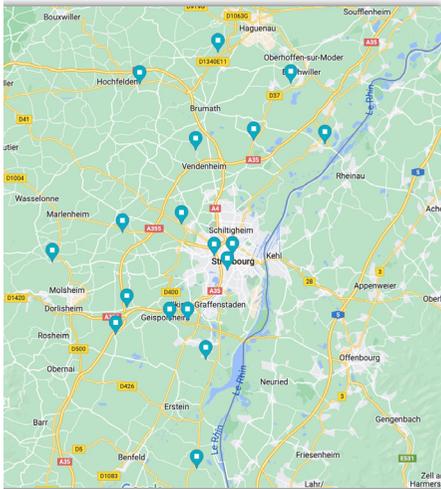


Le projet de recherche Na'Stras est porté par l'Unité Mixte de Recherche SAGE de l'Université de Strasbourg. Il est réalisé de septembre 2021 à février 2023.

Le projet vise à clarifier les enjeux et pratiques liés à l'usage de plus en plus généralisé des outils numériques dans les systèmes alimentaires. Que ce soit par des entreprises privées ou associatives (à l'image des AMAP, de la Ruche qui dit Oui ou de nouveaux intermédiaires comme les plateformes de e-commerce) ou directement par les exploitants agricoles eux-mêmes, les formes de mise en relation entre producteurs et consommateurs d'un même territoire évoluent sous l'influence du numérique. Ces évolutions sont constatées sur le terrain mais peu connues du fait de leur déploiement récent, qui s'est accentué suite à la crise du Covid en 2020 et 2021. Le projet Na'Stras sert alors d'observatoire local, dans la région de Strasbourg et du Bas-Rhin, participant à une meilleure compréhension des transformations progressives des systèmes alimentaires sous l'effet des technologies numériques.



L'Action 4 du projet Na'Stras traite des pratiques et usages du numérique par et pour les exploitations agricoles du territoire. Seize exploitations et deux magasins de producteurs nous ont ouvert leur porte afin de réaliser des entretiens. Celles-ci sont situées dans un rayon d'environ 40 kilomètres autour de la ville de Strasbourg (voir carte ci-contre).

Les résultats de l'Action 4 ont permis de réaliser la plaquette que vous tenez dans vos mains.

Pour connaître plus en profondeur les résultats de cette enquête, rendez-vous sur le site internet du projet : [numali.unistra.fr](http://numali.unistra.fr).



# Na'Stras

## Le numérique au service de l'alimentation saine, locale et durable



Résultats d'un projet de recherche mené par l'Université de Strasbourg, en partenariat avec l'Eurométropole de Strasbourg, la Chambre d'Agriculture d'Alsace, la DRAAF Grand Est, Bio en Grand Est et la Chambre de consommation Alsace.

# Le numérique au service de l'alimentation locale



Un système alimentaire est « formé de l'ensemble des acteurs qui concourent, à différentes échelles géographiques, à l'approvisionnement des consommateurs »<sup>1</sup>.

Les acteurs d'un système alimentaire peuvent utiliser quatre types de circuits alimentaires, permettant chacun à sa manière de nourrir les consommateurs d'un territoire :

- Les supermarchés et épicerie alimentaire
- Les circuits de proximité (vente directe, marché de plein vent, magasins collectifs...)
- La consommation hors du domicile (restaurants, cantines d'entreprises ou scolaires...)
- Les circuits "numériques" - un ensemble éclectique où l'on achète à l'avance.

Les acteurs des circuits "numériques" s'affirment après les années 2010. Ils apportent de nouveaux services dans les systèmes alimentaires.

Contrairement aux trois premiers types de circuits, les acteurs utilisant le numérique n'ont pas nécessairement besoin d'un lieu physique pour exposer leur offre !

Le consommateur achète dans la boutique en ligne ou s'abonne à l'avance à une offre de paniers. Le site internet remplace alors les rayons des magasins, les étals sur les marchés ou le plateau de la cantine.

Les commandes sont livrées en point relais (ou directement chez le consommateur).

Les circuits "numériques" proposant une gamme locale sont portés par des acteurs très différents (voir ci-dessous).

## Les AMAP

- Modèle associatif : les membres font tourner l'AMAP
- Pas de frais pour le producteur
- Un engagement dans la durée pouvant être contraignant

## Les intermédiaires de circuit court

- Modèle souvent privé, issu d'entreprises sociales et solidaires
- Un pourcentage prélevé sur les ventes, comme pour AirBnB
- Pas d'engagement et un choix à la carte

## Les boutiques en ligne de producteurs

- Vous êtes comme à la ferme mais en ligne
- L'agriculteur maîtrise la vente et la livraison
- Une offre plus ou moins étoffée, dépendant de l'exploitation

# Digitaliser son exploitation ? Quelques repères pour bien réaliser sa transition

En tant qu'agriculteur ou agricultrice, vous menez de multiples activités dépendantes de vos cultures, vos choix de production et de commercialisation.

Ne pas mettre tous ses oeufs dans le même panier est un adage commun en agriculture. Le numérique n'offre pas un oeuf en plus, (un débouché) ! C'est plus large que cela :

- Une visibilité accrue de votre ferme et débouchés pour la clientèle, permettant d'être retrouvé facilement par les (nouveaux) consommateurs. Le bouche à oreille se fait aussi sur le web !
- Un support pour communiquer facilement et à grand échelle ! Au jour le jour avec Facebook ou de manière plus pérenne avec un site internet.
- Un outil au service de vos ventes directes : vendre sans intermédiaires et à l'avance vos récoltes, via des points relais ou en retrait à la ferme.

Le numérique, c'est aussi la possibilité de faciliter le travail de gestion de vos activités concernant la vente de paniers ou la livraison des points relais ! En automatisant les prises de commandes et le paiement en ligne, vous pouvez gagner du temps sur leur préparation, sur la facturation et sur la gestion des stocks.

Mais attention, pour créer son offre numérique, il est important d'identifier vos besoins et de trouver le bon prestataire pour créer votre site internet et votre boutique en ligne.

Il existe trois solutions : (i) créer vous-même votre site internet, (ii) recourir à un prestataire de communication web ou (iii) vous adresser à un prestataire web qui est spécialisé sur la commercialisation en circuit court.

Pour vous aider à choisir, le RMT Alimentation Locale à développer un site dédié à cela : [www.oad-venteenligne.org](http://www.oad-venteenligne.org).

Vous souhaitez...	Vous pouvez...	Les points d'attention...
Gagner en visibilité auprès de la clientèle et informer sur les lieux où acheter vos productions	Créer votre page Facebook ! Créer vous-même votre site internet.	Gratuit, mais il faut l'animer chaque semaine Des solutions gratuites, mais des dizaines d'heures de travail et un savoir-faire à acquérir
Faciliter la gestion des abonnements à des paniers	Recourir à un prestataire de type agence de communication.	Payant mais un site ergonomique avec éventuellement des modules pour vendre en ligne.
Développer une boutique en ligne proposant de multiples produits et vous faciliter la gestion des commandes en ligne	Recourir à un prestataire spécialisé sur la création de solution web numérique en circuit court	Payant mais un interlocuteur qui connaît votre métier et a développé des outils web adaptés à vos besoins.

Bien identifier ses besoins pour choisir la meilleure solution !  
Plus votre offre est diversifiée, plus la gestion en ligne nécessite des outils adaptés.

1. Définition tirée de l'Académie d'Agriculture.