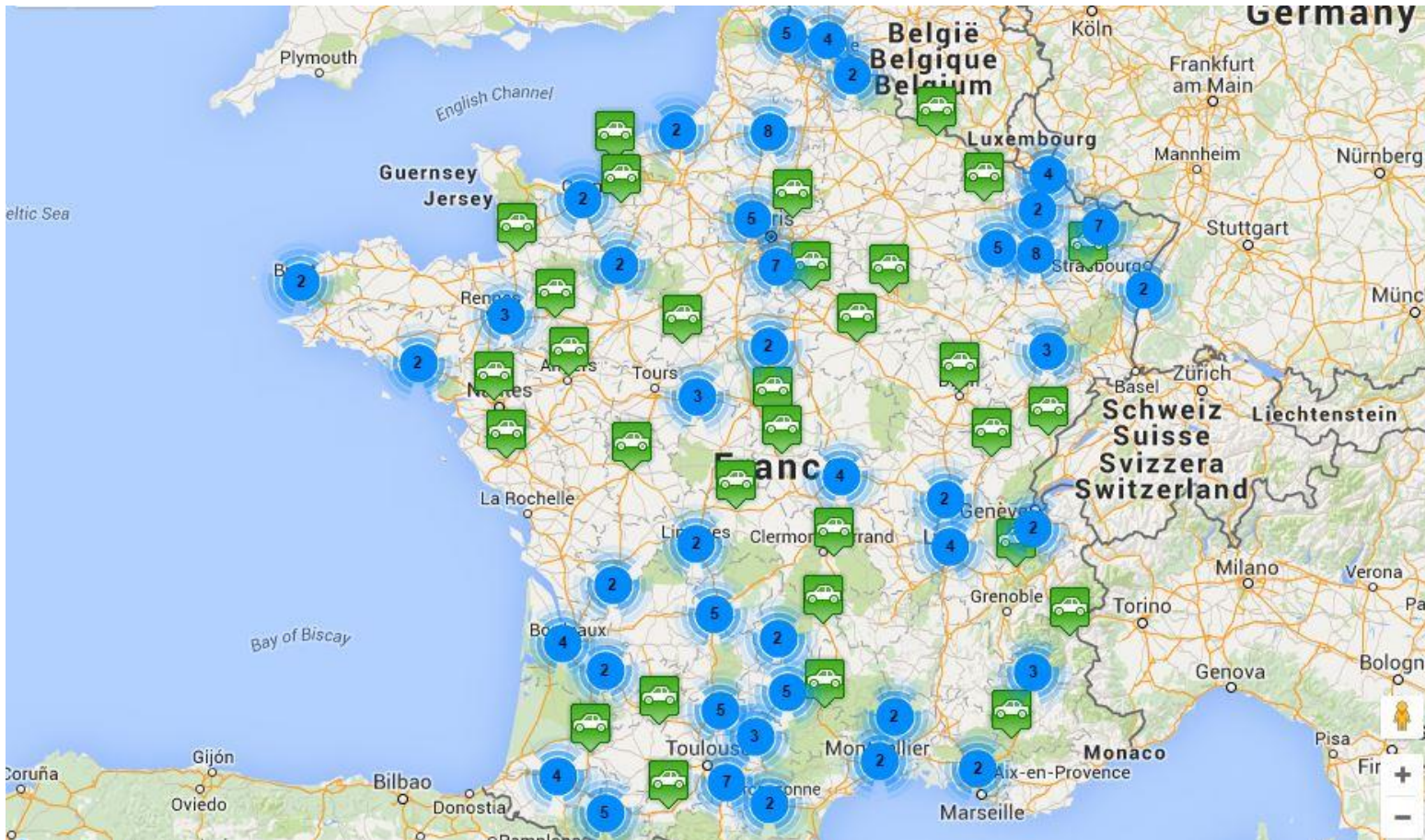
La relation Villes Campagnes

Le Projet alimentaire territorial (CODAH)

- 240 000 consommateurs étalés sur 17 communes
- Le territoire Normand est riche et diversifié avec pas moins de 7 AOP sur le territoire mais une faible partie de la production agricole locale est consommée sur l'agglomération : le PAT
- Porté par la communauté d'agglomération havraise et labellisé début 2017, le PAT veut réconcilier **centre et périphérie, consommateurs et producteurs**.
- Résultats : 3 reprises d'exploitations accompagnées et 2 maraîchers bio en test d'activité
- « Ce programme alimentaire de territoire permet de rassembler les nombreux acteurs travaillant sur les problématiques de l'alimentation autour d'une stratégie commune. L'ensemble de la filière alimentaire du territoire est concernée, du gestionnaire de cantine scolaire au directeur de grande surface en passant par les AMAP» (Briand M.,2017 CODAH).

