



NOTE DE SYNTHÈSE

Créer des supply chains alimentaires transparentes et mieux nourrir la planète

Les consommateurs d'aujourd'hui veulent se faire une idée plus précise de ce qu'ils mangent. Non seulement ils sont attentifs aux ingrédients et aux informations nutritionnelles, mais ils souhaitent également connaître les points d'origine, les conditions de vie des animaux et l'impact global des aliments produits sur l'environnement. Les consommateurs souhaitent en savoir plus sur les règles et les efforts d'une entreprise en matière de durabilité environnementale. Ces facteurs viennent s'ajouter à des détails déterminants, comme le fait qu'un produit soit certifié biologique, sans gluten et cultivé localement. La liste de ce que les clients veulent savoir est longue, et elle ne cesse de s'allonger.

Outre la transparence nécessaire pour gagner et préserver la confiance des consommateurs, la sécurité, la qualité et la conformité alimentaires sont des questions cruciales pour les fabricants mondiaux de produits agroalimentaires. Certes, la mondialisation croissante de l'approvisionnement et de la distribution des produits alimentaires permet aux fabricants d'avoir davantage de choix en matière de supply chain et d'atteindre un plus grand nombre de clients, mais la mondialisation signifie également que les risques (comme la propagation des contaminations ou des maladies) peuvent souvent être plus fréquents et plus complexes.

Nourrir le monde tout en répondant aux exigences du consommateur moderne en matière de transparence, assurer la sécurité alimentaire et respecter les réglementations en constante évolution sont des défis majeurs pour pratiquement tous les fabricants de produits agroalimentaires, quelle que soit leur taille. Quels sont les enjeux ? Parmi les principales préoccupations figurent la santé des consommateurs, les dommages causés à la marque et le coût exorbitant des rappels de produits. Disposer d'une supply chain transparente et être en mesure de suivre et de retracer les ingrédients permet d'être plus confiant, tandis qu'une documentation détaillée de tous les ingrédients et processus utilisés constitue la base de la confiance du public.

Répondre aux exigences des consommateurs en matière de supply chains alimentaires transparentes

Lorsqu'ils font les courses pour leur famille, les consommateurs responsables se soucient de la santé, du bien-être et des questions sociales. Ils prennent en considération les étiquettes nutritionnelles « clean label », les avantages fonctionnels, la visibilité sur les fournisseurs, le traitement humain des animaux et la durabilité environnementale. Ils souhaitent également des produits frais, cultivés localement et de qualité. Si ces attentes créent une pression supplémentaire pour les entreprises agroalimentaires, être en mesure de satisfaire les exigences des consommateurs socialement responsables peut être un important facteur de différenciation.

Les consommateurs d'aujourd'hui veulent en savoir plus sur l'origine de leurs aliments et sur le parcours de ceux-ci de la ferme à la table. L'International Food Information Council (IFIC) déclare dans un document sur les tendances alimentaires que « les consommateurs ont un appétit croissant pour plus d'informations sur leur alimentation, et la technologie leur permet de manger comme jamais auparavant. . . Elle favorise également la transparence dans toute la supply chain alimentaire. »¹ Quant à Forbes, il écrit : « Les marques que les consommateurs préfèrent sont également devenues l'expression de ce qu'ils aspirent à être, c'est pourquoi ils recherchent l'histoire de l'origine d'une entreprise, les efforts de durabilité, la conscience sociale et la transparence. »²

Les chaînes de supermarchés très compétitives considèrent la transparence alimentaire comme une opportunité de se différencier sur le marché. Si la transparence a été initialement mise en œuvre pour seulement quelques catégories de produits alimentaires, elle commence à être étendue à un plus large éventail de produits. Cependant, une grande partie du travail incombe aux transformateurs alimentaires qui doivent fournir les données.

Comment les entreprises agroalimentaires bénéficient-elles d'une transparence totale de leur supply chain ?

