

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>

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

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

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

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

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
scenopro

Pays (siège social) :
Finlande, Helzinki

Site internet :
www.luke.fi/en

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_protamines_d_aucii_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

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 milliard

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

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



ENTREPRISE

Nom : Plantagon

Logo :



PLANTAGON

TAILLE :

<100

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 gramination 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 Jelly fish 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

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



ENTREPRISE

Nom : SEKEM GROUP

Logo :

TAILLE : >500

Effectif (2011) : 2000

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)

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



ENTREPRISE

Nom : TERRA VIA
(SOLAZYME)

TAILLE : >500

Effectif (2015) :

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 41 millions

Pays (siège social) : USA

Site internet : www.solazyme.com

www.terraviva.com

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 Chorella 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

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



ENTREPRISE

Nom : Zhangzidao
(Groupe Zoneco)



TAILLE : >500

Effectif (2015) : 5000

Pays (siège social) :
Chine

Site internet :
www.zhangzidao.com

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 sous 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

1) AGRI OBTENTIONS, 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

Pays (siège social) :
France

Site internet :

www.alliancecartonnature.org

CONTEXTE

Alliance Carton Nature est une association créée en 1990 par les fabricants Tetrapak, SiG Cpmibloc 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) j 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

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



ENTREPRISE

Nom : AGRICOOOL

Logo :

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.)

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

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

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 couleurs, ni gaspillage

RESULTATS ECONOMIQUES

- nouveaux consommateurs potentiels de produits miellés

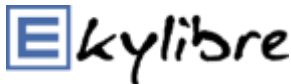
IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- 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

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

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

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)

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

DESCRIPTION

Les vaches Montbeliardes (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-it/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

20) FLAMEL AROMATIC : RECETTES DE SAUCES POLYVALENTES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : Flamel Aromatic

Logo :



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

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.

24) GRYOBARS, DES BARRES AUX INSECTES, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : gryö

Logo :

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.

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



ENTREPRISE

TAILLE :

> 500

Chiffres d'Affaires 2015 en euros : 37 Milliards (groupe)

Pays (siège social) : États Unis (groupe)

Site internet : www.infineo-economiecirculaire.com

<https://www.cokece.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.

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



ENTREPRISE

IRIBARREN



TAILLE :

100 à 500

Effectif (2015) : 180

Pays (siège social) :
France, Usson du Poitou

Site internet :
www.dolomiedupoitou.com

Contact:

Pascal PICAULT
Pascal.picaut.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_rEQ;
<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

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 y 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

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 :



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.

34) LENDOSPHERE, PLATEFORME DE PRÊTS, FRANCE



ENTREPRISE

LENDOSPHERE



TAILLE :

<100

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)

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



ENTREPRISE

Logo :



TAILLE :

<100

Effectif (2015) : 12

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

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:

(Lois 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)

4. Donner des outils aux acteurs de la filière pour une démarche globale d'éco conception
5. Répondre aux attentes des consommateurs sur le sens des produits qu'ils consomment
6. 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 coûts)

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

53) UNITED KITCHEN, LE PREMIER INCUBATEUR CULINAIRE, FRANCE



ENTREPRISE

Nom : UNITED KITCHENS

Logo :



TAILLE : <100

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

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.