

Open agrifood Initiatives 2016
Book projet



LES INCUBATEURS DES PROJETS



En reliant les enjeux à des solutions, GreenFlex agit tous les jours en réponse aux grands enjeux environnementaux et sociétaux, et s'efforce de créer de la valeur pour les entreprises et toutes leurs parties-prenantes.

A travers des solutions opérationnelles, GreenFlex connecte l'écologie à la réalité économique des sociétés afin qu'elles puissent accélérer leur transition.

GreenFlex est une entreprise indépendante qui est convaincue depuis 2009 que les entreprises doivent contribuer positivement à la mutation du monde en se transformant.

Le Groupe favorise l'accélération de la transition environnementale et sociétale afin de relever les grands défis des entreprises en les accompagnant de la stratégie à l'action vers une meilleure performance.

Les équipes multi expertes de GreenFlex bâtissent au quotidien des solutions opérationnelles et durables en s'efforçant de créer de la valeur pour les entreprises et leurs parties prenantes.



INVEST3 est une structure d'investissement et de conseil dédiée à la dynamique de transformation digitale des écosystèmes.

Elle appuie Startups, PME et ETI pour structurer une vision à moyen terme, développer de nouveaux business modèles et trouver des clients et partenaires. INVEST3 aide les Collectivités Locales ou Régionales pour développer des politiques publiques en phase avec les enjeux de transformation exponentielle.



Sur l'AgglO, le Loiret et la région Centre-Val de Loire, Orléans Val de Loire Technopole se positionne comme un interlocuteur privilégié dans le domaine de l'innovation et de la création d'entreprise et se mobilise pour encourager la création, le développement d'entreprises et l'innovation. Développer des projets structurants et collaboratifs et créer des liens forts entre recherche, enseignement et entreprises.



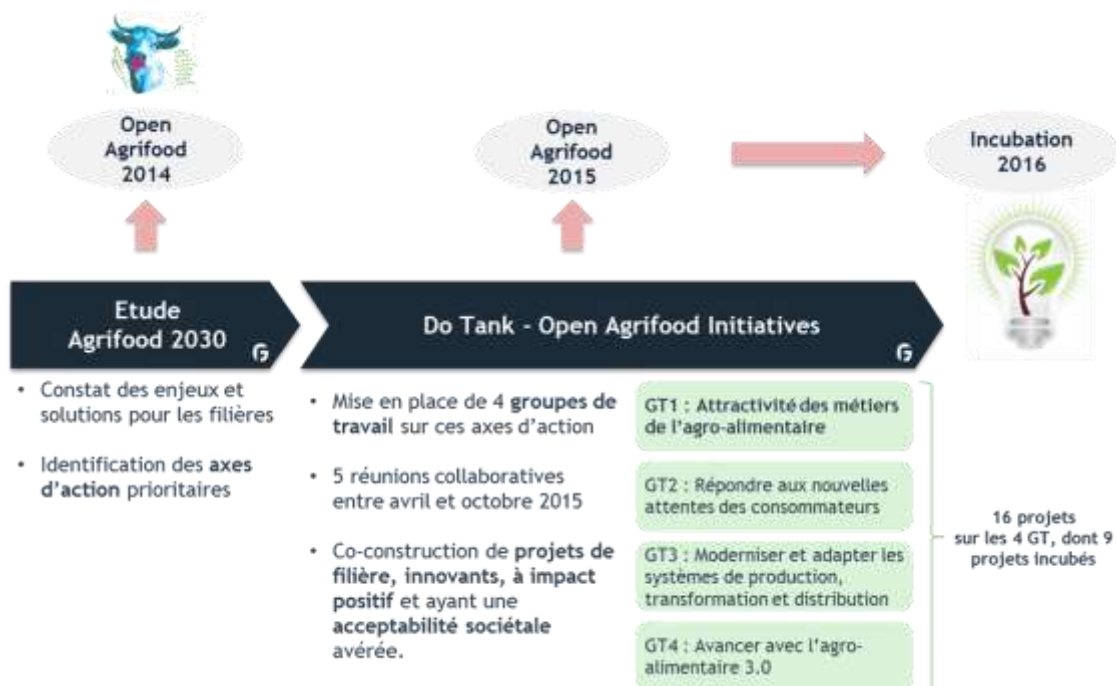
PENTALABBS se distingue par un rôle de guichet unique de la croissance et un alignement sur la création de valeur pour une cible de start-ups et de grown-up et de PME souhaitant pivoter vers des modèles digitaux. Notre proposition de valeur est traduite par le concept de « **Services for Equity** ». Pour l'entrepreneur, se marier avec Pentalabbs, c'est bénéficier d'un accompagnement sur la durée avec des interlocuteurs stables, des équipes pluridisciplinaires, un management expérimenté, tout en réduisant sa prise de risque puisque ces prestations font l'objet d'une conversion en capital.

Sommaire

OPEN AGRIFOOD INITIATIVES : HISTORIQUE DE LA DEMARCHE	3
TABLE-RONDE N°1 : AMONT AGRICOLE	4
1. Hub Agri : une plateforme d'échange de solutions entre agriculteurs	4
2. 3 cultures en 2 ans : évaluer et déployer des systèmes agricoles productifs et durables	9
TABLE-RONDE N°2 : PEDAGOGIE DU CONSOMMATEUR	13
1. Dis-moi où : une application de géolocalisation des portes ouvertes alimentaires	13
2. Stop Tabous : reconnecter la filière et les consommateurs	17
TABLE-RONDE N°3 : PROJETS DE FILIERE	21
1. Collectif Jobagro : réduire le nombre d'emplois non pourvus dans la filière	21
2. Startups Agri : une marketplace de mise en relation entre acteurs de la transformation numérique et acteurs de la filière alimentaire	25
TABLE-RONDE N°4 : PROJETS DE TERRITOIRE	30
1. Services Campagnes : faciliter l'accès aux services du quotidien	30
2. Gestion de la ressource en eau : un modèle opérationnel sur la consommation et le partage de l'eau	36
3. Accélérateur de méthanisation : un pilote pour une dynamique territoriale d'économie circulaire	39
POUR ALLER PLUS LOIN	42

OPEN AGRIFOOD INITIATIVES : HISTORIQUE DE LA DEMARCHE

L'Open agrifood, Forum dédié à l'agroalimentaire responsable en France, se tient deux jours par an et a pour objectif d'être un lieu de rencontres et d'échanges entre tous les maillons de la filière alimentaire et de promouvoir la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Souhaitant inscrire les échanges de la 1ère édition dans des actions concrètes, l'Open agrifood a lancé l'Open agrifood Initiatives, un « Do Tank », pour initier et développer des projets concrets en co-création avec les acteurs de la filière et les parties prenantes.



En 2014, l'étude Open agrifood 2030 avait conclu à la nécessité de travailler en collectif pour résoudre les grands enjeux de la filière. Le « do tank » a donc été créé avec cette ambition de réunir des acteurs de tous les maillons pour les faire travailler en co-construction sur des enjeux stratégiques et contribuer à la compétitivité de la filière.

Début 2015, 4 groupes de travail thématiques ont ainsi été lancés avec l'objectif d'identifier des projets innovants, porteurs d'avenir pour la filière alimentaire. 16 idées de projets ont émergé et ont été présentées lors de la séance collaborative de l'édition 2015 du Forum.

Ces projets ayant soulevé de nombreuses marques d'intérêt de la part de décideurs de la filière, 9 d'entre eux sont entrés, début 2016, en phase d'incubation, pour être développés et aboutir à un cahier des charges prêt à l'emploi. Cette phase d'incubation a été pilotée par 3 partenaires de l'Open agrifood : GreenFlex, Orléans Val de Loire Technopole et Pentalabbs.



TABLE-RONDE N°1 : AMONT AGRICOLE

1. Hub Agri : une plateforme d'échange de solutions entre agriculteurs

Résumé

« Hub Agri » est une plateforme qui a pour but de rendre accessible au plus grand nombre d'agriculteurs, l'innovation pratiquée en permanence dans d'autres exploitations grâce à :



- Des contributions d'agriculteurs sur des thèmes liés aux nouveaux enjeux : pratiques et techniques agricoles, environnement/énergie, filières, etc.
- Une complémentarité des types de contenus : données, expérimentations, tutoriels, idées de projets à incuber ; sous formats variés : textes, vidéos, photos, etc.
- Une structuration attractive et dynamique avec des contenus adaptés au profil de l'utilisateur
- Un modèle économique collaboratif et incitatif grâce à l'évaluation de la qualité des contenus pour valoriser le savoir des contributeurs.

Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Hub Agri » est issu du groupe de travail dédié à « Avancer avec l'agroalimentaire 3.0 ». Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Plusieurs facteurs ont mené le groupe de travail à définir cette plateforme :

- Une multiplication des défis agricoles pour produire plus et mieux
- Des savoirs en partie cloisonnés et partagés uniquement au niveau local
- Un manque d'incitation et de reconnaissance des connaissances agricoles

De plus, $\frac{1}{4}$ ¹ des agriculteurs expriment un manque de services d'échanges d'expériences sur Internet, source qui représente 50 %¹ des différents moyens d'information qu'ils utilisent.