Une supply chain alimentaire efficace et transparente n'est possible que grâce à une collaboration et une coordination solides entre toutes les parties concernées. De préférence en temps réel. Toutefois, cela s'avère souvent difficile, car de nombreuses entreprises agroalimentaires dépendent d'usines et de processus de la supply chain qui appartiennent à des fournisseurs ou à des partenaires commerciaux (lesquels s'approvisionnent eux-mêmes auprès de plusieurs fournisseurs), ce qui crée de multiples couches de complexité dans la quête de transparence. Pour réussir, les informations doivent être transmises des agriculteurs et des fournisseurs en amont de la supply chain aux distributeurs et aux détaillants en aval, en passant par la transformation.

Certes c'est un défi, mais les avantages pour le fabricant de produits agroalimentaires sont évidents. Le fait que les problèmes de sécurité alimentaire puissent être causés en amont ou en aval de la supply chain est d'une importance capitale. Si vous avez accès aux données de vos fournisseurs et de vos partenaires logistiques, vous pouvez déterminer l'origine du problème plus rapidement et plus précisément afin de mieux cibler les rappels. Un autre avantage est que la supply chain tout entière devient plus réactive aux perturbations, comme les variations de qualité et de volume des récoltes, de sorte que les plans d'approvisionnement peuvent être ajustés facilement et rapidement. Parmi les autres avantages importants, mais souvent négligés, figurent la sensibilisation du consommateur à la marque et l'acquisition de connaissances sur ce qui intéresse celui-ci.

L'initiative **SmartLabel**[®] en Amérique du Nord et son équivalent européen, le GS1 Digital Link, permettent aux consommateurs d'accéder facilement et instantanément à des informations détaillées sur des milliers de produits. En scannant un QR code, les consommateurs accèdent à une page d'accueil contenant une multitude d'informations telles que les données nutritionnelles, les ingrédients, les allergènes, les certifications de tiers, les programmes de conformité sociale, les instructions d'utilisation, les mises en garde et les instructions pour une manipulation sans danger. Il est raisonnable de supposer qu'à l'avenir, ces informations pourraient également inclure l'origine de chaque ingrédient, l'âge de chaque ingrédient avant son utilisation et toute une série de données supplémentaires qui ne tiendraient jamais sur une étiquette normale.

Un excellent exemple illustrant ce type d'informations est celui du plus grand producteur mondial de saumon de l'Atlantique, qui indique au consommateur l'origine du poisson et les détails de l'élevage. Le consommateur doit simplement scanner un QR code pour obtenir une vue complète du produit, de la ferme aquacole au conditionnement. Il s'agit d'un moyen idéal d'étayer les allégations de durabilité et de renforcer la fidélité à la marque.

Il y a encore plus à gagner lorsque les données de la ferme à la table sont utilisées non seulement pour fournir des informations aux consommateurs, mais également pour réduire le gaspillage alimentaire. Lorsque vous bénéficiez de la transparence sur la qualité ou le classement des ingrédients, alors, par exemple, les pommes dont la peau est endommagée ou dont la forme est différente et moins propre à la commercialisation peuvent être acheminées vers la transformation alimentaire au lieu d'être gaspillées.

Créer la transparence de la supply chain de bout en bout pour mieux nourrir la planète

Mettre en œuvre la transparence de la supply chain de bout en bout est une tâche de grande envergure. Essayer d'y parvenir en un seul pas de géant pourrait bien s'avérer un objectif trop ambitieux. Au lieu de cela, il est préférable de s'attacher à intégrer la traçabilité dans les opérations internes puis, avec le temps, de chercher à étendre la transparence en amont et en aval de la supply chain.

La transparence et la traçabilité de la supply chain doivent faire partie de l'initiative globale de sécurité alimentaire—par opposition à la poursuite d'un effort de traçabilité seul. Un tel niveau d'implication augmente les chances qu'une entreprise non seulement s'attache à améliorer ses capacités de traçabilité, mais également qu'elle considère la traçabilité des lots comme faisant partie intégrante de la sécurité alimentaire. Tout le monde, de la direction à l'usine, doit être formé et impliqué.