Les territoires ruraux et le numérique

Les Drive fermier du réseau Bienvenue à la Ferme



Consommer des produits locaux en quelques clics !

Avec un réseau de 122 points de retrait Drive fermier, Bienvenue à la ferme vous facilite la consommation de produits fermiers dans votre quotidien !

S.TAIBI

08112017

<http://www.entraid.com/articles/vente-directe-carte-de-france-drives-fermiers>

Les territoires ruraux et le numérique

L'Agriculture est le premier utilisateur des satellites en France.

Exemple Atos s'appuie sur la dernière génération de satellites d'observation terrestre Sentinel-2, conçue par l'Agence spatiale européenne (ASE) et capable de fournir des panoramas pour surveiller les récoltes.

Les IOT (Internet de l'objet) , le développement des infrastructures, créent de nouvelles activités pour l'agriculture : agriculture et élevage de précision, e-tourisme, e-commerce, ...

La formation et le conseil sont facilement accessibles par les producteurs

Intelligence artificielle pour l'agriculture, une grande niche pour l'innovation : plateformes collaboratives et startup : Api Agro, Be Api, Hackathon, Agro Edi, F4F/Proagricra, le pôle TES, Acta, ...

« Mettez un peu plus de carburant dans votre FabLab mobile et allez jusque dans les territoires ruraux de proximité et vous verrez que de là vous reviendrez au cœur des villes avec des partages intéressants » Gérard peltre, President de l'association internationale Ruralité-Environnement-Développement

Le vivre ensemble

Les relations consommateurs producteurs

La vente directe ?

- L'engagement par contrat permet d'estomper en apparence la relation monétaire,
- Les échanges sont plus personnalisés et différents.
- Une plus forte proximité est favorisée entre les différents participants.
- Les individus prennent part à l'initiative et de façon active dans le fonctionnement de l'association et s'engagent : distribution de paniers, tournées chez les producteurs, animation de blog, feuille de chou, organisation de visites à la ferme. Le consommateur devient un participant actif à la réalisation des objectifs de l'association.
- Le terme d'« adhérents » remplace le terme consommateurs ou clients, le bureau de l'association est composé de « consomm'acteurs ».

CONCLUSION

- **Les moyens et infrastructures informatiques** facilitent les échanges entre citadins et acteurs du monde agricole
- **La réappropriation du commerce** par les exploitants agricoles ajoute de la valeur.
- **Le rôle de la dématérialisation** dans la transition des villages, villes et territoires induit une organisation intelligente et durable.
- On n'observe pas d'opposition entre **Smart Rural et Smart City mais bien une synergie** facilitée par les nouvelles technologies.
- **Les relations villes-campagnes** vont impliquer le développement **de projets innovants,**
- **Le numérique n'a pas de frontière administrative,** amenant une (re)construction de liens de solidarité entre « monde » agricole et « monde » urbain.
- **La relation villes-campagnes et le mieux vivre ensemble** se dessinent grâce à **la proximité, la confiance et la transparence.**

Références

- Chessel M., Cochoy F., Autour de la consommation engagée, 2004.
- Cocural, E. Les circuits courts alimentaires en Deux-Sèvres : reterritorialisation de l'économie et valorisation de la production locale , 2011 .
- Dumain A., Lanciano E., Comment ne pas faire de commerce tout en en faisant ? Le cas de systèmes de paniers dits alternatifs en agglomération lyonnaise. Editions Michel Houdiar, p. 276, 2010.
- La France Agricole, Plaidoyer pour des campagnes vivantes, Décembre 2016.
- Philipon P., Chiffolleau Y. Wallet F., Et si on mangeait local Edition Quae Juin 2017
- Maison de l'urbanisme Lorraine- Ardennes, Smart Rural, Les territoires ruraux s'approprient le concept de smart city, Colloque inter-régional, juin 2014.
- The World Bank - International Bank for Reconstruction and Development , ICT IN AGRICULTURE Connecting Smallholders to Knowledge, Networks, and Institutions ICT in Agriculture, 2017
- <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/>
- <https://laruchequiditoui.fr/fr>
- <http://www.reseau-amap.org/recherche-amap.php>
- <http://agriculture.gouv.fr/projet-alimentaire-territorial-mobiliser-le-reseau-alimentaire-local>

« Médiation et Villes des intelligences »

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !