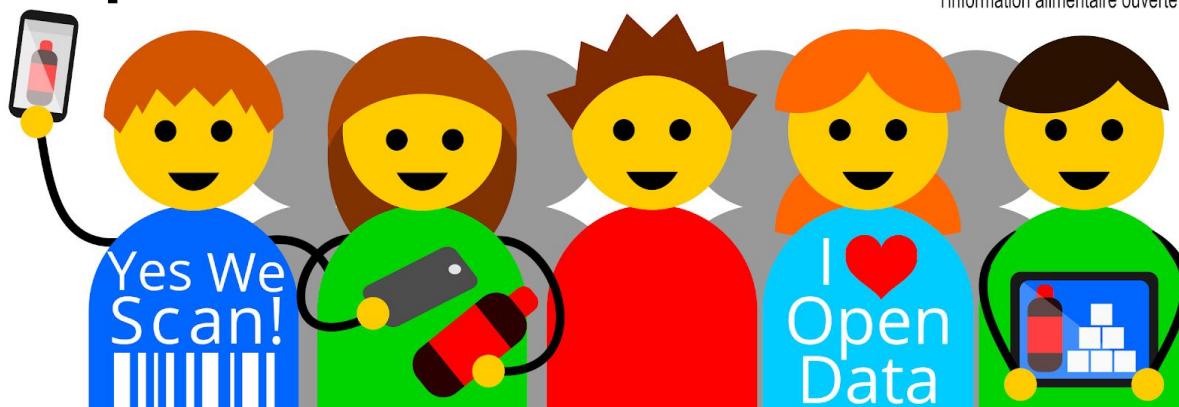


Open Food Facts



Rapport d'activité 2020 : confirmer les changements initiés

2020 poursuit les transformations démarrées en 2018 et 2019 sur les impacts et le fonctionnement d'Open Food Facts.

2018 et 2019 ont vu le démarrage de la professionnalisation d'Open Food Facts et d'objectifs plus ambitieux.

S'agissant du fonctionnement, 2018 et 2019 ont vu la naissance d'une petite équipe permanente, un plan de développement à trois ans, un CA renforcé et diversifié et l'obtention de plusieurs financements capables d'assurer plusieurs mois de travail opérationnel.

Open Food Facts s'est ainsi donné les moyens, sur le fond, de poursuivre l'augmentation continue de la base (0,4 à 1,1 million de produits fin 2019), des usages (plus de 88 apps mobiles réutilisant nos données fin 2019) et des fonctionnalités et services proposés : plateforme producteurs, nombreuses nouvelles versions des apps (incluant mode comparaison, explications sur le Nutri-Score et Nova, analyse des ingrédients, etc.).

2020 s'inscrit dans la continuité de ce développement.

En 2020 le projet poursuit son accélération, avec deux idées pour guide : la recherche de l'impact et la soutenabilité de notre développement.

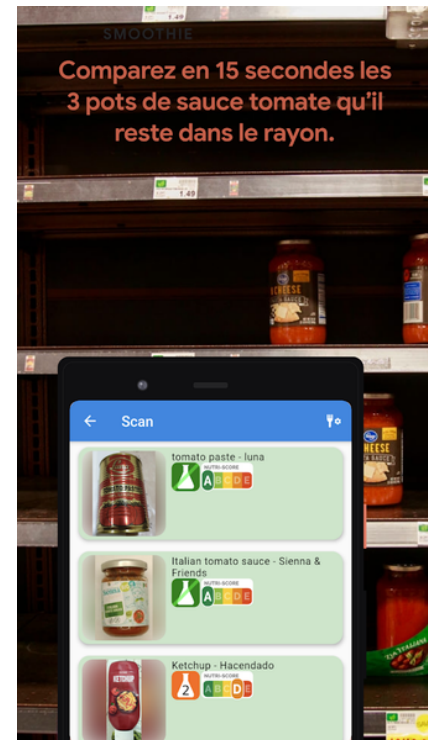
De fait, 2020 amplifie les changements initiés en 2018-2019 et montre concrètement sa capacité d'accélération progressive.

Cette dernière se traduit notamment par la poursuite d'une forte croissance du volume de produits :

- plus 325 000 nouveaux produits en 2018, 371 000 en 2019 et 472 000 en 2020, nous permettant d'atteindre 1,6 million de produits en fin d'année,
- le dépassement de seuils symboliques pour de nombreux pays : 60 000 produits en Allemagne, 20 000 produits en Italie, etc.

