



BOOK DES INNOVATIONS



- 1) AGRI OBTENTION, NOUVELLE CEREALE TRITORDEUM, FRANCE
- 2) ACN, LE POLYAL, MATERIAU ISSU DE BRIQUES ALIMENTAIRES RECYCLEES, FRANCE
- 3) AGRICOOOL, DES FRAISES 0% PESTICIDES DANS UN CONTAINEUR, FRANCE
- 4) AGROTECSOL EVALUE LA QUALITE DU SOL EN CONTINU, FRANCE
- 5) ALDI : FRUITS ET LEGUMES CERTIFIES, ALLEMAGNE ET FRANCE
- 6) ARVALIS, OUTIL INTERNET DE CHOIX DES CULTURES INTERMEDIARES, France
- 7) ASPIRE FOOD GROUP, PROTEINES A BASE D'INSECTES, USA
- 8) AXEREAL, ALTEO, GARANTIE METEO PERSONNALISEE, FRANCE
- 9) BALBO GROUP, CANNE A SUCRE BIO RENTABLE, BRESIL
- 10) BIPILOTE, VENDRE SA RECOLTE AU BON MOMENT, FRANCE
- 11) CARREFOUR, ACCORD DURABLE AVEC LES ELEVEURS DE BOVINS, FRANCE
- 12) CASINO : ENGAGEMENT AGRI PLUS AVEC SES PARTENAIRES AGRICULTEURS, FRANCE
- 13) CEREALES VALLEE, PROJET EPS, FRANCE
- 14) CHOBANI, NOUVEAU YAOURT GREC, USA
- 15) CULTURE MIEL, BILLES DE MIEL SOLUBLES DANS LES BOISSONS, FRANCE
- 16) EKYLIBRE, LOGICIEL DE GESTION EN ACCES LIBRE POUR LES AGRICULTEURS,
- 17) ELEPHANT VERT, BIOFERTILISANTS ET AGRICULTURE INCLUSIVE, MAROC
- 18) ELIXIR, COLLECTE ET TRANSFORMATION DES INVENDUS ALIMENTAIRES, FRANCE
- 19) FERME des 1000 VACHES, PICARDIE, FRANCE
- 20) FLAMEL AROMATIC : RECETTES DE SAUCES POLYVALENTES, FRANCE
- 21) GESTEL, LOCATION DE VACHES, FRANCE ET GB
- 22) GROUPE AVRIL, R'OSE, PILOTAGE NUTRITIONNEL POUR LES VACHES LAITIERES, FRANCE
- 23) GROWUP BOX, FERME AQUAPONIQUE COMMERCIALE, GB
- 24) GRYOBARS, DES BARRES AUX INSECTES, FRANCE
- 25) HAIFA, ENGRAIS A LIBERATION CONTRÔLEE PRODUITS A MONTPELLIER, FRANCE
- 26) HONEY BEE NETWORK, INNOVATIONS AGRICOLES. INDE
- 27) INFINEO, ECONOMIE CIRCULAIRE DES EMBALLAGES, DIJON, FRANCE
- 28) INNOCENT : JUS DE FRUITS ET LEGUMES FRAIS RSE, GB

- 29) IRIBARREN, DOLLIT, DU SABLE QUI REMPLACE LE PAILLAGE POUR L'ELEVAGE, France
- 30) KISS KISS BANK, LEADER EUROPEEN DU FINANCEMENT COLLABORATIF, FRANCE
- 31) LA MARQUE DU CONSOMMATEUR : UN PRIX FIXE PAR LE CONSOMMATEUR, FRANCE
- 32) LABIOCRAC VALORISE LES CO-PRODUITS AGROALIMENTAIRES, FRANCE
- 33) LALLEMAND, DES BOURDONS APPORTENT LE SOIN AUX PLANTES, FRANCE
- 34) LENDOSPHERE, PLATEFORME DE PRÊTS, FRANCE
- 35) LIDL, LE VRAI PRIX DES BONNES CHOSES, FRANCE
- 36) LUKE, SCENOPRO POUR DEVELOPPER DES PROTEINES DURABLES, FINLANDE
- 37) MC DONALD'S FAVORISE L'INSTALLATION DES JEUNES AGRICULTEURS, France
- 38) METRO CASH&CARRY, FERME AQUAPONIQUE EN MAGASIN, BERLIN
- 39) MIIMOSA, FINANCEMENT PARTICIPATIF, FRANCE
- 40) NUTRINSIC, SOLUTIONS NUTRITIVES A PARTIR DES DECHETS AGROALIMENTAIRES, USA
- 41) OBIONE, AIDE EN LIGNE AU SUIVI VETERINAIRE DES TROUPEAUX, FRANCE
- 42) OMNISOLIS, METHANISATION SECHE DE DECHETS AGRICOLES, FRANCE
- 43) ORANGINA SCHWEPPE, NOUVEAU SIEGE SOCIAL DECLOISONNE, FRANCE
- 44) PLANTAGON, SERRE VERTICALE DE 60M2 EN VILLE, SUEDE
- 45) PNAT, JELLYFISH BARGE, SERRE AGRICOLE SUR BARGE FLOTTANTE, ITALIE
- 46) PÔLE CONCEPTION, GUIDE D'ECO CONCEPTION POUR L'AGRO ALIMENTAIRE, FRANCE
- 47) POULT, UN BISCUIT CONNECTE, FRANCE
- 48) SEKEM, CULTURE BIODYNAMIQUE RENTABLE DU COTON, EGYPT
- 49) SERENBE, AGRI QUARTIER AUTOUR D'UNE FERME BIOLOGIQUE, ATLANTA, USA
- 50) SKWARE, ETAGERE INTELLIGENTE EN MATERIAUX, FRANCE
- 51) SYSTEME U, AUCHAN, CARREFOUR ... POUR UNE FILIERE LAIT RESPONSABLE, FRANCE
- 52) TERRA VIA, SOLAZYME, ALIMENTS A BASE DE MICRO ALGUES, USA
- 53) UNITED KITCHEN, PREMIER INCUBATEUR CULINAIRE, FRANCE
- 54) VIGNERONS INDEPENDANTS, PASSEPORT VERS LA HVE, FRANCE
- 55) WEFARMUP, PLATEFORME D'ECHANGE DE MATERIEL AGRICOLE, FRANCE
- 56) ZHANGZIDAO (GROUPE ZONECO), AQUACULTURE INTEGREE DURABLE, CHINE

1) AGRI OBTENTION, NOUVELLE CEREALE TRITORDEUM, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : AGRI OBTENTIONS

Logo :



TAILLE : <100

Effectif (2015) : 50

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 16 Millions

Pays (siège social) : France

Site internet : www.agriobtentions.fr

Contact:
BLOT Joël
Directeur Commercial
Joel.blot@agri-obtentions.fr

CONTEXTE

Après 30 ans de recherches et expérimentations en Espagne, la céréale Tritordeum est lancée sur le marché espagnol et italien en 2013 par Agrasys. En 2015, Agri Obtentions (filiale de l'INRA) introduit en France la production et la commercialisation de la nouvelle céréale : le Tritordeum, issue du croisement (sans OGM) de blé dur (*triticum durum*) et d'une orge sauvage (*Hordeum chilense*).

OBJECTIF(S)

- Développement d'une nouvelle céréale aux qualités nutritives et environnementales
- Création et valorisation de produits innovants à base de Tritordeum

DESCRIPTION

Les atouts du Tritordeum sont multiples

Nutritionnels : caractéristiques originales.

Teneur plus élevée en Lutéine, fibres et acides gras

Gluten plus digeste : Teneur réduite en gliadines responsables de l'intolérance au gluten

Organoleptiques :

Couleur jaune avec une saveur douce et sucrée.

Aromes toastés

RESULTATS ECONOMIQUES

- 1700 ha cultivés en 2015-2016
- Large gamme d'utilisation : Pains, Pâtes à pizza, Viennoiseries, Biscuits....
- Création de valeur et sécurisation du revenu pour les agriculteurs

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Impact santé pour le consommateur (régimes sans gluten, maladies coeliaques)
- Economie de ressources : céréale résistante aux maladies (moins de phytos), à la chaleur et à la sécheresse (économies d'eau)
- Traçabilité du produit du meunier au distributeur

2) ACN, LE POLYAL, MATERIAU ISSU DE BRIQUES ALIMENTAIRES RECYCLEES, FRANCE



ENTREPRISE

Alliance Carton Nature



TAILLE : <100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France

Site internet :
www.alliancecartonnature.org

CONTEXTE

Alliance Carton Nature est une association créée en 1990 par les fabricants Tetrapak, SiG Cpmbibloc et Elopak, pour améliorer le recyclage des briques alimentaires.

En 2014, pour un marché de 500 millions d'euros et 4 milliards de briques consommées en France, 49% sont récupérées/recyclées. Un nouveau matériau issu du recyclage, POLYAL, est présenté en 2016.

OBJECTIF(S)

- Fabriquer un matériau de qualité à partir du recyclage de briques alimentaires
- Diffuser de nouveaux usages à partir des produits recyclés

DESCRIPTION

Les composants des briques sont séparés chez les papetiers qui récupèrent le carton (73% de l'emballage) ; le polyéthylène (22%) et l'aluminium (5%), qui assurent la sécurité des produits alimentaires emballés, sont réutilisés pour l'énergie (granules) et la plasturgie (poteaux...).

Avec Le POLYAL (Polyéthylène et Aluminium), un nouvel usage est proposé pour le mobilier.

Le designer Fabrice Peltier a été sollicité pour développer une nouvelle gamme de mobilier urbain, présentée aux D Days (festival du Design) et aux jardins aux Tuileries à Paris, en Juin 2016.

RESULTATS ECONOMIQUES

- Valorisation des déchets, création d'emplois

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- 2^e vie durable pour les briques alimentaires
- appel à la créativité recherche des jeunes ingénieurs (Ecole Nationale de Création Industrielle)

3) AGRICOOOL, DES FRAISES 0% PESTICIDES DANS UN CONTAINEUR, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : AGRICOOOL

Logo :

AGRICOOOL

TAILLE : <100

Effectif (2015) : 2

Chiffres d'Affaires 2015
en euros : 84000 prévus

Pays (siège social) :
France-Paris

Site internet :
www.paris.agricool.co/

Contact:
SOTTO Thomas

CONTEXTE

Comment déguster à Paris des fraises qui ont du goût ? En 2015, 2 fils d'agriculteurs lancent le projet Agricoool, une culture de fraises en ville dans un conteneur recyclé installé à Bercy.

OBJECTIF(S)

- Produire toute l'année, en ville des fraises de qualité sans OGM ni pesticides
- Produire avec des ressources limitées : espace, eau, énergie
- Cultiver au plus près du consommateur, éviter les trajets, récolter à maturité pour garder le goût

DESCRIPTION

L'idée est d'utiliser un conteneur recyclé, de l'installer en ville, et de pratiquer l'hydroponie. La culture se fait hors sol, en milieu fermé sur un substrat irrigué par un mélange d'eau et de nutriments.

La lumière du soleil est remplacée par des leds qui chauffent en même temps le container. L'air pollué est filtré et la température régulée par des énergies 100% renouvelables. Des bourdons sont introduits pour la pollinisation

RESULTATS ECONOMIQUES

- Capacité du conteneur de 32m2 pour 4000 pieds de gariguettes
- Succès des premières récoltes auprès des consommateurs : qualité/goût
- Potentiel de production 7 tonnes de fraises /an ; 3 Euros la barquette de 250g

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- économies de ressources en eau (-90%), 0 transports, 0 pesticides
- énergie 100% renouvelable
- méthode duplicable à d'autres produits (tomates, salades.)

4) AGROTECSOL EVALUE LA QUALITE DU SOL EN CONTINU, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : AGROTECSOL



Logo : AGROTECSOL

TAILLE : <100

Effectif (2015) :

**Chiffres d'Affaires
2015 en euros :**

**Pays (siège social) :
France**

**Site internet :
www.agrotecsols.fr**

**Contact:
MENDU Benjamin**

CONTEXTE

Docteur de l'Université de Picardie en spécialité biotechnologies végétales et agriculture durable, chercheur, Benjamin MENDOU lance en 2015, à Amiens, son bureau d'études AGROTECSOL. Il propose une analyse des terres et des plantes, et un conseil en fertilisation raisonnée pour les opérateurs agricoles.

OBJECTIF(S)

- Réduire la pollution en eau
- Améliorer les rendements et la teneur en protéines des cultures
- Evaluer en temps réel les besoins des plantes et doser les intrants

DESCRIPTION

Un réseau de capteurs sous terrains liés à une application web permet d'évaluer in situ les besoins de la culture et de contrôler automatiquement les débits de nitrates.

Les données de références par culture sont disponibles sur Internet pour les agriculteurs, coopérateurs transformateurs de la filière.

L'action est assurée en partenariat avec des acteurs scientifiques et prestataires de service de la région.

AGROTECSOL travaille en réseau avec « entreprise Europe network ».

