



# Rapport d'impact et de durabilité

2022



# De quoi allons-nous parler ?

1

## La récolte de 2022

Les principaux défis  
auxquels nous avons été  
confrontés

Les grandes étapes

2

## Nous sommes CrowdFarming

Une chaîne d'approvisionnement plus  
équitable : les producteurs sont  
gagnants

L'efficience comme mantra :  
l'environnement est gagnant

Avoir la connaissance c'est  
pouvoir agir : les CrowdFarmers sont  
gagnants

CrowdFarming comme élément d'un  
écosystème

3

## Le chemin à suivre

Courageux, responsables  
et ouverts d'esprit



# La récolte de 2022

---





## La récolte de 2022

L'année 2022 s'est terminée par une nouvelle qui m'a particulièrement touché : l'année dernière, en Europe, la consommation d'aliments BIO a diminué. Les analystes attribuent cela au fait qu'en période d'inflation accélérée, les ventes de produits ultra-transformés augmentent alors que les ventes de produits BIO diminuent. Comment se fait-il que la société européenne ne puisse pas se permettre une alimentation saine et biologique pour des raisons économiques ? Nous savons que l'agriculture biologique est l'un des leviers les plus puissants pour créer des emplois et lutter contre le changement climatique. Selon les données de l'Union européenne, 60 à 70 % de nos sols agricoles sont dégradés par l'utilisation prolongée d'herbicides et de pesticides de synthèse.

Comment se fait-il que la consommation d'aliments BIO cultivés en Europe ne soit pas davantage encouragée (par quelque mesure que ce soit) ? Je ne le sais pas. D'autant plus que je pense qu'il existe des mesures simples qui pourraient avoir un impact conséquent, comme le fait de ne pas taxer les aliments BIO et sains au même taux de TVA que les aliments qui ne le sont pas ou comme le fait d'encourager la consommation locale et régionale plutôt que les importations en provenance de pays lointains.

Cela m'attriste de penser aux conséquences : une baisse de la consommation va mettre un terme à la série d'agriculteurs qui s'engagent dans l'agriculture biologique. Ou pire encore, certains de ceux qui ont récemment franchi le pas, vont dorénavant faire marche arrière et revenir à l'utilisation de pesticides de synthèse qui détruisent les écosystèmes. En outre, le passage à l'agriculture biologique en Europe s'est accompagné d'une relève générationnelle et la baisse de la consommation pourrait décourager les jeunes agriculteurs ; l'âge moyen des agriculteurs qui cultivent en BIO est de 48 ans, alors que celui des agriculteurs utilisant des pesticides de synthèse est de 64 ans.

Pour cette nouvelle année, j'ai envie de transformer ma peine en motivation. Il y a beaucoup de choses que nous pouvons faire depuis CrowdFarming pour renverser la tendance et j'ai pleinement confiance en l'une d'entre elles : notre travail de sensibilisation de la société (agriculteurs et consommateurs) aux avantages environnementaux, sociaux et économiques de la culture biologique.

Nous devons, nous voulons et nous pouvons faire en sorte que l'agriculture européenne soit synonyme de respect de l'environnement, de prix équitables et d'emplois de qualité.

Gonzalo Úrculo, agriculteur et cofondateur de CrowdFarming



● Agriculteurs en Espagne  
● Agriculteurs en France  
● Agriculteurs en Italie

● Agriculteurs en Allemagne  
● Agriculteurs en Autriche, Grèce, Croatie, Hongrie, Roumanie et Géorgie

## 245 producteurs de 15 pays

Allemagne, Autriche, Bulgarie, Colombie, Croatie, Espagne, Philippines, France, Géorgie, Grenade, Grèce, Hongrie, Italie, Portugal et République tchèque

## 148 personnes

travaillant chez CrowdFarming en Espagne, en France, en Allemagne et en Italie, et 30 personnes travaillant à CrowdLog, notre nouveau centre logistique.

## Un total de 593 projets

agricoles dans lesquels aucun pesticide de synthèse n'est appliqué

## 180 producteurs BIO

29 en conversion vers le BIO, 15 en biodynamie et 7 en régénération

Les exploitations des producteurs qui vendent via CrowdFarming totalisent

## 18 358 hectares

en BIO et 854 hectares en conversion vers le BIO

## Nous avons expédié plus de 1,5 million de colis

dans plus de 30 pays d'Europe



# Le fleuron de cette révolution agro-sociale, et notre principale mesure de réussite, est constitué de nos adoptions

## Nous avons terminé l'année 2022 avec...

### 267 619 adoptions actives

—arbres, terrains, animaux— 74 114 de plus que l'année précédente

Bien que vous puissiez trouver jusqu'à

### 130 produits

différents chez CrowdFarming (40 de plus que l'année dernière), nos produits phares de l'année restent les agrumes et les fruits tropicaux, suivis de l'huile d'olive vierge extra

En 2022, les producteurs ont vendu

### 7 500 tonnes

via CrowdFarming, pour une valeur de 44,8 millions d'euros

### 76 % des colis

sont envoyés dans des emballages sans plastique, contre 73,5 % l'an dernier. Parmi ceux qui contiennent du plastique, 22 % sont exempts de BPA

### 78 % des ventes

sont issues de produits BIO et 20,5 % de produits en conversion vers le BIO. Pour les 1,5 % restants, nous nous assurons que ce sont des produits où aucun pesticide de synthèse n'est utilisé

### Parmi les découvertes qui ont triomphé en 2022 figurent les bananes, les fromages AOP, les abricots, les litchis, les figues de barbarie, les goyaves et les pitahayas

Lors de notre enquête auprès de nos agriculteurs cette année (111 réponses), nous avons appris que ...



## 84%

des producteurs déclarent que leur revenu total a augmenté depuis qu'ils vendent via CrowdFarming et 73 % affirment que leur situation financière s'est améliorée



## 89%

estiment que depuis qu'ils collaborent avec CrowdFarming, il y a eu un impact positif sur leur travail, que ce soit par de nouveaux apprentissages, un meilleur service client, des améliorations au niveau de leurs opérations, plus de personnel ou la possibilité d'embaucher de nouveaux profils



## 85%

des producteurs d'agrumes et 62 % des producteurs de fruits tropicaux sont d'accord pour dire que les marges sont meilleures avec CrowdFarming comparé à ce qu'ils obtiennent par des canaux tels que les supermarchés, les distributeurs ou le canal HORECA, entre autres. Le pourcentage restant a déclaré que les prix sont similaires à d'autres canaux



# Les principaux défis auxquels nous avons été confrontés...

Cela fait 5 ans que nous avons réussi à envoyer notre première cargaison d'oranges dans des foyers de différentes régions d'Europe. Ce premier envoi nous a fait prendre conscience de la difficulté du défi que nous nous étions lancé, mais aussi de l'impact important que nous pourrions avoir si nous réussissions.

La vente directe des produits BIO est pleine de défis. Nous parlons ici de vraie vente directe, celle où vous pouvez mettre un visage sur l'agriculteur et où vous décidez de quelle exploitation vous voulez recevoir vos produits. Certains des principaux défis auxquels nous avons été confrontés cette année sont ...



## À quel point tout est cher...

L'Europe connaît une crise énergétique sans précédent et une hausse du prix des carburants de plus de 150 % entre juillet 2021 et juillet 2022

(European Council, 2023)

Dans cette même lignée, la culture conventionnelle devient de plus en plus coûteuse, en raison de l'augmentation de 87 % du prix des engrais

(Eurostat, 2023)

## Le climat devient fou !

En 2022, les sécheresses, les températures radicales, les incendies de forêt et les inondations sans précédent ont compromis la sécurité alimentaire dans de nombreuses régions du monde

(GIEC, 2022 ; Spasić, 2023 ; U.S. Embassy and Consulates, 2022)

## L'évolution des tendances en matière de consommation biologique

Au cours de l'année dernière, la consommation de produits BIO a diminué pour la première fois depuis l'année 2000

(AHDB, 2022; USDA, 2023)

# Le buzzword de l'année : "Régénération"

Nos sols ont besoin qu'on s'occupe d'eux, et de toute urgence ! Environ 60 à 70 % des sols en Europe ne sont pas en bonne santé (Commission européenne, 2020). L'agriculture régénérative et ses dérivés sont présentés comme l'un des principaux moyens de lutter contre la dégradation des sols (Rhodes, 2017).

Le problème ? Bien qu'il n'y ait pas de consensus sur ce que signifie l'agriculture régénérative, ce mot s'est déjà largement répandu pour désigner des produits, des marques et même des entreprises, et sa réelle signification prend le risque d'être mal interprétée.

# Les grandes étapes qui nous enthousiasment

Pour que l'expérience soit positive tant pour les agriculteurs que pour les CrowdFarmers, une coordination parfaite doit exister entre les agriculteurs, les transporteurs et nous-même. À partir du moment où vous passez une commande sur notre site Web, un processus séquentiel est activé : notification à l'agriculteur, récolte (si la météo le permet), emballage et transport jusqu'à votre domicile.

Pour améliorer cette expérience chaque année, tout en nous adaptant à tous les nouveaux défis, nous utilisons une technique infallible : essayer et (parfois) se tromper. En 2022, nous avons planté quelques nouvelles graines dont nous avons hâte de vous présenter, et certaines d'entre elles sont même déjà en train de germer !





