



- Open agrifood Initiatives-

*Des projets performants pour la
filière agroalimentaire*



GreenFlex

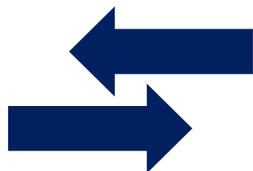




1 OPEN AGRIFOOD INITIATIVES : KESAKO ?



Open Agrifood Initiatives : un « do tank » pour co-construire des projets concrets pour la filière



Un THINK-TANK

Lieu de rencontres et d'échanges entre tous les acteurs des filières de la chaîne agroalimentaire

- Forum de deux jours chaque année rassemblant tous les maillons de la chaîne « du champ à l'assiette »
- Dynamique collaborative pour faire avancer la filière
- Créé en 2014 à l'initiative de Xavier Beulin et d'Emmanuel Vasseneix

Un DO-TANK

Incubateur pour faire émerger et réaliser des projets collaboratifs innovants de la filière

- Implication de l'ensemble des acteurs de la chaîne agro-alimentaire
- Présentation chaque année des projets et de leur avancement lors du Forum
- En 2015 : 16 idées de projets
- En 2016 : 9 projets incubés issus des 16,
- Présidé par Erik Orsenna





Agro-fournitures



Grande distribution



Instituts de R&D



Interprofessions & filières



Plus de 100 acteurs économiques mobilisés



Conseil agricole



Agriculteurs



ONG



Coopératives & négoce



Industriels de la transformation



Start-ups Agritech





2 2017 : CINQ PROJETS SE CONCRÉTISENT



Les 5 projets développés en 2017 sont des réponses pragmatiques à des enjeux structurants pour la filière

Amont agricole

→ Diffuser des pratiques innovantes et durables, inciter et favoriser l'échange à grande échelle entre agriculteurs

HubAgri

Pédagogie du Consommateur

→ Informer les consommateurs et leur donner les moyens de se forger leur opinion sur les sujets touchant la filière alimentaire

Stop Tabous

Visite mon assiette

Projets de filière

→ Mettre en place des actions collectives pour l'emploi dans la filière, favoriser les liens entre acteurs de la filière et startups innovantes

Startups agri

Projets de territoire

→ Développer des actions pilotes pour mieux intégrer la filière agri-agro en lien avec les acteurs du territoire et la société civile

Campagnon



VERSIONS BETA

- Production de versions bêta pour les 5 projets de plateformes numériques (Agrickathon)



PLAN D'ACTION

- Définition du positionnement
- Modalités de fonctionnement
- Validation du plan d'action



« Visite mon assiette ! » pour retrouver la confiance du consommateur en lui dévoilant les coulisses de la filière

Un enjeu de pédagogie du consommateur

- Une **défi**ance croissante dans les produits alimentaires
- Une **méconnaissance** des métiers et des savoirs faire de la filière
- Une **image** globale de la filière **dégradée** et faisant systématiquement l'objet de reportages à charge
- Une filière en attente de **reconnaissance**

3
sur 4

C'est la proportion de consommateurs **qui se disent inquiets** par rapport à leur alimentation.*

77%

C'est la part de consommateurs qui considèrent que les entreprises ne leur donnent **pas assez d'informations sur les conditions de fabrication** de leurs produits.**

• [IPSOS 2014](#)

** [Etude Ethicity mai 2016](#)

Une application ludique proposant des visites instructives et qualitatives, sur tout le territoire et à tous les échelons de la filière



Lancement de l'application lors du **SIA 2017**

20 000 visiteurs la première année

Devenir **l'application de référence**
du tourisme agroalimentaire

Une **communauté** de sites référencés:

300 sites au départ, 1000 au prochain
Open agrifood, plus de 10 000 à terme



		PHASE DE SET UP		PHASE DE RUN			
		Financements année 1 : 95 k€ / an		Année 2: Autofinancement		Années 3 à 5 : Autofinancement	
Coûts	Pilotage	50 k€		Pilotage	30 k€	Pilotage	15 à 20 k€
	Développement, gestion et administration de l'application	15 k€		Développement, gestion et administration de l'application	20 k€	Développement, gestion et administration de l'application	45 k€
	Communication	30 k€		Communication	30 k€	Communication	30 k€
Revenus				Revenus liés aux abonnements des professionnels	90 k€	Revenus liés aux abonnements des professionnels	100 à 200 k€

