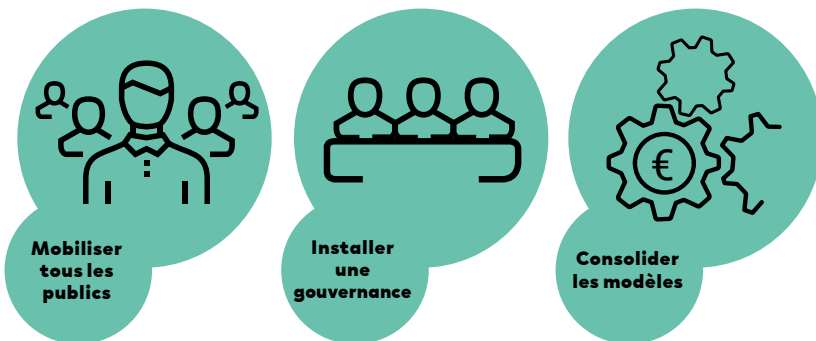


FICHE PROJET DÉTAILLÉE

Open Food France

Une infrastructure numérique coopérative au service
du développement des circuits de proximité

Cette fiche correspond à l'annexe
du Carnet Carasso "Les systèmes alimentaires
territorialisés", disponible sur
fondationcarasso.org/apprentissages/sat



Cette fiche est éditée par la Fondation Daniel et Nina Carasso

40, avenue Hoche - 75008 Paris - fondationcarasso.org

Coordination: AOCConsulting et DÉFIS - Montpellier SupAgro pour la France, CERAI pour l'Espagne

Rédaction et conception graphique: Terre-écos

3, rue Lespagnol - 75020 Paris

Traduction espagnole: La Darsena

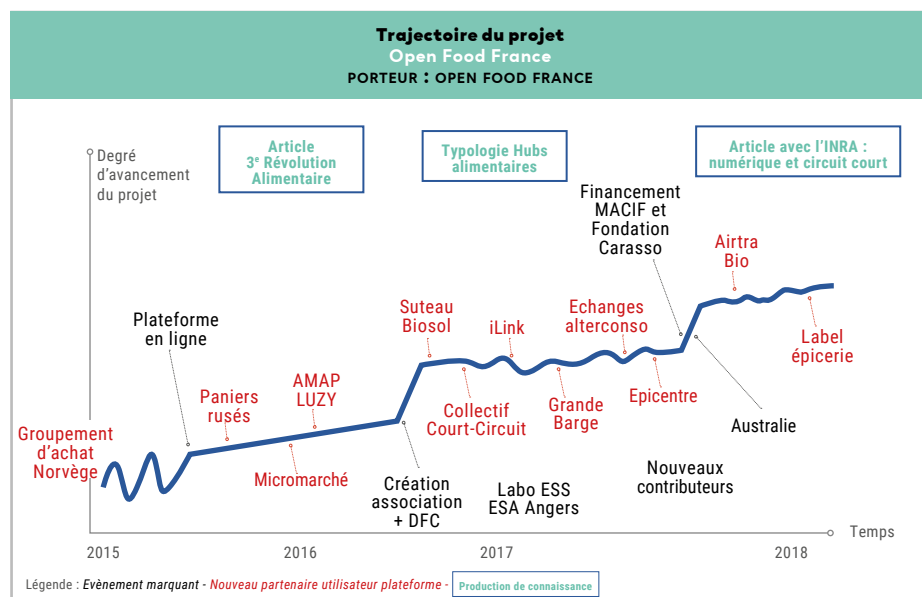
JANVIER 2019

Open Food France

Une infrastructure numérique coopérative au service du développement des circuits de proximité

Open Food France (OFF) est une plateforme de distribution alimentaire, libre et cogérée. Elle participe au réseau international Open Food Network. Afin de donner la possibilité aux citoyens de reprendre en main leur alimentation, et d'avoir accès à des aliments sains, bons, et équitables, OFF propose de coconstruire des circuits courts et indépendants. La plateforme web constitue à la fois une place de marché virtuelle et un outil de gestion commerciale pour les opérateurs. Elle permet de créer une boutique personnalisée, de définir les périodes de commande, d'organiser la livraison ou le retrait des produits, de recevoir des paiements... mais aussi de se connecter à de nouveaux producteurs ou distributeurs, de trouver de nouveaux acheteurs, ou encore de partager des idées.