# Consolider un réseau de partenariats pour l'agriculture régénérative



« La collaboration et les partenariats tels qu'ALVELAL Foods et CrowdFarming sont essentiels pour encourager l'adoption de pratiques d'agriculture régénérative. En mettant en commun nos ressources et notre expertise, nous pouvons fournir aux agriculteurs le soutien dont ils ont besoin pour passer à l'agriculture régénérative et démontrer les avantages économiques positifs qui peuvent être obtenus. Ensemble, nous pouvons aider les agriculteurs à surmonter leurs appréhensions et à construire un avenir plus durable pour notre système alimentaire. »

**Luis Leblanc, Directeur Général d'ALVELAL\* Foods**

« La transition régénérative ne concerne pas seulement les producteurs qui s'efforcent d'améliorer la santé des sols, d'accroître la biodiversité et de cultiver des aliments de haute qualité. Cela dépend également des distributeurs qui proposent des alternatives à la manière dont nous distribuons et vendons actuellement les aliments. Pour régénérer l'agriculture, nous devons également changer la façon dont nous distribuons et vendons les produits. CrowdFarming en est un exemple : une plateforme qui opère dans toute l'Europe et aide les exploitations à vendre directement au consommateur final. »



A body of the European Union



(L'Association ALVELAL est une association de producteurs visant à régénérer le paysage et l'économie d'une zone d'un million d'hectares dans le sud de l'Espagne)

Plus sur la page 65...

# CrowdLog : un centre logistique où aucun produit frais n'est stocké



« Créer une chaîne d'approvisionnement plus durable sur le plan social et environnemental ne consiste pas seulement à donner aux agriculteurs le moyen d'agir sur le plan économique, mais aussi à repenser l'ensemble de la chaîne logistique. Seuls les fruits fraîchement récoltés et déjà commandés par un consommateur final entrent dans ce centre d'emballage. Ils ne mûrissent pas en chambres froides et ne reçoivent pas de traitement post-récolte. Ils sont emballés, étiquetés avec l'adresse du destinataire et chargés dans un camion pour être acheminés vers leur destination. »

**Clara Fernández Ortigosa, responsable des opérations de CrowdLog**



« Grâce à ce centre d'emballage, nous pouvons permettre aux agriculteurs de se concentrer sur la production et de ne pas avoir à prendre le risque d'investir dans des machines ou des cartons pour préparer leurs commandes. »

**Juan Plasencia - Responsable de Farmer Hunting\* dans la région sud de l'Europe**

\*Farmer Hunting est l'équipe qui accompagne et assiste les agriculteurs (elle ne les chasse jamais)



Plus sur la page 74...

# De nouvelles possibilités d'achat pour ouvrir la porte à de nouveaux CrowdFarmers

(les personnes qui achètent via CrowdFarming)



« Alors que nous construisons notre vision de la chaîne d'approvisionnement alimentaire la plus équitable et la plus efficace, nous réalisons que notre modèle actuel, dans lequel la logistique détermine un grand nombre de nos décisions, laisse de côté la possibilité d'acheter de plus petits volumes pour les plus petits ménages. C'est pourquoi nous nous efforçons de trouver de nouvelles solutions telles que les achats groupés, qui permettent aux ménages européens de partager plus facilement des produits de manière plus durable. »

**Miguel Dieguez, chef de produit numérique de CrowdFarming**

Plus sur la page 90...

# Plus de 50 entreprises ont rejoint la révolution agro-social

« Nous avons consolidé la demande de collaboration avec des entreprises afin d'étendre CrowdFarming au-delà des ménages. « Farmer to Business » va au-delà des avantages traditionnels pour les employés ; Il s'agit de bâtir une communauté tout en contribuant à une chaîne d'approvisionnement alimentaire équitable et durable. Les employés peuvent créer un verger d'entreprise tout en apprenant les avantages et l'impact de l'achat d'aliments BIO directement auprès de l'agriculteur. »

**Antonio García-Elorz, Développement commercial de CrowdFarming**

Plus sur la page 92...



# CrowdGiving : des aliments frais et BIO pour tous



« Nous avons uni nos forces à celles des producteurs et des CrowdFarmers pour étendre notre portée et apporter 245 tonnes d'aliments BIO à différentes organisations en Pologne qui s'occupent des réfugiés qui ont émigré d'Ukraine. Nous croyons en un système qui combat l'insécurité alimentaire et garantit l'accès des produits de qualité à tous. Les résultats ont tout de suite été visibles. »

**Cristina Domecq, responsable de l'impact et de la durabilité de CrowdFarming**



« Une fois de plus, nous tenons à vous remercier pour les dons de fruits que nous avons reçus la semaine dernière. Les oranges, les clémentines, les bananes, le riz et les amandes ont été distribués à une quinzaine d'organisations s'occupant de réfugiés ukrainiens. Il est difficile d'estimer le nombre exact de personnes qui ont reçu ces dons, mais il est de l'ordre de quelques milliers. »

**Agata Szczybyło, Warsaw Food Bank (Bank Żywności SOS)**

Plus sur la page 94...



# What The Field!?

Un podcast dans lequel nous discutons avec des experts de tout ce qui se passe depuis les champs jusqu'à leur assiette

« Nous avons décidé de lancer un podcast afin d'avoir une plateforme pour explorer en profondeur les différents aspects du système alimentaire. Notre objectif est de fournir des informations fiables sur des sujets qui intéressent notre communauté, mais aussi d'élargir nos propres horizons. Nous avons beaucoup appris de scientifiques éminents tels que le Dr. Emilio Chuvieco, lauréat du prix Jaume I. pour la protection de l'environnement, mais aussi de nos agriculteurs et d'autres entreprises telles que Too Good To Go, Riverford Organic Farmers ou DHL qui tentent également de mettre l'accent sur la durabilité de leurs activités. Nous devons tous travailler ensemble et apprendre les uns des autres pour parvenir à un véritable changement systémique. »



Emmeline Hess,  
responsable de la  
communication chez  
CrowdFarming

Plus sur la page 41...



What  
The  
Field?!



## Un événement unique sur la durabilité en plein milieu d'une oliveraie



« L'une des choses qui m'a vraiment motivé (avec The Green Set) a été de voir le large éventail d'entreprises participantes, qui représentent différentes parties de la chaîne d'approvisionnement et collaborent pour résoudre les problèmes de l'industrie alimentaire. Je pense que des événements comme celui-ci sont très importants pour faire savoir à ces différents acteurs qu'ils ne sont pas seuls et qu'il y a d'autres personnes qui peuvent les aider dans ce voyage inconnu. »

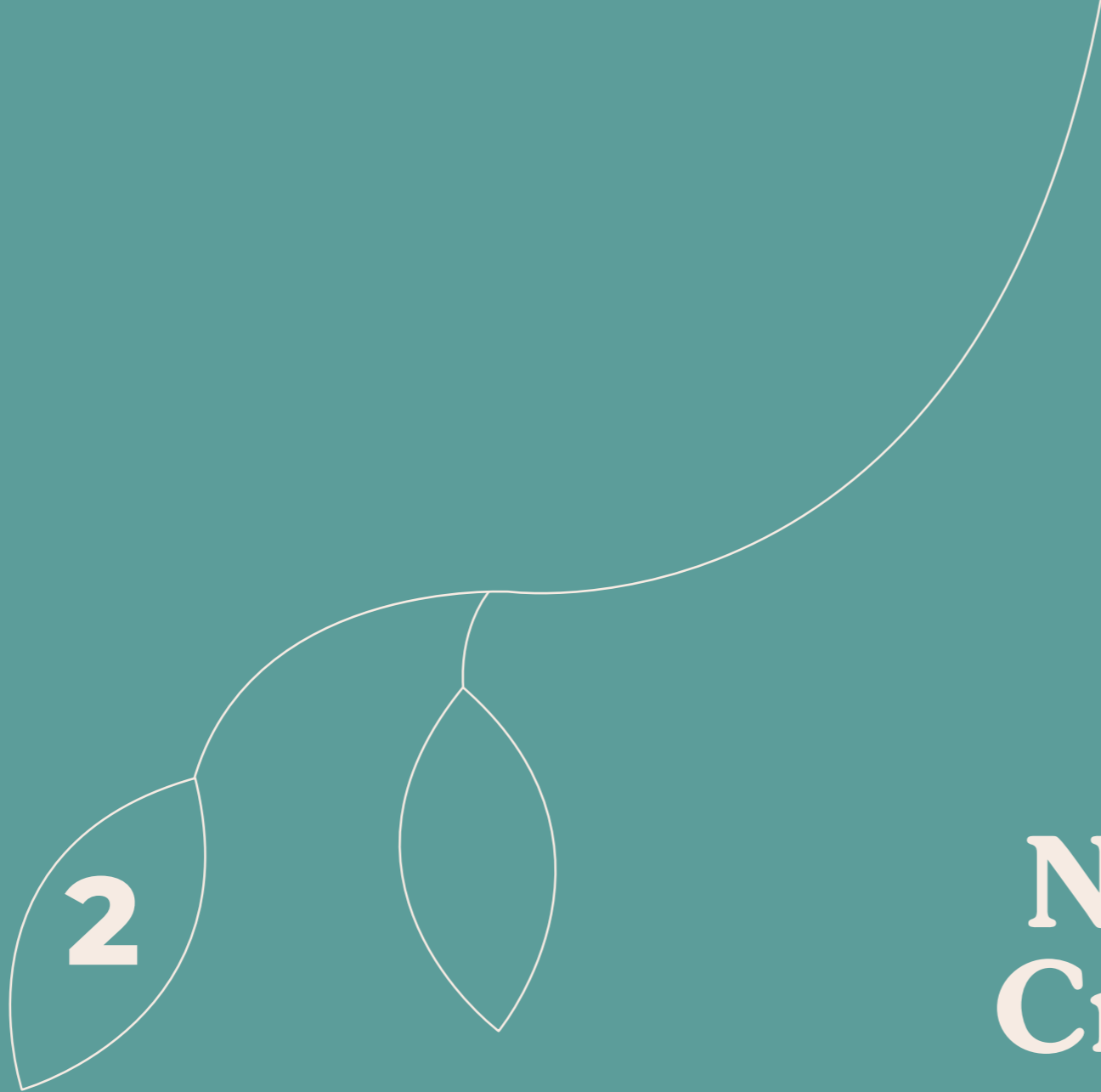
Maria Correa. Responsable de la communication et de l'engagement communautaire de Lab Europe