RESULTATS ECONOMIQUES

- Réduction des coûts de culture et meilleurs rendements pour les agriculteurs
- Financement du projet par la commission européenne (Smart Agrifood 2015) : 100 000 euros

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Traçabilité complète du producteur au meunier
- Optimisation des apports d'azote et réduction des pollutions

5) ALDI : FRUITS ET LEGUMES CERTIFIES, ALLEMAGNE ET FRANCE



ENTREPRISE

ALDI (Nord)



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 56000

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 21,8 milliards

Pays (siège social) :
Allemagne

Site internet : www.aldi.fr

Contact:
Marc HEUSSINGER, CEO

CONTEXTE

ALDI (nom résumé de Albrecht, famille fondatrice et Discount), créée en 1913 en Allemagne, développe sa chaîne de supermarchés hard discount en Allemagne puis à l'international, avec 2 sociétés depuis 1961, Aldi Nord et Aldi Sud. Avec ses centrales d'achat décentralisées, le groupe préconise un engagement de « qualité supérieure à prix inférieurs », par une offre simplifiée. Depuis 2012, ALDI se positionne pour une « meilleure qualité au meilleur prix », avec une certification croissante de ses produits, notamment fruits et légumes frais.

OBJECTIF(S)

- Améliorer la qualité des produits et favoriser l'approvisionnement local
- Répondre à une exigence qualité traçabilité des consommateurs
- Faire appel à des organismes fiables de certification internationale

DESCRIPTION

- En France, livraison de fruits et légumes dans 13 filiales d'achat régionales pour 900 magasins, origine étiquetée en magasin (ex 90% des pommes origine France)
- Producteurs certifiés par l'ONG Global G.A..P. (Global Good Agricultural Practices) : traçabilité, protection au travail, usage limité des produits phytosanitaires, hygiène et sécurité)
- Produits bio garantis porteurs du label Bio européen

RESULTATS ECONOMIQUES

- progression de 3,3% du chiffre d'affaires en 2015

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- première publication d'un rapport RSE en 2015

6) ARVALIS, OUTIL INTERNET DE CHOIX DES CULTURES INTERMEDIARES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : ARVALIS



TAILLE :

100 à 500

Effectif (2015) : 400

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France, Paris

Site internet :

www.arvalisinstitutduvegetal.fr

Contact:

Julie BESNARD
j.besnard@arvalisinstitutduvegetal.fr; 01 64 99 24 67

CONTEXTE

ARVALIS Institut du Végétal est un Institut de Recherche Appliquée (réseau Actia) pour les grandes cultures, créé et financé par les filières agricoles avec le soutien des pouvoirs publics, au service des agriculteurs avec 400 collaborateurs dont 300 ingénieurs ou techniciens, 23 sites de recherche ou expérimentation en France. En 2016, ARVALIS propose, en accès libre et gratuit, un outil internet, pour aider les agriculteurs au choix des cultures intermédiaires.

OBJECTIF(S)

- Aider l'agriculteur à choisir dans une large gamme de références du commerce
- Tenir compte des contraintes : météo locale, période de semis, éléments de rotation
- Permettre un choix multicritères selon l'objectif du couvert et son mode de destruction...

DESCRIPTION

10 critères sont entrés par l'agriculteur

- 4 critères de situation : code postal pour la météo, période de semis, cultures de rotation, culture suivant le couvert
- 6 critères sur le mode de semis, l'usage et la destruction du couvert (apport de fourrage, azote, pour la faune sauvage, appétence de limaces, ensilage, enrubannage ou pâturage) et le coût associé.

L'outil est en accès libre sur Internet. www.choix-des-couverts.arvalis-infos.fr

RESULTATS ECONOMIQUES

- 2 ou 3 espèces sont sélectionnées sur 125 références, à partir de 10 critères
- outil fiable et gratuit d'aide à la décision sur des critères multiples

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- efficacité productive et écologique (qualité des sols, biodiversité, moins d'intrants)
- diversité des couverts proposés

7) ASPIRE FOOD GROUP, PROTEINES A BASE D'INSECTES, USA



ENTREPRISE

ASPIRE FOOD GROUP



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 5

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
ETATS UNIS

Site internet :
www.aspirefg.com

Contact:
ASHOUR Mohamed

CONTEXTE

En 2012, l'ancien président Bill Clinton propose aux étudiants un concours d'innovations pour lutter contre l'insécurité alimentaire. 5 étudiants gagnent ce concours avec un projet de développement de la nourriture à base de culture d'insectes. Aspire Group est ainsi créé en 2013.- ; 2 unités fonctionnent au Ghana et aux Etats Unis

OBJECTIF(S)

- Développer une culture d'insectes peu coûteuse en énergie et en ressources
- Proposer une protéine alternative de qualité/goût
- Convaincre les consommateurs

DESCRIPTION

Au Ghana, Aspire forme les agriculteurs à la culture de larves de charançons, selon une technologie importée de Thaïlande : 600 agriculteurs formés, 3 communautés sont soutenues.

Aux Etats Unis, l'usine d'Austin conditionne et commercialise les crickets Aketta, soit grillés, soit sous forme de farine.

RESULTATS ECONOMIQUES

600 agriculteurs formés au Ghana,
Site internet pour la vente des criquets Aketta (grillés ou en farine)

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Protéine alternative peu coûteuse

8) AXEREAAL, ALTEO, GARANTIE METEO PERSONNALISEE, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : AXEREAAL



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 3200

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 3,2 Milliards

Pays (siège social) :
France, Olivet

Site internet :
www.axereal.com

Contact:
Pierre TOUSSAINT
pierre.toussaint@axereal.com
02 34 59 51 00

CONTEXTE

AXEREAAL originaire de la Beauce et de la Champagne, est la première coopérative céréalière de France, déployant les métiers de la chaîne du grain (collecte, transformation, négoce) regroupant 13000 adhérents. Face aux risques météo qui affectent le métier, le groupe lance fin 2015 la garantie ALTEO.

OBJECTIF(S)

- Permettre aux agriculteurs de calculer leurs risques et d'anticiper des cotisations sur mesure
- Couvrir une partie des pertes en cas de météo défavorable
- Assurer une pérennité des exploitations

DESCRIPTION

- L'agriculteur souscrit à la garantie ALTEO selon ses besoins et son budget.
- il définit en ligne ses paramètres personnels : aléas météo, station météo de référence, période, seuil de déclenchement, niveau d'indemnisation
- Le calcul des cotisations est alors automatique, ainsi que le versement des indemnités si aléa.
- Une équipe ALTEO est disponible pour le conseil, des paramètres sont proposés

RESULTATS ECONOMIQUES

- Pour l'utilisateur : simplicité, efficacité, souplesse et conseil
- Anticipation calculée des risques météo et des indemnités

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- sécurisation des revenus en cas de météo défavorable
- survie pour certaines exploitations

9) BALBO, LA CANNE A SUCRE BIO, RENTABLE, BRESIL



ENTREPRISE

Nom : groupe Balbo

Logo :



TAILLE :

> 500

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

**Pays (siège social) :
Brésil**

Site internet :

www.nativealimentos.com.br

Contact:

Valentino BALBO

CONTEXTE

Leontino Balbo Junior, entré en 1984 dans le groupe brésilien familial de production de canne à sucre BALBO, fondé en 1946, lance en 1987 le projet Cana Verde. Pendant 30 ans, il teste de nouvelles méthodes naturelles de production, étend son expérimentation de canne à sucre bio sur 16000 ha, lance en 1997 la marque Native de sucre bio, puis des produits dérivés bio en 2001. Il soigne avec succès en 2004 un plant de canne à sucre affaibli par les parasites. Fort de sa réussite, il lance la société Agro Fortis pour diffuser la méthode ERA (Ecosystème de Revitalisation Agricole).

OBJECTIF(S)

- Restaurer la qualité des sols érodés par les cultures traditionnelles et les brûlis
- Retrouver la biodiversité
- Prouver la rentabilité durable des cultures bio

DESCRIPTION

2 principes sont adoptés :

- Sols : utiliser la récolte mécanique et non manuelle, sur des chemins dessinés et avec des engins légers pour éviter le tassement du sol, découpe des cannes pour éviter le brûlis
- Biodiversité : régulation des insectes par des méthodes biologiques (exemple lancer de guêpes pour tuer les larves) ; laisser les animaux circuler entre les plants

Première récolte selon la nouvelle méthode en 1993

RESULTATS ECONOMIQUES

16000 ha de canne à sucre bio traités dans l'usine de Sao Francisco (projet 22000 ha)

Productivité +23% supérieure aux cultures traditionnelles

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Suppression des pesticides et du brûlis (3000T économie de CO2/an)

Restauration de la faune (340 espèces animales)

Durée de vie des pieds de 5 ans à 7 ans

<http://www.bipiz.org/bonnes-pratiques-wfl/la-success-story-de-native-15-000-ha-de-canne-a-sucres-30-plus-rentable-grace-au-bio.html>

10) BIPILOTE, VENDRE SA RECOLTE AU BON MOMENT, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : BIPILOTE



TAILLE :
<100

Effectif (2015) : 2

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France, Auvergne

Site internet :
www.pilotersaferme.fr

Contact:
Roland ZIMMERMAN
contact@pilotersaferme.fr

CONTEXTE

Pour faire face à la volatilité des prix des matières premières qui impactent la filière agricole depuis 2007, deux « fils d'agriculteurs » créent la SARL BIPILOTE en 2015 et proposent aux agriculteurs un outil de gestion commerciale de leurs ventes, « Piloter sa ferme ».

OBJECTIF(S)

- Produire et diffuser des outils d'aide à la décision pour les agriculteurs
- Former et faciliter l'accès à une information utile, simple et personnalisée
- Sécuriser les revenus par la vente des bons volumes au bon moment

DESCRIPTION

- Bipilote « piloter sa ferme » est abrité par le Biopôle Clermont Limagne
- <http://biopole-clermont.com/fr/annuaire/fiche/51>
- L'outil est testé avec succès sur 26 fermes de 7 régions différentes pendant 24 mois

RESULTATS ECONOMIQUES

- Revenu sécurisé pour l'agriculteur client

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- gain en sérénité pour une profession soumise aux aléas des marchés

11) CARREFOUR, ACCORD DURABLE AVEC LES ELEVEURS DE BOVINS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : groupe
CARREFOUR



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 381 227

Chiffres d'Affaires 2015 en
euros : 76 milliards

Pays (siège social) :
France, Boulogne
Billancourt

Site internet :
www.carrefour.com

Contact:
Georges PLASSAT, CEO

CONTEXTE

Le groupe CARREFOUR,, créé en France en 1959, est devenu un leader mondial de la grande distribution. Il est le premier employeur privé en France avec 45% de son CA. Carrefour a construit un lien durable avec les fournisseurs de la chaîne alimentaire, avec plus de 70% d'approvisionnement local dans ses produits. En septembre 2016, Carrefour signe un nouvel accord avec les éleveurs de bovins.

OBJECTIF(S)

- Pérenniser un approvisionnement de qualité
- Soutenir les filières de production locales
- Répondre à l'attente qualité traçabilité prix du consommateur

DESCRIPTION

- le groupe CARREFOUR engagé dans un partenariat durable depuis plus de 20 ans
- www.bipiz.org/recherche-avancee.html?Itemid=&company=452
- Le première filière qualité Carrefour (FQC) est née en 1992 : « viande bovine de race normande »
- Les engagements FQC ; contrats 3 ans, prix juste, cahier des charges contrôlé.
- www.filiere-qualite.carrefour.fr
- En 2016, CARREFOUR signe une nouvelle FQC avec 95 producteurs « lait frais de Normandie » ; lance une marque consommateur qui soutient 51 producteurs de lait
- CARREFOUR signe avec la FNB (suite à la crise de l'élevage) un accord pour présenter au moins 50% de cœur de gamme et réajuster ses prix selon les coûts des producteurs

RESULTATS ECONOMIQUES

- 18 000 producteurs français engagés dans les Filières Qualité Carrefour
- attente du consommateur d'un prix juste pour le producteur

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- qualité traçabilité des produits et soutien de la production locale

12) CASINO : ENGAGEMENT AGRI PLUS AVEC SES PARTENAIRES AGRICULTEURS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : groupe CASINO



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 325 820

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 46 milliards

Pays (siège social) :
France, Saint Etienne

Site internet :
www.groupe-casino.fr

Contact:
Jean Charles NAOURI, CEO

CONTEXTE

Le groupe CASINO (marques Casino, Monoprix, Leader Price...), créé en 1898 à Saint Etienne, est un leader en France du commerce alimentaire, présent à l'international notamment en Amérique Latine. Engagé dans un partenariat de filière avec les agriculteurs, Casino lance en 2015 la démarche AGRIPUS.

OBJECTIF(S)

- Consolider un partenariat de filière
- Favoriser les initiatives agricoles innovantes et vertueuses pour l'environnement
- Sensibiliser le consommateur

DESCRIPTION

- CASINO est engagé dans les filières agricoles de proximité
- www.bipiz.org/recherche-avancee.html?Itemid=&company=896
- CASINO lance AGRIPUS en 2015 avec les partenaires agricoles déjà engagés dans l'agro-écologie, pour identifier et valoriser
 - o des viandes sans traitements antibiotiques
 - élargissement à la viande de porc en mars 2016
 - o des légumes sans résidus de pesticides depuis avril 2016

RESULTATS ECONOMIQUES

- produits bénéficiant de la démarche certifiés/contrôlés et identifiés par le logo AGRIPUS facilement compréhensible par le consommateur
- Valorisation des producteurs engagés auprès du consommateur

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Réduction des pesticides pour les légumes, des antibiotiques pour l'élevage
- Qualité des produits, santé pour le consommateur

13) CEREALES VALLEE, PROJET EPS DE : REDUIRE LES EMISSIONS DE METHANE DES RUMINANTS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : Céréales Vallée



TAILLE :

>500

Effectif (2015) : 90
adhérents, 900 acteurs

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 356 millions investis depuis 2005, 140 projets R&D

Pays (siège social) :

France

Site internet :

www.cereales-vallee.org

Contact:

ROUGIER Tania, Animatrice Projets,
tania.rougier@cereales-vallee.org

CONTEXTE

La viande bovine pâtit aujourd'hui d'une image dégradée, d'une baisse de consommation en France, dans un marché mondial de plus en plus concurrentiel. En France, l'agriculture représente 20% des émissions de GES, dont 40% par le méthane de ruminants. Face à ces défis, dans le cadre de la COP 21, en décembre 2015, le pôle de compétitivité auvergnat Céréales Vallées, créé en 2005, lance le projet Performance Environnement Santé,

OBJECTIF(S)

- Réduire de 15 à 30% les émissions de méthane des ruminants
- Développer des aliments pour bovins à base de céréales locales innovantes
- Eviter tout surcoût pour l'éleveur et le consommateur, avec une meilleure qualité nutritionnelle

DESCRIPTION

Le projet, lancé en décembre 2015 pour une durée de 30 mois, répond à la priorité sectorielle d'amélioration des intrants pour l'alimentation animale.