Cette croissance des produits alimentaire est alimentée par l'amélioration de l'information et des "services" :

- le lancement de l'[Eco-Score](#) (en janvier 2021, mais préparé toute l'année 2020 — cf. encadré ci-dessous),
- le projet [Personal search](#) (financé par la fondation NLNet (fonds européens)), permet à chaque utilisateur de sélectionner et classer les produits selon ses critères, tout en respectant sa vie privée (photo ci-contre),
- la poursuite des efforts sur la qualité et l'acquisition automatique,
- de très gros progrès ont été réalisés sur l'[analyse des ingrédients](#), permettant d'améliorer significativement la couverture des produits vegan, végétariens et la présence/absence d'huile de palme,
- le lancement de [Smoothie](#), nouvelle app mobile tout à la fois plus centrée sur les services et moins coûteuse à développer (une seule base de code pour Android et iOS),
- le lancement de l'[empreinte forêt](#), en partenariat avec l'association Envol Vert, qui vise à donner un score d'impact des produits sur la forêt,
- les wikis en plusieurs langues sont fusionnés en [un seul wiki multilingue](#),
- le lancement du projet "[Open Food Facts answers you](#)" qui permet à des bénévoles de répondre à des questions posées par email.



Premiers pas de Smoothie, fin 2020

L'Eco-Score, mesure de l'impact environnemental des produits

Conçu en 2020 avec un collectif de 8 autres acteurs français engagés dans l'environnement, nous avons [lancé l'Eco-Score](#) le 6 janvier 2021, sur toutes les plateformes en même temps et sur de nombreux produits (240 000).

L'Eco-Score est calculé sur la base des analyses de cycle de vie (ACV) de la base environnementale Agribalyse de l'ADEME et de l'INRAE pour 2500 catégories de produits. Ce score est modulé pour chaque produit en fonction de leurs labels (bio, labels de qualité etc.), de leurs ingrédients et de leurs origines, et des matériaux utilisés pour leur emballage.



Nous avons également renforcé notre engagement environnemental en participant à l'expérimentation gouvernementale sur l'étiquetage environnemental des aliments, et en participant à des événements tels que la COP 26, où nous avons plaidé pour l'affichage environnemental des aliments.



Quelques produits et leur Eco-Score

Plus de produits et des services plus riches produisent une croissance de toutes les audiences (web, apps) :

- 1,8 million de visiteurs mensuels (+200 000/mois / an-1) et 20 millions d'utilisateurs sur l'année 2020,
- 115 apps mobile (+27 en 2020) utilisent nos données pour 3,7 millions d'installations sur mobile.

Tous ces progrès s'accompagnent d'une montée en puissance de la structure et de l'infrastructure :

- l'équipe permanente compte désormais trois temps plein,
- plusieurs financements obtenus (NLNet2 (Europe) 50 000€, Fondation AFNIC 40 000€) ; discussions et appels à projets en cours avec plusieurs partenaires : ADEME, INRAE, 2 projets H2020...,
- des travaux de fond sur le moteur d'Open Food Facts pour préparer l'avenir
 - l'usage de gabarits permettant de faciliter le travail du développement web (stage d'Areesha Tariq sponsorisé par la Perl Foundation)
 - l'amélioration progressive du code du backend (découpage, documentation, etc.).

Comme depuis le tout début en 2012, **la communauté tient une place centrale** dans toutes ces réalisations : des milliers de bénévoles contribuent à collecter des produits, les compléter, mais aussi à bien d'autres tâches comme le développement logiciel, corrections de bugs, traductions, améliorations des taxonomies, etc. La communauté a été très active en 2020, voici quelques exemples qui montrent la diversité de leurs actions :

- le travail sur les ingrédients a vu l'implication d'une demi-douzaine de contributeurs qui ont permis d'immenses progrès sur l'allemand, le néerlandais, l'italien, l'espagnol et plusieurs langues d'Europe du Nord,
- les nouvelles versions des apps Android et iOS ont bénéficié du travail de plus d'une dizaine de contributeurs bénévoles, particulièrement @Vaiton, @aleene, @philippeauriac,
- plusieurs contributeurs secondent l'équipe permanente dans les réponses aux nombreux emails que nous recevons,
- la [Mission Emballage](#), grand recensement collaboratif des emballages des produits, afin de préparer le lancement de l'Eco-Score.



Illustration de la Mission Emballage

2020 aura donc montré qu'après le changement d'échelle initié en 2018-2019, Open Food Facts est capable de garder le cap et de poursuivre une croissance tout à la fois sereine et soutenue. Sur le fond, Open Food Facts se tient désormais fermement sur deux pieds. Le volet santé, soutenu financièrement par Santé Publique France, synthétisé par le Nutri-Score, et le volet environnement soutenu en 2021-2023 par Google.org et l'AFNIC, synthétisé par l'Éco-Score.