« Il ne s'agissait pas d'un événement classique, et c'est peut-être précisément pour cette raison que ce fut extrêmement intéressant. J'ai pu prendre connaissance des aspects essentiels et des défis auxquels les entreprises sont confrontées, même lorsqu'elles veulent placer la durabilité au centre de leurs préoccupations. Je suis très heureux de constater qu'il y a effectivement des chefs d'entreprise et des pionniers qui veulent être à l'avant-garde de cette révolution environnementale. Cela me donne de l'espoir. »

Alessio Terzi, économiste à la Commission européenne et auteur de « Growth for Good »

**Plus sur la page 102...**



# **Nous sommes CrowdFarming**

---





## Bienvenue sur le modèle WIN-WIN-WINNER

---

Chez CrowdFarming, nous sommes déterminés à rendre possible la construction de la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire la plus équitable et la plus durable au monde. Après la révolution industrielle, nous sommes enclins à penser que la prochaine révolution à venir est la révolution environnementale.

Notre proposition est de créer une économie dans laquelle non seulement deux parties interviennent (acheteur et vendeur) mais dans laquelle les relations commerciales entre agriculteurs et consommateurs génèrent également un bénéfice mesurable pour l'environnement.

Nous sommes convaincus que raccourcir la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire en termes de temps, de distance et d'intermédiaires est le moyen le plus efficace de réduire l'impact environnemental des aliments, d'augmenter les marges des agriculteurs et de faire en sorte que les consommateurs reçoivent un produit plus frais sans payer plus. sin pagar más.

# Le modèle WIN-WIN-WINNER

**Une chaîne d'approvisionnement plus équitable : les producteurs sont gagnants**

Plus sur la page 30...



**L'efficacité comme mantra : L'environnement est gagnant...**

Plus sur la page 52...



**Avoir la connaissance c'est pouvoir agir : Les CrowdFarmers sont gagnants ...**

Plus sur la page 86...



## CrowdFarming dans le cadre d'un écosystème ...

Nous sommes conscients que notre réussite dépend de tout un écosystème. En d'autres termes, nous savons que nous ne pouvons pas agir seuls. C'est pourquoi nous cherchons à collaborer avec différentes organisations, à discuter et à comprendre différents points de vue, et à nous appuyer sur des experts qui consacrent leur vie à générer des connaissances sur le monde qui nous entoure.

Plus sur la page 100...

## La terminologie de CrowdFarming

Pour se comprendre, il faut parler le même langage...



### Le producteur

c'est l'agriculteur, l'apiculteur, l'éleveur ou le berger qui cultive ou produit un produit. Ce sont les personnes ou les groupes de personnes qui se trouvent au début de la chaîne d'approvisionnement alimentaire.



### Le CrowdFarmer

remplace le mot consommateur, nous le préférons pour ce qu'il représente. Dans cette nouvelle chaîne, un lien direct s'est créé entre ceux qui produisent et ceux qui reçoivent les aliments. Ce lien se traduit par un engagement entre les deux parties : l'agriculteur produit en sachant que quelqu'un attend sa récolte et le CrowdFarmer profite d'un produit en sachant d'où il vient et par qui, comment et quand il a été produit.



### L'unité de production

c'est ce que le CrowdFarmer adopte d'un agriculteur pour avoir l'occasion de lui rendre visite et de le nommer comme il le souhaite. Il peut s'agir d'un arbre, d'un animal ou d'un terrain sur lequel vous pouvez cultiver vos aliments. Il y a des unités de production qui sont adoptées individuellement, où vous adoptez la totalité de l'unité de production, et d'autres unités où vous n'en adoptez qu'une partie, vous partagez l'unité de production avec d'autres CrowdFarmers.



## 2.1

---

**Une chaîne  
d'approvisionnement  
plus équitable :  
les producteurs  
sont gagnants**



# En Europe, 2022 n'a pas été une année facile pour les agriculteurs, il suffit de voir les chiffres et les gros titres qui apparaissent encore et encore sur l'industrie agroalimentaire

**« Les pressions inflationnistes augmentent et les agriculteurs sont confrontés à une avalanche de défis :**

ils doivent analyser les prévisions météorologiques, être au courant des changements dans le paysage réglementaire ou faire face à l'évolution des préférences des consommateurs, à l'augmentation des coûts due à l'inflation et à des chaînes d'approvisionnement peu fiables. »

**(McKinsey & Company, 2022)**

**« Alors que nous semblions progresser dans la lutte contre la pandémie, les conflits géopolitiques ont accentué la tension sur les chaînes d'approvisionnement et ont fait flamber les prix des produits de base, des engrais et de l'énergie.**

Les inondations, les sécheresses et les gelées précoces ont aggravé les pénuries alimentaires, soulignant l'urgence de remédier à la vulnérabilité de l'agriculture au changement climatique. »

**(BCG, 2022)**

**Avec CrowdFarming, nous apportons de l'aide aux agriculteurs pour faciliter leur travail et une véritable option de développement économique, principalement sous trois aspects :**

**« Les conditions météorologiques exceptionnellement chaudes et sèches dans une grande partie de l'Europe ont continué de réduire considérablement les perspectives de rendement des cultures d'été de l'UE pour cette année 2022.**

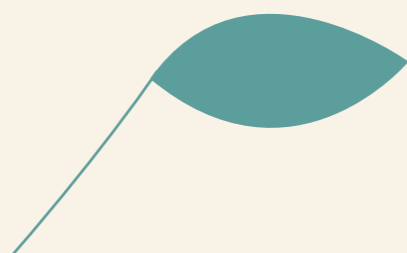
Dans certaines régions (par exemple, le nord-ouest de l'Italie et le sud et le centre de l'Espagne), les très faibles niveaux d'eau des réservoirs n'ont pas suffi à satisfaire les besoins en eau des cultures. Cette combinaison a entraîné une perte irréversible du potentiel de performance. »

**(JRC, 2022)**

**Le prix des intrants agricoles a augmenté de 30 % entre 2021 et 2022.**

Les plus fortes hausses ont concerné les engrais et les amendements du sol.

**(Eurostat, 2023)**



1

## CrowdFarming représente un canal de vente supplémentaire, améliorant la situation économique des producteurs européens

Depuis qu'ils travaillent avec CrowdFarming, les producteurs disent que\*...

« La grande majorité des agriculteurs affirment que leur revenu total a augmenté (84 %) et que leur situation financière s'est améliorée (73 %). »

« CrowdFarming nous donne la possibilité de vendre nos produits directement au consommateur. Sans eux, la vente directe n'aurait pas été une option réaliste pour nous. »



Enquête auprès des producteurs 2022

2

## Contrairement à la chaîne traditionnelle, les producteurs fixent le prix du produit

Dans une étude menée par Sustain auprès d'agriculteurs britanniques, cinq aliments quotidiens (pommes, fromage, hamburgers, carottes et pain) ont été analysés et il a été constaté qu'après que les intermédiaires et les détaillants aient pris leur part, les agriculteurs conservent moins de 1 % des bénéfices.

(Sustain, 2022)

Dans le cas spécifique des pays à revenus moyens et élevés, les consommateurs exigent une qualité supérieure en termes de sécurité alimentaire, d'emballage, de livraison rapide et d'accès aux repas préparés. Cela entraîne une diminution des marges des agriculteurs à mesure que la chaîne alimentaire s'allonge.

(Yi et al., 2021)

Nous avons analysé quatre de nos principaux produits : oranges, avocats, huile d'olive vierge extra et amandes. Les marges des producteurs qui vendent via CrowdFarming par rapport aux produits BIO vendus via la chaîne traditionnelle s'améliorent de 47 % à 200 %



Depuis qu'ils travaillent avec CrowdFarming, les producteurs disent que\*...

