La technologie Blockchain, outil de valorisation du goût de l'origine

Fabrice Giordano*¹

¹Giordano (M.) – x – L'Olympe, 23 avenue font de veyre 06400 Cannes, France

Résumé

Dans un contexte où l'industrie agro-alimentaire est au croisement de révolutions sociétale, environnementale et numérique, rassurer le consommateur par la transparence est l'actuel défi de ce secteur. Soucieux de son bien-être et résolument tourné vers une consommation écologique, responsable et saine, le consommateur est, aujourd'hui et pour demain, le principal acteur de la chaîne alimentaire. Dès lors, la notion d'identité des territoires, de traçabilité et de transparence des caractéristiques du produit consommé devient la norme.

A cela s'ajoute le rôle omniprésent du législateur venant rappeler aux professionnels du secteur leurs obligations, à savoir, une obligation d'information, une publicité ne devant pas être trompeuse et le suivi des produits assurés au moyen d'une traçabilité rigoureuse. Ainsi, les informations inscrites sur l'étiquette ou sur la contre-étiquette du produit destiné à être mis sur le marché doivent être lisibles, accessibles et compréhensibles.

Sensibilisé au problème de la sécurité alimentaire et guidé par l'évolution des modes de consommation, le consommateur, désormais curieux, averti et digitalisé, souhaite connaître les méthodes de production, la composition des produits et l'origine des certifications apposées sur l'étiquette. En utilisant la technologie Blockchain – se définissant comme décentralisée, globalisée et destinée à sécuriser le partage des données sans qu'elles ne puissent par la suite être modifiées – les produits tels que le riz de Camargue, le jambon de Bayonne et le vin de Champagne pourront dès demain être entièrement tracés. La Blockchain apparaît comme un relais de l'authenticité, de la qualité et du goût inimitable issus d'un terroir spécifique tout en les protégeant de la contrefaçon.

Nous ne parlons pas ici d'évolution du goût de l'origine mais d'une révolution numérique où chaque utilisateur devient le prescripteur du produit qu'il choisit, achète et consomme. En scannant le QR code apposé sur l'étiquette, il pourra connaître instantanément l'ensemble des étapes de production, de transformation et de distribution du produit. Cette technologie est un nouveau moyen de différenciation de la spécificité des produits, des entreprises et des indications géographiques. Plus précisément, en quelques clics sur son smartphone, le consommateur va pouvoir accéder à des vidéos et des photos retraçant le numéro de lot, la date et le lieu de plantation, ainsi que les dates de récoltes et de conditionnement.

A travers cette présentation, je souhaite évoquer, avec une prise de conscience collective, la nouvelle relation entre le produit issu d'un terroir, l'exploitant agricole et le consommateur international. Si l'identité du produit est nationale, régionale ou locale et souvent synonyme de richesse économique, la traçabilité doit, quant à elle, être intégrale ; " de la fourche à la fourchette ". La provenance, la qualité et la transparence des produits agro-alimentaires

*Intervenant

vendus sont donc des enjeux nationaux et européens. C'est également une véritable stratégie de différenciation des acteurs face aux nouveaux pays producteurs dont les méthodes de production, ne répondant pas à des cahiers des charges, demeurent obscures et non réglementées.

Mots-Clés: IG, traçabilité, nouvelle technologie, blockchain