2021-2022 : Open Food Facts poursuit sa croissance

Après l'essai de 2019 et la transformation de 2020, les années 2021-2022 poursuivent ce nouvel élan.

En 2021 certains projets se poursuivent et d'autres naissent et se poursuivront en 2022 :

- *Utilisation de la base citoyenne Open Food Facts au sein de la cohorte NutriNet-Santé* (avec le laboratoire de l'EREN) : voilà longtemps qu'Open Food Facts collabore de façon informelle avec la recherche ; ce projet de science participative l'incarne plus formellement, il s'agit de permettre à la [cohorte NutriNet-Santé](#) (plus de 240 000 inscrits) de multiplier les usages des données d'Open Food Facts (faciliter la saisie et enrichir les données de NutriNet).
- [Smoothie](#) : c'est la nouvelle app d'Open Food Facts ! Elle a pour objet de simplifier la mise en place de fonctionnalités pour iPhone et Android de manière simultanée, d'être plus simple, personnalisée et pédagogique dans la présentation de l'information, tout en permettant une contribution simplifiée et plus ludique (voir encadré ci-dessous).
- [Folksonomy Engine](#) : un projet qui va permettre à tout un chacun d'ajouter des tags ou des propriétés libres à chaque produit (proche du modèle d'OpenStreetMap) ; cette fonctionnalité est très attendue des contributeurs et des apps tierces, qui demandent fréquemment l'ajout de champs ; elle peut également permettre de faire décoller Open Beauty Facts et Open Products Facts.
- [Plateforme producteurs](#) : une version plus internationale et plus simple d'utilisation (libre service).
- [Open Food Facts vous répond](#) : un projet permettant d'impliquer la communauté dans les réponses aux dizaines d'emails hebdomadaires que nous recevons des utilisateurs et producteurs.



D'autres projets sont sur les rails et attendent leur top départ :

- DivinFood : projet européen sur les variétés de céréales rares. Côté Open Food Facts, le but est de s'assurer de la bonne prise en charge de ces variétés, notamment au niveau de l'analyse des ingrédients, et de leur intérêt en terme de biodiversité. Il est financé par la Commission Européenne et réalisé en consortium.
- ContribAlim. Ce projet a pour but de permettre aux chercheurs de mieux appréhender l'alimentation de manière territorialisée. Ce projet est financé par la Fondation de France et l'ADEME et réalisé en consortium.
- Un projet sur les recettes moyennes, qui débutera par un pilote et cherchera ses financements.
- Le projet de gestion des reformulations, en cours de bouclage, et en recherche de financements.

Nouvelle app mobile : nom de code Smoothie

La perspective pour début 2022 est la migration de l'application vers une architecture unifiée pour iPhone et Android, ce qui nous permettra de lancer des fonctionnalités en même temps sur les deux plateformes.

Il s'agit du “projet Smoothie” que nous avons annoncé lors de la précédente Assemblée Générale, et qui a été boosté grâce au développement communautaire et aux bénévoles de Google.org (cf. encadré).

Les fonctionnalités principales incluent une page produit plus claire et pédagogique, basée sur des “panneaux de connaissances”, qui visent à apporter une analyse à valeur ajoutée à Open Food Facts, sur la base de la richesse des données que nous collectons depuis des années.

Par exemple, au lieu de simplement montrer le texte du code de traçabilité, nous allons montrer une petite carte de l'emplacement de l'usine. Au lieu de simplement montrer l'Eco-Score et le Nutri-Score, nous allons montrer également des explications à leur sujet. Nous montrerons des équivalents pour rendre les valeurs importantes plus préhensibles par les utilisateurs. Par exemple, l'émission de carbone sera représentée par un trajet en voiture, et pour la partie santé, nous montrerons la recommandation du Programme National Nutrition Santé (PNNS) français, avec l'ambition de l'étendre et l'adapter à d'autres pays au fur et à mesure. L'ambition est de faire de l'application un reflet de la mission éducative d'Open Food Facts.

Pour l'essentiel ces projets sont pilotés par l'équipe permanente mais toujours largement soutenus par les bénévoles, sans qui certains seraient tout simplement impossibles — l'occasion de rappeler qu'il est possible de monter à bord à tout moment, n'hésitez pas à nous contacter ou voir [comment participer](#) !

Où en sommes-nous de cette transformation ?