« 84,62 % des producteurs d'agrumes et 61,53 % des producteurs de fruits tropicaux (deux de nos produits les plus représentatifs) ont convenu que les prix avec CrowdFarming sont meilleurs que les prix qu'ils reçoivent dans la chaîne traditionnelle. »

## Nous veillons à la stabilité économique de l'agriculteur

**En plus de maintenir le prix fixé par l'agriculteur tout au long de la saison, les adoptions jouent un rôle clé dans la stabilité économique de l'agriculteur, qui est capable d'estimer la quantité de production qu'il vendra via CrowdFarming et de travailler avec la certitude que cet effort finira par porter ses fruits... Et nous obtenons un prix juste pour eux.**

La communauté CrowdFarming a terminé l'année 2022 avec 267 619 adoptions actives

Grâce aux adoptions, les CrowdFarmers réservent la production d'un arbre, d'un animal, d'une plante ou d'un terrain qui est confié à un agriculteur, symbolisant et consolidant un engagement entre les deux parties.

Nous ne pouvons pas sous-estimer l'impact social et environnemental de cet engagement. L'agriculteur est assuré de vendre un produit auquel il consacre toute l'année à un prix qu'il a lui-même fixé, ce qui lui permet de ne plus se focaliser sur la réduction des coûts, mais de s'attacher également à faire de son exploitation un écosystème résilient et à créer un produit de qualité pour le CrowdFarmer qui lui a fait confiance.

D'autre part, pour contribuer davantage à la stabilité financière de l'agriculteur, nous essayons d'élargir l'offre de produits, c'est-à-dire le nombre de nouveaux producteurs qui entrent sur la plateforme, en fonction de la demande existante. En 2022, nous avons élargi notre offre sur la plateforme CrowdFarming, passant de 172 à 245 producteurs, et de 90 produits différents à 130, ce qui nous permet d'offrir aux CrowdFarmers une plus grande variété de produits et de zones géographiques.

Cependant, le ralentissement du marché BIO en Europe, également affecté par le contexte macroéconomique, a marqué un changement de tendance pour certains producteurs qui, habitués à voir leurs ventes augmenter via CrowdFarming d'année en année, ont eu cette année des ventes identiques voire inférieures à celles des années précédentes.

Suivre de près l'évolution des transactions de chaque producteur d'une année à l'autre, et pas seulement nos résultats globaux en tant qu'entreprise, nous permet d'ajuster le cap lorsque la demande change de tendance et de garantir la stabilité financière des producteurs. C'est pourquoi, en 2023, nous allons ralentir le rythme des arrivées de nouveaux producteurs et nous assurer que ceux qui sont avec nous puissent continuer à compter sur la stabilité des revenus qu'ils obtiennent grâce à la vente directe avec CrowdFarming.

**« Personnellement, ce que j'apprécie le plus, c'est de savoir que la production est vendue avant la récolte, afin de pouvoir élaborer le produit avec la qualité souhaitée et d'avoir une prévision de vente organisée pour l'année suivante. »**

Enquête auprès des producteurs 2022





# La bonne nouvelle est que la satisfaction des producteurs reste très élevée

## Depuis qu'ils travaillent avec CrowdFarming, les producteurs disent que\*

69,23 % des producteurs de fruits tropicaux, 62,5 % des producteurs d'huile végétale et 61,53 % des producteurs d'agrumes ont déclaré que leur stabilité économique était plus grande avec CrowdFarming qu'avec la chaîne traditionnelle.

**« Ce que j'apprécie le plus avec CrowdFarming, c'est l'honnêteté et la transparence »**

### Enquête auprès des producteurs 2022

La stabilité économique est un élément clé de la transformation de la chaîne agroalimentaire, car elle permet au producteur de planifier et d'investir dans l'amélioration de son activité.

**73 % des producteurs déclarent avoir investi dans l'amélioration de leur entreprise depuis qu'ils travaillent avec CrowdFarming**

En plus de ces trois aspects principaux du modèle CrowdFarming visant à rendre la chaîne d'approvisionnement plus équitable, nous pensons que nous devons aller plus loin. C'est pourquoi nous travaillons chaque jour à améliorer leur expérience vis-à-vis de la vente directe en valorisant leur travail face à l'ensemble de la communauté des CrowdFarmers.

Pour ce faire, nous disposons d'une équipe d'agronomes basés dans les principaux pays dans lesquels nous opérons - Allemagne,

Espagne (Madrid, Malaga et Valence), France et Italie - pour accompagner le producteur dans toutes les étapes de son parcours avec nous.

Cette équipe est également chargée de créer une communauté parmi les producteurs afin qu'ils puissent partager leurs apprentissages et leurs bonnes pratiques et leur transmettre la philosophie de CrowdFarming sur des aspects fondamentaux tels que la production biologique et régénérative, le gaspillage alimentaire, les conditions de travail ou comment choisir l'emballage le plus adapté à leur produit et à l'environnement.

**« Nous mettons en œuvre la polyculture parce que CrowdFarming nous l'a recommandé. Après avoir analysé les avantages, nous sommes déjà en train de faire des tests pour convertir le reste de nos exploitations à la polyculture, je vous donnerai le résultat dans quelques années ! »**

**« Depuis que je travaille avec CrowdFarming, je n'utilise plus de plastique et je choisis des emballages respectueux de l'environnement. »**

**« Nous incitons toute notre communauté à se convertir à l'agriculture biologique. »**

### Enquête auprès des producteurs 2022

89 % des personnes interrogées estiment que leur travail a eu un impact positif depuis qu'elles travaillent avec CrowdFarming, que ce soit par le biais de nouvelles connaissances, d'un meilleur service à la clientèle, d'améliorations dans leurs opérations, de l'embauche de nouveaux collaborateurs ou de nouveaux profils.

Environ la moitié des agriculteurs interrogés déclarent utiliser des énergies renouvelables (53 %), faire du compost (57 %) ou utiliser les déchets pour produire des sous-produits alimentaires (46 %), ce qui a un impact direct sur la réduction de l'utilisation des ressources.

Tous les producteurs d'huile d'olive vierge extra qui vendent par l'intermédiaire de CrowdFarming ont signé le manifeste pour la protection des oiseaux migrateurs, en s'engageant à ne pas cueillir les olives avec des récolteuses automatiques entre 20h00 et 06h00 et à prendre les mesures nécessaires pour protéger les oiseaux migrateurs dans leurs oliveraies.

**Enfin, et c'est un aspect fondamental de la vente directe via CrowdFarming : nous mettons le producteur au premier plan**

Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles façons de nourrir le cercle vertueux dans lequel le CrowdFarmer choisit l'agriculteur avec lequel il se connecte - que ce soit pour son produit, sa façon de produire ou toute autre raison qui l'amène à tomber amoureux de son projet - et le producteur reçoit la reconnaissance et les retours de la communauté, ainsi qu'un prix plus juste. Cet engagement mutuel est à la base d'une chaîne d'approvisionnement plus équitable et plus durable.

**« Ce que j'apprécie le plus avec CrowdFarming, c'est la fidélité des consommateurs et leur engagement en faveur du développement durable et des exploitations familiales. »**

**« C'est plus qu'une vente en ligne : c'est un mode de vie, c'est la façon nous nous traitons les uns les autres, le respect que nous avons pour la nature, le travail et le plaisir. »**

**« Nous vendons une véritable expérience qui nous connecte au consommateur »**

Enquête auprès des producteurs 2022



**Les producteurs sont le visage visible et la voix de presque toutes nos communications et ils sont également la voix de nombreux épisodes de notre podcast What The Field!?, dans lequel nous les invitons à raconter à la première personne ce que c'est d'être un producteur au XXIe siècle.**

En plus de l'interview de Gonzalo, notre PDG, co-fondateur et agriculteur, 8 autres producteurs ont participé au podcast pour parler de sujets tels que le développement rural, en particulier pour les chaînes plus complexes telles que le café ou le cacao, l'agriculture régénérative ou la conversion au BIO. Non seulement nous avons parlé avec des producteurs qui vendent via CrowdFarming, mais nous avons également pu interviewer Guy Singh-Watson, producteur anglais et pionnier de la vente directe en ligne, ou Gilles Fert, expert en soins des abeilles.



# Nous avons terminé 2022 avec 245 producteurs, 73 d'entre eux ont rejoint cette année la vente directe via CrowdFarming !

## 245 producteurs

répartis dans 15 pays différents : Allemagne, Autriche, Bulgarie, Colombie, Croatie, Espagne, Philippines, France, Géorgie, Grenade, Grèce, Hongrie, Italie, Portugal et République tchèque, totalisant 120 produits différents

## 91 des producteurs

qui vendent via CrowdFarming sont jeunes, c'est-à-dire qu'ils ont moins de 40 ans. Cela représente 37 % de nos producteurs, contre 11 % pour les jeunes agriculteurs dans l'Union européenne (Commission européenne, 2016)

## +3 000 emplois

au total sur l'ensemble des exploitations de CrowdFarming, dont 42 % de femmes et 58 % d'hommes



Nous croyons fermement que tout cela contribue au développement socio-économique des zones rurales, souvent dépeuplées, d'Europe. Grâce à nos producteurs et à des associations comme AlVelAl (association de producteurs visant à régénérer le paysage et l'économie d'une zone d'un million d'hectares dans le sud de l'Espagne), nous apprenons chaque jour l'impact que notre travail est capable de générer.

29 des exploitations sont situées dans des zones considérées comme faiblement peuplées, c'est-à-dire qu'elles ont une densité de population inférieure à 12,5 habitants par kilomètre carré.

