

Compte-rendu de la plénière de clôture Jeudi 17 novembre 2016, 14h30 Théâtre d'Orléans

Synthèse réalisée par Hélène PARER

Des idées neuves pour une alimentation responsable

La séance plénière de clôture a pour objectif de restituer et partager l'essentiel des travaux réalisés lors du forum ; il s'agit d'avancer des solutions concrètes au service du producteur, du transformateur et du consommateur. Dans un deuxième temps, de grands témoins apportent un éclairage extérieur sur l'innovation. Enfin, le Forum se conclut par un partage de bonnes pratiques en termes d'innovation.

Synthèse des travaux Introduction

Trois remarques introductives par Emmanuel Vasseneix et Xavier Beulin :

1. La co-construction, l'élaboration de solutions entre différents acteurs, toutes générations confondues "prend" bien :
 - richesse de la production des dernières 36 heures, notamment lors de la conférence citoyenne,
 - investissement des jeunes,
 - place de plus en plus importante de l'Open agrifood Initiatives, où les projets se mettent en place.
2. **Le travail dans la durée, par des groupes pluriels**, qui se réunissent 3 à 4 fois par an pour élaborer des solutions concrètes entre 2 forums annuels Open agrifood est essentiel.
3. L'esprit d'Open agrifood est de **faire tomber les barrières entre les différents acteurs**, les différents maillons de la chaîne, pour sortir des antagonismes rebattus (circuit court / circuit long, bio / conventionnel, local / mondialisé ...), tout en valorisant notre histoire et nos valeurs autour de l'agriculture et l'alimentation.

1. L'humain au cœur de l'innovation Colloque animé par Sandrine RAFFIN (Linkup)



La réussite et l'existence même de l'innovation technique, technologique, produit, process dans l'entreprise passent par **l'innovation managériale**; l'évolution des méthodes de management est clé pour libérer la parole et l'initiative des collaborateurs, qui peuvent dès lors co-construire, par delà les organigrammes et les structures de l'entreprise, et innover. Cela suppose également que l'on laisse une vraie place à l'innovation : la laisser éclore, se développer, mais aussi et surtout lui permettre d'échouer. **Le droit à l'échec** est essentiel pour stimuler l'innovation : permettre aux collaborateurs de

tester, d'échouer ... et de recommencer encore est la seule manière d'inventer des solutions innovantes.

L'innovation suppose aussi une ouverture : pour penser "out of the box", les grandes entreprises doivent être attentives à ce qui se passe chez les petites, et pour tous, **l'ouverture et la curiosité envers ce qui se passe à l'étranger** est un aliment précieux pour l'innovation.

2. Construisons ensemble l'agriculture et l'alimentation de demain – Rencontre citoyenne. Restitution de Frédéric GILLI (Campana)



Le sujet de la conférence est considéré comme très important et cristallise en même temps de vives inquiétudes : ont été évoqués la disparition des agriculteurs, la fin des campagnes, le déclin de la France et la fin du mode de vie à la française.

L'innovation est vue comme le premier maillon d'une chaîne (innovation pour plus de rentabilité pour plus de profit) où l'on sacrifie en cours de route la santé et l'environnement. Si les acteurs agricoles et industriels veulent être entendus par les consommateurs, ils doivent entrer dans ce raisonnement ; en effet **le fossé entre agriculteurs et agroalimentaire**

d'une part et consommateurs d'autre part ne se résoudra pas par d'avantage de pédagogie ou d'explications, dans la mesure où les "sachants", les experts sont décrédibilisés. Il s'agit bien d'une question politique et non d'une question technique. Le citoyens attendent un changement de posture : ils sont prêts à participer à l'innovation, à co-construire, à écouter, à condition d'être entendus et considérés comme des acteurs de la chaîne, **à condition de participer aux décisions qui déterminent la nature de notre alimentation et la manière dont on la produit.**

Enfin, l'incapacité du monde agricole à se faire entendre en dehors des situations de crise a été soulignée, ce qui est révélateur du manque de pilotage à long terme de l'agriculture, du manque de cap et de direction, du manque d'anticipation.