Hypothèses: 1 000 sites en année 1 | 5 000 en année 2 | 7 000 en année 3 | 10 000 en année 4 | 15 000 en année 5



Une plateforme facilitant mises en relation et synergies

- Une **multiplication des startups** à tous les échelons de la filière
- Un besoin vital de **conseils et de mises en relation** en période de set up
- Une **nécessaire visibilité** pour développer des relations commerciales
- Un **indispensable coaching** par ceux qui ont réussi

>
200

Le nombre de startups Agri / Agro en France*

X 10

La croissance des montants investis dans des startups de l'agriTech dans le monde entre 2012 et 2015 (4,6 b\$ vs 0,5 b\$) **

• GreenFlex
** AgFunder

Une plateforme incontournable
de mise en relation entre startups, incubateurs et acteurs de la
filière



Devenir **la vitrine en France et à l'international de l'éco-système innovation Agri / Agro** (vision exhaustive de l'éco-système, observatoire des dynamiques)

Construire une **communauté active** autour de l'innovation agri / Agro : **> 500 utilisateurs** (startups, incubateurs, fonds, BA, Grands comptes, industriels, coopératives, centres de recherche)

Faciliter la **mise en relation** dans la filière et favoriser le développement de **champions nationaux**



Budget prévisionnel Startups agri

	PHASE DE SET UP		PHASE DE RUN			
	Financements année 1 : 100 k€ / an		Année 2: 50 k€ / an		Années 3 à 5 : Autofinancement	
Coûts	Pilotage	40 k€	Administration et commercial	50 k€	Administration et commercial	20 k€
	Développement, design, gestion et administration de la plateforme	40 k€	Développement et hébergement de la plateforme	20 k€	Développement, gestion et administration de l'application	10 k€
	Communication	20 k€	Communication	20 k€	Communication	20 k€
Revenus			Revenus liés aux abonnements des professionnels	30 k€	Revenus liés aux abonnements des professionnels	50 k€

A METTRE A JOUR

Hypothèses:

40 clients payants
50 annonces
Publicité

60 clients payants
150 annonces
Publicité



Hub Agri, pour déployer à grande échelle les savoirs et innovations agricoles

Un enjeu de diffusion des savoirs et innovations agricoles

- Une multiplication des défis agricoles ?
- Une multitude de savoirs... mais souvent cloisonnés et diffusés uniquement en local
- Un manque d'incitation et de reconnaissance des connaissances agricoles
- Un formidable potentiel offert par le numérique

1
sur 4

C'est la proportion d'agriculteurs qui exprime un manque de services d'échanges d'expériences sur Internet.*

50%

C'est la part que représente Internet parmi les sources d'information utilisées par les agriculteurs.*

Une plateforme d'échange de bonnes pratiques entre agriculteurs orientée solutions



10 000 agriculteurs utilisateurs

Une plateforme référence des **solutions de l'agriculture de demain**

Une **communauté de partenaires** :
instituts, centres de formations, start-ups, conseil agricole, etc...



	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
COUTS					
Développement initial	50 000	-	-	-	-
Gestion de projet / pilotage initial	50 000	-	-	-	-
Animation / modération	-	30 000	30 000	30 000	30 000
Hébergement	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Maintenance / Evolutions correctives	5 000	5 000	5 000	-	-
Evolutions fonctionnelles	5 000	5 000	5 000	-	-
Communication	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
TOTAL COUTS	145 000	75 000	75 000	65 000	65 000
REVENUS					
Revenus publicitaires	-	1 500	7 500	7 500	7 500
Valorisation de la donnée	100	1 600	8 000	8 000	8 000
Licences gestion sous-communauté	-	20 000	50 000	50 000	50 000
Droits d'entrée (scénario B)	2 000	20 000	100 000	100 000	100 000
TOTAL REVENUS (scenario A)	100	23 100	65 500	65 500	65 500
TOTAL REVENUS (scenario B)	2 100	43 100	165 500	165 500	165 500
BILAN (scenario A)	- 144 900	- 51 900	- 9 500	500	500
BILAN (scenario B)	- 142 900	- 31 900	90 500	100 500	100 500



« Campagnon » : un projet à vocation sociétale

Un enjeu social et sociétal d'aménagement du territoire

Les territoires ruraux sont perçus comme présentant de nombreuses contraintes :

- un **manque de services de proximité**
- une **désertification médicale**
- un **isolement croissant** des acteurs,

alors que les métiers de la filière alimentaire se situent principalement en zones périurbaines et rurales.