**39 % des agriculteurs interrogés déclarent qu'ils mettent en œuvre des mesures de formation ou d'éducation pour les travailleurs (ou dans la communauté) et 19 % embauchent des personnes en risque d'exclusion**

**Comment la lutte  
pour une chaîne  
d'approvisionnement plus  
équitable s'inscrit-elle  
dans le cadre d'objectifs  
mondiaux ?**

## **Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous**

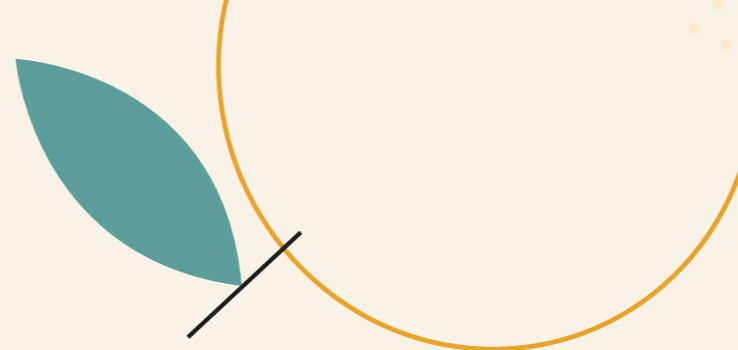


Le secteur agricole génère le plus grand nombre d'emplois, mais les habitants des zones rurales, bien que produisant 80 % de la nourriture mondiale, représentent également 80 % de la pauvreté mondiale.

**(FAO, 2022)**

C'est pourquoi le développement économique doit commencer par des progrès dans le secteur agricole : l'agriculture durable a un impact positif sur les économies locales, favorise la circulation des ressources et réduit la dépendance à l'égard des intrants extérieurs, entre autres.

# Voici quelques-unes des histoires de cette année dont nous sommes particulièrement fiers



## Paco Palomillo : Une crise qui s'est terminée en cave

**Produit :** Vin  
**BIO**  
**Pays :** Espagne  
**1254** bouteilles expédiées en 2022 via CrowdFarming

Le destin fait bien les choses. À vrai dire il s'appelle Parra, bien que dans le village tout le monde le connaisse sous le nom de Palomillo. Lors de la crise financière qui a durement frappé l'Espagne en 2008, il décide de réaliser son rêve et de créer son propre domaine viticole dans une zone dépeuplée d'Almería afin de pouvoir fournir du travail aux siens. Il décide également d'en faire un projet BIO, car "nous avons toujours cultivé comme ça". Selon Paco, grâce à CrowdFarming, il a pu faire le bond nécessaire pour consolider le projet, et après tant d'efforts, pouvoir expédier directement à des consommateurs de partout en Europe.



## Pepe et Javier : Une retraite et un diplôme des plus exotiques

**Produits :** Papayes, fruits de la passion et pitahayas  
**BIO**  
**Pays :** Espagne  
**39 tonnes** expédiées en 2022 via CrowdFarming

Pepe - le grand-père - s'installe à la campagne après avoir pris sa retraite et, craignant de s'ennuyer, crée son propre verger. Javier, le petit-fils, rejoint l'aventure de son grand-père à tout juste 18 ans. Aujourd'hui, dans son « verger », on trouve des papayes, des fruits de la passion et des pitahayas. Pepe voulait envoyer des fruits comme il aime lui-même les manger, alors il a décidé de pratiquer la culture biologique dès le début. La vente via CrowdFarming garantit qu'ils arrivent frais.



## Bertrand et Loïc : Prendre des risques de génération en génération

**Produits :** Agrumes, avocats, mangues, fruits de la passion et litchis.  
**En conversion vers le BIO**  
**Pays :** France  
**72 tonnes** expédiées en 2022 via CrowdFarming

En 2007, Bertrand De La Taste a pris le risque de convertir l'ensemble de son exploitation au BIO et de devenir indépendant de la coopérative avec laquelle il travaillait. Cela a été un grand succès ! Suivant ses traces, ses fils prennent le risque de produire des fruits tropicaux en Corse, l'« Île de beauté ». Cela fut un succès également ! La production d'avocats en Corse avait déjà commencé il y a 30 ans, mais à l'époque, ce n'était pas un fruit vedette, et le BIO était peu populaire. Pour Loïc, rejoindre CrowdFarming, c'est penser à l'avenir et partager son amour de l'agriculture et de sa belle île natale avec toute la communauté.



## Johannes Grenzebach : Cultiver de manière biologique un aliment sud-américain en Allemagne

**Produit :** Quinoa  
**BIO et en conversion au BIO**  
**Pays :** Allemagne  
**4 tonnes** expédiées en 2022 via CrowdFarming

Le quinoa est un aliment très résistant qui s'adapte parfaitement aux changements climatiques qui se produisent en Allemagne, avec des étés secs et chauds. C'est sur cette base que Johannes décide de cultiver le quinoa en Allemagne, offrant ainsi une alternative régionale au quinoa importé d'Amérique du Sud. Cette année, il a non seulement achevé avec succès sa conversion à l'agriculture biologique en collaboration avec CrowdFarming, mais il a également reçu des prix tels que le Qualileo d'or dans la catégorie « Durabilité » et le bronze dans la catégorie « Exotiques » de l'État allemand de Hesse. Johannes nous assure que dès la saison prochaine, nous verrons de nouveaux projets comme celui-ci !



# Voici quelques-unes des histoires de cette année dont nous sommes particulièrement fiers



## Catherine Zanev : Revenir à ses racines en Bulgarie pour acheter une exploitation et la convertir à l'agriculture régénérative

**Produits :** Cerises, coings, confitures et ail  
**BIO**  
**Pays :** Bulgarie  
**662 kg** expédiés en 2022 via CrowdFarming

Catherine a grandi en Allemagne et, après avoir parcouru le monde et travaillé pour l'ONU à New York, entre autres, elle a pris la décision de retourner en Bulgarie, où son grand-père avait une exploitation. Elle collabore avec diverses institutions dans le domaine de l'agriculture durable et régénérative et elle a mis en place un centre d'apprentissage pour les jeunes, faisant de son exploitation la plus moderne de Bulgarie. Selon Catherine, CrowdFarming lui a permis d'emprunter cette voie aux côtés de personnes qui non seulement consomment ses produits, mais se soucient également de savoir comment et pourquoi elle les produit. « De plus, dit Catherine, cela nous connecte davantage à des personnes qui veulent et peuvent payer un prix équitable pour des produits durables de haute qualité, car cela reste encore un marché de niche en Bulgarie. »



## Björn Szeghedi et Dirk Weikert : une protectrice des abeilles sauvages qui enseign l'apiculture aux plus petits

**Produit :** Miel  
**BIO**  
**Pays :** Allemagne  
**3 tonnes** expédiées en 2022 via CrowdFarming

Björn Szeghedi et Dirk Weikert se sont un jour demandé : Comment ce serait si, en produisant du miel BIO, nous arrivions à contribuer activement à la protection des abeilles sauvages, attirer l'attention sur leur situation et apprécier l'environnement qui nous entoure ? Ils dirigent maintenant une organisation à but non lucratif dans laquelle l'intégralité des bénéfices provenant de la vente de miel et de vin de miel est consacrée à des projets de protection des abeilles sauvages et à des programmes visant à enseigner aux plus jeunes à protéger les abeilles sauvages et à pratiquer l'apiculture. « Nous pensons que CrowdFarming nous donne l'opportunité de rencontrer de nouveaux adeptes de notre projet et des personnes qui veulent profiter de notre miel », disent les deux amis.



## Angelo et Renato Gibilisco : Une tradition familiale transmise de père en fils

**Produits :** Oranges, mandarines, citrons et pomelos  
**BIO**  
**Pays :** Italie  
**365 tonnes** expédiées en 2022 via CrowdFarming

Renato Gibilisco, un jeune homme de 28 ans, perpétue la tradition de son père Angelo, qui a toujours été passionné par l'agriculture saine, authentique et durable qui tient compte des nouvelles générations et de l'environnement. Avec CrowdFarming, l'année dernière, ils ont entamé les procédures administratives pour obtenir la certification Demeter et suivent également un cours sur l'agriculture régénérative ! « Je suis entouré d'orangers et de citronniers depuis que je suis tout petit, quand mon père m'emmenait aux champs avec lui. Je suis toujours ravi d'explorer, d'apprendre et de développer de nouveaux projets. » — dit Renato.





## Les prix et distinctions reçus par nos agriculteurs :

**nos agriculteurs allemands ont remporté le prix Ceres du « meilleur agriculteur de l'année »**

Sönke Strampe de Sönkes Biohof dans la catégorie « meilleur agriculteur biologique » et Manuela Holtmann de Vulkanhof dans la catégorie « meilleur entrepreneur » .

Maria et Gerald, de l'entreprise B&B Raritäten située dans le sud-ouest de la Styrie (Autriche), ont reçu le logo de l'évaluation SPI pour la durabilité écologique de leur huile de pépins de courge de Styrie IGP.

À L'étuverie ils ont reçu le label Ecodéfis, pour avoir mis en œuvre des actions concrètes pour réduire leur impact environnemental, telles que l'utilisation des déchets de production - les pelures d'ail le cas échéant - et l'utilisation d'emballages respectueux de l'environnement, dont une étiquette en fibre de canne à sucre recyclée.