Le projet collaboratif réunit 3 partenaires majeurs de la filière : Thivat Nutrition Animale (groupe Axereal), IDENA (société de services) et INRA (unité expérimentale Herbipôle). Il est soutenu par le pôle Céréales Vallée et par l'Etat dans le cadre des investissements d'avenir.

L'aliment innovant sera éco conçu à partir d'ingrédients naturels actifs pour réduire les émissions de méthane lors de la digestion ; il sera produit à base de céréales locales ; il modifiera les profils en acides gras et donc la qualité nutritionnelle de la viande.

RESULTATS ECONOMIQUES

- plus d'autonomie pour l'alimentation animale (intrants locaux)
- pas de surcoût pour les éleveurs et le consommateur, meilleurs revenus
- dynamisation du marché, réponse à une attente des consommateurs

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Réduction des gaz à effet de serre (méthane)
- Ancrage territorial et production locale de céréales,
- Meilleure qualité nutritionnelle des produits, effet santé positif

14) CHOBANI, YAOURT GREC NATUREL, USA



ENTREPRISE

Nom : Chobani

CHOBANI

TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 2000

Chiffres d’Affaires 2015 en euros : 875 millions

Pays (siège social) :
ETATS UNIS

Site internet :
www.chobani.com

Contact:
Hamdi ULUKAYA, CEO

CONTEXTE

Chobani, est fondé en 2005 à Norwich (Etas Unis), par Hamdi Ulukaya , d’origine Turque, qui rachète une usine prête à fermer et se lance dans la fabrication de yaourt grec. 10 ans plus tard, Chobani est le numéro 1 du yaourt grec aux Etats Unis, avec 44% du marché. Le produit est basé sur des recettes naturelles sans OGM.

OBJECTIF(S)

- Fournir un yaourt grec de qualité à partir de denrées naturelles
- Trouver une place sur le marché des yaourts aux Etats Unis
- Modifier les habitudes alimentaires des américains

DESCRIPTION

Le yaourt chobani, (dérivé du nom « berger ») est lancé en 2007 après 18 mois de recherches (0% de matière grasse, 8% de protéines, aucun arôme artificiel) et séduit le marché américain, concurrençant les géants Danone et Yoplait.

Le produit est plus cher que le yaourt classique, mais très protéiné, il peut remplacer un repas. Hamdi achète une nouvelle usine dans l’Idaho et développe ses nouvelles recettes, toujours sans additifs et colorants. Il ouvre des restaurants et lieux de dégustation. Le capital de l’entreprise est ouvert à 20% au fonds TPG en 2015, et Hamdi décide en 2016 de distribuer 10% de son capital aux salariés.

RESULTATS ECONOMIQUES

Progression du chiffre d’affaires, conquête du marché américain, valorisation de l’entreprise

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Nouvelles habitudes alimentaires à base de produits diététiques

15) CULTURE MIEL, BILLES DE MIEL SOLUBLES DANS LES BOISSONS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : CULTURE MIEL

Logo :



TAILLE :

<100

Effectif (2015) :

37

Chiffres d'Affaires 2015 :

965 176 €

Pays (siège social) :

France

81 rue de la Baraudière

45700 Villemandeur

Site internet :

www.culturemiel.com

Contact:

Monique Berthier

Responsable Commercial France et

Export

monique.berthier@culturemiel.com

CONTEXTE

CULTURE MIEL est la nouvelle identité, depuis 2015, de Miels Villeneuve, créé en 1936 par un apiculteur dans le Loiret, et la Biscuiterie de France, fabricant de pain d'épice traditionnel depuis 1948. L'entreprise sélectionne et commercialise du miel du monde entier. En 2016, CULTURE MIEL offre un produit innovant : des Billes de Miel solubles dans les boissons chaudes.

OBJECTIF(S)

- Toucher une nouvelle cible de consommateurs
- Offrir une présentation inédite, élégante et moderne
- Garder la qualité du miel pour un usage plus aisé que le miel à tartiner

DESCRIPTION

- Une nouvelle façon d'apprécier le miel : non plus sur des tartines mais par l'apport d'une note miellée pour les boissons chaudes (thé, café, tisane...)
- Déclinaison de variétés (Miel d'Acacia, Miel de Forêt...) avec des nuances de couleurs (du clair au foncé)
- Praticité par un usage unique et non collant : une bille = une dose ; Soluble en 2 minutes dans une boisson chaude ; Propre et économique : plus de coulures, ni gaspillage

RESULTATS ECONOMIQUES

- nouveaux consommateurs potentiels de produits miellés

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- dosage de la quantité de miel pour sucrer, sans gaspillage ni excès
- pas de suremballages, donc pas d'impact négatif écologique.

16) EKYLIBRE, LOGICIEL DE GESTION EN ACCES LIBRE POUR LES AGRICULTEURS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : Ekylibre



TAILLE :
<100

Effectif (2015) : 12

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France, Pessac,

Site internet :
www.ekylibre.com

Contact:
David Joulin CEO

CONTEXTE

Les agriculteurs passent en moyenne 500 heures par an pour le travail administratif. Pour faciliter la vie des agriculteurs, EKYLIBRE est créée en octobre 2014 en Aquitaine, dans une pépinière régionale de start up dédiées à l'agriculture. EKYLIBRE met à disposition des exploitants un outil de gestion en libre accès.

OBJECTIF(S)

- Simplifier les tâches de gestion des agriculteurs : objectif zéro papier
- Créer une communauté collaborative pour améliorer les outils
- Dupliquer l'expérience à l'échelon international

DESCRIPTION

EKYLIBRE est un logiciel de gestion intégré (ERP) qui réunit en un seul logiciel toutes les tâches de gestion, adaptées à toute taille d'exploitation, culture ou élevage.

Après entrée des données, l'outil permet d'assurer le suivi des épandages, le fumure des parcelles, l'état vétérinaire des troupeaux, les stocks, les achats et les ventes ...mais aussi les factures, le calcul des coûts, les tableaux de bord...

L'outil est utilisable sur ordinateur, smart phone ou tablette, avec calculs sur site en temps réel.

RESULTATS ECONOMIQUES

Connaissance en temps réel et gain de temps pour les usagers, réduction des coûts
Accès libre et gratuit au logiciel, possibilité de vente de services complémentaires spécifiques
300 exploitants agricoles connectés en 2016

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Réduction du temps passé à la gestion de 500h à 10H/an
Création d'un réseau collaboratif

17) ELEPHANT VERT, BIOFERTILISANTS ET AGRICULTURE INCLUSIVE, MAROC



ENTREPRISE

Groupe Eléphant Vert



TAILLE : 100 à 500

Effectif (2015) : 277

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 120t bio-pesticides, 100 000t bio-fertilisants,

Pays (siège social) :
Maroc

Site internet :
www.elephantvert.com

CONTEXTE

Le groupe Eléphant Vert, né il y a 12 ans d'un projet mené au Maroc avec des agriculteurs, ouvriers, experts, chercheurs, techniciens, est soutenu par la Fondation Suisse Antenna Technologies, dont la mission est de structurer l'offre de bio-entrants et d'améliorer les revenus d'agriculteurs pauvres. Eléphant Vert, présent principalement au Maroc, se développe en Afrique (Mali) et Europe (une filiale en France en 2016 à Torcy).

OBJECTIF(S)

- Promouvoir une agriculture mondiale performante, saine et durable
- Développer l'offre de bio entrant, notamment en Afrique
- Accompagner les agriculteurs en synergie avec tous les acteurs de la filière

DESCRIPTION

Eléphant vert propose aux agriculteurs des solutions innovantes et biologiques adaptées à chaque culture (ex tomates, melons, palmiers, coton, bananes, cacao, vignes, ...) : fertilisation, stimulation, protection.

Outre la recherche développement, Eléphant vert dispose de deux usines à Meknès (Maroc) et Ségou (Mali). L'entreprise accompagne les agriculteurs sur le plan technologique, mais aussi financier : participation à la création à Dakar de la FINAO (Financière d'Afrique de L'Ouest), opérateur de micro-finance.

RESULTATS ECONOMIQUES

Production de bio-fertilisants (100 000t) et bio-pesticides (120t)
210 millions d'investissements d'ici 2017 ; développement prévu en Afrique : Mali (2016), Senegal, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Ghana, Cameroun, Kenya

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Respect de l'environnement
Soutien des agriculteurs (appui technique, financier, réseau)

18) ELIXIR, COLLECTE ET TRANSFORMATION DES INVENDUS ALIMENTAIRES, GIRONDE, FRANCE



ENTREPRISE



TAILLE : <100

Effectif (2015) : 1

Pays (siège social) :
France

Site internet : conserverie-solidaire.com

Contact:
Porteur de projet
serge.pezzino@free.fr

CONTEXTE

Elixir est un projet collaboratif, mis en ligne en 2016, pour organiser la collecte, la transformation et la distribution d'invendus alimentaires en Gironde.

OBJECTIF(S)

- Faire appel aux acteurs de la filière agriculteurs, distributeurs, transporteurs, associations
- Réduire le gaspillage alimentaire
- Créer des emplois d'insertion et participer à l'aide alimentaire

DESCRIPTION

Le projet collaboratif réunit des acteurs publics (département, région) et privés (associations) et le site internet fait appel aux contributeurs (dons/distribution fruits légumes, aide financière ou de compétences)

La filière s'organise dans la région Aquitaine en réseau :

- Collecte des invendus : agriculteurs, grossistes en fruits et légumes, distributeurs, marché
- Transports vers le site de production dans l'éco zone de Blanquefort (au centre de la Gironde)
- Transformation en produits alimentaires de qualité avec emplois d'insertion
- Distribution au réseau associatif (banques alimentaires, épiceries sociales ou solidaires), ou vente à restaurants, distributeurs

RESULTATS ECONOMIQUES

- projet unité de transformation sur 1000 m2 : collecte 750t/an fruits et légumes invendus
- transports : 3 porteurs 19T/jour de collecte, 8 porteurs froid sortie usine
- produits transformés : 600t sortie d'usine (30% compostage) : 120t aide alimentaire, 360t magasins, 120t restauration

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- aide alimentaire (120T/an) et emplois d'insertion (19 prévus)
- réduction du gaspillage (750t/an)

19) FERME USINE DES 1000 VACHES, PICARDIE, FRANCE



ENTREPRISE

Ferme des 1000 vaches

TAILLE :
<100

Effectif (2015) : 14

Chiffres d'Affaires 2015
9500 litres lait/jour

Pays (siège social) :
France

CONTEXTE

La ferme-usine des 1000 vaches, ouverte en Septembre 2014 en Picardie, utilise des méthodes de production innovantes venues des Etats Unis pour la traite des vaches, répondant aux difficultés de certains producteurs qui arrêtent leur activité pour des raisons économiques et de qualité de vie. Bien que suscitant la polémique car les vaches ne gambadent pas dans les prés, la méthode utilisée comporte de nombreux avantages.

OBJECTIF(S)

- améliorer les conditions de travail et la rentabilité pour les producteurs de lait
- respecter le bien être animal et pratiquer une traite douce
- fournir du lait de qualité et développer une activité locale agro alimentaire

DESCRIPTION

Les vaches Montbéliardes (têtes blanches) et Prim'Holstein arrivent à la queue leu leu et montent sur un tourniquet dans une des 54 languettes de traites, comportant chacune un robot ; un des 14 employés nettoie le pis, un autre place le robot de traite, puis en fin de traite les vaches descendent du tourniquet et rejoignent des places dans la ferme où elles peuvent se coucher et bouger sans se blesser (parois en plastique). Une traite dure 2h50 pour 450 vaches. http://www.francetvinfo.fr/replay-1t/france-3/12-13/video-au-coeur-de-la-ferme-des-mille-vaches_722933.html

RESULTATS ECONOMIQUES

450 vaches autorisées. Capacité prévue pour 1000 vaches.
Tourniquet de 54 places avec robots de traite ; 2 ou 3 traites /24h/vache ; 9500 l/jour

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Possibilité de méthanisation des déchets et souci de bien être animal, logettes de paille et chaume, mais controverses d'écologistes et confédération paysanne / méthode industrielle

20) FLAMEL AROMATIC : RECETTES DE SAUCES POLYVALENTES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : Flamel Aromatic

Logo :



TAILLE : 5

<100

Effectif (2015) : 5

Chiffres d'Affaires 2015

en euros : 850 k€

Pays (siège social) :

FRANCE

Site internet :

[Http://flamelaromatic.com](http://flamelaromatic.com)

Contact:

Le Douaron Guillaume

Ingénieur technico-
commercial

Email :

flamelaromatic@orange.fr

CONTEXTE

La société Flamel Aromatic, fondée en 1992, développe de nouveaux arômes et concepts tous les ans. Elle exporte ses produits et recettes sur tous les continents.

