

Cours Approfondi

E-BUSINESS ET E-MARKETING TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE AGROALIMENTAIRE : DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS

Zaragoza (Espagne), 8-12 juin 2015

1. Objectif du cours

La chaîne d'approvisionnement agroalimentaire a évolué de façon significative suite à l'adoption de nouvelles technologies. Une grande partie de ces technologies facilitent nettement la gestion de toute la chaîne d'approvisionnement, permettant ainsi l'amélioration du marketing et du commerce des produits agroalimentaires. Les objectifs ont changé et, au lieu de se centrer sur le produit, ils se sont tournés vers des processus intégrés depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

Parmi ces technologies, les outils de marketing en ligne deviennent de plus en plus importants et accessibles aux petites et moyennes entreprises, aux associations de producteurs et aux organisations publiques opérant dans le secteur agroalimentaire. Cependant, les percées technologiques se développent plus vite que ne le perçoivent les entreprises, qui ont donc besoin d'être à jour quant aux toutes dernières avancées pour maintenir leur compétitivité sur les marchés nationaux et internationaux.

Ce cours apportera aux participants une information sur les développements les plus actuels en matière de e-business et e-marketing applicables au secteur agroalimentaire. En particulier, le cours présentera les plus récents outils pour la gestion de la chaîne d'approvisionnement, la promotion, la communication, le captage de clients, les ventes et les services. Le cours sera également l'occasion d'un débat sur les tendances et les opportunités.

À l'issue du cours les participants auront acquis :

- Une compréhension du fonctionnement de la chaîne moderne d'approvisionnement agroalimentaire et de la manière selon laquelle les processus sont intégrés et optimisés à travers l'utilisation de la technologie électronique.
- Une sensibilisation quant à l'importance de l'environnement internet social, local et mobile, et de sa contribution actuelle à la réussite des entreprises.
- Une meilleure connaissance du comportement des consommateurs en ligne, afin d'appliquer les outils de e-marketing pour les capter et les engager.
- Des compétences pour l'utilisation de logiciels libres et ouverts et de solutions pour la gestion de la chaîne d'approvisionnement et des achats.
- Une expérience de première main à travers l'étude de cas réels montrant des initiatives réussies pouvant être extrapolées à d'autres situations.
- Une connaissance des développements émergents qui pourraient avoir un impact positif sur le secteur agroalimentaire.

2. Organisation

Le cours aura lieu à l'Institut Agronomique Méditerranéen de Zaragoza (IAMZ) du Centre International de Hautes Études Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM), avec des enseignants hautement qualifiés provenant d'universités, de centres de recherche, et d'entreprises privées.

Le cours, d'une durée d'une semaine, se déroulera du 8 au 12 juin 2015, les séances ayant lieu matin et après-midi.

3. Admission

Le cours est prévu pour un maximum de 25 professionnels diplômés de l'enseignement universitaire. Il s'adresse aux professionnels des petites et moyennes entreprises, aux associations de producteurs et aux entrepreneurs déjà engagés dans le e-business et e-marketing agroalimentaire ou souhaitant en explorer les possibilités, ainsi qu'aux institutions publiques appuyant les initiatives du secteur agroalimentaire dans leurs pays. Le cours est également ouvert aux conseillers techniques et aux chercheurs désireux d'élargir leur expertise dans ces domaines.

Étant donné les diverses nationalités des conférenciers, lors de la sélection des candidats il sera tenu compte de la connaissance de l'anglais, du français ou de l'espagnol, qui seront les langues de travail du cours. L'IAMZ assurera l'interprétation simultanée des conférences dans ces trois langues. La documentation utilisée lors des travaux de groupe sera en anglais.

4. Inscription

Les demandes d'admission devront être adressées à :

Instituto Agronómico Mediterraneo de Zaragoza
Avenida de Montañana 1005, 50059 Zaragoza (Espagne)
Tél. : +34 976 716000 - Fax : +34 976 716001
e-mail : iamz@iamz.ciheam.org
Web : www.iamz.ciheam.org

Le formulaire de demande d'admission devra être accompagné d'un *curriculum vitae* détaillé où doivent figurer, dûment justifiés, les diplômes, l'expérience, les activités professionnelles, les connaissances linguistiques ainsi que les raisons motivant la candidature à ce cours.

Les dossiers devront être envoyés avant le 16 mars 2015.

Les candidatures des personnes ne pouvant présenter leur dossier complet lorsqu'elles effectueront la demande, ou devant obtenir une autorisation pour suivre le cours, pourront être admises à titre provisoire.

Les droits d'inscription s'élèvent à 450 euros. Ce montant comprend uniquement les frais d'enseignement.



5. Bourses

Les candidats de pays membres du CIHEAM (Albanie, Algérie, Égypte, Espagne, France, Grèce, Italie, Liban, Malte, Maroc, Portugal, Tunisie et Turquie) pourront solliciter des bourses correspondantes aux frais d'inscription, ainsi que des bourses couvrant voyage et séjour en régime de pension complète à la Résidence du Campus d'Aula Dei.

Les candidats d'autres pays souhaitant bénéficier d'un financement devront le demander directement à d'autres institutions nationales ou internationales.

6. Assurances

Les participants devront justifier obligatoirement, dès le début du cours, qu'ils sont en possession d'une assurance médicale qui couvre l'Espagne. L'IAMZ peut offrir aux participants qui en feront la demande, la possibilité de souscrire une police d'assurance collective moyennant au préalable le paiement de la somme fixée.