Quatre projets de nature très diverses permettent de mieux comprendre le fonctionnement de ce type de programme. L'association du **Collectif court-circuit** accompagne des groupements d'achat de produits issus de la région vendéenne : 450 familles sont membres et autogèrent six points de vente. Une entreprise familiale andalouse, **Suteau Biosol**, assure des livraisons de produits espagnols biologiques dans la région nantaise. Une

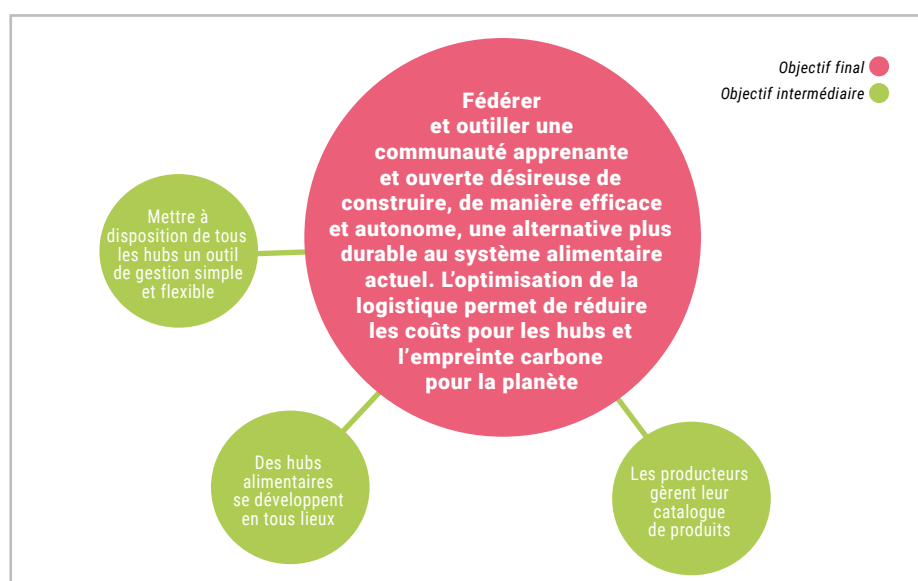


Trajectoire du projet vue par le porteur

association nantaise d'écologie urbaine, **Ecos**, développe un projet de circuit court, social et solidaire : les MicroMarchés. L'agglomération du **Grand Besançon** monte une plateforme d'approvisionnement en produits locaux pour la restauration, Mangeons local au resto. OFF participe à la baisse des coûts logistiques et des frais de gestion de ces circuits courts. En facilitant la massification du flux d'informations, elle permet le changement d'échelle des flux physiques.

Une plateforme open source facilitant la mise en relation

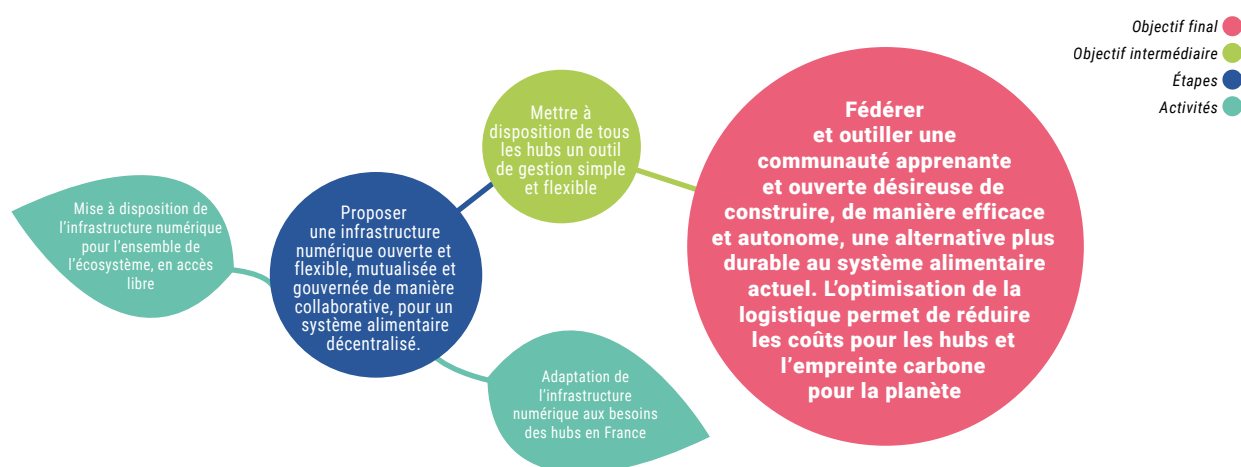
La trajectoire d'Open Food France (OFF), depuis sa mise en ligne en 2016, est marquée par l'intégration de nouveaux partenaires. Ce nombre influe sur son équilibre économique puisque celui-ci est fondé sur la contribution des partenaires-utilisateurs à hauteur de 0,5 à 2 % de leur chiffre d'affaires : à l'image d'un impôt prélevé pour maintenir l'infrastructure numérique. D'autres sources de financements ainsi que les échanges avec le réseau international ont eu un effet sensible sur la trajectoire du projet. OFF publie également des articles de fond sur les systèmes alimentaires qui participe à sa visibilité.