Manuela Holtmann



Sönke Strampe



Maria et Gerald



Nicolás



## 2.2

---

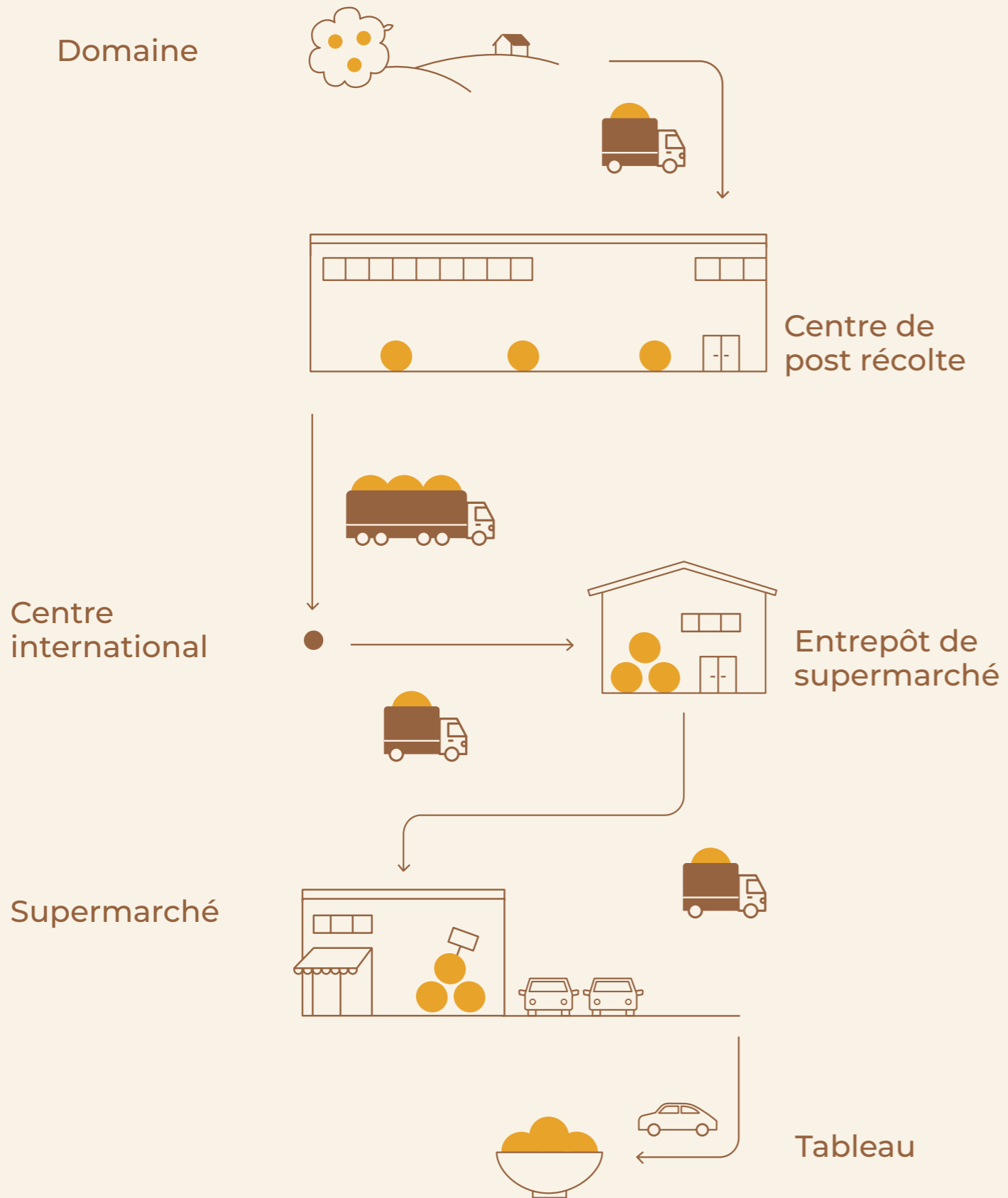
# L'efficacité comme mantra : l'environnement est gagnant

À une époque où le mot durabilité est si lourd de sens qu'il risque d'être mal utilisé, nous nous tournons vers l'efficacité pour décrire ce à quoi nous aspirons en termes de chaîne agroalimentaire durable, mais aussi équitable.

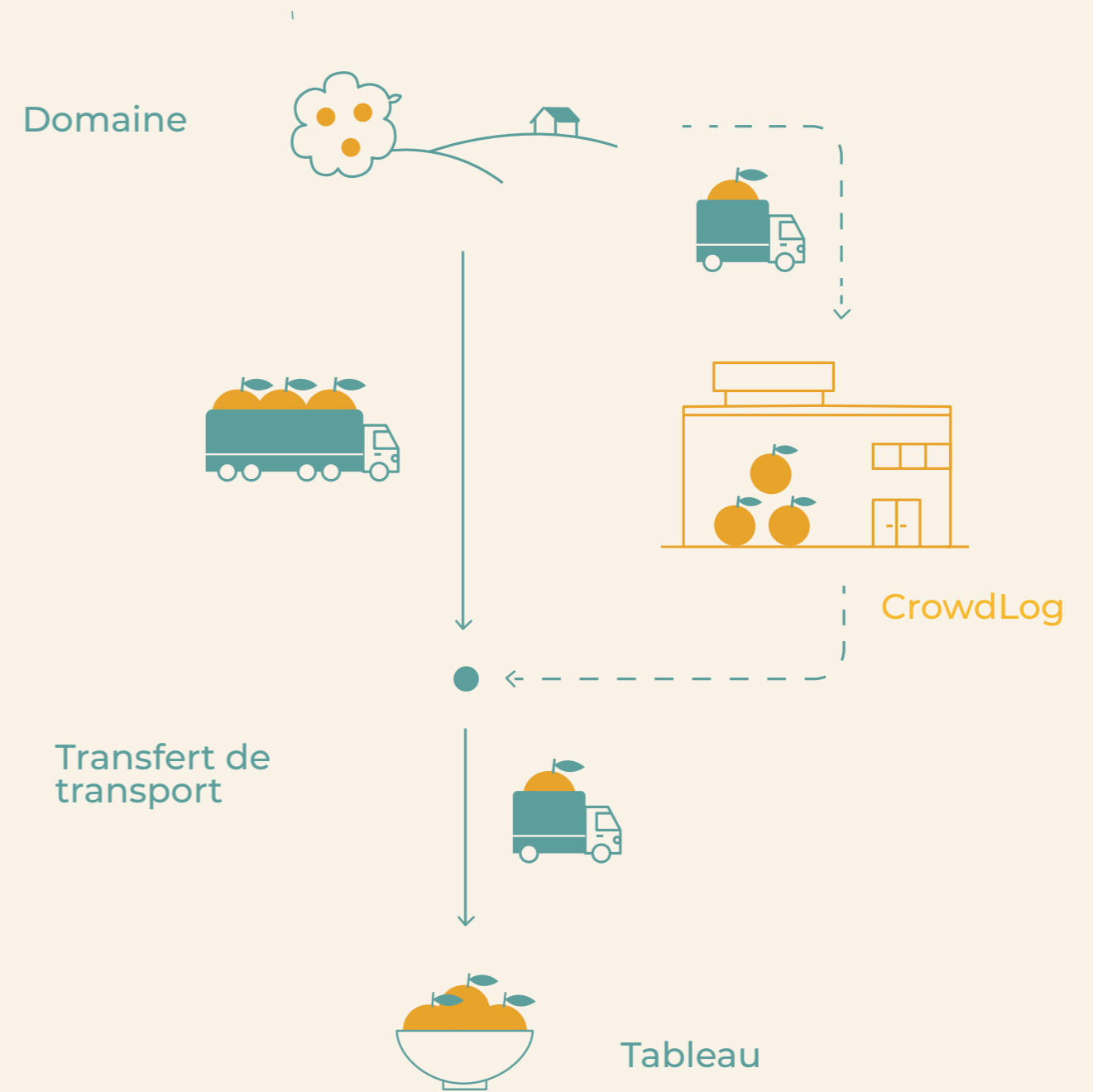
Il s'agit de produire la même chose, ce dont nous avons besoin et pas plus, avec moins de ressources. Nous avons longtemps cru que les ressources (combustibles fossiles, eau, et même la biodiversité qui nous entoure) étaient infinies. Des ressources à utiliser à notre guise sans conséquences - des conséquences qui commencent déjà à faire sentir leurs effets.

CrowdFarming recherche l'efficacité du champ à l'assiette : arrêtons de gaspiller comme si le seul coût qui comptait était économique.

# Chaîne d'approvisionnement traditionnelle



# CrowdFarming



## 2.2.1

# À l'origine de tout : l'exploitation

Le manque d'efficacité dans les exploitations agricoles peut être associé à deux défis structurels fondamentaux : le gaspillage alimentaire et une agriculture qui menace la biodiversité.

Il y a une énorme surproduction de nourriture pour compenser le gaspillage qui se produit à tous les stades de la chaîne d'approvisionnement.

Surtout dans le cas des fruits et légumes, car ils sont très bon marché par rapport à d'autres produits. Le gaspillage alimentaire est alors sous-estimé en raison de son faible coût économique, au profit d'exigences esthétiques ou pour répondre aux fluctuations du marché. Autrement dit, la chaîne traditionnelle compense la perte de 20-30 % de ce qu'elle produit en échange de la possibilité d'avoir les fruits et légumes que nous voulons, n'importe quel jour et à tout moment de l'année, sans imperfections, et à un prix très réduit.