60%

C'est la distance supplémentaire par rapport aux urbains que doivent parcourir les ruraux pour accéder aux services de proximité*

2 sur 3

C'est la proportion d'enfants en milieu rural qui doivent aller à l'école dans une autre commune que celle où ils résident**

• [Rural Europe](#)

• ** [Economie et statistiques](#)

Une plateforme qui propose aux habitants des zones périurbaines et rurales une offre de services la plus complète possible



2 collectivités pilote la première année

Valider la faisabilité **de nouveaux services adaptés au milieu rural**

Proposer une **typologie de services** la plus **complète** possible



Détail du budget prévisionnel du projet « Campagnon »

PHASE DE SET UP		PHASE DE RUN				
Financements années 1 et 2 : 80 k€ par an		Année 3 : Autofinancement		Années 4 à 5 : Autofinancement		
Coûts	Pilotage	120 k€	Pilotage	50 k€	Pilotage	20 k€
	Développement, gestion et administration de l'application	40 k€	Développement, gestion et administration de l'application	60 k€	Développement, gestion et administration de l'application	60 k€
	Communication	0 k€	Communication	30 k€	Communication	30 k€
Revenus	Expérimentation sur les zones pilotes Pas de revenu en années 1 et 2		Abonnements des professionnels et particuliers	120 k€	Abonnements des professionnels et particuliers	> 150 k€
			Accès plateforme marque blanche	28 k€	Accès plateforme marque blanche	> 70 k€
			Fee transactions payantes	3 k€	Fee transactions payantes	> 7,5 k€
			+ 11 k€		+ 120 k€	

Sous réserve de la faisabilité des hypothèses

Pilotes

Hypothèses:

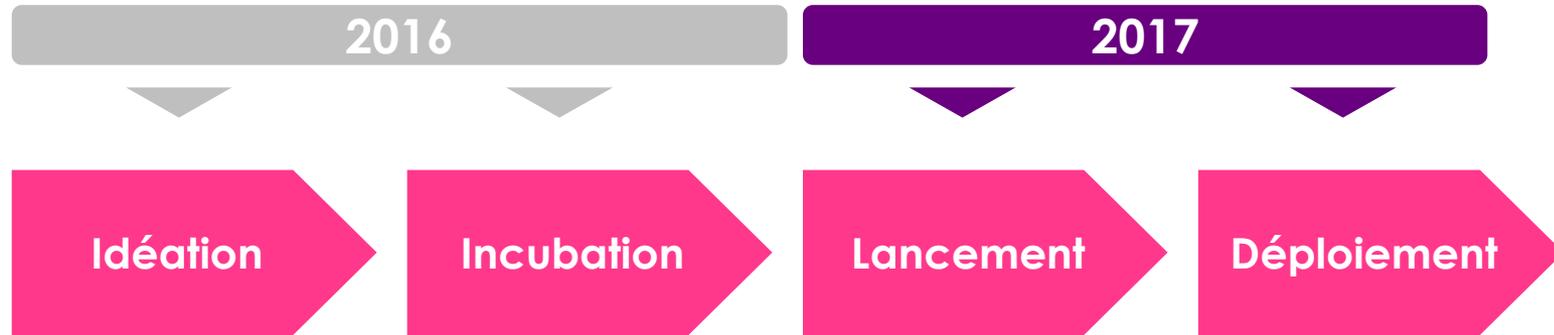
Territoires concernés:

Nb utilisateurs:

en année 1	en année 2	en année 3	en année 4	en année 5
2	2	5	20	50
5 000	5 000	12 500	50 000	125 000