¹ Source : Enquête Agrinautes-Agrisurfers 2014 – NTIC Agriconseil/BVA

Impacts attendus

L'objectif de ce projet est de capitaliser sur le potentiel du numérique pour :

- Inciter au partage des savoirs agricoles autour des nouveaux enjeux (agronomie, environnement, organisation du travail, agriculture de précision, filières, commercialisation, etc.)
- Valider et développer à grande échelle les pratiques durables
- Reconnaître et valoriser les savoirs, les idées, les projets agricoles

Description du projet



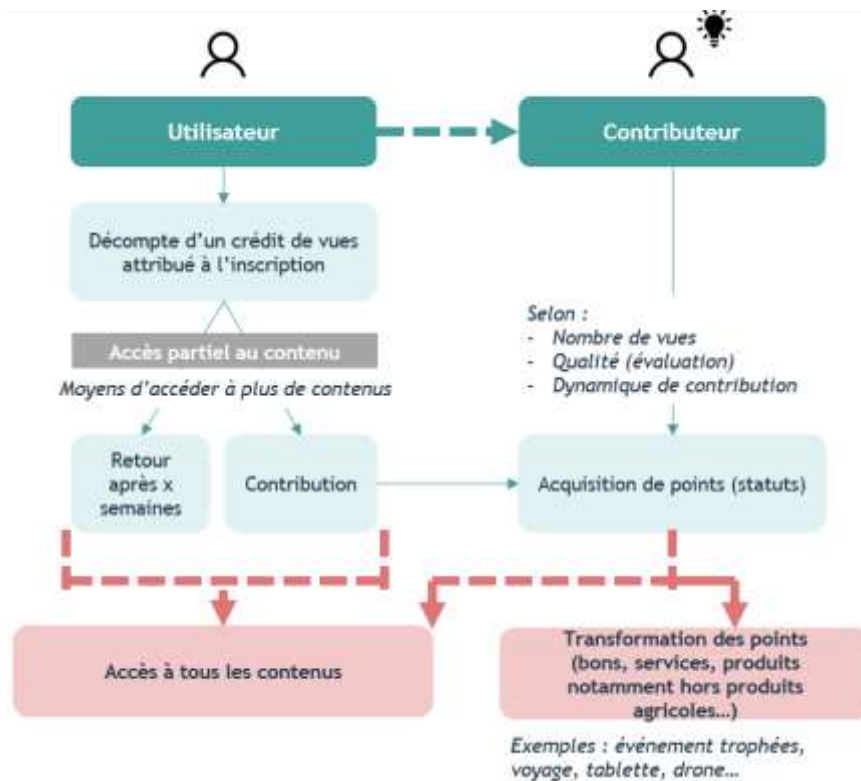
La fonction première de la plateforme est d'être un espace collaboratif grâce à une évaluation par les utilisateurs. L'orientation de la plateforme est de favoriser les échanges entre agriculteurs, sans pour autant interdire les contributions d'autres acteurs de la filière, qui seront différenciées graphiquement et donc identifiables.

Pour inciter les agriculteurs à contribuer au contenu de la plateforme, ils pourront atteindre différents statuts (ex. contributeur débutant, occasionnel, habitué, expert), en fonction du nombre de points qu'ils auront obtenus. Ces points seront calculés à partir de la note donnée par les utilisateurs, du nombre de vues et de la fréquence de publication.

NB. Ces statuts leur donneront ensuite accès à plusieurs niveaux de valorisation : accès à plus de contenus, transformation de points en services / cadeaux / participation à la gestion des contenus (identification de sujets à traiter etc.).

Un point d'attention majeur de « Hub Agri » est la capacité à proposer à l'internaute des contenus pertinents en fonction des contenus visités et/ou du profil renseigné.

Modèle économique de la plateforme



Les modalités de fonctionnement de la plateforme ont été choisies pour à la fois valoriser les contributeurs et leur expertise et inciter les utilisateurs à devenir contributeurs actifs : les meilleurs contributeurs pourront recevoir des prix ou des services gratuits et auront accès à l'ensemble des contenus.

La plateforme fonctionnera sur un modèle économique hybride :

- Les revenus générés par la publicité et l'accès aux contenus payants
- La valorisation des services annexes proposés par des partenaires via la plateforme (tutoriels ou prestations, sondages, test de projets proposés par des acteurs externes)

Exemple d'utilisation

Guillaume, agriculteur, inscrit depuis quelques mois sur « Hub Agri », voudrait partager sa solution de désherbage du blé. Il va sur son profil, clique sur « création de contenu », ce qui l'amène vers une autre page pour créer sa publication. Il entre les mots-clés correspondant à son article : « grandes cultures » et « désherbage » ; rentre le titre qu'il a choisi : « Désherbage du blé : une rotation innovante pour diminuer la pression graminées » ; et rédige son article en présentant sa solution, ses avantages, ses inconvénients et les résultats observés. Il sauvegarde et se déconnecte.

Q []

DERNIERES ACTUALITES

Nouveau post du blog !	#vigne Avis biocontrôle 2016
#travail du sol Strip till en maïs	Agenda : les prochains événements

LES CONTENUS LES PLUS POPULAIRES

Grandes cultures en bio	Les nouveautés John Deere à Innov'Agri 2016
-------------------------	---

LES QUESTIONS DU MOMENT

?	?
?	?

Vous avez une question ?

Quelques semaines plus tard, David, agriculteur de Seine-et-Marne, voudrait trouver une solution pour le désherbage des graminées dans son exploitation. Il a entendu parler de la plateforme « Hub Agri » par un de ses employés, site d'échanges de bonnes pratiques et de solutions innovantes par et pour les agriculteurs. Il se rend donc sur cette plateforme, et accède à la page d'accueil sur laquelle les contenus les plus visualisés lui sont recommandés. Il peut accéder à la fois à des contenus d'agriculteurs et à ceux de partenaires (ces derniers étant identifiables graphiquement), mais il choisit d'utiliser la barre de recherche.

Il tape « problème désherbage graminées » et clique sur le premier lien : « Désherbage du blé : une rotation innovante pour diminuer la pression graminées » par Guillaume, un autre agriculteur. Il lit l'article : la solution proposée l'intéresse beaucoup, et

il met une note de 4/5 étoiles à l'article.

Il peut également proposer une autre idée qui sera rendue publique ou poser une question par message privé à Guillaume. Il clique sur le bouton « Question » et demande : « Bonjour Guillaume, article très intéressant ! Pensez-vous que cette rotation peut s'adapter à ma région avec des sols argilo-calcaires ? ».

Il revient sur la page contenant l'article de Guillaume, où d'autres liens lui sont recommandés, en rapport avec ce qu'il vient de lire. Il regarde une vidéo sur le sujet et consulte un autre article. Lorsqu'il essaie d'accéder au lien suivant, un message l'informe qu'il doit s'inscrire pour continuer à avoir accès aux différents contenus de la plateforme. Il commence donc à créer son profil : il renseigne son pseudo, son système de culture (grandes cultures, polyculture-élevage, vigne, arboriculture, maraîchage), sa région, ses centres d'intérêt (travail du sol, désherbage, matériel, semis sous couvert, etc.)...

David_77
Système de culture : Grandes cultures
Région : Seine-et-Marne
Statut : 0 points

Q [problème désherbage graminées]

Désherbage du blé : une rotation innovante pour diminuer la pression graminées
#grandes cultures
#désherbage

Par Guillaume

Evaluation de la contribution : ★★★★★

Autre idée Question

LES CONTENUS SUSCEPTIBLES DE VOUS INTÉRESSER

Test de matériel	Désherbage du blé en 2016	Avis TCS Seine-et-Marne
------------------	---------------------------	-------------------------

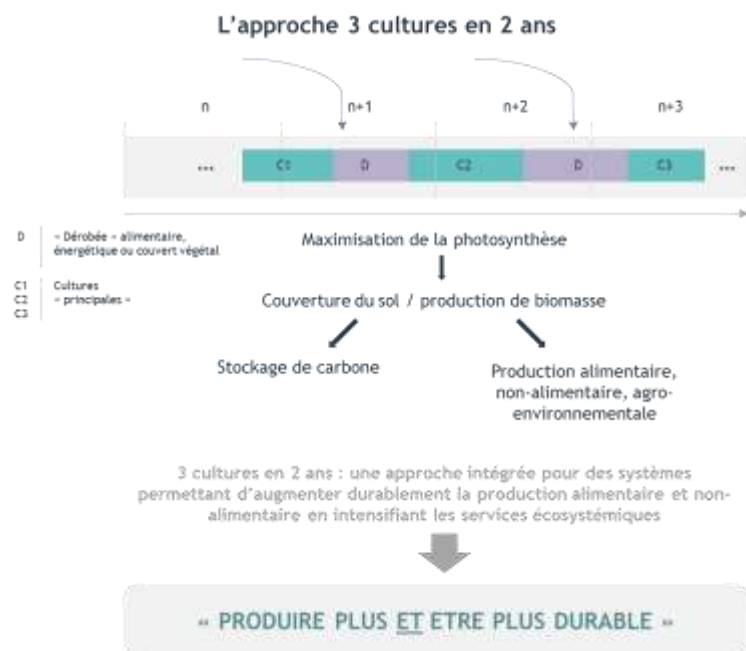
2. 3 cultures en 2 ans : évaluer et déployer des systèmes agricoles productifs et durables

Résumé

Le projet 3 cultures en 2 ans vise à créer un réseau d'expérimentations multi-acteurs afin d'évaluer la faisabilité et la durabilité agronomique, économique et environnementale des systèmes 3 cultures en 2 ans.

L'approche 3 cultures en 2 ans, en intercalant une culture « intermédiaire » entre 2 cultures aujourd'hui dites « principales », répond à une double ambition :

- maximiser l'utilisation de la photosynthèse pour produire plus de biomasse à l'unité de surface
- augmenter la couverture du sol pour améliorer l'impact agroenvironnemental et stocker du carbone (cf. projet 4 pour 1000).



L'objectif final du projet est, à travers une valorisation alimentaire, non-alimentaire ou agro-environnementale de cette culture « intermédiaire », de créer de la valeur ajoutée pour l'agriculteur au sein d'un système économiquement viable.

Le suivi et l'évaluation des expérimentations seront gérés par plusieurs groupes régionaux, travaillant sur des problématiques et des systèmes de culture partagés à l'échelle de la région.

Ce projet permettra ainsi, sur la base de ces retours d'expériences, de produire des clés de décision pour le déploiement de systèmes innovants adaptés localement, et notamment sur :

- les impacts agro-environnementaux (taux de matière organique, impact sur la culture suivante, biodiversité du sol, stockage de carbone, intrants, économies d'énergie)
- les résultats socio-économiques (valeur ajoutée, rentabilité, temps et calendrier de travail) de ces systèmes.

Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet 3 cultures en 2 ans est issu du groupe de travail dédié à l'« adaptation et la modernisation des systèmes de production, transformation et distribution ». Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir l'état des lieux et les orientations du projet, mais aussi les chantiers de travail pour la transition opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Les systèmes de production agricole doivent aujourd'hui répondre à des enjeux multiples : assurer une production alimentaire de qualité et en quantité tout en minimisant les impacts environnementaux, notamment vis-à-vis de l'eau et de la biodiversité. L'évolution des systèmes de production est également un des leviers d'atténuation du changement climatique via le stockage de carbone dans les sols permis par la production de biomasse, et ainsi une potentielle solution de compensation d'une part des émissions de gaz à effet de serre (cf. programme de recherche international « 4 pour 100 »).