3. Les enseignements du Pacte Citoyen – Amaury BESSARD (ANIA)



9 000 avis de consommateurs ont été reçus et traités.

Trois points essentiels se dégagent de cette consultation :

1. "J'aime manger", et plus encore, "j'accorde une grande importance à ce que je mange".
2. "Pour choisir mon alimentation, je me fais confiance en tant que citoyen, je ne vous fais pas confiance, à vous producteurs/transformateurs"
3. "Donnez-moi de l'information sur ce que je mange, ne me dites pas ce que je dois manger"

De nouvelles attentes se font jour, auxquelles il faut répondre par un nouveau pacte alimentaire :

- qualité du produit,
- qualité de l'information sur le produit,
- qualité de la relation entre les maillons de la chaîne.

Pour répondre aux besoins de tous et aux attentes de chacun, il est nécessaire d'intégrer le citoyen dans la chaîne production/transformation/commercialisation.

4. Enseignements à tirer de la séance collaborative "de l'invention à l'innovation" – Françoise GRI (Succeed Together)



Cette séance a rassemblé tous les acteurs de l'agro-chaîne, qui se sont interrogés "comment faire de l'innovation plus et mieux?"

Le sujet central qui a émergé comme étant essentiel est l'innovation managériale : comment faire pour libérer ou canaliser les organisations en fonction des besoins, comment mettre en place des mécanismes pour que les idées émergent ("je laisse dire pour faire mieux").

Pour impulser l'innovation, la clé est de travailler en boucles itératives : mettre au point un produit / tester / améliorer / retourner vers le marché ... Dans ce cadre, l'échec est partie intégrante du processus d'innovation, au même titre que d'autres éléments ; il ne doit pas en constituer le point final. **Ce n'est pas la production d'idées qu'il faut modifier ou accroître, mais bien la manière de les mettre en œuvre.**

5. Incubateur collectif Open agrifood Initiatives – Réflexions et questionnements de Philippe VAN DEN BULKE (Succeed Together)



Ce qui est frappant dans les projets présentés, c'est qu'en plus de produire des résultats très concrets et prêts à être mis en œuvre, ils témoignent d'une intelligence, d'un savoir-faire et d'une habileté tout aussi considérables qu'insoupçonnés.

Ceci révèle, de la part de notre société, une ignorance abyssale du fait agricole, qui est tout simplement due à une vacuité du savoir sur le sujet ; nos enfants, à moins d'avoir des parents agriculteurs, sont

totalelement ignorants de ce qu'est l'agriculture, car rien dans ce domaine ne leur est enseigné.

Philippe Van Den Bulke **milite donc pour un enseignement du fait agricole**, du savoir, de la science et des techniques qui y sont engagées.

6. Quelles leçons tirer des travaux présentés ? Emmanuel VASSENEIX et Xavier BEULIN



L'innovation passe par l'innovation dans le management : donner du sens, une vision, et aider les collaborateurs à faire, au lieu de poser des bornes et des interdits. Pour que l'innovation éclore et se développe, il est également essentiel de permettre l'échec, de ne pas le sanctionner.

Dans les innovations, il y a en réalité 5% de véritables innovations, les 95% restants étant des pratiques anciennes ressuscitées, du bon sens remis en œuvre.



Les plus innovants dans la filière sont les agriculteurs, car ils sont libres d'expérimenter, de tester leurs idées sur leurs exploitations, à petite échelle, contrairement aux industriels, qui doivent mettre en mouvement toute leur organisation.

Les citoyens réclament l'accès à la connaissance et à une information complète tout en étant prêts à échanger, collaborer et co-construire ; or aujourd'hui le pouvoir s'exerce par la norme, la contrainte et l'interdit. **Les**

territoires constituent dès lors des lieux privilégiés d'innovation et d'expérimentation, loin des discours normatifs.