Son activité de conseil dans l'industrie agroalimentaire lui permet de bien connaître les besoins alimentaires des pays émergents, notamment en sauces.

OBJECTIF(S)

- Recette polyvalente : préparation d'une base personnalisable par ajout d'ingrédients.
- Sauces stables à la chaleur : Plus besoin de conserver au frais, aucun déphasage ne sera constaté.
- Simple et économique : 90 % des ingrédients de la recette se trouvent localement.

DESCRIPTION

Flamel Aromatic SA a développé une gamme de recettes de sauces personnalisables, durables et économiques ne nécessitant pas de stockage à basse température. Elles peuvent très bien convenir aux pays chauds où les équipements électroménagers ne sont pas présents dans chaque foyer.

A partir d'une base dont l'ingrédient principal est l'eau, il est possible de réaliser une gamme de sauces de type mayonnaise, ketchup, sauces à base de condiments, sauces piquantes et autres sauces aromatisées personnalisables au gré de l'imagination des fabricants et goûts locaux.

Le process de fabrication est simple : Un mixer-cutter muni de couteaux et une balance suffisent

RESULTATS ECONOMIQUES ECONOMIQUES

Le coût de production de ces sauces est bien inférieur à 1 €/kg pour l'industriel local.

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Utilisation de produits locaux. Process de fabrication simple qui demande peu de machines et d'énergie.

21) GESTEL, LOCATION DE VACHES, FRANCE ET GB



ENTREPRISE

GESTEL



TAILLE :
<100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :

Site internet :
www.gestel-sa.fr

CONTEXTE

Créée en 1972, la société Gestel assure la régie d'un troupeau de vaches laitières,. Celles ci sont la propriété de l'AGIC (Association Gestion Investissement Cheptel) qui réunit des investisseurs désireux d'avoir un placement durable dans l'élevage. La location de vaches laitières apporte des avantages à l'investisseur (revenus en jeunes génisses qui pourront de nouveau être mises en location) et à l'éleveur qui réduit son apport en capital.

OBJECTIF(S)

- Réduction de l'investissement et constitution progressive d'un troupeau pour les jeunes éleveurs
- Souplesse en cas de variation quotas laitiers, allègement de trésorerie, réduction frais succession
- Garantie de sélection qualité du cheptel

DESCRIPTION

Sur un troupeau de 100 vaches, avec une reproduction de 86 dont 40 femelles, l'éleveur conserve les mâles et 20 jeunes génisses, 10 jeunes génisses servent au renouvellement du troupeau, et 10 sont réparties entre le régisseur (Gestel) et les propriétaires (AGIC).

RESULTATS ECONOMIQUES

Rentabilité durable pour les investisseurs
Avantages financiers et allègement de gestion pour les éleveurs

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Suivi et renouvellement de troupeaux de qualité

22) GROUPE AVRIL, R'OSE, PILOTAGE NUTRITIONNEL DES VACHES LAITIÈRES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : groupe AVRIL

Avril

TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 7200

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 6,1 milliards

Pays (siège social) :
France, Paris

Site internet :
www.groupeavril.com

Contact:
Kristell GUIZOUARN,
kristell.guizouarn@groupeavril.com
0140694883

CONTEXTE

Face à la crise du lait (volatilité des prix, fin des quotas), la qualité de l'élevage et de son alimentation est un enjeu essentiel. Le groupe AVRIL, créé en France en 1983 par les acteurs des filières des huiles et protéines, est aussi le leader de l'alimentation animale. A travers ses filiales Sanders et MixScience, Avril propose aux éleveurs des solutions nutritives innovantes. Le concept R'OSE est lancé en 2016.

OBJECTIF(S)

- Bien nourrir les animaux pour bien nourrir les hommes
- Tester des innovations et apporter une expertise aux éleveurs
- Améliorer la qualité et la productivité dans le respect environnemental

DESCRIPTION

La solution R'Ose propose aux éleveurs un complément dans la composition de la ration alimentaire des vaches laitières, dans le cadre d'un suivi nutritionnel des troupeaux. Testé dans 26 fermes expérimentales en 2015, le dosage R'Ose des apports énergétiques permet d'améliorer la gestion des glucides, donc les qualités de rumination, de digestion et de production de matière utile par les animaux ; matière grasse et matière protéique. www.sanders.fr/fr/productions/vaches-laitieres/concept-r-ose

RESULTATS ECONOMIQUES

Augmentation de la quantité de lait : +3,5kg/vache laitière en moyenne
Amélioration des Taux Protéique : TP +0,9% et matières grasses : Taux Buyturé, TB +0,8%

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Meilleure productivité pour l'éleveur avec amélioration sanitaire des troupeaux

23) GROWUP BOX, UN TEST DE FERME AQUAPONIQUE, GB



ENTREPRISE

Nom : Grow up

Logo :



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 9

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : UK

Site internet:

www..growup.org.uk

Contact:

Kate Hoffman et Tom Webster

CONTEXTE

En 2013, à Londres, Kate Hofman et Tom Webster créent l'entreprise Grow Up Urban Farms et installent un conteneur, Grow Up Box, sur un toit désaffecté de Stratford pour y faire pousser des légumes et élever des poissons destinés aux restaurants et commerces environnants. Ils appliquent le principe de la culture aquaponique.

OBJECTIF(S)

- Produire des aliments naturels en ville sur un espace limité
- Economiser les ressources et réutiliser les déchets en système fermé
- Rapprocher les citoyens de la production alimentaire

DESCRIPTION

L'aquaponie associe l'hydroponie (culture hors sol) et l'aquaculture, par l'élevage de poissons en eau douce et la culture de plantes en système fermé. Les déjections des poissons se transforment en nutriments pour les plantes, qui à leur tour vont purifier l'eau des poissons. Le conteneur GrowUp Box est le centre de démonstration ouvert au public de la ferme aquaponique commerciale qui se construit en vertical au sous sol d'un entrepôt de Beckton, Unit 84.

RESULTATS ECONOMIQUES

Fourniture en salades, légumes, plantes aromatiques, poissons, aux restaurants, bars et commerces locaux

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Aliments naturels et écologiques

Economie d'eau de 90% par rapport à la culture classique, économie de transports

Animation d'une friche industrielle et support pédagogique pour des écoles et associations

24) GRYOBARS, DES BARRES AUX INSECTES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : gryö

Logo :

TAILLE :

<100 :

Effectif (2015) : 1

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 3000€

Pays (siège social) : France

Site internet : www.gryo-bars.com

Contact:

Berdugo, Julia, fondatrice, dirigeante, julia@gryo-bars.com

CONTEXTE

Partie du constat émis par l'ONU que notre mode de consommation nuisait à notre environnement & notre santé et ne permettrait de nourrir notre population grandissante, l'insecte comestible d'abord, les protéines végétales ensuite, ont eu raison des papilles de Julia Berdugo, créatrice de gryö. De là est né le désir de partager cette découverte au travers d'une expérience délicieusement extraordinaire.

OBJECTIF(S)

- Démocratiser l'insecte comestible dans le plaisir
- Valoriser des protéines végétales durables
- Offrir la possibilité d'un snacking à la fois sain & équilibré et délicieux & sympathique.

DESCRIPTION

Les gryö sont des barres de fruits secs associés à des protéines alternatives telles que le grillon ou le chanvre. Elles sont élaborées avec des ingrédients issus de l'agriculture biologique, riche en nutriments et surtout délicieuses. Conçues en partenariat avec une nutritionniste, elles sont sources de protéines et de fibres, et sont sans sucre raffiné (remplacé par du miel et du sirop d'agave), sans gluten et sans lactose. Et enfin, elles sont fabriquées en France dans notre atelier en Loir et Cher.

RESULTATS ECONOMIQUES

Après avoir réussi une première campagne de crowdfunding en levant 14 000€, associée à d'autres fonds, la société a pu investir dans la mise en place de son propre atelier en Loir et Cher, pour une commercialisation mi octobre 2016.

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Les gryö barres participent à la démocratisation d'une ressource protéinée écologique, et saine. De plus elles proposent une alternative aux snacking gras et sucrés.

25) HAIFA, ENGRAIS A LIBERATION CONTRÔLÉE, FRANCE



ENTREPRISE
Haifa France
(Haifa group)



TAILLE :
<500

Effectif (2015) : 30

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 35 millions

Pays (siège social) :
France

Site internet :
www.haifagroup.com/french

Contact:
Volker Marc
Délégué Commercial
marc.volker@haifa-group.com

CONTEXTE

HAIFA France est une des 12 filiales du groupe Israélien HAIFA, créé en 1966, contrôlé par l'American Holding Company (groupe Trump). Le groupe produit du nitrate de potassium, des éléments nutritifs pour les plantes et des phosphates, proposant aux agriculteurs des solutions innovantes de fertilisation raisonnée. Depuis 2014, l'usine d'HAIFA France à Lunel fabrique des engrais enrobés à libération contrôlée à destination du marché européen.

OBJECTIF(S)

- Assurer une nutrition efficace des cultures
- limiter les pertes dans l'environnement (lessivage et volatilisation)

DESCRIPTION

L'enrobage des granules d'engrais constitue une barrière semi perméable en polymère, La libération des engrais est programmée dès l'arrivée dans le sol selon la technologie Muticote :

- libération continue des nutriments dans la zone racinaire durant la période de croissance.
- nutrition optimisée, avec une application unique et facile. ; disponibilité des nutriments en accord avec les exigences de la plante ; doses d'utilisation réduites.
- Pas de dépendance vis-à-vis de l'irrigation

Cette technologie est adaptée pour les grandes cultures, la vigne et le maraîchage, l'horticulture, les pépinières et les espaces verts.

<https://www.youtube.com/watch?v=ADk1178drhY>

RESULTATS ECONOMIQUES

- investissement de 5 millions d'euros en 2014 à Lunel, capacité de production*4 ; 24000t/an
- gain de productivité pour les agriculteurs

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- économies en eau, moins de pollutions
- pertes par lessivage réduites en accord avec la directive Nitrate

26) HONEY BEE NETWORK, INNOVATIONS AGRICOLES, INDE



ENTREPRISE

Nom : HoneyBee Network

Logo :



TAILLE :

<100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : Inde

Site internet :

www.sristi.org/hbnew

Contact:

Guptman Anil

CONTEXTE

Suite à une mission de consultant au Bangladesh en 1985, le professeur d'économie Anil Guptman constate l'ingéniosité des paysans pauvres et leur difficulté à valoriser leurs découvertes. Dans les années 90, il crée en Inde le réseau Honey Bee Network, à l'image d'un essaim d'abeilles qui butinent, pour partager et faire fructifier les trésors de créativité et d'invention des paysans de son pays.

OBJECTIF(S)

- Recueillir les savoir-faire et innovations des paysans
- Permettre l'échange en réseau entre paysans, étudiants et chercheurs, entreprises
- Partager le fruit des innovations entre les inventeurs locaux et les entreprises qui les utilisent

DESCRIPTION

6000 km de marche 2 fois par an (Shohd Datra) avec des chercheurs et étudiants à la découverte des innovations dans les campagnes ; création dans les villages de points de contact pour continuer les échanges ; constitution d'une base de données consultable dans les campagnes et par des entreprises ou universitaires ; création de brevets et rémunération des inventeurs si leur innovation est commercialisée.

RESULTATS ECONOMIQUES

Plus de 120 000 innovations répertoriées ; exportation des innovations performantes.

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Pollinisation des savoir-faire qui se diffusent (remèdes naturels contre les parasites, méthode de cultures économes en eau) ; possibilité d'augmenter les revenus en cas d'usage commercial de l'invention ; implication des générations futures et collecte d'idées par des concours pour les enfants
Expérimentation qui se démultiplie à d'autres pays (ex Brésil)

27) INFINEO, ECONOMIE CIRCULAIRE DES EMBALLAGES, COCACOLA, FRANCE



ENTREPRISE

infineo...

Coca-Cola Entreprise

TAILLE :

> 500

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015

en euros : 37 Milliards
(groupe)

Pays (siège social) :
Etats Unis (groupe)

Site internet :

[www.infineo-
economiecirculaire.com](http://www.infineo-economiecirculaire.com)
<https://www.cokecce.fr>

CONTEXTE

En France, Coca Cola entreprise assure la fabrication, la commercialisation et la distribution des produits The Coca Cola Company. Les emballages représentant 52% des émissions carbone du cycle de vie des produits, ils sont un domaine prioritaire dans la stratégie RSE de l'entreprise. L'entreprise est engagée dans la logique de l'économie circulaire : produire, recycler et réutiliser en France en boucle fermée. Infineo est créé en Bourgogne en 2012, en partenariat avec l'usine de recyclage Plastipak. Packaging.

OBJECTIF(S)

- Améliorer la capacité de recyclage des emballages
- Sensibiliser la population à l'économie circulaire par une découverte concrète du recyclage
- Changer les comportements et réduire les impacts carbonés des emballages

DESCRIPTION

Le centre pédagogique Infineo est créé en 2013, juste à côté de l'usine de recyclage.

Une visite virtuelle est visible sur le site internet pour les publics éloignés.

<http://www.infineo-economiecirculaire.com/visite-de-l-usine/la-visite-virtuelle.html>

Infineo accueille chaque jour écoles, collectivités locales, réseaux d'entreprises et associations, pour des visites gratuites de l'usine avec un professionnel, et propose outils pédagogiques interactifs et ateliers : bons gestes de tri, connaissance de l'économie circulaire et des différentes filières de recyclage (métal, verre, papier, plastique, textile).