Ces défis nécessitent donc de générer des savoirs et références sur les systèmes de culture permettant à la fois une augmentation de la production de biomasse et des impacts agro-environnementaux positifs.

Dans ce contexte, il s'agit donc à la fois de développer et mutualiser des références (suivre, évaluer et adapter des systèmes 3 cultures en 2 ans) et de produire des connaissances nouvelles (concevoir des itinéraires pertinents et adaptables) permettant à terme de déployer des systèmes durables et adaptés aux spécificités régionales.

Impacts attendus

Les objectifs de ce projet sont multiples :

- Engager des dynamiques régionales multi-acteurs pour favoriser l'évolution des systèmes de production dans une approche filière (écoles et lycées, agrofourniture, instituts technique, recherche, coopératives et agriculteurs, développement, filières de valorisation...)
- Développer les références et les connaissances sur les systèmes 3 cultures en 2 ans (impacts agronomiques, socio-économiques, environnementaux)
- Démontrer la valeur ajoutée des « cultures intermédiaires » et produire des clés de décision à destination des agriculteurs pour favoriser le déploiement de ces systèmes sur le terrain

Description du projet

Ce projet vise à constituer un réseau national multi-acteurs autour de l'évaluation de systèmes 3 cultures en 2 ans avec un périmètre large, intégrant des cultures intermédiaires à vocation alimentaire (alimentation humaine ou animale), non-alimentaire (énergie, nouveaux débouchés...), ou agro-environnementale (économies d'azote, apport de matière organique...).

Le périmètre national du réseau assurera un reporting commun (avec des indicateurs communs au niveau national), des problématiques partagées par plusieurs régions et un cadre partagé pour les retours d'expérience.



Quant à eux, les groupes régionaux auront en charge la définition des systèmes (adaptation/proposition), la proposition d'indicateurs complémentaires si besoin, la mise en place et le suivi des expérimentations et le partage des résultats, au niveau régional et national. Ces expérimentations pluriannuelles en « conditions agriculteurs », auront à la fois une ambition de mutualisation et de développement de l'existant et de recherche appliquée pour définir de nouveaux systèmes pertinents localement.

A date, 4 groupes régionaux, travaillant chacun sur 2 à 3 grands systèmes de culture, ont été pré-structurés, intégrant une complémentarité d'acteurs :

- Instituts techniques et recherche
- Coopératives
- Ecoles d'agronomie / d'agriculture et lycées agricoles
- Chambres d'agriculture
- Pôles de compétitivité
- Associations et plateformes multi-acteurs

Carte des systèmes de culture identifiés à date dans les 4 groupes régionaux

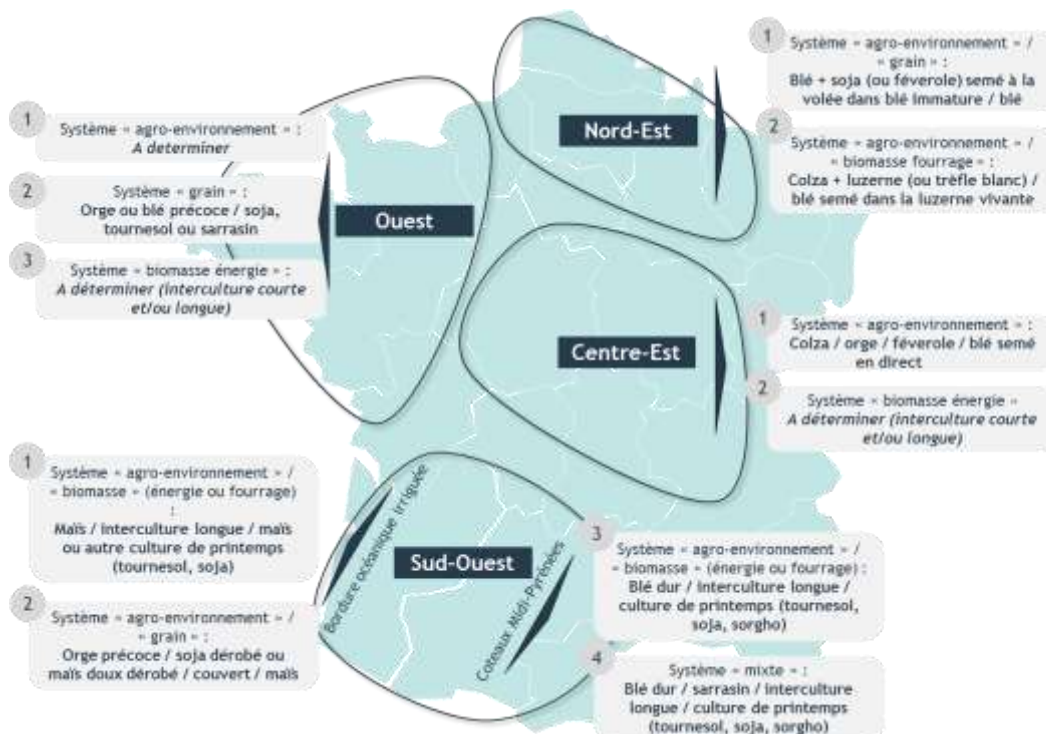


TABLE-RONDE N°2 : PEDAGOGIE DU CONSOMMATEUR

1. Dis-moi où : une application de géolocalisation des portes ouvertes alimentaires

Résumé



« Dis-moi où » est une plateforme qui recensera l'ensemble des sites de la filière alimentaire (exploitations agricoles, sites de transformation/distribution, supermarchés etc.) acceptant d'ouvrir leurs portes au grand public pour leur faire découvrir leurs savoir-faire et leurs produits.

La plateforme, qui sera à terme une application mobile, devra contenir un système de géolocalisation sur une carte permettant aux utilisateurs, lors d'un weekend, de vacances ou d'un déplacement professionnel, d'accéder à la

liste des sites les plus proches participant au dispositif.

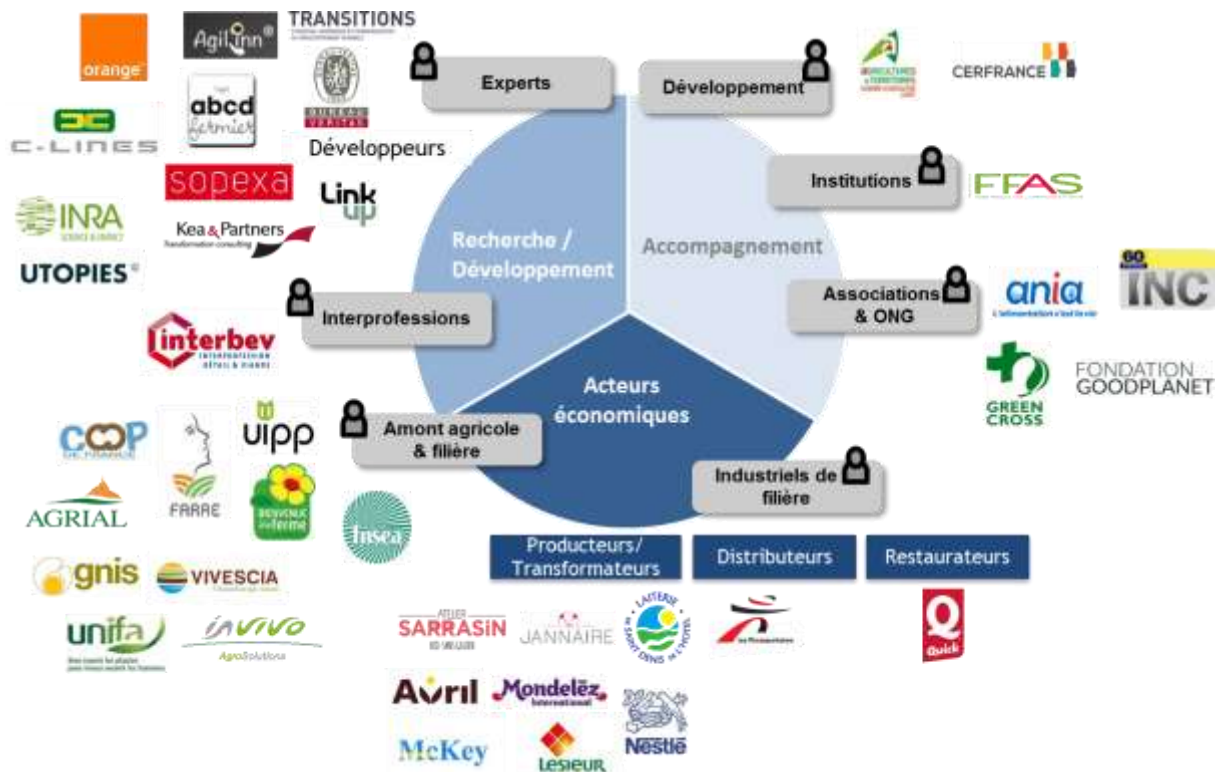
Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Dis-moi où » est issu du groupe de travail dédié aux nouvelles attentes des consommateurs. Ce projet a été plébiscité lors de la séance plénière de l'Open agrifood par 50 décideurs de la filière. Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

On remarque aujourd'hui une défiance des consommateurs vis-à-vis des modes de production et de transformation des produits alimentaires. Les métiers sont mal connus, perçus comme peu attractifs, et il y a 60 000 emplois non pourvus dans la filière alimentaire.

L'ambition de cette application est de réussir à recréer du lien, de la proximité et de la confiance entre consommateurs et producteurs, de remettre l'Homme au cœur du processus de production.