7. Remise du prix Agrickathon

Il s'agissait pour 10 équipes multidisciplinaires de 5 étudiants (agronomes, designers et développeurs) de créer une version la plus aboutie possible d'un site web pour l'un des 5 projets de l'Open agrifood Initiatives. Les équipes ont passé 30 heures au Lab'O d'Orléans pour concevoir et réaliser leur site.

Le vainqueur, l'équipe 8, a présenté en séance plénière le site "Campagon", qui permet de mettre en relation des propositions et des demandes de services entre particuliers ou entreprises afin de dynamiser les territoires et de créer du lien.

Témoignages d'experts en innovation

1. L'exemple d'Akuo Energy – Eric SCOTTO



En fondant Akuo il y a 15 ans, il s'agissait de construire un nouveau modèle énergétique durable et décentralisé, en produisant de l'énergie à partir de la biomasse, de l'éolien et du soleil.

Le lien avec l'agriculture tient au fait que l'énergie est produite sur des territoires et qu'il s'est avéré possible de partager l'espace entre agriculteurs et producteurs d'énergie dans une symbiose profitable aux deux partenaires.

Dans l'île de la Réunion, l'espace est, par définition, compté. Dans un premier temps, la société loue des terrains pour y installer des capteurs solaires sur la moitié de la surface et donne accès aux agriculteurs sur l'autre moitié ; pour aller plus loin et limiter son emprise sur les sols cultivables, la société a financé et construit des serres anticycloniques : le toit des serres est composé de capteurs solaires, tandis que des cultures bio prospèrent dans les serres. Akuo a financé les serres, puisqu'elle a accès aux financements bancaires grâce à la prévisibilité de ses revenus générés par la production d'énergie, contrairement aux agriculteurs réunionnais. L'agriculteur n'étant pas endetté, il peut vivre de son travail. Ce système a également été mis en place en Nouvelle Calédonie, et un jumelage est en cours avec les Iles Fidji.

Dans le même esprit, dans des fermes piscicoles, qui consomment elles aussi beaucoup de surface, les bassins ont été couverts de capteurs solaires, ce qui a permis, outre la production d'énergie, d'augmenter la production de poissons, car la température des bassins a diminué grâce à la couverture, et que cette dernière les protège des prédateurs.

Une centrale photovoltaïque a été construite dans une prison, ce qui a permis la formation des détenus qui ont construit la centrale, et installé des cultures bio et en permaculture.

Dans le Gâtinais, des fermes permacoles ont été installées au pied des éoliennes, et grâce à un accord entre Akuo et Carrefour, la production sera commercialisée par Carrefour Bio.

En périphérie de Lille, une ancienne gravière a été équipée de panneaux flottants, tandis que des productions en permaculture ont été installées sur les bords.

2. Témoignage d'Elisabeth LAVILLE (Utopies) – Les stratégies de développement durable



Jusqu'à présent, le développement durable a consisté à "faire pareil, mais mieux" : on a amélioré de 30% le rendement de l'utilisation des ressources dans les 30 dernières années, mais en même temps on a augmenté de 50% la consommation de ressources. L'amélioration du rendement n'a donc pas compensé l'augmentation de la consommation, et les stratégies de développement durable ont porté sur les process de production, et non sur l'offre.

Pour limiter réellement la consommation des ressources, il est nécessaire de changer l'offre, la stratégie commerciale, en donnant du sens et de l'utilité à l'innovation. C'est ainsi que Philips a décidé, en 2007, qu'en 2012, 30% du CA serait "vert". Aujourd'hui ce dernier représente 54% du CA. Il faut passer du less bad (faire moins mal) au more good (viser l'intégration du durable systématiquement).