### Qui en souffre ?

Les producteurs, qui investissent pour produire plus que ce qu'ils vendent, et à des prix qui ne couvrent pas forcément leurs coûts, et, bien sûr, l'environnement, dont nous utilisons les ressources pour rien.

Le gaspillage alimentaire dans l'Union européenne en 2020 a atteint près de 57 millions de tonnes.

(Eurostat, 2022).

En 2022, 58 % du gaspillage alimentaire généré en Europe provenait de la production primaire.

(EPRS, 2022)

On estime que d'ici 2030, 2,1 milliards de tonnes de nourriture seront perdues ou gaspillées. Cela équivaut à 1,5 billion de dollars de valeur gaspillée, ce qui place le gaspillage alimentaire dans les 7 % des économies mondiales les plus importantes par rapport au PIB. Si le gaspillage alimentaire était un pays, il serait le troisième plus grand émetteur de gaz à effet de serre.

(BCG, 2023).

Environ 38 % de la consommation totale d'énergie destinée à la production alimentaire est utilisée pour produire des aliments qui sont perdus ou gaspillés.

(FAO, 2013)

Les fruits et légumes représentent à eux seuls près de la moitié de tous les aliments gaspillés chaque année. La surproduction est plus fréquente dans les pays à revenu élevé.

(BCG, 2023).



## Prenons le cas des oranges pour comprendre le défi du gaspillage alimentaire...

Selon une étude du Joint Research Centre (JRC), le service chargé du développement de la science et de la connaissance de la Commission européenne, pour que 10 kg d'oranges parviennent chez un consommateur, il a fallu produire 13 kg, soit 30 % de plus, ce qui signifie 30 % de ressources supplémentaires consacrées à la culture, à la récolte et au transport (JRC, 2017). C'est sans compter les pertes qui se produisent dans les exploitations pour les produits qui ne sont jamais récoltés en raison des prix de marché faibles, et qui par conséquent ne sont presque jamais reflétés, car elles ne sont même pas comptabilisées comme partie de la production.

Grâce à une étude que nous avons menée cette année spécifiquement avec les oranges de CrowdFarming, nous savons qu'il faut produire environ 3 % de plus que ce qui arrive au domicile du CrowdFarmer, soit parce qu'elles étaient en mauvais état ou parce qu'elles ont subi des dommages lors du transport et que les CrowdFarmers nous en informent. C'est-à-dire qu'il faut produire 103 kg d'oranges pour que 100 kg arrivent en parfait état chez nos CrowdFarmers.

## Que fait CrowdFarming pour éviter le gaspillage alimentaire ?



**En fixant son propre prix et en planifiant sa récolte grâce aux adoptions, l'agriculteur réduit la quantité de production non récoltée et gaspillée.**



**En fixant son propre prix et en planifiant sa récolte grâce aux adoptions, l'agriculteur réduit la quantité de production non récoltée et gaspillée.** De plus, nous essayons de réutiliser ce que nous ne pouvons pas envoyer pour la fabrication de confitures, de jus ou de chutneys, et ainsi optimiser les revenus de l'agriculteur.



En outre, en étudiant une exploitation BIO d'oranges qui envoie sa production via CrowdFarming nous avons constaté **que sa production est de 30 tonnes par hectare alors que la moyenne des autres études varie entre 22 et 24 tonnes par hectare.** Pourquoi cette différence ? Nous pensons que les oranges qui n'ont jamais été récoltées font partie de cette inconnue. Le prix de vente de la chaîne traditionnelle peut baisser au point que les agriculteurs ne sont pas rémunérés pour la récolte du produit. Ils finissent par ne pas le récolter et ne l'ajoutent donc pas à leurs résultats de production.

# Depuis qu'ils travaillent avec CrowdFarming, les producteurs disent que\*...

Les producteurs qui affirment avoir constaté une forte réduction du gaspillage alimentaire depuis qu'ils vendent via CrowdFarming sont principalement ceux qui appartiennent aux catégories des agrumes et des produits tropicaux.

Pour la catégorie des agrumes:

**69,23%**

des producteurs affirment que le gaspillage alimentaire dans leur exploitation a diminué



Pour la catégorie des fruits tropicaux:

**61,54%**

des producteurs affirment que le gaspillage alimentaire dans leur exploitation a diminué



Nous estimons que, rien que pour les agrumes, nous avons économisé plus de 1 000 tonnes de déchets alimentaires - 30 % qui sont générés dans la chaîne traditionnelle et en déduisant les 3 % qui peuvent être générés via CrowdFarming.

Nous estimons que nous avons économisé environ 550 tonnes d'autres aliments périssables en dehors de la catégorie des agrumes, qui auraient été générés dans la chaîne traditionnelle.

Nous avons estimé que 11 % du total du gaspillage alimentaire produit et généré avant d'atteindre le consommateur, selon les données génériques de l'Union européenne, Ce chiffre pourrait augmenter considérablement dans le cas des fruits et légumes (Commission européenne, 2020)- contre environ 3 % via CrowdFarming, si nous prenons les données extraites de l'étude sur les agrumes menée cette année.



# Cessons de travailler contre la nature et faisons-en une alliée

Dans un contexte où la différenciation de nombreux fruits et légumes se résume simplement au prix et dans un scénario de plus en plus concurrentiel dû, entre autres, aux importations de l'hémisphère sud à des prix très réduits, de nombreux producteurs sont contraints d'emprunter l'une de ces deux voies de sortie. Ils peuvent soit augmenter leur volume de production à n'importe quel prix, notamment à n'importe quel coût environnemental et social, soit abandonner.

L'un des principaux moyens d'accroître la production est l'utilisation de pesticides, d'herbicides et d'engrais de synthèse, nocifs pour l'environnement et potentiellement (il y a encore beaucoup de débats sur le sujet) pour la santé des travailleurs et des communautés qui se trouvent autour des exploitations.

**L'Union européenne s'est fixé pour objectif de réduire les risques et l'impact de l'utilisation des pesticides sur la santé humaine et l'environnement. Dans le cadre de son programme « Farm to Fork », l'UE entend introduire une réglementation visant à limiter l'utilisation des pesticides chimiques à 50 % d'ici 2030, mais elle est confrontée à de vives réactions.**



Les ventes de pesticides dans l'UE ont fluctué de  $\pm 6\%$  autour de 350 000 tonnes au cours de la période 2011-2020

**(Eurostat, 2022)**

L'une des principales raisons de l'introduction de ce règlement est de lutter contre le déclin général de la biodiversité, qui se produit aujourd'hui plus rapidement qu'à n'importe quel moment de l'histoire

**(Nations Unies, 2019)**

La superficie agricole totale de l'UE est de 157 millions d'hectares, soit près de 40 % de sa superficie totale.

Lors du Congrès européen sur l'agriculture biologique 2022, qui s'est tenu à Bordeaux, en France, Nic Lampkin, consultant en politique biologique, a montré que, si l'UE atteint son objectif de 25 % de terres agricoles certifiées biologiques d'ici 2030 dans le cadre de sa stratégie "Farm to Fork", il y aura 25 millions d'hectares de terres biologiques de plus qu'en 2022. Mais, a-t-il souligné, si la tendance actuelle à la croissance (linéaire) se poursuit, seuls 14 % des terres seront biologiques d'ici 2030, ce qui représente un déficit très important en termes de pourcentage (Lampkin, 2022).





# Avec CrowdFarming, nous soutenons les agriculteurs dans leur processus de conversion au BIO

Si nous voulons atteindre les objectifs fixés par l'Union européenne, nous devons soutenir les agriculteurs qui décident de passer à l'agriculture biologique.

Nous ne voulons pas être simplistes, les intrants tels que les pesticides, les herbicides et les engrais de synthèse sont utilisés parce qu'il n'est pas facile de s'en passer, en particulier lors du processus de transition. Dans la plupart des cas, les agriculteurs n'obtiennent la certification officielle que trois ans après avoir cessé d'utiliser des produits chimiques de synthèse pour protéger et nourrir leurs cultures. C'est pourquoi, avec CrowdFarming, nous voulons faire prendre conscience de cette réalité et proposer des produits en conversion, en veillant à ce que l'effort de ces agriculteurs en vaille la peine.

## Les résultats

### Soutenir la conversion au BIO

#### 29 producteurs

en conversion au BIO, vendant via CrowdFarming, pour un total de 853,68 hectares

#### 20,5 % des ventes

réalisées via CrowdFarming concernent des exploitations en conversion au BIO

#### 5 producteurs

ont terminé leur conversion au BIO avec nous cette année

#### 1460,80 tonnes

de produits en conversion au bio expédiées tout au long de l'année 2022

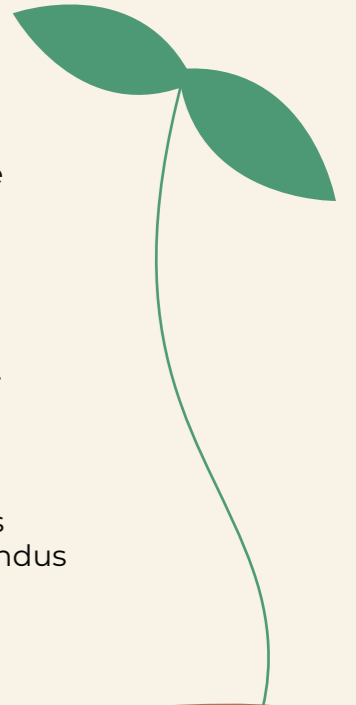
### Le volume principal des envois via CrowdFarming reste BIO

#### 78 % des ventes

réalisées via CrowdFarming sont des produits BIO. Plus de 6 000 tonnes de produits BIO ont été expédiés rien qu'en 2022

#### 1,84 tonnes

de pesticides de synthèse ont été évitées grâce à la production sans pesticides de tous les produits vendus via CrowdFarming



## Nous pensons qu'il faut aller encore plus loin - notre vision de l'agriculture régénérative

L'objectif agricole a longtemps été une productivité élevée à bas prix. Des années de sélection des variétés les plus productives et d'application de tous les intrants nécessaires pour produire à pleine capacité ont réduit la biodiversité à toutes les échelles - moins de variété de produits et moins d'organismes dans les sols, chargés de nourrir les plantes et les écosystèmes dans lesquels elles se développent.