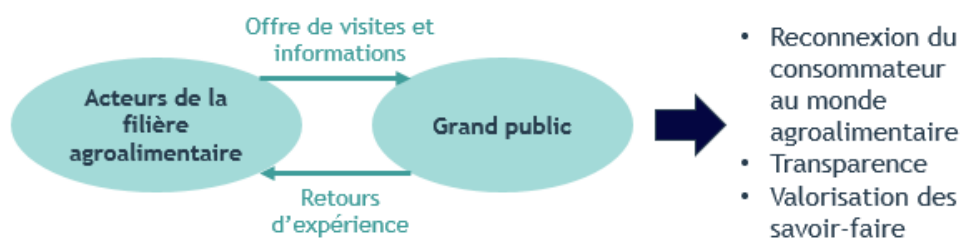
L'enjeu de cette plateforme est donc d'améliorer la connaissance, l'acceptabilité et la confiance du consommateur dans notre modèle alimentaire grâce à une complète transparence des différents maillons de la chaîne en facilitant l'accès aux lieux de production, transformation et distribution.

Impacts attendus

Les impacts attendus sur ce projet sont :

- Améliorer la connaissance du grand public des modes de production, transformation, distribution pour une meilleure acceptabilité
- Valoriser les savoir-faire et redonner de la fierté aux professionnels
- Susciter des vocations chez les jeunes et moins jeunes pour pérenniser les métiers de la filière.

Description du projet



« Dis-moi où » sera une application comprenant un module interactif entre utilisateurs et professionnels et présentera une offre de visite de sites au niveau national.

Les utilisateurs pourront poser des questions par message privé aux professionnels et mettre des commentaires suite à la visite pour témoigner auprès des autres utilisateurs de leur expérience de visite.

Modèle économique

Concernant le modèle économique de cette application, les modes de financement s'appuieront en priorité sur : subventions, publicité, participatif, etc.

Deux prérequis ont été notés par les contributeurs :

- Côté utilisateur : gratuité des visites (hors visites d'exception, réservation de groupe etc.)
- Côté professionnel : référencement et dispositif d'accompagnement gratuits (sauf besoins très spécifiques)

Exemple d'utilisation

M. et Mme Girard aimeraient trouver une activité pour leurs deux enfants mercredi après-midi prochain, pendant les vacances scolaires. Mme Girard a entendu parler de la plateforme « Dis-moi où » par une de ses amies. Ils se rendent donc dessus depuis leur téléphone, et découvrent que c'est une plateforme de mise en relation avec différents acteurs du secteur alimentaire et se disent que cela pourrait être une bonne idée d'emmener leurs enfants visiter une ferme. Ils se rendent sur la carte qui répertorie les partenaires alentour. La carte possède une barre de recherche pour pouvoir taper son adresse et leur propose aussi de les géo-localiser, ce qu'ils acceptent. Ils peuvent sélectionner des filtres pour faire apparaître le(s) type(s) de visites qui les intéressent parmi « Pour les enfants », « Fermes », « Transformation », « Distribution », « Caves à vin », « Artisans », « Petites

et moyennes entreprises », et « Groupes industriels ». M. et Mme Girard sélectionnent « Pour les enfants ».

La carte leur indique alors les sites les plus proches qui correspondent à leur recherche. Ils cliquent sur « La Petite Ferme » et accèdent à sa fiche descriptive. La ferme est tenue par Jean-Paul, un fermier de 52 ans, qui propose des visites et des ateliers pédagogiques en semaine, de 16h à 18h,



adaptés à un public familial et donc à des enfants. La Petite Ferme a une note de 4/5 étoiles, et dans l'onglet « Avis », M. et Mme Girard peuvent lire le commentaire de M. Richaud, qui dit « *Visite très intéressante, et très enrichissante pour les enfants, je recommande vivement la ferme de Jean-Paul. Nous avons pu acheter des produits fabriqués*

sur place qui étaient excellents ». Ils voient sur le planning disponible sur la page de la Petite Ferme qu'il est possible d'effectuer une visite le mercredi qui les intéresse.

Ils décident donc d'envoyer un message privé à Jean-Paul pour avoir des informations complémentaires. Pour cela ils doivent être connectés. Ils s'inscrivent donc sur l'application, se connectent et envoient le message suivant : « *Bonjour Jean-Paul, nous sommes intéressés par une visite mercredi après-midi avec nos deux enfants. Une cueillette est-elle prévue ? Bonne journée, les Girard* ». Le lendemain ils reçoivent une réponse « *Bonjour, vous pourrez cueillir des framboises pendant la visite* ». Les Girard décident donc de choisir cette ferme et cliquent sur le bouton « Réserver », et réservent pour 4 le mercredi suivant.

Mercredi, ils se rendent donc en voiture avec leurs deux enfants à la Petite Ferme, effectuent la visite, et rentrent chez eux. Le lendemain, ils écrivent un commentaire sur la page de référencement de la Petite Ferme « *Visite très sympa, les fermiers sont accueillants et les enfants étaient ravis !* ».

2. Stop Tabous : reconnecter la filière et les consommateurs

Résumé

Le but de « Stop Tabous » est d'être une plateforme reconnue comme une source de référence, un outil d'informations objectif et factuel sur les sujets polémiques des différents échelons de la filière alimentaire, afin de casser les idées reçues sur la filière et de recréer un climat de confiance avec le grand public.

La plateforme contiendra :



- Un focus sur les sujets « polémiques » aux différents échelons de la filière (production agricole, transformation, distribution...)
- Des formats d'informations complémentaires : un mix d'informations factuelles et de points de vue contradictoires et indépendants
- Un volet collaboratif pour permettre de faire remonter les attentes des consommateurs.

Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Stop Tabous » est issu du groupe de travail « Avancer avec l'agroalimentaire 3.0 ». Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Depuis quelque temps, on observe une défiance croissante de la part du grand public envers la filière alimentaire, accentuée par une déconnexion entre le consommateur et la fabrication des produits, et une communication médiatique systématiquement à décharge.

En effet, seulement 55 %² des Français ont une image positive de l'alimentaire, et 30 %² ont renoncé à acheter un produit suite à des commentaires négatifs trouvés sur Internet.

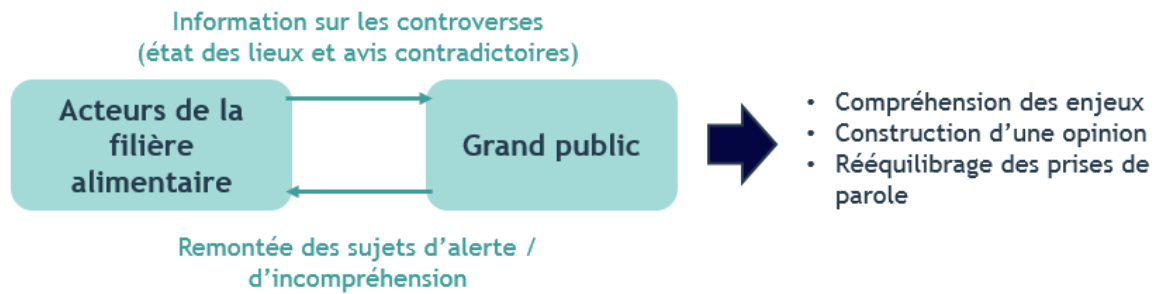
Impacts attendus

Les objectifs de cette plateforme sont :

- Capitaliser sur le potentiel du numérique pour donner une information crédible et objective aux consommateurs
- Casser les idées reçues sur la filière
- Accélérer la reconnexion avec le consommateur

² Source : Baromètre « Les Français et l'alimentation » 2015 Ania/OpinionWay

Description du projet



Pour chaque information, les utilisateurs auront accès à plusieurs types d'éclairages :

- Un **état des lieux de la polémique / controverse (« Comprendre les fondamentaux »)** basé sur du fact checking : informations factuelles et chiffres-clés avec des formats variés et pédagogiques, ainsi que des sources d'information pour aller plus loin
- Des **tribunes** des acteurs concernés par le sujet : des avis incarnés et potentiellement divergents
- Une **revue de presse** avec les articles et actualités sur le sujet.

Les utilisateurs pourront faire remonter les sujets sur lesquels ils souhaitent avoir de l'information en répondant à des sondages (ex : vote sur une proposition de 10 sujets).

Grâce à un partenariat pédagogique avec des écoles pluridisciplinaires, des équipes d'étudiants seront sollicitées pour produire les contenus (états des lieux des controverses, interviews des acteurs de la filière). Un comité d'experts validera ces dossiers et pourra guider la ligne éditoriale.

Exemple d'utilisation

Catherine a vu à la télévision 5 minutes d'une émission sur les OGM. N'y connaissant pas grand-chose, elle décide de s'informer davantage. Elle se rend alors sur la plateforme « Stop Tabous ». Sur la page d'accueil, certains sujets lui sont proposés mais pas celui qui l'intéresse.



Elle utilise donc la barre de recherche et cherche le sujet « OGM ». Lui sont alors proposés un certain nombre de contenus : elle lit d'abord l'état des lieux de la polémique, puis les différentes tribunes d'acteurs de la filière alimentaire qui ont des avis prononcés et variés, ce qui lui permet de se faire son propre avis sur la question, et parcourt ensuite la revue de presse.

Elle retourne ensuite sur la page d'accueil pour voir quels sont les sujets du moment, remontés par les internautes. Un des sujets proposés concerne le bien-être animal. Intéressée par ce sujet, elle clique dessus.

Elle arrive ainsi sur la page dédiée au bien-être animal. 3 types de rubriques lui sont proposées : « Comprendre les fondamentaux », « Les dernières tribunes » et « Revue de presse ».

Interpellée par la position des acteurs sur le sujet, elle accède aux les tribunes (certaines sont des articles, d'autres des vidéos), et va visionner l'avis d'un éleveur de volaille. Elle accède ensuite à un autre avis correspondant à un contenu d'un site externe, celui du blog Résonnances.

Curieuse du nombre d'articles récents sur ce sujet, elle va consulter la revue de presse et constate que plusieurs journaux et émissions ont abordé le sujet ces dernières semaines.

Enfin, voulant en savoir plus sur l'origine de la polémique, elle accède à la rubrique « Comprendre les fondamentaux » et consulte les chiffres-clés sur le sujet ainsi qu'une vidéo pédagogique explicative.

Elle revient alors sur la page d'accueil et répond au sondage sur les sujets qui lui semblent prioritaires. Parmi les 10 choix proposés, elle répond qu'elle souhaiterait de l'information sur le sujet des pesticides.