Les points d'application de la stratégie de développement durable sont les suivants :

- l'innovation : **un produit innovant doit inclure les préoccupations sociales et environnementales.**
- Le corporate hacking : **faire entrer les méthodes des start-up dans les entreprises : laisser une marge de liberté aux collaborateurs pour expérimenter**
- **La sélection positive : généraliser l'offre responsable à la place (et non à côté) de l'offre conventionnelle**
- **Intégrer le développement durable à la communication des marques** (ex : Patagonia). Cela suppose que le positionnement développement durable soit inclus dans le positionnement business, et ne soit pas une sorte de cerise sur le gâteau.

L'innovation en matière alimentaire est un enjeu pour les territoires (développement, création d'emplois ...), et pas uniquement pour les industriels. **L'autonomie alimentaire des territoires est un champ d'application particulièrement intéressant : dans les 100 premières communautés d'agglomération, l'autonomie alimentaire est en moyenne de 2% et les villes les plus autosuffisantes sont Avignon avec 8% et Nantes avec 6%. Par ailleurs, seuls 3% des produits alimentaires produits sur place sont consommés ou incorporés à la consommation des habitants. Par ailleurs, on utilise le potentiel productif local seulement à hauteur de 3% pour fabriquer des produits alimentaires. Il est clair que les innovations qui iraient dans le sens d'une relocalisation ne pourraient que contribuer au développement durable des territoires.**

Partage des bonnes pratiques innovantes



1. Agreentech Valley : le collaboratif au service du végétal – Christian SAGUEZ

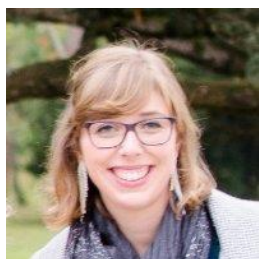
Créé en 2015, Agreentech Valley est un projet de développement agro-industriel et numérique ; il s'agit de mobiliser les technologies

numériques au service du végétal pour répondre aux enjeux économiques, climatiques, sociaux et environnementaux. **Cette dynamique rassemble aujourd'hui 33 entreprises autour de projets collaboratifs dans les grandes cultures, le maraichage et l'horticulture.**

Agreentech Valley c'est aussi un campus avec des serres expérimentales, des laboratoires, ainsi qu'un incubateur de start-up. Là vont se concevoir, être diffusées et exploitées les technologies numériques les plus innovantes appliquées à l'économie du végétal, en relation avec le Lab'O, incubateur numérique d'Orléans.

Enfin, Agreentech Valley est un vecteur de **visibilité nationale et internationale pour l'écosystème orléanais.**

2. Le biscuit connecté – Camille PANASSIE (Groupe Poult)



Premier biscuitier français après LU, sous marque distributeur

Le Groupe Poult a fait depuis 10 ans le pari de l'innovation managériale pour mettre l'innovation au centre de l'entreprise ; c'est ainsi **que le Comité de Direction a été supprimé et que les décisions sont prises par des collectifs.**

Le biscuit connecté est une co-création entre la clinique Pasteur et le Groupe Poult ; ce biscuit, que l'on sert au goûter, a été créé **en prenant en compte les attentes des patients en termes de goût, leurs besoins nutritionnels** (céréales, farine de lin, flocons d'avoine, chocolat ...) et vise à leur apporter convivialité et information. Concrètement, l'utilisateur flashe le logo apposé sur l'emballage du biscuit via l'application Ubleam. Le gâteau apparaît en réalité augmentée avec des informations concernant la santé, l'éducation thérapeutique ou encore l'éducation à la protection de l'environnement.

3. La marque du consommateur – Nicolas CHABANNE, Martial DARBON, Emmanuel VASSENEIX (Les gueules cassées)



Cette idée est née, lors d'une réunion au ministère de l'agriculture, de la constatation qu'il manquait quelques centimes au prix du lait pour rémunérer le producteur correctement. On a posé la question : combien manque-t-il ? 5 à 9 centimes soit sur une consommation annuelle de 53 litres, 3 euros 50. Partant de là, on a créé un produit avec un cahier de charges centré sur la rémunération du producteur. Le 13 août, on a fait choisir cette rémunération par internet, et on a enrichi le cahier des charges avec des critères de développement durable. Le prix choisi de 99 centimes a donné lieu à la création d'une marque qui a pris une dimension complètement inattendue. Cela permet une rémunération à hauteur de 388 euros. **Ceci a été rendu possible par une maturité accrue du consommateur et l'utilisation des réseaux sociaux.**



Cette innovation est d'abord une vraie rencontre humaine. Il a fallu qu'un entrepreneur (E VASSENEIX)s'intéresse à la question et joue le jeu.

