

Case IH a dévoilé le Versum, un tracteur de polyculture-élevage à variation continue, lors de la première journée du Sima.

# Sima

## Retour aux réalités

Moins de matériels, une surface réduite et peu de nouveautés : les constructeurs ont joué la carte de la sobriété lors de l'édition 2019 du Sima.

« Cette année, je suis surtout venu pour me détendre et me rincer l'œil. » Cette phrase d'un éleveur nivernais résume l'état d'esprit de nombreux agriculteurs en visite au Sima, qui s'est tenu à Villepinte du 24 au 28 février. Au détour des allées, on pouvait entendre dénoncer la forte augmentation des prix des matériels en 2018, en particulier ceux des tracteurs. Une situation qui n'incite pas à l'investissement dans des engins

neufs, mais qui n'a pas entamé la bonne humeur des visiteurs.

### Privilégier la convivialité

De leur côté, les constructeurs ont décidé de se serrer la ceinture. De Kubota à Beiser en passant par les spécialistes de la manutention, la cure d'amaigrissement était au programme pour de nombreux exposants, avec des stands nettement plus petits. Seuls les fabricants de pneumatiques et les fournisseurs de pièces ont succombé à

la folie des grandeurs, avec des stands démesurés et des animations décalées. La cuvée 2019 était aussi la première depuis 1999 (avec l'impasse de Case IH) à compter de grands absents, parmi lesquels Grégoire-Besson, Agram et Agrifac. En plus de la réduction de la taille des stands, nombreux sont ceux qui ont apporté une quantité restreinte de matériels, privilégiant l'accueil des clients et la convivialité. Afin de remplir les espaces laissés vides par cette cure d'austérité, les organisa-

## À LA UNE



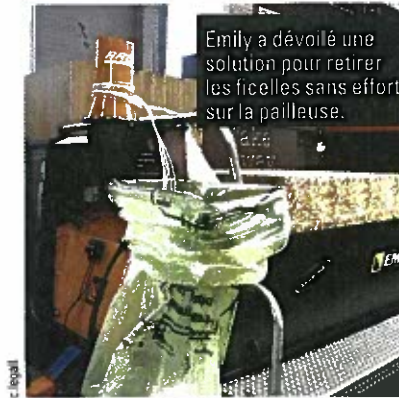
Cécile FAIMAU



P. Peeters



L. Coassin



L. Coassin



P. Peeters



Cécile FAIMAU

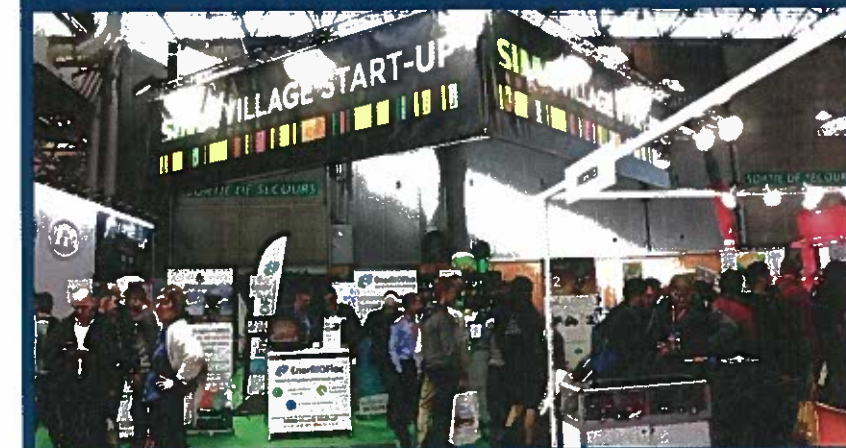
teurs ont disposé des restaurants au cœur des halls 5B et 6, et bâché le fond des halls 3 et 4.

### Le salon depuis Facebook

Pour faire la promotion des matériels restés à l'usine, certains constructeurs ont fait le choix des casques de réalité virtuelle. Ainsi équipés, les visiteurs ont découvert des machines, sans toutefois ressentir la satisfaction de toucher le produit. Les plus jeunes se sont rapidement lassés, préférant jouer sur les consoles équipées de Farming Simulator proposées par plusieurs exposants. Quant aux nouveautés, les fans d'exclusivités et de scoops sont restés sur leur faim. Seuls les constructeurs français et Case IH ont vraiment joué le jeu en effectuant des lancements. Des nouveautés que les visiteurs ont immortalisées avec leur smartphone. Et grâce aux réseaux sociaux et aux milliers de posts sur Facebook, Instagram et Twitter, les agriculteurs restés à la maison ont souvent découvert les produits avant ceux qui ont fait le déplacement.

LORIS COASSIN, CORINNE LE GALL ET PIERRE PEETERS

### LE PARTAGE ET LA GESTION AU CŒUR DU NUMÉRIQUE



Le numérique et ses possibilités pour aider à la transformation des fermes attirent les jeunes entreprises et leurs solutions novatrices. La joyeuse communauté des start-up pleines d'ambitions s'est frayée un chemin parmi les géants tractoristes et équipementiers pour s'installer au cœur du salon. Ce n'est

pas un mais deux villages start-up qui se sont installés à cette édition du Sima. Ils étaient très orientés sur le partage, avec des entreprises proposant des plates-formes dédiées à la mise en commun d'équipements, de services, de pratiques et d'informations. Mais les loups solitaires ne sont pas oubliés pour autant.

Les systèmes de collecte de données et de gestion d'exploitation sont légion. À tel point qu'il devient compliqué de choisir parmi une offre pléthorique et difficile à différencier. Enfin, l'optimisation est au centre des intérêts, avec les horticulteurs de télématique ou des applications pour améliorer sa logistique et son temps de travail.