LE BIEN-ÊTRE ANIMAL : OÙ EN EST-ON ?

COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX

CHIFFRES CLÉS
65 % ...
3/4 ...
352 ...
Infographie

QUELQUES FAITS

RESSOURCES UTILES
Vidéo en 2 minutes
Sites de référence
+ InterAct
+ Ministère de l'Agriculture
+ CNP
+ LETA

LES DERNIÈRES TRIBUNES

REVUE DE PRESSE

Blog Résonnances :
« Comment élever à côté des
vaches et bouillottes en
France ? »

InterAct : le président de
l'association
interprofessionnelle prend
la parole

**Thierry Ingrand, éleveur
de volaille** : « Ce sera je
fais au quotidien pour mes
volailles »

La Météo.fr : Des conseils
déchirés les agriculteurs pour lutter
contre les maladies
bactériennes

L214 : « Rattien » dans
l'entier des cages ?

Envoyé Spécial : « Vivre sans
conscience de mal-être
animal »

TABLE-RONDE N°3 : PROJETS DE FILIERE

1. Collectif Jobagro: réduire le nombre d'emplois non pourvus dans la filière

Résumé

La filière alimentaire souffre d'un déficit d'image, notamment auprès des jeunes, qui n'envisagent pas pour la plupart de travailler dans ce secteur.

60 000 postes restent aujourd'hui non pourvus dans la filière, alors que le nombre de demandeurs d'emplois ne fait qu'augmenter, notamment chez les jeunes.



Ce projet de « Collectif Jobagro » consiste à créer un consortium d'acteurs de la filière (Dirigeants, Responsables RH, ...) pour imaginer des solutions innovantes et mettre en œuvre un plan d'actions pour que les 60 000 emplois non pourvus sur la filière alimentaire trouvent preneurs !

Ce Collectif permettra, en faisant travailler les entreprises en réseau :

- d'échanger sur les besoins de chacun, les difficultés rencontrées, les bonnes pratiques mises en place,
- de mettre en commun les moyens nécessaires,
- et de mettre en œuvre des outils concrets pour résoudre les problématiques des entreprises.

Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Collectif Jobagro » est issu du groupe de travail dédié à « L'attractivité des métiers de la filière alimentaire ». Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis de définir le positionnement stratégique du projet, et d'identifier des actions prioritaires à engager de façon collective.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Ce projet est né suite à différents constats :

- Les entreprises de la filière, grands groupes ou TPE, connaissent toutes des difficultés de recrutement sur des postes plus ou moins spécifiques
- Certaines entreprises familiales ne disposent pas des moyens des grands groupes pour attirer et conserver les nouveaux talents
- La filière dispose de nombreux atouts à faire valoir auprès des jeunes et moins jeunes (en reconversion par exemple)
- De nombreuses actions sont mises en œuvre de façon individuelle et pourraient être mutualisées (formations par exemple)

Impacts attendus

Les principaux objectifs de ce projet sont :

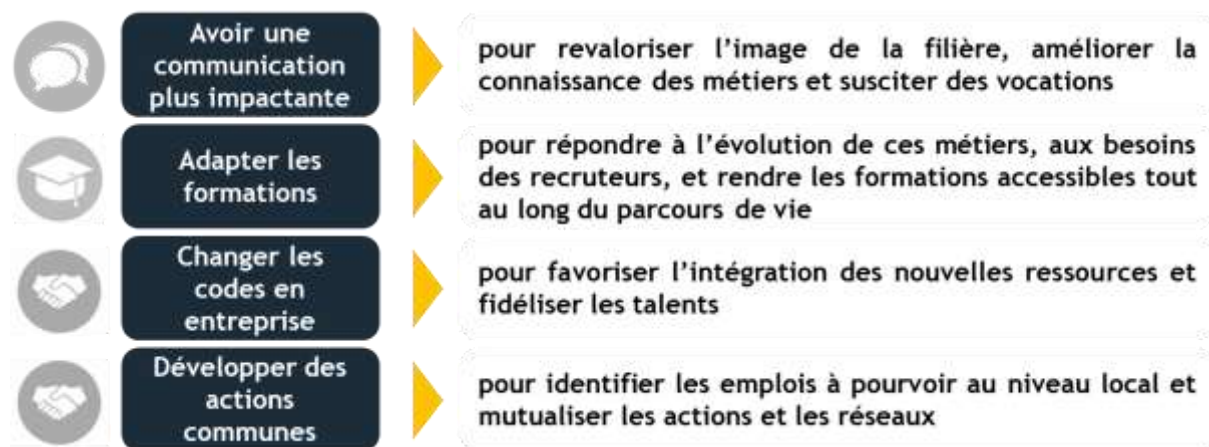
- Favoriser la compétitivité de la filière en permettant l'échange de compétences et la pérennité des emplois
- Rapprocher les acteurs de la filière en créant une communauté

- Favoriser l'échange de bonnes pratiques de gestion des ressources humaines
- Faire de la filière alimentaire une filière connue et reconnue de tous comme pourvoyeur de talents, pour les parcours qu'elle offre, pour les valeurs qu'elle porte
- Cultiver le « bien vivre » en entreprise

Description du projet

Ce projet consiste la création d'un collectif d'acteurs de la filière, mobilisés pour trouver ensemble des solutions à leurs problématiques RH : pour faire connaître, attirer, intégrer, fidéliser les talents tout en anticipant les enjeux de demain.

4 volets d'actions ont été identifiés par les acteurs :



Suite aux premiers échanges, les acteurs mobilisés dans le cadre de ce collectif ont décidé de réaliser un état des lieux difficultés et besoins de chacun en matière de recrutement, gestion des carrières, mobilité des salariés, etc.

Le recrutement étant une des difficultés majeures, la première solution concrète consiste à réaliser une carte interactive répertoriant les besoins en recrutement de chaque acteur et ce sur leurs différents sites. En effet, si 60 000 emplois sont dits « non pourvus » dans la filière, aucune cartographie précise ne permet d'identifier où ils sont ni sur quels types de postes.

Cette première étape permettra d'établir un point de départ, à partir duquel d'autres actions concrètes pourraient être mises en œuvre :



Des courts métrages révélant la réalité des métiers de la filière



Un Contrat Passerelle permettant une meilleure « mobilité » professionnelle des salariés



Un « Passeport pour l'emploi » facilitant l'échange de compétences entre entreprises



Un « Label Tuteur » en entreprise valorisant les salariés impliqués dans l'intégration de nouvelles ressources



Un « LinkedIn de l'agroalimentaire »



Un Guide des Formations RH pour les dirigeants de TPE



Une plateforme d'échange entre entreprises

2. Startups Agri : une marketplace de mise en relation entre acteurs de la transformation numérique et acteurs de la filière alimentaire

Résumé

Startups agri, c'est le projet de création d'une plateforme digitale, fonctionnant en marketplace ouverte et permettant de fédérer et de faire se rencontrer des acteurs impliqués dans la transformation digitale et des acteurs économiques du champ à l'assiette (agro-agri). L'objectif principal est de favoriser les coopérations par ses modalités de fonctionnement :



- Identification précise des acteurs (filière, chaîne de valeur) et de leurs attentes,
- Orientation et engagement RSE marqués (c'est un a priori vertueux).

La plateforme encourage le développement de l'écosystème des métiers agri-agro dans une dynamique vertueuse et respectueuse de la RSE, créatrice de valeur ajoutée, sur une filière ou sur des process communs à plusieurs filières.

En proposant aux startups une visibilité et des mises en relation qualifiées pour trouver des expertises et des clients avec une création de valeur identifiée et mesurée à la clé, cette plateforme a pour finalité de permettre l'émergence et le développement de « champions » nationaux voire internationaux sur l'écosystème agro/agri.

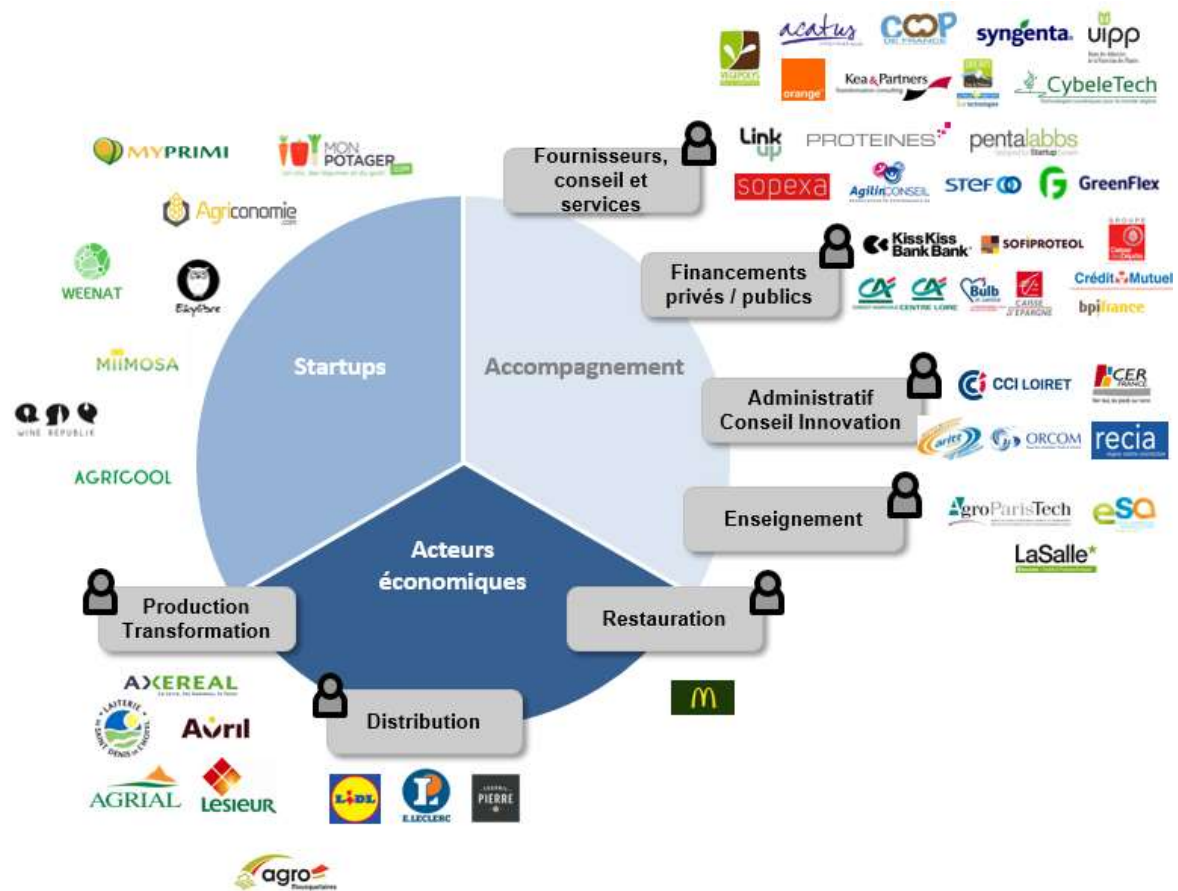
Historique du projet et acteurs

Contexte de la création du projet

Le projet de « Startups Agri » est issu du groupe de travail intitulé « Avancer avec l'agro-alimentaire 3.0 ». Ce projet a été plébiscité lors de la séance plénière de l'Open agrifood par 25 décideurs de la filière. Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet, avec l'aide de Pentalabbs, incubateur orléanais. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

L'écosystème agricole et agroalimentaire est lui aussi concerné par l'ubérisation de certains métiers mais aussi par l'incroyable champ d'opportunités qu'offrent le digital et les technologies associées (Internet des objets, big data, robotisation, etc.).