Pour Open Food France (OFF), la distanciation entre le producteur et le consommateur et la centralisation des circuits de distribution sont à l'origine de la non-durabilité des systèmes alimentaires. La reconexion entre le consommateur et l'agriculteur, d'une part, et la décentralisation des hubs alimentaires, d'autre part, sont les priorités d'OFF.

Comment ont-ils fait pour proposer une interface commerciale en phase avec les valeurs des systèmes alimentaires territoriaux ?

La grande réussite d'OFF est de mettre à disposition des acteurs de l'alimentation durable un outil en co-développement permanent, mutualisé avec d'autres territoires en France et à l'international. L'outil bénéficie des expériences permettant de l'adapter aux nouveaux besoins des hubs alimentaires. Cette infrastructure se construit à l'échelle internationale puisque 90 % des fonctionnalités y sont partagées. OFF est plus qu'un outil : la plateforme est un « commun ». Elle induit un changement organisationnel et lève des verrous, ce qui permet d'accélérer la transition alimentaire. Les blocages visés sont : le temps pris par les commandes et l'actualisation des boutiques virtuelles, le manque de visibilité des producteurs et des distributeurs, les faiblesses dans la communication (produits), l'absence de lien et de mutualisation entre les acteurs des circuits de proximité. Sa contribution influe sur les modèles économiques des projets mais également sur leurs capacités à mobiliser les producteurs et les consommateurs.



De 2014 à 2017, Open Food France (OFF) a travaillé sur deux grands axes pour décliner sa stratégie alimentaire durable. Le premier concerne le déploiement de la plateforme open source et son adaptation au cadre français. Elle est mise à disposition des porteurs de projets, en libre accès. Le second temps consiste à fédérer un écosystème d'acteurs afin de faciliter la documentation, la diffusion des différents modèles de hubs alimentaires. La production de documents ponctue la trajectoire et les avancées du projet d'Open Food France, de la notice technique à l'article de recherche. Une fois mis en relation, les porteurs de projets sont incités par la plateforme à coopérer entre eux, notamment sur le volet logistique.

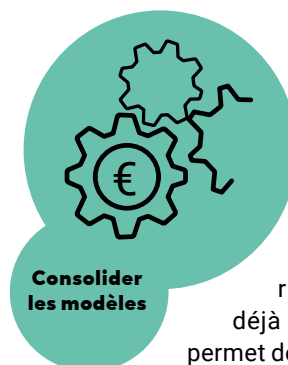
Franchir le cap du changement d'échelle

Les acteurs économiques et institutionnels qui portent des modèles alimentaires alternatifs sont souvent confrontés à des effets de seuils au-delà desquels le *business as usual* n'est plus possible. La massification des flux et l'augmentation des commandes nécessitent une nouvelle organisation et de nouveaux outils. C'est dans ce contexte que la plateforme Open Food France intervient.

Suteau Biosol (SB) débute avec quelques caisses d'oranges transportées en voiture et vendues par téléphone. Avec l'augmentation des volumes et des

clients, l'entreprise se dote d'outils logistiques physique (un transporteur) et numérique (la boutique OFF).

Les premiers clients des Micro-Marchés (MM) commandent sur papier. L'animateur reprend tout dans un tableur, puis il vient directement sur les MM pour enregistrer les demandes. Mais le système reste trop fastidieux et source d'erreurs...avant de trouver OFF. Pour le Collectif Court-Circuit (3C), l'augmentation de la taille des dépôts pousse les organisateurs à contacter



OFF pour obtenir un outil utilisable par des bénévoles et par des producteurs. Ces trois expériences soulignent l'intérêt d'OFF pour un réseau et une logistique déjà existants : la plateforme permet de passer un cap, de gagner en confort et en temps au moment des prises de commandes et de leur traitement.