2020, et 2021 telle qu'elle est prévue, viennent confirmer ce que nous avons observé en 2019 :

- une équipe permanente change la donne et permet de réaliser des objectifs plus ambitieux, plus impactants
- Open Food Facts demeure plus que jamais un projet ouvert et collaboratif, qui ne serait rien sans les milliers de bénévoles qui œuvrent chaque jour à leur manière : collecte de produits, développement logiciel, communication, etc.
- chaque jour, Open Food Facts acquiert une plus large audience dans le monde entier et une reconnaissance institutionnelle et scientifique nous permettant d'envisager des impacts plus importants à travers la poursuite de notre croissance.

Le support de l'Eco-Score et de Smoothie par Google : le prix “Google.org Impact Challenge” et le “Google Fellowship”

En 2021 nous avons obtenu un important soutien de la fondation philanthropique Google.org, dans le cadre de leur initiative "Google.org Impact Challenge on Climate". Il s'agit d'un financement de 1,1 million d'euros pour Open Food Facts, pour aider à financer nos efforts environnementaux au cours des trois prochaines années. Au programme, l'amélioration de l'Eco-Score et son extension à des dizaines de pays, mais aussi l'amélioration continue de nos apps et services.

Par ailleurs, dans la lignée de ce premier soutien, nous avons été sélectionnés par Google

pour son programme de mécénat de compétences (le “Fellowship”) : de juillet à décembre 2021, 10 employés de Google se sont portés volontaires pour nous soutenir dans des domaines tels que l'apprentissage automatique, la nouvelle application mobile et l'approche des producteurs pour la plate-forme pour les producteurs.

Open Food Facts fait aussi face à des défis. Tout d'abord, les communautés locales peinent à germer. Certains pays ont acquis un important degré de maturité comme l'Espagne, l'Italie, l'Allemagne, les États-Unis, la Belgique, la Suisse — tous ont dépassé 50 000 produits en base — mais les bénévoles y sont encore peu organisés, nous permettant difficilement de nous y implanter plus sérieusement (gagner en audience par une communication locale, toucher les fabricants locaux, etc.). En 2022 nous envisageons la création d'un poste dédié au développement opérationnel international.

Par ailleurs, l'équipe rapprochée (composée de l'équipe permanente et de quelques bénévoles), dépense beaucoup d'énergie à gérer le quotidien, à assurer le fonctionnement du projet : s'occuper des serveurs, de l'administratif, des dizaines d'emails hebdomadaires, des nouveaux bugs découverts, etc. Cette gestion quotidienne affecte le rythme et l'efficacité des projets. Ce fonctionnement est difficile à faire financer, les appels à projets portant généralement sur des projets d'investissement, à l'exclusion du fonctionnement. Une clé de ce sujet réside peut-être dans une politique d'[appel aux dons](#) plus rigoureuse — toutes aides appréciées !



Nous pensons aussi qu'Open Food Facts est un bien commun et que ce commun devrait trouver des financements pour lui-même. C'est une piste que nous allons investiguer.

Enfin, ce qu'il faut retenir de 2019 et 2020, c'est que **nous avons un impact concret sur l'alimentation** — sous la pression de l'information alimentaire, qu'elle soit mobile ou bien qu'elle éclaire le débat public, des fabricants changent leurs produits et des consommateurs modifient leurs choix. Open Food Facts est aujourd'hui reconnu pour son impact sur l'alimentation, en matière de santé, comme en matière d'impact environnemental. Depuis 2020, Open Food Facts bénéficie d'un accompagnement personnalisé par Ashoka, encadré par des leaders emblématiques de projets de l'économie sociale et solidaire. L'expérience des deux dernières années ainsi que cet accompagnement d'Ashoka, nous convainquent que nous pouvons aller plus loin et créer un impact systémique, c'est-à-dire un impact qui change profondément et durablement un système (ici l'alimentation).

Le choix que nous allons devoir faire ensemble, est celui du rythme auquel développer cet impact. Nous attendons votre contribution, vos idées, votre enthousiasme ! Concrètement, ces questions seront débattues aux prochaines “journée OFF”.

Toutes les bonnes volontés sont bien sûr plus que bienvenues pour participer au projet d'une façon ou d'une autre. Les “journées OFF”, les 11 et 12 décembre prochains, sont un temps d'échange privilégié, même si vous découvrez notre projet, nous serions très heureux de vous y rencontrer. Vous pouvez aussi nous rejoindre sur [notre espace de discussion Slack](#), ou par e-mail à contact@openfoodfacts.org.



L'équipe cœur, de gauche à droite : Stéphane, Anca, Pierre et Charles