RESULTATS ECONOMIQUES

8,7 millions euros investis en 2012 dans l'usine et la création du centre pédagogique capacités de recyclage de l'usine +70%

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

5000 visiteurs entre 2013 et 2016: sensibilisation, changement de comportements modèle de coopération duplicable entre entreprise et enseignement réduction des émissions carbone des emballages

28) INNOCENT : JUS DE FRUITS ET LEGUMES FRAIS RSE, GB



ENTREPRISE

INNOCENT
(Groupe Coca Cola)



TAILLE :
100 à 500

Effectif (2015) : 275

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 242 millions (2012)

Pays (siège social) :
Royaume Uni, Londres

Site internet :
www.innocent.fr

Contact:
Nicolas MAROTTE

CONTEXTE

INNOCENT, marque créée par 3 jeunes Londoniens en 1998, arrivée en France en 2005, est leader des smoothies et jus de légumes et fruits frais en France et en Europe. Devenue filiale de Coca Cola en 2013, l'entreprise poursuit ses engagements fondateurs.

OBJECTIF(S)

- Produire des jus de fruits et légumes frais sans additifs
- S'approvisionner en partenariat responsable avec les producteurs
- Reverser 10% des bénéfices à des ONG

DESCRIPTION

- Les smoothies et jus de fruit frais sont une alternative goût et santé pour le consommateur.
- Le partenariat producteur se manifeste par exemple en Espagne avec une recherche menée avec l'université de Cordoba pour les économies d'eau ; en Thaïlande avec le lancement d'un jus de coco frais en 2016.
- Les 10% aux ONG sélectionnées sont communiqués aux consommateurs, ainsi que des actions spécifiques, telle l'opération « petits bonnets » tricotés par des bénévoles qui coiffent les bouteilles et permettant de reverser 20c/bouteille.

RESULTATS ECONOMIQUES

- Marque leader, doublement du CA entre 2008 et 2012
- succès du lancement des jus de fruit après les smoothies, conquête du marché

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Boisson saine, 100% légumes ou fruits, appréciée des 20/30 ans,
- Soutien de producteurs et ONG, « mets ton bonnet » 90000 euros donnés en 2015

29) IRIBARREN, DOLLIT, DU SABLE QUI REMPLACE LE PAILLAGE POUR L'ÉLEVAGE, FRANCE



ENTREPRISE IRIBARREN

IRIBARREN
Amendements

TAILLE :
100 à 500

Effectif (2015) : 180

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France, Usson du Poitou

Site internet :
www.dolomiedupoitou.com

Contact:
Pascal PICAULT
Pascal.picaud.irribaren.fr
06 08 26 04 46

CONTEXTE

IRIBARREN est une entreprise familiale créée en 1976 à Usson du Poitou, spécialisée dans l'exploitation de carrières, présente sur 12 sites de Vienne, Haute Vienne et Charente, fournissant des matériaux divers (diorite, granit, sable, béton, pierre, marne et dolomie). Pour le bâtiment, l'agriculture et l'élevage Depuis 2010, la société propose la DOLLIT (Dolomie du Poitou, sable sédimentaire très fin) en alternative au paillage pour les éleveurs.

OBJECTIF(S)

- Substitut efficace à la paille et aux copeaux
- Santé et bien-être de l'animal
- Moindre coût pour l'éleveur

DESCRIPTION

La DOLLIT a un triple effet.

- remplacer les pailles et les copeaux pour les bovins, caprins, ovins
- pouvoir d'absorption de l'ammoniac et action asséchante (minéral et PH élevé) : amélioration du bien-être animal et ambiance du bâtiment
- valorisation fertilisante du lisier (N, P, K) par une augmentation du PH

https://www.youtube.com/watch?v=cyxwBR7_rE0;

<https://www.youtube.com/watch?v=xmgTrq8QSZM>

RESULTATS ECONOMIQUES

Pour l'agriculteur : gain de temps de travail, gain économique, gain agronomique

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Concept utilisable en agriculture biologique

Amélioration du bilan carbone

30) KISS KISS BANK BANK, LEADER EUROPEEN DU FINANCEMENT COLLABORATIF, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : KissKissBankBank



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 25

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 2millions

Pays (siège social) :
France, Paris

Site internet :
www.kisskissbankbank.com

Contact:

CONTEXTE

Le crowdfunding, ou financement participatif, est un levier qui permet au grand public de soutenir financièrement un projet qui le séduit. Créée en 2010 en France, la start up KISS KISS BANK met en relation les créatifs qui ont un projet à réaliser et les contributeurs volontaires intéressés pour apporter des fonds. Entre 2010 et 2016, kisskissbankbank devient leader européen avec plus de 22 000 projets financés, 55 millions d'euros collectés auprès de 980 000 « kisskissbankers.».

OBJECTIF(S)

- Favoriser l'entrepreneuriat et la créativité
- permettre au public de soutenir des projets et initiatives
- créer une plateforme fiable accessible aux porteurs de projets et à leurs financeurs

DESCRIPTION

Le projet est présenté avec le montant attendu et les contreparties proposées aux contributeurs. Les contributeurs apportent leur contribution sur la plateforme sécurisée au projet de leur choix. . En cas de non réalisation de l'objectif, les sommes avancées sont remboursées et le porteur ne reçoit rien, En cas de réussite, le porteur reçoit les sommes collectées nettes de frais de 8% TTC (3% de frais de collecte et 5% pour KisskissBank Bank).

RESULTATS ECONOMIQUES

Taux de réussite de plus de 50% des projets présentés, ex le film « Demain »
Secteur « Food » : plus de 3 millions d'euros collectés pour 500 projets réussis entre 2010 et 2015

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Soutien d'initiatives et création d'un réseau

31) LA MARQUE DU CONSOMMATEUR : PRIX FIXE PAR LE CONSOMMATEUR, FRANCE



ENTREPRISE

La marque du consommateur



TAILLE : <100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : France

Site internet : www.lamarqueduconsommateur.com

Contact: Nicolas CHABANNE

CONTEXTE

Nicolas Chabanne initiateur du mouvement « les gueules cassées » pour faire accepter par le consommateur les « fruits et légumes moches », lance durant l'été 2016 une enquête auprès des consommateurs pour qu'ils définissent eux mêmes le cahier des charges avec les producteurs de lait et le prix juste qu'ils sont prêts à payer. En octobre 2016, les premiers litres de lait de 'la marque consommateur » sont mis en vente, en partenariat avec la Laiterie Saint Denis de l'Hôtel (LSDH) pour la collecte et Carrefour pour la distribution.

OBJECTIF(S)

- Donner un pouvoir au consommateur sur le produit qu'il consomme
- Permettre une rémunération juste pour le producteur
- Répondre aux attentes de traçabilité qualité par une démarche fiable

DESCRIPTION

- Réponse de 6000 consommateurs au questionnaire en ligne lancé en août sur 7 questions : origine du lait, nourriture des vaches, OGM ou non, provenance des fourrages, temps de pâturage, emballage brique ou bouchon, rémunération du producteur
- Le lait du consommateur répond au cahier de charges du consommateur : pas d'OGM, pâturage 3 à 6 mois, origine France du lait et du fourrage

RESULTATS ECONOMIQUES

- le consommateur accepte de payer 7 cm de plus par litre pour mieux rémunérer le producteur qui reçoit 39 c par litre
- 7 à 10 millions de litres collectés par LSDH, mis en vente dans 1200 magasins Carrefour

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- soutien par un prix juste de 51 petits producteurs laitiers de la région de Mâcon
- possibilité d'étendre la démarche à d'autres produits : jus de fruit, pizza, charcuterie

32) LABIOCRAC VALORISE LES CO-PRODUITS AGROALIMENTAIRES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : Labiocrac

Logo :



TAILLE :
<100

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 65000 Euros.

Pays (siège social) :
France

Contact:
Rolin-Maarouf François,
président, labiocrac@orange.fr

CONTEXTE

Le monde agricole cherche des débouchés plus rémunérateurs pour ses coproduits et des solutions pour diminuer les coûts de traitement de ses déchets solides et liquides. Les principales valorisations des coproduits sont, traditionnellement, la nutrition animale, et depuis quelques années, la fabrication d'énergie ou de molécules bio-sourcées par fermentation. Pour les déchets, c'est, le plus souvent, la destruction.

De façon générale, les déchets et coproduits, quelles que soient leurs origines, contiennent des molécules valorisables économiquement et possédant, dans certains cas, des propriétés fonctionnelles intéressantes.

OBJECTIF(S)

- Valorisation des déchets et coproduits issus de fruits, légumes et graines à 100%.
- Formulation de nouveaux produits avec des propriétés nutritionnelles et fonctionnelles intéressantes.
- Traitement des eaux de process et résiduares de l'agro-alimentaire avec un potentiel de valorisation dans le monde agricole.

DESCRIPTION

Labiocrac développe et commercialise une solution de valorisation des déchets et coproduits, pour l'industrie agricole et agroalimentaire, n'utilisant comme solvant que de l'eau. Cette solution, basée sur le principe du fractionnement, permet la séparation et la récupération, dans les déchets ou coproduits, de molécules pouvant avoir des propriétés fonctionnelles intéressantes (protéines, pectines, polyphénols, fibres, etc.), réutilisables dans le process agro-alimentaire, pour améliorer la stabilité des produits de cette industrie, augmenter le potentiel nutritionnel et créer de nouvelles formulations (ex : barres de fruits ou céréales sans sucre).

RESULTATS ECONOMIQUES

Valorisation économique des déchets supérieure aux solutions actuelles.

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Abaissement de la charge polluante générée par les déchets.

33) LALLEMAND, DES BOURDONS APPORTENT LE SOIN AUX PLANTES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : LALLEMAND



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 2900

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
Canada, Montréal

Site internet :
www.lallemmand.com

Contact:
Caroline de RAUGLAUDRE
plantcare@lallemmand.com

CONTEXTE

LALLEMAND, groupe Canadien créé à Montréal à la fin du 19^e siècle, implanté en Europe à partir des années 1980, leader mondial dans la production de levure, bactéries et produits dérivés développe une activité de soins aux plantes d'origine biologique dans les années 2000, avec LALLEMAND PLANT CARE. Une innovation de transport de produits élaborés contre les moisissures par les bourdons est lancée en 2016 en France.

OBJECTIF(S)

- Utiliser la colonisation et compétition naturelle des champignons pour lutter contre les pathogènes
- Se servir des bourdons naturellement pollinisateurs pour diffuser le bon produit
- Doser les apports en soin de plantes apportés par les bourdons et respecter la biodiversité

DESCRIPTION

PRESTOP est un produit élaboré par Plant Care à partir d'un champignon bénéfique, actif contre les champignons pathogènes, le Glioladium souche J1446.

L'idée est de déposer du Prestop 4B (dosé pour être inoffensif pour les bourdons) à la sortie du couvain dans des ruches « flying doctors » (brevet Biobest 2013) pour que les bourdons s'en imprègnent les pattes et aillent déposer le produit directement sur les fleurs lors de leur travail de pollinisation.

RESULTATS ECONOMIQUES

- d'abord introduite en Belgique, la technologie est autorisée en France en 2016, commercialisée en France, Pays Bas et Scandinavie en fin d'année

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- associer pollinisation et protection naturelle des plantes contre les moisissures grises (ex fraises, tomates, salades)
- respecter la biodiversité

34) LENDOSPHERE, PLATEFORME DE PRÊTS, FRANCE



ENTREPRISE

LENDOSPHERE



TAILLE :

<100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 9,7 millions prêtés

Pays (siège social) :
France, Paris

Site internet :
www.lendosphere.com

Contact:
Laure VERHAEGHE CEO

CONTEXTE

Créée en décembre 2014, la SAS LENDOSPHERE lance la première plateforme de prêts pour les projets de transition écologique, obtenant le statut IFP (Institut de Financement Participatif) avec inscription auprès de l'ORIAS, et la possibilité d'émettre des Bons de Caisse avec Lendosphere BC. Fort de son démarrage réussi en 2015, LENDOSPHERE signe en 2016 un partenariat avec les Jeunes Agriculteurs.

OBJECTIF(S)

- Ouvrir à l'épargne publique l'accompagnement de la transition écologique
- Sélectionner des projets fiables, proposer des placements rentables à risque limité
- Soutenir des initiatives écologiques qui peinent à trouver un financement classique.

DESCRIPTION

- les projets sont présentés sur le site après sélection (fiabilité, structure)
- l'offre premium est ouverte aux personnes physiques qui s'inscrivent sur le site et ouvrent un compte sur lequel elles recevront remboursement et intérêts en fin de collecte
- l'offre optimum concerne aussi les personnes morales et le prêt est effectué en Bons de Caisse émis par Lendosphere BC.

RESULTATS ECONOMIQUES

- rémunération moyenne 5% pour l'épargnant, coût de 4% pour le porteur de projet
- fin 2016 : près de 10 millions euros prêtés, 0 impayés
- 4000 prêteurs inscrits, prêt moyen 1000 euros sur Lendosphere

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- accompagnement de 39 projets réussis depuis la création
- contribution à la transition écologique (éoliennes, centrales solaires)

35) LIDL, LE VRAI PRIX DES BONNES CHOSES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : LIDL



TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 150 000
(France 20 000)

Chiffres d'Affaires 2015 en
euros : 85 milliards

Pays (siège social) :
Allemagne

Site internet : www.lidl.fr

CONTEXTE

Créée en 1930 en Allemagne, présent en France depuis 1988, Lidl est devenu leader européen de la distribution « hard discount ». A partir de 2012, suite à un essoufflement du modèle de bas prix, LIDL France (1500 magasins) renonce au hard discount, et présente en 2015 sa nouvelle signature : « le vrai prix des bonnes choses ».