La traçabilité de la supply chain est un premier pas important vers l'amélioration de notre capacité à nourrir la planète. Voici comment commencer :

1. **Une plateforme ERP intelligente et moderne**—Pour commencer, déterminez quelle fonctionnalité de traçabilité, le cas échéant, fait déjà partie de votre système de planification des ressources de l'entreprise (ERP). Un ERP moderne et préconfiguré devrait être doté de cette fonctionnalité, intégrée par des personnes qui connaissent parfaitement le secteur de l'agroalimentaire et qui parlent couramment sa langue. La facilité d'utilisation est également essentielle, car les personnes qui en auraient le plus besoin (les responsables internes de l'assurance qualité) utilisent rarement l'ERP par ailleurs, et elles doivent pouvoir effectuer des recherches rapides dans la base de données. Une interface facile à utiliser dotée d'une représentation graphique des lignes de traçage leur permet d'identifier rapidement les causes principales.
2. **Déterminer les données à rechercher**—La traçabilité est un système complet qui combine la collecte de données avec des identifiants uniques pour le suivi, l'ensemble de ces données pouvant être partagé et analysé. Déterminez le degré de granularité nécessaire des données. Les données peuvent être suivies à un niveau très large, comme la saisie d'un chargement de camion individuel comme un seul lot, ou à un niveau plus profond, comme l'enregistrement du jour et de l'heure d'arrivée des palettes d'ingrédients frais. Si un producteur fabrique des produits qui sont commercialisés comme étant biologiques, sans OGM ou élevés en plein air, l'entreprise pourrait même choisir de suivre les ingrédients au niveau de la ferme.
3. **Établir les liens dans la supply chain de la ferme à la fourchette**—L'intégration de ces capacités dans l'écosystème de la supply chain nécessite une transformation digitale de la supply chain pour pouvoir retracer les ingrédients et les produits en amont et en aval à travers un certain nombre de fournisseurs, de prestataires logistiques et de partenaires. Pour suivre et localiser les ingrédients suspects et isoler les problèmes, il est indispensable de faire appel aux technologies de l'Internet des Objets (IoT) pour automatiser la saisie des données de la supply chain et de la blockchain afin de transmettre des informations au niveau des lots et des transactions, depuis l'agriculture jusqu'à la vente au détail, en passant par la transformation et la distribution.

De nombreux fabricants de produits agroalimentaires réalisent que leurs processus métier actuels pourraient ne pas pouvoir prendre en charge le niveau de transparence et de traçabilité de la supply chain requis sur un marché mondial très concurrentiel. Cependant, pour activer et exploiter ces capacités, il est essentiel de tirer parti des technologies qui automatisent et simplifient les processus afin que vous puissiez vous concentrer sur ce qui compte le plus, à savoir fournir au monde des aliments durables et sûrs.

Lorsqu'elles sont mises en œuvre correctement, la transparence et la traçabilité de la supply chain contribuent à promouvoir la confiance des consommateurs et à renforcer les marques, à garantir la sécurité alimentaire, à réduire les gaspillages et à appuyer globalement les allégations de durabilité.

¹ International Food Information Council Foundation, "Five food trends to watch in 2019," 8 janvier 2019.
² Julia B. Olayanju, "Top trends driving change in the food industry," Forbes, 16 février 2019.

EN SAVOIR PLUS 

Suivez-nous :



infor

Infor est un leader mondial de solutions de gestion d'entreprises déployées dans le Cloud spécialisées par secteur d'activité. Plus de 65 000 organisations dans plus de 175 pays font confiance aux 17 000 collaborateurs d'Infor pour les aider à atteindre leurs objectifs commerciaux. Visitez notre site www.infor.com.

Copyright © 2022 Infor. Tous droits réservés. Le mot « Infor » et le logo associé sont des marques commerciales et/ou marques déposées d'Infor ou de l'un de ses affiliés ou filiales. Toutes les autres marques commerciales citées dans le présent document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. www.infor.fr.

Infor France (SAS), Immeuble Cristalia, 6ème étage, 3 Rue Joseph Monier, 92500 Rueil-Malmaison

INF-2530180-fr-FR-0822-1