Booster et rapprocher les startups de l'agri-agro avec les entreprises du secteur permet de répondre à plusieurs enjeux clés.

La performance économique de l'écosystème est aujourd'hui fragilisée et l'innovation de rupture est complexe à mettre en œuvre, notamment pour :

- Faciliter le développement de startups de référence sur le marché français et international
- Déployer des solutions améliorant la compétitivité de la filière
- Améliorer la visibilité des startups de la filière.

Au-delà des enjeux économiques, travailler avec des startups permet aussi d'adresser des enjeux de société clés pour la filière :

- Une amélioration de l'attractivité générale de la filière, perçue comme innovante,
- Une amélioration de la transversalité et du décloisonnement de la filière,
- Le développement de l'emploi sur les territoires, en agissant au plus près du terrain.

Impacts attendus

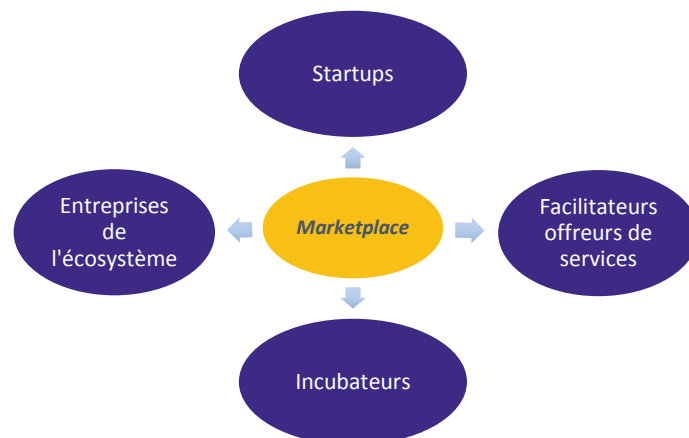
Les objectifs de ce projet sont :

- Rendre visible l'exhaustivité de l'écosystème numérique de la filière agri-agro (startups, incubateurs privés et publics sur le territoire, initiatives des entreprises et du monde académique, etc.)
- Réaliser des mises en relations pertinentes et qualifiées entre les différents types d'acteurs : startups / entreprises / fournisseurs de services / incubateurs
- Réaliser un observatoire de la dynamique digitale de l'écosystème en mesurant et monitorant les activités de la plateforme.

Description du projet

Fonctionnement général

« Startups Agri » est une plateforme Web, une marketplace axée sur la mise en relation d'offres et de demandeurs. Elle est structurée pour les startups qui doivent en être les premiers bénéficiaires. L'usage de la plateforme est réservé aux 4 catégories d'acteurs ci-contre.



Inscription & référentiel

Le processus d'inscription est volontairement qualifié et il constitue en soi un apport aux inscrits, en particulier aux startups. Il se base sur un référentiel à multiples entrées.

Le référentiel fonctionne sur la base d'une série d'étiquettes (Tags) et de courts textes rédigés (<140 caractères), que chacun des membres de la plateforme, au moment de son inscription, choisit pour définir ce qu'il est, ce qu'il fait et ce qu'il apporte :

- Pour startups et entreprises, 4 séries de Tags permettront d'indiquer le positionnement sur la chaîne de valeur (ex : BtoB, BtoC, BtoBtoC), le périmètre, les métiers adressés, l'avantage concurrentiel
- Pour les startups, une série d'étiquettes spécifique permettra de préciser leur valeur ajoutée et de caractériser le type d'innovation
- Pour les entreprises, les facilitateurs (fournisseurs de services) et incubateurs : une étiquette précisera ce qui est apporté aux startups.

- Pour les 4 catégories : une étiquette RSE sera remplie par chacun des membres sur la responsabilité sociétale et la responsabilité environnementale

Le référentiel est complété par des éléments d'inscription déclaratifs qui constituent une fiche de présentation pour chacun des membres, avec :

- Des éléments d'identité
- De coordonnées géo-localisées
- De contacts à joindre
- D'identification social media, réseaux sociaux, etc
- Un pitch vidéo de 30 secondes

Typologie des services proposés

Les fonctionnalités sont réservées aux membres inscrits et sont proches de ce que l'on peut trouver sur LinkedIn.

Les membres du groupe de travail ont hiérarchisé une série de fonctionnalités gratuites ou payantes pour la première version du site.

Toutes les fonctionnalités sont gratuites pour les startups. La mention payante ne s'applique donc que pour les autres.

Modèle économique

La rémunération de la marketplace se fera de façon différente entre la phase de « set up » et la phase de « run » :

- La phase de setup sera financée par un apport des partenaires privés et publics
- La phase de run devra être autofinancée par :
 - Des services à accès payants
 - De la publicité en ligne (avec un module automatisé ?)
 - La vente de « digest » obtenu par analyse des données consolidées sur la plateforme.

Le lancement de la marketplace sera un moment clé et devra permettre d'obtenir les inscriptions d'un nombre significatif de startups intéressées.

Exemple d'utilisation

Exemple d'une startup

Augustin et Mickael, tous deux fraîchement sortis de l'ESA d'Angers, lancent la startup Agrilove qui propose une technologie et des services permettant d'optimiser la gestion d'exploitation agricole en polyculture-élevage.

Ils décident de s'inscrire sur la marketplace « Startups agri » pour avancer sur leur projet.

Après avoir choisi le tag caractérisant leur activité : « BtoB », le processus d'inscription les incite à préciser l'activité d'Agrilove sur la chaine de Porter (matrice permettant de caractériser l'avantage concurrentiel), à clarifier sa valeur ajoutée grâce au Value Proposition Canvas, son impact environnemental et sociétal et en quoi la solution qu'ils apportent est une innovation précise pour les acteurs existants qui sont leurs futurs clients.

Ce simple exercice -qui leur prend quand même l'après-midi... - leur donne des idées sur leur démarche marketing et de nouvelles cibles clients.

Cela leur permet aussi de vérifier, en faisant une recherche sur les mots clés de « startups agri » (Tag) de mieux définir quels sont les acteurs proches de leur activité.

Leur inscription effectuée, Augustin se dit que tester la réceptivité de l'écosystème à sa solution va lui permettre d'affiner son étude de marché.

Il lance donc une question privée et reçoit une petite dizaine de réponses qualifiées, qui l'incite à prendre contact et même à trouver des idées de distribution de sa solution, idées que les deux startupeurs n'avaient d'ailleurs pas vraiment creusées.

Exemple d'un facilitateur (offreur de services)

L'entreprise Juriagri est un acteur spécialisé dans les questions juridiques liées aux contrats entre acteurs de la filière alimentaire.

Elle est convaincue que beaucoup de startups devraient utiliser ses services pour minimiser les risques liés à leurs activités.

Monsieur Dubois, responsable commercial, s'inscrit donc sur la plateforme et par le biais de l'achat d'un *Sondage à la communauté* « Startups Agri », évidemment logoté aux couleurs de Juriagri, il interpelle les inscrits sur le sujet.

Grâce à cela, il récupère une quinzaine de demandes de jeunes startups ayant en effet ce genre de problématique.

Par ailleurs, il reçoit très rapidement deux messages directs : l'un d'une startup qui a une problématique particulièrement complexe à résoudre et l'autre d'une entreprise qu'elle croyait connaître et qui, par le développement d'une nouvelle offre internationale, se retrouve confrontée à une vraie question juridique.

TABLE-RONDE N°4 : PROJETS DE TERRITOIRE

1. Services Campagnes : faciliter l'accès aux services du quotidien

Résumé

« Services Campagnes » est une plateforme qui propose aux habitants des zones périurbaines et rurales une offre de services la plus complète possible, portant sur l'alimentaire, l'entretien maison, la mobilité, la garde d'enfants, etc.



Concrètement, ce sera une plateforme en ligne mettant en relation demandeurs et pourvoyeurs de services, structurée sur deux volets :

- Le recensement des besoins des particuliers demandeurs de services
- Le recensement des offres des pourvoyeurs de services, qui peuvent être des particuliers comme des professionnels.