7. Organisation pédagogique

Le cours exigera des participants un travail personnel et une participation active. Le caractère international du cours contribue à apporter des expériences et des points de vue divers, ce qui enrichit le programme du cours.

Le cours utilise une approche appliquée. Les conférences sont complétées par des débats, des études de cas présentées par des professionnels, et des travaux dirigés qui apporteront aux participants une expérience pratique quant à l'utilisation d'outils appropriés et puissants. En outre, les participants travailleront en groupes sur l'analyse de différentes stratégies de e-marketing.

Les participants seront invités à préparer, avant le début du cours, un bref rapport sur des expériences liées à l'utilisation de technologies en ligne dans les chaînes d'approvisionnement et le marketing de leur pays ou région. Ces rapports seront partagés avec les conférenciers et les participants.

8. Programme

1. La chaîne agroalimentaire (2 heures)

- 1.1. Caractéristiques des principaux acteurs de la chaîne agroalimentaire
- 1.2. Caractéristiques des principaux partenaires commerciaux et des fournisseurs de services dans la chaîne agroalimentaire
- 1.3. Intégration de la chaîne d'approvisionnement
- 1.4. Rationalisation de la chaîne de valeur dans le secteur agroalimentaire
- 1.5. Débat sur les expériences concernant l'utilisation de technologies en ligne dans les chaînes d'approvisionnement des pays ou régions des participants

2. Introduction au e-business et e-marketing (2 heures)

- 2.1. La société de l'information
- 2.2. Éclaircissement des concepts

- 2.3. Catégories de e-business et e-marketing
- 2.4. Synergies on/off dans le plan de marketing : stratégies et tactiques
- 2.5. Commerce électronique : avantages et limites
- 2.6. Sécurisation, confidentialité et implications légales

3. E-business (7 heures)

- 3.1. M2M (Machine to Machine), une nouvelle technologie pour optimiser les processus et réinventer le commerce
- 3.2. Processus d'achat
- 3.3. La chaîne d'approvisionnement électronique. Exemples de succès
- 3.4. Commerce électronique : B2B, B2C et approvisionnement en ligne
- 3.5. Logiciels libres et ouverts pour l'e-business et le commerce électronique
- 3.6. Planification des ressources de l'entreprise (ERP) pour la gestion de l'offre, de la demande et de l'inventaire
- 3.7. Travail pratique sur l'utilisation de l'ERP
- 3.8. Étude de cas – Grupo Pastores : un exemple de e-business avec intégration de la production et de la distribution. Présentation et débat

4. E-marketing (13 heures)

- 4.1. Comportement du consommateur en ligne
- 4.2. Neuromarketing
- 4.3. Marketing entrant *versus* marketing sortant : du captage à l'engagement
- 4.4. Marketing de contenus
- 4.5. Principaux outils de e-marketing
 - 4.5.1. Optimisation de moteurs de recherche (SEO) et marketing sur les moteurs de recherche (SEM)
 - 4.5.2. Marketing sur les médias sociaux : blogs et réseaux sociaux
 - 4.5.3. Vidéomarketing
 - 4.5.4. Marketing par courrier électronique
 - 4.5.5. Marketing sur le web
 - 4.5.6. Marketing sur Apps
 - 4.5.7. Mesure et analyse
 - 4.5.8. Travail pratique sur les réseaux sociaux et le réseautage professionnel
- 4.6. Études de cas
 - 4.6.1. "Aceites de Oliva de España" : un exemple d'initiative publique de promotion générique en utilisant les derniers outils de e-marketing
 - 4.6.2. Plate-forme électronique de producteurs locaux d'aliments pour la vente à l'international
 - 4.6.3. Initiative commerciale dans le secteur agroalimentaire sur internet
 - 4.6.4. Drop shipping
 - 4.6.5. Débat

5. Travail de groupe sur l'analyse de stratégies de e-marketing basées sur des exemples réels (7 heures)

6. Table ronde : l'avenir du e-business et du e-marketing (2 heures)

Tendances : traitement de données massives, monnaie électronique, internet des objets, imprimantes d'aliments 3D, technologies mettables, beacon et autres

CONFÉRENCIERS INVITÉS

L. AISA, CeConBe Marketing Services, Zaragoza (Espagne)
L.M. ALBISU, CITA-GA, Zaragoza (Espagne)
M. GALVE, Pymemarketing, Zaragoza (Espagne)
R. LOP, Aceros de Hispania, Teruel (Espagne)
S. LÓPEZ NAVARRO, Hiberus Tecnología, Zaragoza (Espagne)
M. LÓPEZ VALDÉS, Bitbrain, Zaragoza (Espagne)
L.M. MANZANEDO, Ingeos, Bilbao (Espagne)
C. MARÍN, Impulsatec, Zaragoza (Espagne)
O. MOZÚN, Tactis Europe, Madrid (Espagne)

A. OLIVÁN, Grupo Pastores, Zaragoza (Espagne)
E. PAZ, Comercio Electrónico Global, Zaragoza (Espagne)
C. REVOREDO, Scotland's Rural College (SRUC), Edinburgh (Royaume-Uni)
J. SÁNCHEZ BARRICARTE, Vodafone M2M, Madrid (Espagne)
R. TAYAR, FLAT 101, Zaragoza (Espagne)
F. TOMÁS, IDOM, Zaragoza (Espagne)
C. URBANO, Cominton, Asesoría Internacional, Zaragoza (Espagne)



CIHEAM

Centre International de Hautes Etudes
Agronomiques Méditerranéennes
Institut Agronomique Méditerranéen de Zaragoza