L'ouverture des exploitations aux consommateurs est un vrai atout.

Il a fallu aussi trouver un distributeur pour jouer le jeu : Carrefour.

Cette opération a eu la vertu de redonner au lait ses valeurs de noblesse, on ne parle du lait qu'en positif depuis quelques semaines.

Cela a drainé du trafic chez Carrefour

Le consommateur a peut-être renoué avec la consommation de lait et ses vertus.

D'autres filières peuvent aussi être concernées. Ce qui est important c'est que le consommateur prenne conscience du rôle qu'il a à jouer.

Cette opération redonne aussi du sens au territoire et à l'économie locale.

Un million de briques de lait vendues pour une marque qui n'existait pas il y a 3 mois. Maintenant il faut le généraliser à l'ensemble du territoire. Et on sortira un nombre considérable de producteurs de la difficulté.

5. Alain SAMBOURG, céréalier en Seine et Marne, Coordination Rurale du Centre



Un agriculteur se suicide tous les deux jours.

Dans la majorité des cas, nous sommes très loin des 388 euros dont on vient de parler.

On veut des prix et pas des primes. Nous, on vend en-dessous des prix de revient. On vend aux chinois pour effacer les dettes. Aujourd'hui, la majorité des agriculteurs gagnent moins que 350 euros par mois.

Les coopératives ont fait signer des prix sur plusieurs années et qui prennent les producteurs à la gorge. Ce sont des rouleaux compresseurs. Beaucoup d'argent a été donné aux semenciers plutôt qu'aux agriculteurs.

Conclusion de l'Open agrifood 2016 par Xavier BEULIN

Il existe aussi des solutions à construire ensemble avec un certain nombre de partenaires dans la filière alimentaire.

Quatre mots :

- L'humilité : seul, on fait moins bien qu'à plusieurs
- L'audace : sans utopie et sans audace, nous ne ferons rien.
- La confiance : à travers le débat citoyen, on a vu que la confiance se construit, se cultive, se challenge.
- L'espérance : permettre aux agriculteurs à bout de pouvoir partir à la retraite, aider à la reconversion professionnelle de ceux qui veulent changer de voie.

Il n'y a pas de facilité, ni de renoncement. Il faut bâtir l'avenir avec bonne volonté et en s'inscrivant dans une dimension collective avec l'intérêt général chevillé au corps.

Conclusion de l'Open agrifood 2016 par Emmanuel VASSENEIX

Mettre le durable et l'équitable avant son propre confort personnel au service du collectif !

Nous avons vu, au cours du Forum, des créateurs, des dirigeants, des porteurs de projets, qui ont eu des choix à faire et qui n'ont pas choisi la voie la plus confortable, conventionnelle ou

rentable, mais qui au contraire ont décidé de mettre le développement durable au centre de leurs projets, au service du collectif.

A émergé également, et de façon très forte, la nécessité de faire les choses ensemble, sur un mode collaboratif ; il s'agit de pratiquer l'ouverture, la générosité, de faire réussir les collaborateurs.

Enfin, dans les entreprises, dans les exploitations, chaque décision doit être prise à trois titres :

- Au titre du chef d'entreprise, responsable des emplois et des collaborateurs : *la décision est-elle bonne pour les collaborateurs ?*
- Au titre de citoyen : *la décision est-elle bonne pour mon territoire, mon pays ?*
- Au titre de parent : *la décision est-elle bonne pour mes enfants et les générations à venir ?*