Au-delà de la gestion des flux, le recours à la plateforme OFF présente plusieurs avantages. La pérennité de l'interface en

premier : améliorée et maintenue grâce au réseau coopératif, elle économise les frais d'un développeur, pas forcément disponible pour le service après-vente. La plateforme constitue aussi un support

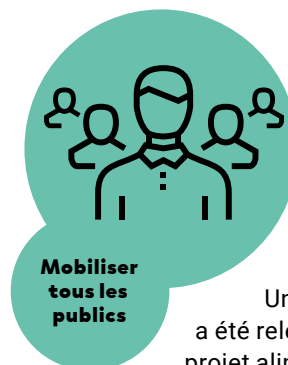
de communication et de mobilisation pour les acteurs souhaitant intégrer un circuit-court alimentaire. L'offre de produits est bien présentée, personnalisée et actualisée facilement, avec

une information consommateur bien détaillée sur les produits. À contrario, lorsque l'offre fait défaut, la plateforme OFF donne la possibilité de rendre des boutiques « invisibles ».

Un animateur pour limiter la fracture numérique

Si la plus-value de la plateforme virtuelle est directe pour les gestionnaires, le processus peut bousculer les clients et les producteurs. Dans les associations impliquant des bénévoles par exemple, le gain de temps apporté par l'outil n'est pas toujours vu comme un critère prioritaire. Le sentiment de perte de contrôle sur "leur" modèle apparaît : moins de lien avec le producteur (« *Aujourd'hui il n'y a plus de discussion : les clients prennent leur panier, ils repartent. Le lien a disparu à cause d'internet.* »), une faible maîtrise de l'outil internet et de l'anglais (« *C'est mon associé qui a bossé l'informatique : moi et l'informatique ça fait deux, pareil pour l'anglais.* »), une

méfiance quant à l'utilisation des données en ligne. Open Food France répond à cet enjeu générationnel de fracture numérique, en apportant de l'humain en plus de l'objet. Dans le cas du Collectif Court-Circuit par exemple, OFF a formé la chargée de mission de la Ligue de protection des oiseaux (LPO) qui a endossé le rôle pour le collectif. La personne responsable de l'animation peut à son tour mettre en place des outils afin d'assurer la bonne utilisation de la plateforme et ainsi limiter la fracture numérique. Suteau Biosol a par exemple dressé une liste de 12 points,



intitulée "Comment passer la commande", à destination des clients : après une période d'adaptation, tous ont adopté l'outil.

Un deuxième point de vigilance a été relevé par les coordinatrices du projet alimentaire au sein de la collectivité du Grand Besançon : la nécessité de construire la stratégie d'approvisionnement avec les producteurs avant de mettre en place l'outil. La plateforme ne peut pas être pensée comme une solution suffisante pour faire le lien entre l'offre et la demande sur un territoire : cette infrastructure se pense en association avec une animation commerciale.

Le défi : lever les verrous technologiques à travers son implication dans le Data Food Consortium

Les plateformes construites restent dans une logique de silos : des agriculteurs fournissent plusieurs hubs, sans coordination ni actualisation des données. Cette situation ne facilite pas le travail administratif des producteurs, qui doivent recopier, réactualiser et saisir le formulaire des produits toutes les semaines, pour chacune des plateformes. Ils préfèrent envoyer un tableur global à l'ensemble de leurs mailing-list. Sur un plan logistique aussi, la plateforme n'apporte pas de bénéfices, au contraire : les agriculteurs la prennent souvent en charge, avec des tournées spécifiques à un circuit. Les dépôts se développent mais il y a encore peu de mutualisation à grande échelle.

Ces deux constats amènent à reconsidérer la circulation d'informations et de marchandises, entre les différentes plateformes et fournisseurs. La concurrence des distributeurs en circuits de proximité

empêche la mise en commun des catalogues des producteurs. Elle doit laisser place à une coopération de circonstance, car les catalogues ne constituent plus un élément différenciant, un avantage compétitif vis à vis d'un concurrent. En outre, ils appartiennent aux producteurs et non aux plateformes : leur ouverture est légitime. Tout le monde y gagnerait en efficacité...et en euros !

Data Food Consortium est un standard d'interopérabilité : il propose un langage commun afin que toutes les plateformes communiquent entre elles de manière efficace. Son utilisation nécessite l'accord des deux parties, qui valident la description du standard (un ensemble de données devant être présentes pour permettre la diffusion d'informations). Une fois effectué, un "connecteur de circuits ouverts" est installé pour permettre la circulation (API pour Applications Pro-

gramming Interface). Cette avancée, dont l'éthique devra être évaluée ouvre la voie à des solutions logistiques mutualisées, des gains écologiques et économiques.

À propos du porteur de projet,

<https://www.openfoodfrance.org/>

Pour aller plus loin sur le projet et la contribution d'OFF à la question alimentaire :

<https://www.ouishare.net/article/la-3eme-revolution-alimentaire-vers-un-age-agro-communautaire>

Le Data Food Consortium
<http://datafoodconsortium.org/>