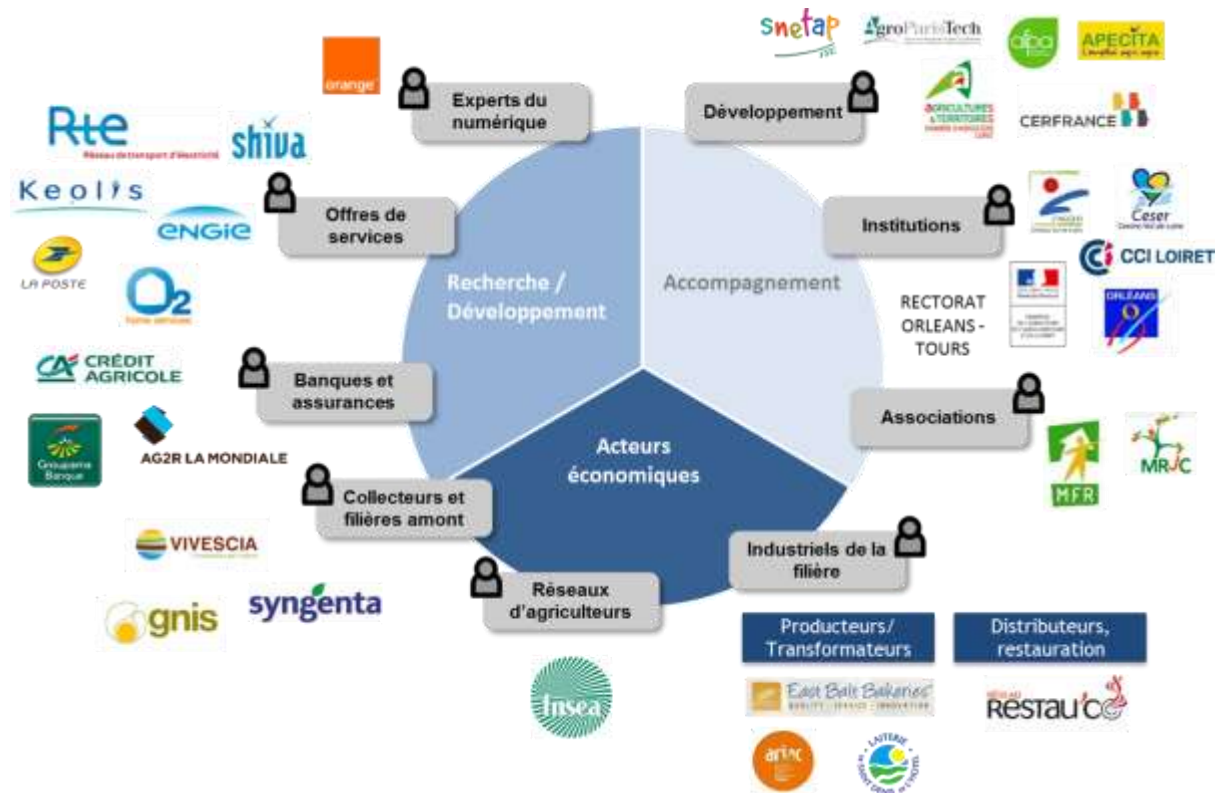
Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Services Campagnes » est issu du groupe de travail dédié à l'attractivité des métiers de la chaîne alimentaire. Ce projet a été plébiscité lors de la séance plénière de l'Open agrifood par 25 décideurs de la filière. Un nouveau groupe de travail d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Les métiers de la filière alimentaire se situent principalement en zones périurbaines et rurales où le manque d'offres de services du quotidien est un frein à l'attractivité de la filière, ce qui conduit à un nombre très important d'emplois non pourvus dans les entreprises du secteur. Les territoires ruraux sont perçus comme présentant de nombreuses contraintes :

- Un manque de services de proximité
- Une désertification médicale
- Un isolement croissant des acteurs.

D'après les retours d'expérience partagés, les spécificités majeures identifiées en zones rurales sont :

- Un décalage entre l'offre et la demande en services
- Des populations très attentives au coût de la vie
- Davantage de réticence au changement par rapport aux zones urbaines
- Une confiance basée avant tout sur le bouche à oreille
- Une problématique liée à la couverture réseau.

Impacts attendus

Les objectifs de ce projet sont de :

- Renforcer l'offre de services pour faciliter le quotidien des populations rurales, recréer du « bien vivre » à la campagne
- Favoriser l'économie sociale et solidaire, et recréer du lien entre les acteurs
- Conserver les populations dans les campagnes et attirer les jeunes générations
- Recréer de l'activité économique et dynamiser les territoires
- Pérenniser les emplois de la filière alimentaire
- Lever les freins à l'attractivité des métiers de la filière pour maintenir la population dans les zones rurales et semi-rurales

Description du projet



Services Campagnes est une plateforme Web permettant de mettre en relation offreurs et demandeurs de services du quotidien.

Après s'être inscrits en ligne sur la plateforme, et avoir renseigné leur profil, les utilisateurs auront accès aux différentes propositions d'offres et demandes référencées. Chaque utilisateur pourra proposer ou commander des prestations de service qu'il pourra ensuite évaluer.

Les offreurs pourront être :

- des particuliers proposant des services gratuits, ils seront rétribués en crédit temps pour consommer d'autres services dans le futur
- des professionnels dont les prestations seront payantes.

Typologie des services proposés

Alimentation :

Courses
Livraison Panier repas
Cuisine à domicile



Entretien maison :

Ménage
Repassage
Jardinage
Bricolage
Couture, retouches

Assistance
dépannage :

Entretien voiture
Services informatiques
Aide administrative



Mobilité :

Prêt de véhicules
Covoiturage
Navette entreprise



Loisirs Culture :

Cours particuliers
Sorties culturelles
Club de partage



Enfants :

Garde d'enfants
Babysitting
Soutien scolaire



En votre absence :

Nourrir, promener animaux
Arrosage plantes
Gardiennage
Réception colis /livraison



Santé

Surveillance
Mutualisation des RDV médicaux
Livraison de médicaments

NB : les services liés à la santé sont un réel besoin en zones péri-urbaines et rurales, cependant des freins ont été identifiés à la mise en place de tels services pour des questions de responsabilité.

Modèle économique

Concernant le modèle économique de cette plateforme, un modèle hybride a été choisi.

La rémunération de la plateforme se fera à partir :

- D'une commission sur les services payants
- De subventions par les collectivités locales

La plateforme sera développée pour une zone en particulier, elle sera co-brandée avec le territoire, et pourra être :

- Portée par la/les collectivité(s) locale(s) de la zone pilote
- Déclinable sur d'autres zones

Exemple d'utilisation

Exemple d'un demandeur de service

M. Dupont habite à la campagne et a besoin d'une femme de ménage le 18 novembre et à d'autres occasions. Il ne sait pas comment trouver une femme de ménage dans sa commune. Il se rend sur Internet et trouve le site « Services Campagnes » relatif à son département qui propose de le mettre en relation avec d'autres particuliers ou des professionnels en mesure de répondre à sa demande. Il s'inscrit sur la plateforme et renseigne son adresse. Son inscription lui permet d'avoir recours à 1h de service, après l'utilisation de son crédit de 1h, il devra réaliser des services pour d'autres particuliers afin d'obtenir des nouveaux crédits, ou avoir recours à des services de professionnels payants.

Il va dans le moteur de recherche, choisit la catégorie « entretien maison », et la prestation « ménage ». Quelques instants plus tard, les résultats de sa recherche s'affichent à l'écran. On lui propose les résultats sur une carte (ou une liste par ordre décroissant de proximité) et il peut choisir de filtrer pour faire apparaître seulement les particuliers, seulement les professionnels, ou les deux. Il choisit de laisser les deux catégories d'offreurs de services et il obtient comme résultat :

- Marie, qui n'est pas professionnelle, propose de faire le ménage en échange de crédits horaires, est disponible le mercredi et le vendredi à partir de 18h et le week-end toute la journée. Elle a 3 étoiles sur 5. En cliquant sur « afficher les commentaires », il lit le commentaire de Mme Moreau : « Marie est arrivée en retard quand j'ai fait appel à ses services »
- L'entreprise Shiva, qui propose de le mettre en relation avec l'un de ses salariés qui pourrait lui faire le ménage pour 13€/h tous les jours de 9h à 19h sauf le dimanche. Elle a une note de 4.5 étoiles et un des commentaires est « à chaque fois que j'ai fait appel à la société Shiva, la prestation était de qualité, et les salariés étaient très professionnels »
- Mme Martin, femme de ménage depuis longtemps, qui propose de faire le ménage pour 12€/h tous les jours de 10h à 19h sauf le week-end. Elle a 4 étoiles et les commentaires la décrivent comme « ponctuelle », « efficace » et « minutieuse ».

M. Dupont choisit de faire appel à l'entreprise Shiva, il clique alors sur son profil et envoie un message privé : « Bonjour, j'aurais besoin d'une femme de ménage dans ma maison pendant 2h le 18 novembre de 17h à 19h, auriez-vous quelqu'un à me proposer ? Cordialement, M. Dupont ». 3h plus tard, il reçoit un message de Shiva « Bonjour, Isabelle viendra faire le ménage chez vous à 17h le 18 novembre. Quelle est votre adresse ? Bien à vous, L'entreprise Shiva ». Il leur envoie son adresse. Le 18 novembre, Isabelle sonne à 16h58, M. Dupont lui ouvre, lui explique ce qu'il voudrait qu'elle fasse comme ménage et la laisse travailler. A 19h, elle repart. Plus tard dans la soirée, il se rend sur « Services Campagnes » et va sur le profil de l'entreprise, lui met une note de 5/5 ayant été très satisfait de son travail et laisse un commentaire : « Travail impeccable, rien à redire, je recommande vivement Shiva et je ferai très certainement de nouveau appel à eux ».

Exemple d'un particulier offreur de service

Guillaume voudrait trouver quelqu'un qui puisse lui repasser ses chemises de temps en temps, mais il n'a pas beaucoup d'argent pour engager un professionnel. Un ami lui a parlé de la plateforme « Services Campagnes », sur laquelle des particuliers peuvent échanger des services gratuitement. Excellent joueur de guitare, il pense donc à donner des cours particuliers.

Il se rend sur le site « Services Campagnes » de sa région et commence son inscription en ligne. Il indique son nom et son adresse. Il choisit le type de prestation qu'il veut proposer (parmi « alimentation », « entretien maison », « assistance dépannage », « mobilité », « loisirs/culture », « enfants », « en votre absence » et « santé ») : loisirs/culture. Puis il choisit la prestation « cours particuliers ». Il écrit ensuite une description de ce qu'il propose : « *Je fais de la guitare depuis 10 ans et j'aimerais partager ma passion en donnant des cours de guitare pour tout niveau le soir et le week-end. Je suis à votre disposition pour toute question.* » Dans la partie « disponibilités », il écrit « disponible de 19h à 22h en semaine et toute la journée le week-end ».