2017 : le temps des réalisations



NOTRE ENGAGEMENT :
des projets opérationnels au prochain





3

UN FONDS DE DOTATION POUR FINANCER LES PROJETS



Un fonds de dotation comme véhicule de financement des projets

Un fonds de dotation répondant à la notion d'Intérêt Général

Des projets auto-financés à horizon 3 ans

Un système de tickets assurant une diversité des financeurs

- Le fonds a pour objet de faire émerger et développer des projets collaboratifs au sein de la filière agro-alimentaire, qui font **progresser les acteurs** économiques **dans une logique RSE** (Responsabilité Sociale et Environnementale des Entreprises) et contribuent à son dynamisme
- Les financeurs qui s'impliquent dans le Fonds **n'attendent pas de retour financier sur leur investissement**
- Les profits qui seront générés par les projets (après atteinte de l'équilibre financier) seront **réinjectés dans de nouveaux projets**
- Le versement du financement est **déductible fiscalement**

- L'objectif du fonds est d'investir dans des projets dont **l'équilibre financier** est envisagé à horizon 2 à 3 ans maximum
- Le financement de la phase de set up est assuré par le fonds sur la base des contributions versées par les fondateurs et des financeurs externes
- La phase de run est autofinancée par le fonctionnement du projet

- Un projet est lancé lorsque le financement de la phase de set-up est assuré
- Le set up de chaque projet est divisé et se fait sur la base des tickets
- Pas plus de 5 tickets par acteur pour assurer la diversité des partenariats.



Une convention bipartite liera chaque financeur à l'Open agrifood

Un présupposé de non fléchage des fonds

- La nature même du Fonds de dotation implique que les fonds versés par les entreprises ne soient pas fléchés sur un projet en particulier.

Une volonté des financeurs de s'impliquer dans les décisions stratégiques des projets

- Par le biais d'une **convention écrite** liant le financeur à **l'Open agrifood (et non l'OAI)**
- contre un versement d'**au moins 2500 euros** à l'Open agrifood par le financeur, correspondant au financement de la vitrine des projets que constitue le Forum
- **Chaque versement de 10 000 euros au fonds se matérialise par un ticket , qui donne droit à une voix au sein du Comité de pilotage du projet.**
- Les décisions sont prises **à la majorité des voix**



La gouvernance du fonds de dotation

Open agrifood Initiatives

Un conseil d'administration

Président :
À déterminer

Un collège
d'administrateurs
incluant les membres
fondateurs

Un collège
d'experts
qualifiés

Un comité de pilotage par projet

Leader (s) :
Le ou les Sponsors principaux (cas
par cas)

OAF

Représentants des
financeurs dont
ceux qui sont
administrateurs

Créé à l'initiative de **9 membres fondateurs**, sponsors historiques des 1ers projets développés par le fonds : Open agrifood, Chambre d'Agriculture du Loiret, Crédit agricole Centre Loire, FNSEA, ORCOM, CER France Alliances Centre, Agridemain, Syrpa, Syngenta et UIPP.

Le Conseil d'administration aura pour missions principales:

- De sélectionner les projets portés par le fonds
- De définir la politique d'affectation de la dotation aux projets ainsi que la politique d'investissement des fonds dégagés par les projet existants
- De s'assurer du développement des projets en cohérence avec le cahier des charges initial
- De valider le choix des principaux partenaires financiers et opérationnels sur les projets

Les décisions sont prises à la majorité des membres avec droit de veto de l'OAF pour la conformité éthique

Le comité de pilotage aura pour missions principales:

- De définir et valider les orientations stratégiques
- De définir le plan d'affectation des ressources financières
- De sélectionner les prestataires opérationnels
- D'assurer le suivi d'avancement du projet
- De réaliser le reporting au conseil d'administration

Les décisions sont prises à la majorité des tickets avec un droit de veto pour le représentant de l'Open agrifood.