OBJECTIF(S)

- Répondre aux attentes des consommateurs en prix qualité traçabilité
- Offrir des produits frais, sélectionnés, provenant de fournisseurs français, à prix juste
- Mieux communiquer pour toucher un public plus large

DESCRIPTION

En 2013, la centrale d'achat LIDL France est déplacée à Rungis pour privilégier l'approvisionnement en produits frais et français. L'engagement de la chaîne : plus de 50% de produits français en magasins. Une campagne Tv est lancée en 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=BZAFld9XjA4>

Face à la crise du lait, de mars à septembre 2016, LIDL propose au consommateur de payer 3 centimes d'euros de plus par litre pour soutenir l'élevage.

RESULTATS ECONOMIQUES

Part de marché de 5% en 2015, 8% prévus en 2020

LIDL élue 1^{er} chaîne de magasins auprès des consommateurs français en 2014 et 2015

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Sensibilisation du consommateur au juste prix et à la qualité, soutien à la production locale,

36) LUKE, SCENOPROT POUR DEVELOPPER DES PROTEINES DURABLES, FINLANDE



ENTREPRISE

LUKE (Institut National des Ressources Naturelles de Finlande)



TAILLE :
>500

Effectif (2015) : 1700

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 8 millions scenoprot

Pays (siège social) :
Finlande, Helzinki

Site internet :
www.luke.fi/en

Contact:
Anne PHILANTO

CONTEXTE

LUKE, Institut des Ressources Naturelles de Finlande, est né en 2014 de la fusion de différents organismes, réunissant experts et chercheurs en aliments et ressources pour la construction d'une bio économie durable. LUKE lance SCENOPROT en 2016, un projet pilote sur les protéines en Finlande d'ici 2030. .

OBJECTIF(S)

- Assurer la sécurité alimentaire du pays en passant de 20% à 80% d'autosuffisance en protéines
- Développer des alternatives durables et saines aux protéines animales
- Transformer les habitudes alimentaires et inspirer le reste de l'Europe

DESCRIPTION

- développer dans les linéaires de magasins d'alimentation et dans les régimes quotidiens des protéines locales comme les insectes, les champignons ou d'autres végétaux...
- faire en sorte qu'en 2030 les consommateurs aient accès à des rations suffisantes de protéines aussi variées que délicieuses, nutritives et produites durablement
http://www.mescoursespourlaplanete.com/Actualites/La_Finlande_vise_une_augmentation_de_40_de_sa_production_locale_de_protaines_d_aucici_aa_2030_2303.html

RESULTATS ECONOMIQUES

- 8 millions d'euros investis dans le projet
- attente d'une réduction des importations de soja utilisées pour la nutrition animale
-

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- rations alimentaires durables et saines pour la population, réduction de protéines carnées
- réduction des impacts de la production de protéines sur le climat

37) MC DONALD'S FAVORISE L'INSTALLATION DES JEUNES AGRICULTEURS, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : McDonalds France



TAILLE : > 500

Effectif (2015) : 70 000
(France)

Chiffres d'Affaires 2015 en
euros : 2 millions repas
(France)

Pays (siège social) :

Site internet :
www.mcdonalds.fr/programe-jeunes-agriculteurs.fr

CONTEXTE

Implanté en France en 1979, McDonalds France (filiale de McDonalds créé en 1937 aux US) emploie 70000 collaborateurs et s'approvisionne pour 70% de ses produits auprès de la filière agro-alimentaire française. Initié en 2014, le programme Jeunes Agriculteurs recrute en 2016 sa 3^e promotion de jeunes agriculteurs.

OBJECTIF(S)

- Aider les agriculteurs dans leurs premières années d'installation ; formation, réseau d'échanges
- Accompagner la mutation des méthodes de production
- Assurer et pérenniser un approvisionnement qualité durable

DESCRIPTION

Chaque année, sélection de 20 jeunes agriculteurs par un jury de professionnels
5 sessions courtes de formation /échange pendant 1 an :

- rencontres avec des acteurs de la filière
- formation qualité, environnement, construction prix, attentes consommateurs
- visites de terrain (sites agro industriels, fermes de référence, laboratoires qualité)

A l'issue du programme, proposition de contrat avec un fournisseur McDonalds, accompagnement personnalisé d'un projet qualité ou environnement.

RESULTATS ECONOMIQUES

- 60 jeunes agriculteurs formés par le programme entre 2014 et 2016-

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- renforcement des liens entre agriculteurs de la filière

38) METRO, CASH&CARRY, FERME AQUAPONIQUE EN MAGASIN, ALLEMAGNE



ENTREPRISE

Metro Cash&Carry



TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 280 000

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 67 milliards

Pays (siège social) :
Düsseldorf, Allemagne

Site internet :
<https://www.metrogroup.de/en/metro-cash-and-carry>

CONTEXTE

Le groupe allemand METRO CASH&CARRY, créé en 1964, est un des leaders de la distribution en Europe, spécialisé dans le commerce de gros pour les professionnels. En 2015, l'entreprise installe dans son magasin de Berlin (Friedrichshain) une mini-ferme aquaponique, en partenariat avec la start up INFARM.

OBJECTIF(S)

- Produire des fruits et légumes au plus près du consommateur
- Répondre à une attente de fraîcheur, qualité et proximité
- Utiliser une technique de production économe en ressources

DESCRIPTION

Une serre verticale de 5m2 est installée dans le rayon fruits et légumes du magasin.

Les clients peuvent se servir directement dans la serre en herbes aromatiques.

La culture aquaponique (hors sol) permet de donner à chaque plante une quantité optimale en eau et nutriments, sans utiliser de pesticides.

RESULTATS ECONOMIQUES

Enthousiasme des clients restaurateurs ; qualité fraîcheur, saveur
Modèle duplicable

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Economie en eau (90% / culture traditionnelle) et en transports, pas de pesticides

39) MIIMOSA, FINANCEMENT PARTICIPATIF POUR L'AGRICULTURE ET L'ALIMENTATION, FRANCE



ENTREPRISE

Nom :

Logo :



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 12

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France

Site internet :
www.miimosa.com

CONTEXTE

Le financement participatif (« crowdfunding ») permet au grand public de financer un projet qui le séduit. Miimosa est le premier site de financement participatif exclusivement dédié à l'agriculture et à l'alimentation, créé fin 2014 par Florian Breton, petit-fils de viticulteur.

OBJECTIF(S)

- Répondre par une alternative aux difficultés de financement du secteur agricole
- Créer un site facile d'accès et spécifique pour le monde agricole
- Permettre à des contributeurs volontaires de soutenir les producteurs locaux

DESCRIPTION

Chaque porteur de projet définit le montant dont il a besoin et la durée de collecte (90 jours maximum), et peut proposer des contreparties aux financeurs (ex : visite de ferme, produit offert, dégustation,...)

La commission prélevée est de 8% (y compris frais de transaction) si l'objectif de collecte réussit à 100%

10% pour 75% à 99% de l'objectif, 12% pour 60% à 74%. Le coût est nul et les contributions remboursées si la collecte n'atteint pas 60%.

RESULTATS ECONOMIQUES

Succès dès la première année, 200 projets agricoles financés avec 1 million d'euros collectés en 2015

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Production et relations de proximité dans le secteur agricole

40) NUTRINSIC, SOLUTIONS NUTRITIVES A PARTIR DE DECHETS AGROALIMENTAIRES, USA



ENTREPRISE

Nom :Nutrinsic

Logo :



TAILLE : <500

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
Etats Unis

Site internet :
www.nutrinsic.com

Contact:
Leo GINGRAS

CONTEXTE

Face aux besoins croissants de protéines pour l'alimentation animale, l'entreprise américaine de Denver, Nutrinsic, invente des solutions nutritives durables en réutilisant les déchets de l'industrie agroalimentaire et des biocarburants. Une nouvelle protéine est créée Pro Flocc

OBJECTIF(S)

- Réduire les impacts de la production agro-alimentaire mondiale
- Economiser les ressources et créer de la valeur à partir des déchets agro-alimentaires
- Assainir les eaux et effluents industriels sans procédés chimiques

DESCRIPTION

Nutrinsic a mis en place un procédé unique et breveté pour

- récupérer les nutriments présents dans les déchets agro-alimentaires (eaux usées et boues)
- cultiver des bactéries capables d'absorber les micronutriments et de fabriquer des protéines (apport d'azote, oxygène)
- fabriquer, tester et commercialiser une nouvelle protéine digeste pour l'animal : Profloc

La première usine est créée en mai 2015 pour les effluents de la brasserie MillerCoors à Trenton (Ohio). Une unité de production est aussi lancée en Chine en Joint-ventures, sans possibilité d'exportation.

RESULTATS ECONOMIQUES

5000t de protéines /an dans la première usine de Trenton

Valorisation des effluents (upcycling) agroalimentaires et baisse des coûts de traitement

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Source nouvelle de protéines pour les poissons et l'élevage

Economie de ressources pour la production animale

41) OBIONE, AIDE EN LIGNE AU SUIVI VETERINAIRE DES TROUPEAUX, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : OBIONE



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 14

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 4 millions

Pays (siège social) : France, Mâcon

Site internet : www.obione.fr

Contact:
Lionel REISDORFER
lr@obione.fr
03 73 72 04 50

CONTEXTE

OBIONE, créée en 2008 dans le Beaujolais, installée à Mâcon en 2015, est une entreprise spécialisée dans la nutrition, le conseil et la formation pour les éleveurs. Forte d'une équipe de vétérinaires et ingénieurs, présente sur le terrain et en recherche, Obione développe et vulgarise des innovations scientifiques et des outils zootechniques et apporte des solutions informatiques de suivi vétérinaire aux éleveurs.

OBJECTIF(S)

- Accompagner les éleveurs pour le suivi vétérinaire de leurs troupeaux
- Apporter une expertise et un outil fiable, rapide et efficace
- Améliorer les conditions de vie des éleveurs et la qualité de la production

DESCRIPTION

- COW NOTES : en quelques clics, l'éleveur entre les informations observées sur son troupeau, aidé par des photos test : état corporel (dos, pieds), de propreté (mamelles), angulation, locomotion, rumen; des solutions sont proposées en cas de problèmes décelés; les données, mises à jour 1 ou 2 fois /mois, permettent un suivi des résultats
- BILAN LAIT : saisie des maladies dans le troupeau, mesure des risques de pertes engendrées (frais) et pistes de solutions
- REHYD NOTES : suivi des besoins du veau

RESULTATS ECONOMIQUES

- WNOTES : quelques minutes par mois, outil de suivi efficace, réduction des risques santé du troupeau et sécurité des revenus de l'éleveur
- Bilan Lait et Rehyd Notes sur le marché en juillet 2016

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Santé des troupeaux
- Qualité de vie des éleveurs

42) OMNISOLIS, METHANISATION SECHE DE DECHETS AGRICOLES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : OMNISOLIS



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 10

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France, Sainte Savine

Site internet :

www.omnisolis.com

Contact:

Alexis de Beaufreire
alexisdebeaufreire@omnisolis.com;
[03 25 49 90 10](tel:0325499010)

CONTEXTE

OMNISOLIS, société de conseil et maîtrise d'œuvre en énergie renouvelable, créée en 2008, d'abord spécialisée dans le solaire, accompagne à partir de 2011 un projet de méthanisation sèche discontinue pour l'exploitation agricole de la famille COURAGEOT, en Haute Marne. Avec l'appui de la coopérative VIVESCIA, entrée dans le capital de la start up en 2015, l'unité de méthanisation démarre sa production de biogaz début 2016.

OBJECTIF(S)

- Valoriser des déchets agricoles contenant plus de 25 % de matières sèches (fumier, paille)
- collecter autour de la ferme des déchets agricoles complémentaires
- assurer une production efficace de biogaz et digestat (amendement)

DESCRIPTION

Le processus de méthanisation par voie sèche discontinue a été mis au point pour l'exploitation:

- collecte de la ferme, complétée par 7 éleveurs et de 3 agriculteurs (issues de silos)
- stockage dans 5 garages indépendants ouverts à tour de rôle tous les 12 jours ; pour chaque ouverture de garage, mélange des intrants par releveur d'andain, 169t/substrat à entrer et 137t/digestat à décharger ; puis gestion automatisée, recirculation du percolât, 1 cuve à percolât servant de digesteur supplémentaire

RESULTATS ECONOMIQUES

- Investissement 1,95 millions euros subventionné à 22%
- Substrat traité : 5900t/an ; revenus du biogaz 1384kkw/an, 300 000 euro de CA estimé
- Digestat sec 4880t/an pour l'épandage

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Valorisation de déchets secs (paille, fumier) sans apport d'eau
- production locale d'énergie renouvelable, économie de transports

43) ORANGINA SCHWEPPEES AMENAGE UN SIEGE SOCIAL PETILLANT, FRANCE



ENTREPRISE

Orangina Schweppes



TAILLE :

> 500

Effectif (2015) : 550

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 782 millions

Pays (siège social) : France

Site internet :

<http://www.oranginaschweppes.fr>

CONTEXTE

Orangina Schweppes, né par fusion Orangina et Schweppes en 2006, devenu filiale du groupe japonais Suntory en 2009, occupe en France la 2^e place après Coca Cola sur le marché des boissons non alcoolisées. L'entreprise inaugure en 2015 le nouvel aménagement de son siège social sur l'île de la jatte, à Neuilly-sur-Seine. Le cabinet CD&B, expert en transformation des espaces de travail, est chargé du projet.

