

ACTUALITÉS

Douceur des données

Possibilités technologiques entre la ruche et le verre

27 juin 2026, Tobias Engl



Le côté production est occupé. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker - chacun dessert sa section de la chaîne. Ce qui manque, c'est la couche derrière. Lors de l'action de contrôle "From the Hives" menée dans toute l'UE (résultats 2023), 46 pour cent des échantillons d'importation prélevés aux frontières ont été considérés comme suspects quant à la présence de sirop de sucre ajouté. Des capteurs de haute précision dans la ruche, une mention statique "miel d'apiculteur" sur le pot. Cet écart entre la richesse des données et la visibilité est le plus grand point faible de la communication dans le secteur alimentaire et c'est précisément ce genre d'écart que les plateformes d'affichage comblent depuis trois décennies.

Le rôle qui en découle est celui d'un intermédiaire neutre, pas un fabricant de capteurs, pas un laboratoire, pas un apiculteur. ScreenWay place une couche ouverte entre les sources de données existantes et le consommateur et rend l'information visible exactement là où la décision d'achat est prise. L'avantage structurel de cette position est que celui qui ne produit rien lui-même peut intégrer n'importe quel... Les pèse-stocks de Wolf, les capteurs d'incubation de BroodMinder, les résultats de RMN d'Eurofins, les traqueurs de vol d'aproneX, tous en même temps. Le marché fragmenté a besoin d'une couche ouverte au-dessus de lui ; dans l'espace germanophone, il n'y a actuellement pas de concurrence sérieuse pour cela.

Cinq modules forment cette couche de confiance pour les produits alimentaires régionaux. HiveStory apporte la provenance visible sur les rayons des magasins à la ferme, HoneyHost intègre les miels de qualité supérieure dans les petits déjeuners des hôtels et les magasins de fabrication, HivePartner est le cockpit du foyer pour les entreprises avec des parrainages d'abeilles RSE, PA-Guard comble les lacunes réglementaires en matière de contrôle d'authenticité des risques liés aux alcaloïdes pyrrolizidinaux. HiveGuard vient s'ajouter à la liste. Il agrège sur une carte les trackers GPS LoRaWAN de fournisseurs spécialisés, tous fabricants confondus, relie les alarmes à l'application pour apiculteurs, déclenche en cas d'urgence un workflow de police préparé à l'avance et affiche sur demande les positions des ruches de parrainage RSE en direct sur l'écran de HivePartner. Une fonction de sécurité devient ainsi une valeur de communication.

Le paysage des clients se divise en quatre couches : 1. environ 2.500 apiculteurs professionnels allemands et leurs groupements de producteurs, qui refinancent un abonnement à partir de la majoration de la vente directe ; 2. des chaînes de vente directe comme Alnatura, Denn's et le groupement des magasins diététiques, qui recherchent depuis des années des systèmes d'information des consommateurs au-delà de la simple publicité ; 3. l'hôtellerie haut de gamme, dans laquelle ScreenWay est déjà chez lui via la logique de distribution munichoise ; et 4. le plus intéressant sur le plan économique, le business corporate et RSE. Les groupes qui possèdent des ruches d'entreprise paient les présentoirs de foyer sur le budget ESG, et non sur le budget marketing de l'apiculteur. Un site avec plusieurs présentoirs, une connexion en direct des ruches du groupe et un snippet de reporting ESG représente une commande annuelle à cinq chiffres. Environ trois cents entreprises de ce type sont connectables en DACH.

Il est rare de trouver des marchés où l'intermédiaire gagne plus que le producteur. Le commerce alimentaire numérique est en train d'en devenir un. Le capteur, l'analyse RMN et le tracker coûtent ensemble quelques centaines d'euros. La majoration de prix obtenue par une provenance visible s'élève à plusieurs fois par saison. Celui qui construit d'abord proprement le pont entre le capteur et le consommateur, en Bavière, en Autriche et en Suisse, gagne une verticale qui peut ensuite être appliquée au vin, au fromage, à l'huile d'olive et au gibier. Dans ce contexte, le miel n'est pas le point final, mais celui qui ouvre la porte. Les abeilles ne sont pas un symbole, elles sont la preuve.

SOURCES Commission européenne / JRC, Action coordonnée "From the Hives", publiée en mars 2023 (147 échantillons d'importation sur 320, 46% suspects) - Council Directive 2001/110/EC (Directive sur le miel) - Données sur le marché et les clients : Enquête interne de ScreenWay.