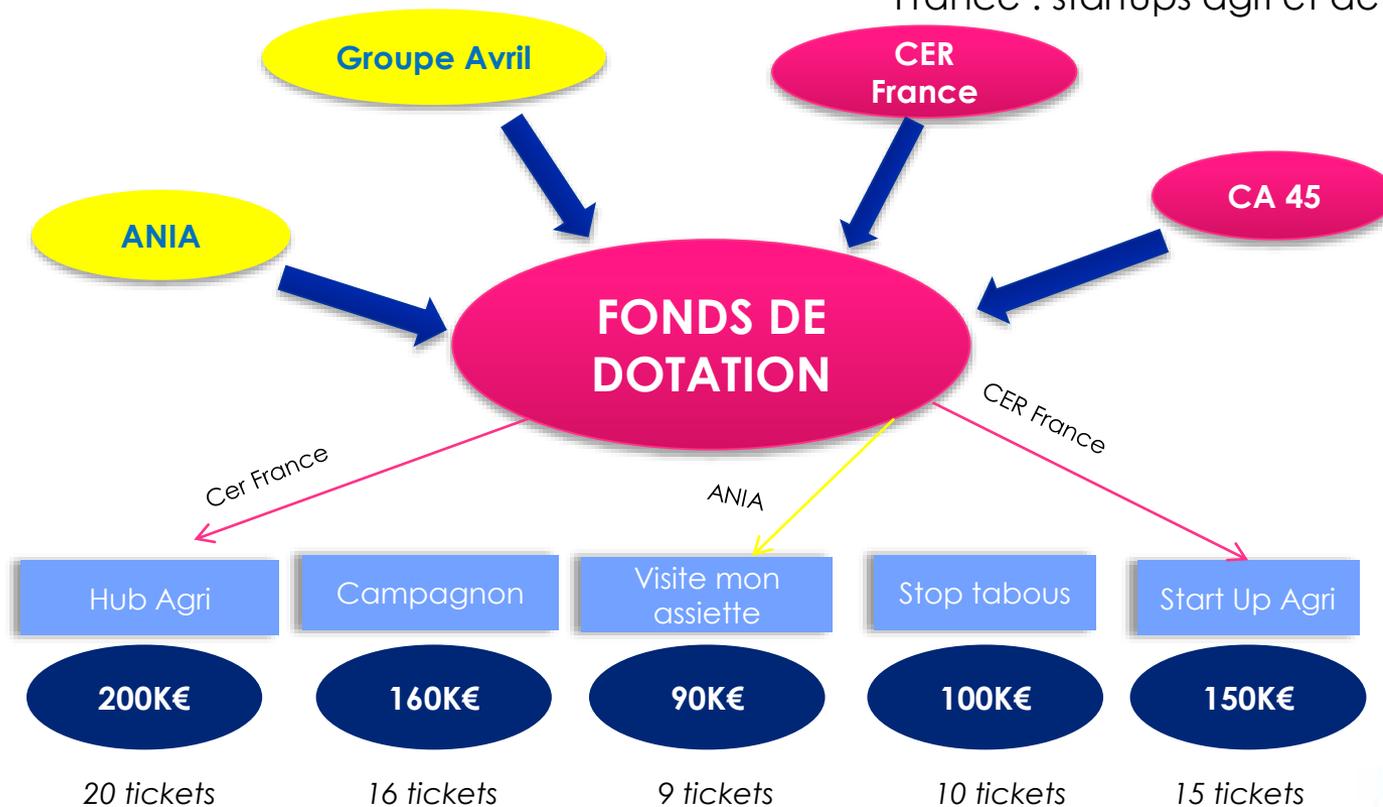
Schéma de fonctionnement du Fonds de dotation exemple

Financier du Fonds de dotation

→ Participe au Comité de Pilotage des projets qu'ils ont financé (pour Avril : Visite mon assiette)

Les fondateurs

→ Participe à l'administration du Fonds de Dotation
 → Participe au Comité de Pilotage des projets qu'ils ont financé (ex pour CER France : startups agri et de Hub agri)



Organisation opérationnelle des projets





CONTACTS



Florence DUPRAZ
Directrice Open agrifood Orléans
Tel : +33 (0)6 20 55 89 19
Email : fdupraz@openagrifood-orleans.org



Christian-Guillaume MARCHAL
Directeur conseil
Tel : +33 (0)6 31 62 19 78
Email : cgmarchal@greenflex.com

Laure Le Queré
Consultante senior
Tel : +33 (0)6 26 18 44 55
Email : llequere@greenflex.com

Béatrice de COURCY
Consultante senior
Tel : +33 (0)6 26 18 44 55
Email : bdecourcy@greenflex.com