OBJECTIF(S)

- Réunir les collaborateurs et décloisonner les espaces
- Audace et impertinence dans la conception
- être une vitrine pour la marque ; assurer la fonctionnalité et le bien être des collaborateurs

DESCRIPTION

Les collaborateurs sont associés à la conception par des entretiens préalables sur leurs besoins. Les bureaux sont décloisonnés, peints aux couleurs acidulées des produits de la marque. 35 espaces collaboratifs ou salles de réunion sont créés, avec des ambiances variées. Une salle de 340m2 permet des réunions informelles ou la détente.

<http://www.blog-emploi.com/bureaux-orangina-paris/>

RESULTATS ECONOMIQUES

5700 m2 aménagés : visibilité de la marque

335 collaborateurs sur le site : efficacité et motivation

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Bien-être au travail

44) PLANTAGON, SERRE VERTICALE DE 60M2 EN VILLE, SUEDE



ENTREPRISE

Nom : Plantagon

Logo :



PLANTAGON

TAILLE :
<100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
Suède

Site internet :
www.plantagon.com

Contact:
HASSLE Hans, CEO

CONTEXTE

En 2050, plus de 80% de la population mondiale résidera en ville. Plantagon International, fondé en 2008 en Suède, promeut l'agriculture urbaine comme solution du futur pour alimenter la population des villes. Alors que de nombreuses fermes urbaines existent déjà au Japon, en Chine, en sous-sol ou dans des containers, la première serre géante verticale transparente est implantée en 2015 dans la ville de Linköping.

OBJECTIF(S)

- Produire plus sur un espace restreint en économisant les ressources
- Développer à l'intérieur des villes une culture innovante hors terre de légumes et plantes de qualité
- Promouvoir un modèle d'économie circulaire durable

DESCRIPTION

La serre de 60 m de haut et 4335m² est construite sur le versant sud d'un immeuble qui abrite aussi bureaux et hôtels, assurant ainsi une meilleure rentabilité de l'investissement.

La germination se fait en sous-sol. Les plantes sont cultivées en pots déposés sur des plateaux sous lesquels circulent les nutriments et l'eau en cercle fermé. Les plateaux sont élevés, le long d'une gigantesque hélice, vers le haut de la tour transparente, captant ainsi la lumière, complétée par des leds. Après la récolte en fin de cycle au retour des plateaux au sous sol, les plateaux et pots sont nettoyés, les déchets recyclés et de nouvelles plantes sont déposées pour un nouveau circuit.

RESULTATS ECONOMIQUES

1500 t de fruits et légumes par an pour la population locale

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Intégration dans le quartier (biogaz avec les déchets, récupération de chaleur), vente locale, pédagogie

45) PNAT : JELLYFISH BARGE, UNE SERRE AGRICOLE SUR BARGE FLOTTANTE, ITALIE



ENTREPRISE

Pnat
inspired by plants

TAILLE :
<100

Effectif (2015) : 6

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : Italie

Site internet :
www.pnat.net

CONTEXTE

2 architectes italiens, associés à des botanistes du think thank PNAT (inspirés par le bio mimétisme), ont imaginé Jellyfish Barge, une serre flottante autonome pour une culture intensive, capable de désaliniser l'eau de mer avec des énergies solaires ou éoliennes, construite entièrement avec des matériaux de recyclage. Un prototype est installé à Pise (Italie).

OBJECTIF(S)

- Développer une culture hors sol économe en eau et énergie
- Répondre aux besoins alimentaires de régions côtières pauvres en sol/eau douce
- Utiliser un système autonome avec filtrage de l'eau salée ou marécageuse
-

DESCRIPTION

Le module est

- composé d'une base en bois flottant sur des fûts en plastique recyclé
- entouré de 7 unités de désalinisation /purification d'eau de mer
- alimenté en énergie solaire/éolienne
- culture hydroponique hors sol dans la serre

www.pnat.net/jellyfish-barge

RESULTATS ECONOMIQUES

1^{er} prototype en démonstration à Pise (Italie) présentation à l'exposition universelle 2015 production de 150l d'eau/jour d'eau claire à partir d'eau salée saumâtre ou marécageuse

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Economie en ressources (eau, terre, énergie) pour des régions pauvres
70% d'économie en eau par la culture hydroponique

46) PÔLE CONCEPTION, GUIDE D'ECO CONCEPTION AGRO ALIMENTAIRE, FRANCE



ENTREPRISE

Pôle Eco conception



TAILLE : <100

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) :
France

Site internet : www.eco-conception.fr

Contact:
(Loïs Moreira
Lois.moreira@eco-
conception.fr

CONTEXTE

L'association PÔLE CONCEPTION est créée en 2009 à Saint Etienne, afin d'élargir au niveau national les compétences et le territoire d'action du programme lancé en 2002 par la CCI : promouvoir l'éco conception auprès des entreprises. Présidée par Christian Brodhag, forte d'un centre de ressources multisectorielles, l'association lance en 2012 un guide d'éco conception spécifique pour la filière agro alimentaire, renouvelé en 2014, 2016. .

OBJECTIF(S)

- Donner des outils aux acteurs de la filière pour une démarche globale d'éco conception
- Répondre aux attentes des consommateurs sur le sens des produits qu'ils consomment
- Mieux communiquer et rendre visible la démarche

DESCRIPTION

Un engagement d'auto conception global regroupe des actions, souvent dispersées dans l'agro alimentaire, autour de tout le cycle de vie d'un produit : formulation de la recette, ferme agricole, transformation, emballage et logistique, préparation et dégustation, Fin de vie et anti gaspillage. Ceci alors que les démarches sont souvent focalisées sur un seul aspect : la recette (ex du bio), les emballages (le plus visible) ou la transformation des produits (diminution des couts) .

RESULTATS ECONOMIQUES

Le guide de 2014 fournit l'Inventaire du Cycle de Vie des principaux produits agricoles français
En 2016, le guide fournit une matrice sur la stratégie d'éco conception par produit

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Réduire les impacts environnementaux
Accompagner les acteurs de la filière par produits

47) POULT, UN BISCUIT CONNECTE, FRANCE



ENTREPRISE

Groupe Poul



TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 800

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 175 Millions

Pays (siège social) :

Site internet :
www.groupepoul.com

CONTEXTE

Le groupe POULT, fondé en 1883, est le n°2 de la fabrication de biscuits sucrés en France, avec 5 sites de production. Lancé dans un management d'entreprise libérée depuis 2007, le groupe investit en 2013 dans l'incubation de start up, et lance à Toulouse, en décembre 2015 son premier biscuit « connecté, en partenariat avec la clinique Pasteur et la start up Ubleam.

OBJECTIF(S)

- Améliorer le quotidien et la prise en charge des patients
- Elaborer une recette saine et goûteuse
- Créer un tag sur l'emballage qui délivre des informations thérapeutiques

DESCRIPTION

- Le biscuit est enrichi en omega3, en lien avec l'association Bleu Blanc Cœur : blé de la coopérative locale Aterris qui pratique une agriculture responsable, pas d'huile de palme, allègement en sucre et graisse, ajout de farine de lin
- Le logo numérique sur l'emballage permet voir en 3D et entendre une information thérapeutique sur son téléphone

RESULTATS ECONOMIQUES

- 50 000 sachets connectés /an distribués à la clinique Pasteur de Toulouse
- projet d'élargir à d'autres établissements de soins, et d'augmenter la part du biscuit diététique (actuellement 5% du CA)

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- amélioration du service santé et diététique
- sensibilisation: 3500 sachets distribués aux enfants lors de la COP21

48) SEKEM, UNE CULTURE BIODYNAMIQUE RENTABLE DU COTON, EGYPTE



ENTREPRISE

Nom : SEKEM GROUP

Logo :

SEKEM

TAILLE : >500

Effectif (2011) : 2000

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : Egypte

Site internet : www.sekem.com

Contact: Ibrahim ABOULEISH

CONTEXTE

Ibrahim Abouleish crée la ferme de SEKEM (« vitalité du soleil ») en 1976 en Egypte près du Caire dans une zone désertique de sable qu'il transforme progressivement en terre arable en y apportant des matières organiques, creusant des puits, plantant des arbres. Après la culture biodynamique d'herbes médicinales, fruits et légumes, SEKEM se lance en 1994 dans la culture organique du coton, sans usage de pesticides.

OBJECTIF(S)

- Produire du coton en zone aride sans apport de pesticide, respecter la biodiversité
- Développer un éco système et une communauté autour de la culture bio
- Améliorer le niveau de vie des cultivateurs

DESCRIPTION

En 1994, Ibrahim Abouleish promeut, avec le soutien de l'état Egyptien, la conversion de la culture du coton traditionnel en coton organique sans pesticides ; il crée un centre de formation et de recherche. . Sekem utilise les plantes médicinales et insectes pour lutter contre les maladies des plantes. En 2003, Ibrahim Abouleish obtient le prix Nobel alternatif, en 2004 le prix de la fondation Schwab pour l'entrepreneuriat social, en 2005, le prix de des Nations Unies contre la désertification.

RESULTATS ECONOMIQUES

- Rendements du coton bio +30% ; réduction des coûts ; coton plus élastique
- Progression du CA de SEKEM : + 14%/an entre 2006 et 2011
- Coton bio de 5t 1997 sur 15ha à 379 t sur 500ha en 2005 ; de 17 à 61 producteurs associés

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- 30 000 t de pesticides en moins ; économies d'eau de 20 à 40% ; absorption CO2 du sol améliorée
- effet santé pour les cultivateurs non exposés et leurs enfants,
- effet scolarisation liée aux revenus accrus des cultivateurs (prime bio)

49) SERENBE, AGRI QUARTIER AUTOUR D'UNE FERME BIOLOGIQUE, USA



ENTREPRISE

Nom : SERENBE



TAILLE : <100

Effectif (2015) : 400
habitants

Chiffres d'Affaires 2015
600 000 euros/maison

Pays (siège social) :
Etats Unis - Atlanta

Site internet :
www.serenbe.com

Contact:
NYGREN Steve

CONTEXTE

En 1994, un couple américain vivant à Atlanta décide de déménager à la campagne et de proposer aux citoyens un nouveau mode de vie connecté à la nature. Ils lancent un éco quartier autour d'une ferme, un « agri quartier » nommé SERENBE. La première maison est construite en 2004, et une communauté de 400 habitants y vivent en 2015.

OBJECTIF(S)

- Adopter un mode de vie communautaire proche de la nature, ouvert aux arts et à la culture
- Développer une production locale biologique de fruits et légumes
- Assurer un projet foncier et immobilier durable

DESCRIPTION

Une ferme est installée au cœur du quartier, sur 10ha, produisant fleurs, fruits, légumes biologiques, mais aussi œufs, volaille et bétail pour les 400 habitants ; 3 salariés agricoles y travaillent, rémunérés par les charges de copropriété. La ferme fournit le marché local hebdomadaire et les 3 restaurants. Des activités artistiques et culturelles sont développées, ainsi que école, sports, maison pour les enfants.

RESULTATS ECONOMIQUES

- Développement du projet immobilier, 600 000 euros/maison en 2016
- Activité de la ferme intégrée au projet foncier, 3 salariés agricoles

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Nourriture saine et de proximité (75% de la nourriture des 400 habitants provient de la ferme)
- économie d'énergie et de transports
- modèle d'agri quartier duplicable

50) SKWARE®, ÉTAGÈRES INTELLIGENTES EN MATÉRIAUX COMPOSITES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : SKWARE



TAILLE

<100

Effectif (2015) : 6

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : NC

Pays (siège social) : FRANCE

Site internet :

www.skware.com

Contact: PETITJEAN,

Laura, responsable marketing,
l.petitjean@skware.fr

CONTEXTE

Créée en 2013 en Auvergne, la start up Skware a pour vocation la création et la commercialisation de solutions de rangements innovantes en matériaux thermoplastiques, dans des activités à fortes contraintes qualitatives et réglementaires comme l'agro alimentaire, le médical ou l'électronique. En 2016, Skware lance des étagères connectées en matériaux composites.

OBJECTIF(S)

- Assurer une structure légère, modulable, adaptable au lieu/produit, résistante et durable
- Répondre aux meilleures conditions d'hygiène renforcée, certificat d'alimentarité
- Intégrer les technologies intelligentes de contrôle, stockage de données

DESCRIPTION

Les matériaux : propriétés inégalées de résistance au sel, au sang, à l'ammoniaque, aux produits chimiques et à l'humidité. ; Antistatiques, non corrodables et imputrescibles.

Les étagères peuvent supporter jusqu'à 500kg par étage, sur une hauteur de 6 mètres.

Modularité, légèreté : sept fois plus légères que l'inox, modulables à l'infini, grâce à leur système d'assemblage, les étagères s'adaptent parfaitement aux besoins et aux conditions de travail de chaque utilisateur. .

Étagères intelligentes (technologie RFID) : des capteurs mesurent la température et l'hygrométrie au sein des espaces de stockage, mais aussi possibilité de capteurs de luminosité, vitesse de circulation de l'air, ... Les données collectées sont transmises et analysées via une interface web à laquelle l'utilisateur se connecte depuis son ordinateur, sa tablette ou son smartphone.