Il a actuellement un crédit d'une heure offert à l'inscription pour avoir recours aux services d'un particulier et chaque heure de cours de guitare qu'il donnera lui permettra d'avoir un crédit d'une heure de services qu'il pourra utiliser. Il clique ensuite sur « enregistrer », et son profil est créé. Il attend maintenant que quelqu'un le contacte par message privé pour lui demander des cours de guitare.

2. Gestion de la ressource en eau : un modèle opérationnel sur la consommation et le partage de l'eau

Résumé

Le projet consiste à élaborer une modélisation de la gestion de la ressource en eau en Beauce.

Il vise à :

- faire un état des lieux précis des besoins, usages et ressources en eau sur le territoire considéré
- et à construire un modèle opérationnel de consommation et de partage.



Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Gestion de la Ressource en eau » est issu du groupe de travail « Moderniser et adapter les systèmes de production, transformation et distribution ». Un nouveau groupe de travail avec quelques acteurs clés s'est constitué en 2016 afin de commencer l'incubation de ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de préparer ses conditions de mises en œuvre pour engager une phase plus opérationnelle en 2017.

Le projet de « Gestion de la Ressource en eau » part du constat de la grande difficulté de gérer la ressource en eau sur le territoire de la Beauce, dans une région caractérisée par des conflits d'usage ou de priorités et où la ressource en eau est a priori abondante mais décalée avec les besoins agricoles.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Le pôle de compétitivité DREAM (durabilité de la ressource en eau) dont le siège est à Orléans est au cœur des problématiques exprimées et rassemble à la fois les experts du domaine et les principaux acteurs concernés.

En 2016, autour de DREAM et animés par Orléans Technopole, ont travaillé la Chambre d'Agriculture du Loiret, ANTEA, le BRGM, Suez, la Coopérative des Boisseaux.

Contexte et problématique

La gestion de la ressource en eau en Beauce est difficile pour l'usage agricole : l'été nécessite une irrigation abondante, mais mineure au regard des volumes d'eau disponibles en période hivernale. Des solutions techniques – notamment la réalimentation de nappe- existent et sont pratiquées dans d'autres régions françaises et à l'étranger, mais leur connaissance est peu partagée et leur mise en œuvre se heurte en région à des controverses anciennes sur la gestion de l'eau en agriculture et aux inquiétudes des citoyens sur le maintien de la qualité de la ressource et sur l'impact du réchauffement climatique.

Les épisodes météorologiques vécus récemment en Beauce (inondations suivies de sécheresses) ont montré que les évolutions climatiques, technologiques et tout simplement d'usages avaient modifié la donne et incitaient à reconsidérer les options prises sur la gestion de la ressource, tant en phase d'abondance que de pénurie.

Pour aller au-delà de l'état de l'art sur la recharge en eau, il est indispensable de le partager entre différents types d'acteurs : services de l'état, agriculteurs, industriels, collectivités locales, associations.

L'ambition du projet sur la durée est de mettre en place une démarche exemplaire de **concertation constructive**, aboutie et reconnue sur la gestion de l'eau, sur un territoire où l'agriculture est un secteur d'activité prédominant. Une première étape clé consiste en **une étude de faisabilité et d'impact d'un dispositif pilote de gestion de la ressource en eau en Beauce**.

Impacts attendus

Les impacts attendus de ce projet sont de :

- Une concertation renforcée entre les parties prenantes de la gestion et de l'usage de l'eau, et une meilleure compréhension des enjeux partagés,
- Le développement de pratiques agricoles exemplaires en matière d'irrigation,
- Une amélioration de la productivité agricole par une meilleure irrigation,
- Une sécurisation de l'activité agricole en développant la résilience face aux enjeux climatiques.

Description du projet

La temporalité de ce projet est assez longue... au-delà de l'état de l'art qui a fait l'objet d'un premier travail, la seconde étape vise à mettre sur rail un projet d'études porté par le BRGM et le SAGE Beauce et associant toutes les parties prenantes concernées.

Ce projet d'étude pourrait être lancé en 2017, **son cahier des charges est en cours de rédaction** et les financeurs potentiels ont déjà été approchés, avec une réceptivité très favorable de leur part.

Il pourra utilement servir de modèle à d'autres territoires et faire avancer les pratiques collectives de gestion de la ressource en eau dont les enjeux deviendront de plus en plus importants.

3. Accélérateur de méthanisation : un pilote pour une dynamique territoriale d'économie circulaire

Résumé

« Accélérateur de méthanisation » est le projet de création d'un dispositif répliquable de mobilisation des acteurs d'un territoire pour réaliser un méthaniseur dans des conditions économiques et sociétales acceptables, en s'appuyant sur deux piliers :

- la production d'énergie renouvelable à partir d'approvisionnement local
- et la création de boucles d'économie circulaire.



Historique du projet et acteurs

Contexte de la création

Le projet « Pilote accélérateur de méthanisation » est issu du groupe de travail « Moderniser et adapter les systèmes de production, transformation et distribution ». Un nouveau groupe de travail avec une dizaine d'acteurs clés s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet et ses conditions de réalisation mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle de la phase pilote du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



En 2016, sont réunis autour de la Technopole d'Orléans des représentants des familles d'acteurs ayant dans leurs activités des déchets méthanisables : agriculteurs, industriels de l'agro-alimentaire, collectivité, restaurateurs. Des industriels de la méthanisation ont été sollicités pour éclairer les enjeux techniques qui interviennent également clairement en aval et en amont du dispositif de méthanisation.

Ainsi, CER France Alliance Centre, LSDH, AXEREAAL, Orangina, QUICK-BURGER KING, la CHAMBRE D'AGRICULTURE, ADEME, ont participé aux travaux du groupe avec ENGIE et SUEZ ENVIRONNEMENT.

Contexte et problématique

Partant du constat que la méthanisation ne se développe pas en France au même rythme que dans d'autres pays européens, nous avons fait le postulat que c'est la méthode « top down » qui ne fonctionne pas, car elle bute très vite sur des enjeux strictement financiers ou de confiance sur la durée entre toutes les parties prenantes : l'un des enjeux majeurs étant la sécurisation des apports de déchets méthanogènes sur la durée par un nombre réduit de « producteurs ».

L'objectif de ce projet est d'inverser la donne, d'en faire une démarche de mobilisation des entreprises et des citoyens autour d'un projet de territoire qui dépasse la stricte valorisation financière des déchets organiques qu'ils produisent.

Le projet vise à mettre en place un dispositif pilote, basé sur l'engagement des entreprises privées de toute nature à mettre en commun leurs ressources de biomasse pour contribuer à une dynamique territoriale partagée efficace et dont les résultats tangibles sont mesurables pour toutes les parties prenantes du territoire concerné.

Ainsi mobilisées autour de ces objectifs, et sous réserve d'un cadre contractuel souple (sous forme de pacte de sécurisation des apports), ces entreprises doivent être prêtes à s'engager de manière volontariste dans le projet qui devient le leur et auquel elles contribuent.

De l'expérimentation sur le pilote choisi découlera un canevas d'appel d'offres pour les collectivités et un process duplicable ailleurs pour optimiser la diffusion de telles bonnes pratiques.

Impacts attendus

Les impacts attendus de ce projet sont :

- La création de boucles d'économie circulaire au niveau des territoires
- Le développement de la filière « méthanisation » en France
- La production locale d'énergie par la valorisation des déchets agricoles et agro-alimentaires
- La diversification des activités de l'agriculteur
- La mise en place d'une vraie dynamique territoriale RSE, utile pour toutes les entités et organisations du territoire ainsi mobilisé
- Une utilisation des livrables du projet dans le cadre d'une politique nationale de déploiement de la méthanisation par les pouvoirs publics

Description du projet

Le projet vise à réaliser un pilote opérationnel qui éprouve la méthode « bottom up » proposée ; sa première phase vise à réaliser une étude de faisabilité de la démarche envisagée sur un territoire a priori favorable. Le territoire choisi est constitué d'une quarantaine de communes dans un rayon de 20 km environ autour de St Denis de l'Hôtel.

Cela a permis d'identifier sur un tel territoire un potentiel de plus de 550 000 tonnes/an de déchets méthanisables et de 20 MW en énergie produite.

Au-delà de la simulation opérationnelle, l'attention a été portée sur les moyens de faire adhérer au projet un collectif d'acteurs, un véritable écosystème territorial.

Dans un premier temps et après avoir listé les enjeux pour chaque typologie d'acteurs, il a été proposé de faire parvenir à toutes les entités constituant ce potentiel méthanogène un questionnaire et un appel à manifestation d'intérêt pour la réalisation du méthaniseur, mettant en avant les enjeux économiques, énergétiques, environnementaux et sociétaux du projet. Ces différents enjeux nécessitent également la mise en place d'un marketing adapté et d'une communication auprès de l'ensemble des citoyens, mobilisant les énergies du territoire autour de ce projet.

Enfin a pu être élaborée la base d'un pacte collectif territorial, formalisant les engagements des parties prenantes pour le projet. La mise en œuvre du dispositif est envisagée pour le début 2017.

POUR ALLER PLUS LOIN

**Vous êtes intéressé par un de ces projets ?
Vous voulez en savoir plus ?
Vous souhaitez vous impliquer dans sa mise en œuvre ?**

N'hésitez pas à contacter :

Florence DUPRAZ
Directrice de l'Open agrifood
fdupraz@openagrifood-orleans.org - 06 20 55 89 19

www.openagrifood-orleans.org

NOS PARTENAIRES

LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



LES PARTENAIRES FONDATEURS



LES PARTENAIRES



LES SOUTIENS



Réseau experts

GREENFLEX - KEA&PARTNERS - LINK UP - PENTALABBS - PROTEINES - TRANSITIONS - UTOPIES

Réseau enseignement

AFPA - APECITA - CFA AGGLO - CFSA DE L'AFTEC - ESA - ESCEM - HEC - IHEDREA - ISA - LYCÉE LA MOUILLÈRE - LYCÉE SAINT PAUL BOURDON BLANC - POLYTECH - SUPINFO - WILD CODE SCHOOL