RESULTATS ECONOMIQUES

- grande surface de stockage, résistance aux lourdes charges, durabilité, nettoyage facilité
- contrôle des conditions d'affinage et de stockage en quelques clics

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- aucune bactérie ne peut se développer à partir des étagères (contrairement à l'inox – rouille)
- réduction de la pénibilité de la manutention, amélioration des conditions de travail

51) SYSTEME U, AUCHAN, CARREFOUR ... POUR UNE FILIERE LAIT RESPONSABLE, FRANCE



SYSTEME U ; AUCHAN ;
INTERMARCHÉ ;
CARREFOUR ; LAITERIE
SAINT DENIS DE L'HÔTEL
(LSDH)



*Les nouveaux
commerçants* **Auchan**

Intermarché
TOUS UNIS CONTRE LA VIE CHÈRE



Pays (siège social) :
France

Site internet :

<https://www.magasins-u.com/>

<https://www.intermarche.com/>;

[http://www.carrefour.fr](http://www.carrefour.fr;);

<http://www.lsdh.fr>

CONTEXTE

Face à la crise subie par les producteurs de lait (35% d'exploitations en moins en 10 ans, chute des cours en 2016), des enseignes de distribution (80% des produits laitiers y sont vendus) se mobilisent en lien avec les coopératives de production et les collecteurs pour des contrats d'approvisionnement durable et sécurisés. : SYSTEME U, AUCHAN, INTERMARCHÉ, CARREFOUR

OBJECTIF(S)

- Garantir un approvisionnement durable de qualité
- Rémunérer les producteurs à un prix juste
- Répondre aux attentes de qualité, de traçabilité et de citoyenneté du consommateur

DESCRIPTION

SYSTEME U rencontre 1300 producteurs de lait regroupés dans BIOLAIT en 2010 ; en 2011, l'enseigne vend 3 centimes de plus chaque litre pour financer la transformation en bio d'un plus grand volume.

INTERMARCHÉ contractualise un partenariat avec 500 producteurs via La Laiterie Saint Père.

<http://presse.mousquetaires.com/les-communiqués-de-presse/intermarche-et-agromousquetaires-premiers-signataires-de-la-charte-laitiere-de-valeurs/>

AUCHAN, La Laiterie Saint Denis de l'Hôtel (LSDH, Loiret) et APLBC (Association de Producteurs de Lait du Bassin Centre) intègrent 51 producteurs de la région Centre dans la « filière Responsable » Auchan.

<https://www.youtube.com/watch?v=ksS4w4MK1yM>

CARREFOUR lance , en octobre 2016, un lait de marque consommateur_ vendu 0,99 euros /L pour une rémunération de 0,39 au producteur (contre 0,275 à 0,3 obtenu auprès de Lactalis) , suite aux réponses de 6000 consommateurs interrogés pendant l'été; le lait est conditionné par LSDH , collecté auprès de 41 producteurs de la région de Mâcon.

<http://information.tv5monde.com/en-continu/lait-une-nouvelle-marque-ou-les-consommateurs-ont-le-pouvoir-fin-octobre-chez-carrefour>

RESULTATS ECONOMIQUES

BIOLAIT/SYSTEME U : Doublement du lait bio livré entre 2011 et 2012: de 5 à 12 millions de litres

CARREFOUR : Lancement de la Marque consommateur pour 7 à 10 millions de litres, duplication possible

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Dialogue distributeurs et producteurs

Attente du consommateur, prêt à payer un peu plus pour une qualité /traçabilité garantie

52) TERRA VIA (SOLAZYME) : CAP SUR DES ALIMENTS A BASE DE MICRO ALGUES, USA



ENTREPRISE

Nom : TERRA VIA (SOLAZYME)

TerraVia™

TAILLE : >500

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 41 millions

Pays (siège social) : USA

Site internet :

www.solazyme.com
www.terravia.com

Contact:

COLE David

CONTEXTE

SOLAZYME créée à San Francisco en 2003, spécialisée dans la recherche et le développement de produits à base d'algues, devient TERRA VIA en 2016 et se concentre sur les activités prometteuses de la nourriture et des soins corporels à partir de micro algues.

OBJECTIF(S)

- Usage de ressources renouvelables (algues) pour répondre aux besoins alimentaires
- Mise au point d'un produit diététique et gustatif

DESCRIPTION

Les micros algues sont cultivées à l'abri de la lumière dans d'immenses conteneurs en acier.

La Chlorella est particulièrement adaptée à la nutrition

Terra via propose des ingrédients à base de micro algues, utilisés pour

- la cuisine: poudres riches en protéines et lipides, huiles de cuisson, commercialisées
- l'alimentation animale : nouveaux partenariats en cours
- les soins du corps : huile commercialisée dans de grandes sociétés comme Unilever

RESULTATS ECONOMIQUES

- Levée de fonds de 28 millions de dollars pour le développement des projets
- Marché potentiel : besoins alimentaires et qualité des produits

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Produit respectueux de l'environnement
- Bénéfice pour la santé/nutrition et soins de la peau

53) UNITED KITCHEN, LE PREMIER INCUBATEUR CULINAIRE, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : UNITED KITCHENS

Logo :

UNITED
KITCHENS.

TAILLE : <100

Effectif (2015) : Non créé

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : non créé

Pays (siège social) : FR

Site internet :

www.unitedkitchens.fr

Contact:

Delaage Armelle

Fondatrice

armelle.delaage@unitedkitchens.fr

CONTEXTE

Quand on crée son activité culinaire, on doit cuisiner et stocker dans un laboratoire aux normes. Or il y a beaucoup de barrières à l'entrée : il y a peu de locaux disponibles, les travaux d'aménagement représentent un budget élevé, l'équipement est coûteux et demande une bonne maintenance pour un taux d'utilisation faible au démarrage. Outre l'aspect financier, la recherche de locaux et les travaux ralentissent le démarrage du projet d'environ 1 an. Tous ces obstacles ont pour conséquence l'abandon de certains projets et un fort taux d'échec, notamment à cause des problèmes de trésoreries.

OBJECTIF(S)

United Kitchens souhaite aider les entrepreneurs de l'alimentation responsable à :

- valider leur concept et leur business model sans avoir à investir
- nouer un solide réseau et bénéficier de la bienveillance de mentors
- se développer et créer des synergies du sourcing de leurs matières premières à leur distribution

DESCRIPTION

United kitchens est un incubateur culinaire. Son offre s'articule autour de 3 espaces :

- Les cuisines partagées : 4 cuisines et 1 laboratoire de pâtisserie pour les entrepreneurs
- La cuisine expérimentale : équipée de matériel innovant, pour les chefs et les grands groupes
- La cuisine pédagogique : pour faire découvrir les bonnes pratiques alimentaires

Les cibles se complètent en termes de tarif et de fréquentation pour assurer la viabilité du modèle économique.

RESULTATS ECONOMIQUES

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

En tant que SAS de l'économie sociale et solidaire, United Kitchens défend une alimentation meilleure pour l'homme et la planète en s'appuyant sur 4 piliers : la création d'emplois, le lien social, l'anti-gaspillage et la santé.

54) VIGNERONS INDEPENDANTS, VHE, FRANCE



ENTREPRISE

**Nom : Vignerons
Indépendants de France**



TAILLE :
> 500

Effectif (2015) : 7000
adhérents

Pays (siège social) :
France

Site internet :
[www2.vignerons-
independant.com](http://www2.vignerons-independant.com)

Contact:
Laurent BRAULT
[l.brault@vignerons-
independant.com](mailto:l.brault@vignerons-independant.com)
06 07 73 30 95

CONTEXTE

Créé en 1975, par le regroupement de quelques « caves particulières », le syndicat interprofessionnel Vignerons Indépendants de France se développe avec 7000 adhérents en 2016. Alors que le secteur est critiqué pour l'usage des phyto sanitaires, le groupement lance en 2012 le « passeport vers la haute qualité environnementale (HVE) ».

OBJECTIF(S)

- Encourager les vignerons indépendants aux meilleures pratiques environnementales
- Mesurer et valider les performances : biodiversité, usage limité des intrants, économies en eau
- Valoriser les produits certifiés auprès des consommateurs

DESCRIPTION

Suite aux accords de Grenelle, une certification HVE est proposée aux agriculteurs. Les vignerons indépendants encouragent leurs adhérents à se lancer dans la démarche, et les accompagnent dans la mise en œuvre, en partenariat avec l'ADEME. .
Les actions et outils de mesures portent sur la biodiversité, l'usage de phytosanitaires, les engrais, et l'eau.

RESULTATS ECONOMIQUES

300 exploitations viticoles (et agricoles) sont certifiées entre 2011 et 2015
<http://agriculture.gouv.fr/les-vignerons-independants-accueillent-leur-300eme-certification-hve>
Augmentation du nombre d'adhérents, fréquentation accrue du salon avec 6000 visiteurs en 2015/2016

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Excellence reconnue par l'ADEME, le Ministère de l'Agriculture et la presse
Diffusion des bonnes pratiques auprès des vignerons indépendants

55) WEFARMUP, PLATEFORME D'ECHANGE DE MATERIEL AGRICOLE, FRANCE



ENTREPRISE

WEFARMUP



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 2

Chiffres d'Affaires 2015 en euros

Pays (siège social) : France

Site internet :

www.wefarmup.com

Contact:

HEBRARD Jean Paul
co dirigeant

CONTEXTE

Face à la hausse des prix du matériel agricole et aux difficultés de financement des investissements pour les agriculteurs, la location de matériel agricole est une solution pour les professionnels. Créé fin 2015 par la SAS AGRISHARE, le site internet WEFARMUP répond à cette demande.

OBJECTIF(S)

- Elargir la relation interprofessionnelle entre les agriculteurs grâce au réseau internet
- Rentabiliser l'usage de leur matériel pour les propriétaires
- Alléger l'endettement des agriculteurs et favoriser l'usage de matériel performant

DESCRIPTION

Le site internet WEFARMUP propose l'inscription et la localisation des propriétaires désireux de louer leur matériel d'une part, et des agriculteurs souhaitant l'utiliser pendant un ou plusieurs jours d'autre part. Le tarif est transparent, le règlement est sécurisé et le matériel assuré par Groupama.

RESULTATS ECONOMIQUES

- après 7 mois de fonctionnement 1000 propriétaires et 1000 agriculteurs usagers inscrits

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- élargissement de l'usage d'un même matériel, économie de ressources
- relations d'aide et de partage entre agriculteurs renforcée

56) ZHANGZIDAO (GROUPE ZONECO), AQUACULTURE INTEGREE DURABLE, CHINE



ENTREPRISE

**Nom : Zhangzidao
(Groupe Zoneco)**



TAILLE : >500

Effectif (2015) : 5000

Chiffres d'Affaires 2015 en euros :

Pays (siège social) : Chine

Site internet :
www.zhangzidao.com

CONTEXTE

Zhangzidao fishery group (devenu groupe Zoneco depuis 2015) , fondé en 1958 par une communauté villageoise sur une île de la Mer Jaune en Chine, est devenu leader national de la production de mollusques., avec plus de 50 000 tonnes de pétoncles par an, mais aussi des oursins, concombres de mer, ormeaux. L'entreprise est reconnue en 2012 comme éco entreprise pionnière en Chine, et pratique notamment l'Aquaculture Mutlitoophique Intégrée (AMTI).

OBJECTIF(S)

- Améliorer la productivité et la durabilité environnementale de l'aquaculture
- Utiliser les déchets d'une espèce de poisson pour en nourrir une autre
- Respecter les conditions sanitaires des produits

DESCRIPTION

En 2011, Zhangzidao est la seule entreprise chinoise à s'engager dans la certification MSC, qu'elle obtient en avril 2015, ce qui lui permet d'exporter dans plus de 20 pays dont l'Australie, les Etats unis et l'Union Européenne. L'AMTI a été mise en place pour la culture de pétoncles, nourris à partir des nutriments issus de la culture de saumons, dont les cages d'élevage sont installées à proximité de celui des mollusques.

Après une crise en 2014, l'entreprise reprend son développement sou le nom de Zoneco, avec de nouveaux partenaires.

RESULTATS ECONOMIQUES

- Aquaculture sur 1 million d'ha en mer Jaune
- Leader du marché chinois, conquête de marchés à l'exportation

IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Productivité accrue et réduction des déchets
- Salubrité des produits contrôlés

MERCI !



Marie Noëlle Duforest,
Mariée avec Jean Duforest (fondateur Idkids group)
4 enfants et 13 petits enfants

Maîtrise de Sciences Economiques à Paris X – Nanterre en 1970, chargée d'Etudes Economiques au Crédit du Nord Paris en 1970/71. Enseignante en Sciences Economiques et Sociales à Partir de 1972, agrégée en Sciences Sociales en 1996, elle s'oriente dans les années 2000 vers l'accompagnement à la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), notamment autour de l'entreprise Familiale Idkids group (fondée en 1996).

En 2007 - 2008 Master de Développement Durable et Organisations (DDO5) à l'Université de Paris Dauphine, « stage d'études » au World Forum de Lille, rédaction de Bonnes Pratiques d'Entreprise (BP), et mise au point avec l'équipe de la nomenclature Bipiz inspirée de l'ISO 26000.

En 2013, lorsque Xavier Beulin lance l'Open agrifood à Orléans, elle s'engage à rédiger des Bonnes Pratiques Agricoles, s'initiant au monde de l'agriculture, mais toujours avec la même passion de valoriser celles et ceux qui cherchent dans leur vie professionnelle à réconcilier performance économique, humanité et environnement.

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 - ECEM - HEC - IHEDREA - ISA - LYCÉE LA MOUILLÈRE - LYCÉE SAINT PAUL BOURDON BLANC - POLYTECH - SUPINFO - WILD CODE SCHOOL