On estime que le taux de disparition des espèces que nous connaissons actuellement est entre 1 000 et 10 000 fois supérieur au taux d'extinction naturelle. Ainsi, entre 0,01 et 0,1 % du total des espèces finiraient par s'éteindre chaque année (WWF, 2020). Plus de 42 100 espèces sont menacées ou en voie d'extinction. Autrement dit, 28 % du total des espèces évaluées à ce jour sont menacées (IUCN 2022)

Avec CrowdFarming, nous sommes partisans d'utiliser la nature à notre avantage pour cultiver des aliments, au lieu de continuer à ignorer ses signaux. Protéger la biodiversité contribuera à la résilience de nos écosystèmes, et donc à la résilience de notre chaîne alimentaire.



« La biodiversité est essentielle pour préserver la sécurité alimentaire mondiale, soutenir une alimentation saine et nutritive, améliorer les moyens de subsistance en milieu rural et accroître la résilience des personnes et des communautés. Nous devons utiliser la biodiversité de manière durable afin de mieux répondre aux défis croissants du changement climatique et de produire de la nourriture d'une manière qui ne nuise pas à notre environnement. »

José Graziano da Silva (Directeur général de la FAO en 2019)

Les pratiques d'agriculture biologique favorisent une augmentation moyenne de 34 % de la biodiversité à différents niveaux : de la biodiversité microbienne, végétale et animale, aux insectes et aux oiseaux.

(Lynch et al., 2012 ; Reganold & Wachter, 2016 ; Tuck et al., 2014)

Il existe un lien évident entre une biodiversité élevée et un certain nombre de services dont un écosystème peut bénéficier, facilitant ainsi son bon fonctionnement et sa stabilité. Nous pouvons citer ici la pollinisation des arbres fruitiers, le contrôle de la qualité de l'eau, la lutte contre les ravageurs, ou le stockage du carbone organique et d'autres nutriments dans le sol qui permettent aux cultures de se développer sainement.

(Smith et al., 2019 ; Smukler et al., 2010 ; Young-Mathews et al., 2010)

Dans cette optique, les Nations Unies soutiennent qu'une meilleure utilisation de la biodiversité agricole peut contribuer à des régimes alimentaires plus nutritifs, à améliorer les modes de vie dans les communautés rurales et aider à rendre les systèmes agricoles plus résilients et durables.

(Nations Unies, 2015)

# Que fait CrowdFarming pour promouvoir la biodiversité ?



Nous pensons que la conversion à l'agriculture biologique est une première étape importante, mais nous sommes conscients qu'il y a beaucoup plus à faire, et c'est pourquoi nous avons la responsabilité et l'opportunité de promouvoir l'agriculture régénérative. Nous soutenons ces courageux agriculteurs de la culture régénérative qui font leurs premiers pas essentiellement par conviction personnelle, à un moment où la demande et le financement des produits issus de l'agriculture régénérative sont pratiquement inexistantes.

L'agriculture régénérative est une approche holistique qui met l'accent sur la santé des sols en tant que base fondamentale de l'ensemble de l'écosystème agricole. Il s'agit donc d'un système agricole qui favorise la biodiversité et la résilience des cultures et du sol dans lequel elles sont cultivées. Plutôt que de s'appuyer sur des produits chimiques de synthèse et des techniques de culture intensives, qui peuvent avoir un impact négatif sur les ressources naturelles et la biodiversité du système, l'agriculture régénérative s'appuie sur des pratiques naturelles telles que la rotation des cultures, le compostage, le paillage des sols et le pâturage contrôlé. Ces pratiques améliorent la santé des sols, augmentent leur capacité à retenir l'eau, le carbone et les nutriments et réduisent l'érosion (Boyabatlı et al., 2019 ; de Faccio Carvalho et al., 2010 ; Kaspar & Singer, 2015 ; Martínez-Blanco et al., 2013). Nous pensons que cette approche est essentielle pour l'avenir de l'agriculture en Europe.

**Chez CrowdFarming, nous avons 7 producteurs que nous considérons comme faisant partie de l'agriculture régénérative : 3 en Espagne, et le reste en Allemagne, en France et en Italie. Comment identifier les producteurs de l'agriculture régénérative de CrowdFarming ?**

- 1** Ils sont certifiés BIO : pour nous, être BIO est la première étape vers la régénération de la biodiversité et une garantie officielle que les conditions de base pour évoluer vers un modèle agricole différent sont remplies.
- 2** Ils collaborent (reçoivent une formation, un suivi ou un contrôle) avec une organisation d'agriculture régénérative ou ont une certification attestant qu'ils mettent en œuvre d'autres pratiques durables encore plus exigeantes que la certification BIO.
- 3** Notre équipe d'agronomes a visité l'exploitation et a validé la mise en œuvre d'au moins 3 techniques de régénération, y compris le travail minimal du sol, la conservation des restes végétaux et l'élagage et l'utilisation de couvertures végétales pendant la majeure partie de l'année.

Chaque fois que nous découvrons l'un de ces producteurs, ou les associations avec lesquelles ils travaillent, nous nous rappelons pourquoi nous sommes là et l'importance de faire connaître leur histoire à des milliers de consommateurs à travers l'Europe.

La bonne nouvelle, c'est qu'après avoir écouté nos producteurs dans le cadre de l'enquête annuelle, nous avons constaté que plus de la moitié d'entre eux affirment déjà pratiquer une technique de régénération, et, parmi eux, la moitié déclarent que l'agriculture régénérative est déjà bien intégrée dans leur exploitation. Il reste encore beaucoup de potentiel à découvrir et à exploiter !

## Les résultats

**195 tonnes de produits issus de l'agriculture régénérative ont été vendues via la plateforme en 2022.**

**Nous nous sommes entretenus avec plus de 10 organisations en Europe chargées de la formation et du suivi des agriculteurs en matière de pratiques régénératives afin de connaître leur point de vue, leur approche et trouver des opportunités de collaboration.**



## Ce qui reste à venir

L'année prochaine, nous voulons continuer à découvrir et à partager, mais nous voulons aussi que ce changement vienne de l'intérieur. Nous allons collaborer avec des experts pour former les producteurs qui font déjà partie de CrowdFarming et surveiller les résultats que cela a sur les sols, leur rétention d'eau et la biodiversité, afin de convaincre davantage de producteurs de suivre cette voie et les CrowdFarmers de miser sur ce type de produits.

## 2.2.2

# En mouvement : le transport

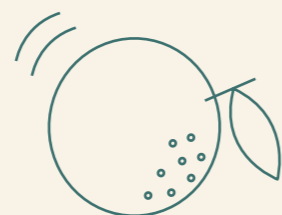
Nous avons déjà parlé du gaspillage alimentaire qui se produit tout au long de la chaîne d'approvisionnement traditionnelle, ce qui signifie qu'il faut non seulement produire, mais aussi transporter beaucoup plus de produits que ce qui est réellement consommé.

Maintenant, concentrons-nous sur le kilométrage. Nous constatons auprès de nombreuses sources d'information que, en termes d'empreinte carbone, ce sont les habitudes alimentaires et non pas tant la provenance, qui ont un impact réel sur les émissions. Le transport à lui tout seul représente jusqu'à 12 % de l'empreinte carbone de ce que vous mangez (FCRN, 2016).

Nous ne voulons pas nous cacher derrière ces affirmations, qui sont, par ailleurs, véridiques, et nous voulons faire face à la réalité : la distance compte. Ces estimations comprennent à la fois des produits d'origine végétale et animale,

et tiennent compte des distances de transport plus courtes. Lorsque la phase de production est réduite pour les produits d'origine végétale et que la distance augmente pour les expéditions régionales, bien que l'empreinte carbone par kilogramme reste très inférieure à celle des produits d'origine animale, la part du transport augmente par rapport à celle de la production (Ritchie & Roser, 2022).

Cela revient à dire que nous mettons dans le même sac de comparaison un kilo de bœuf et un kilo d'oranges, alors que l'empreinte carbone du premier est plus de 100 fois supérieure.



Revenons au cas des oranges valenciennes qui voyagent jusqu'à Berlin :



## CrowdFarming

Empreinte carbone de 1 kg d'oranges

**0,739 kgCO<sub>2</sub>**



## La chaîne traditionnelle

Empreinte carbone de 1 kg d'oranges

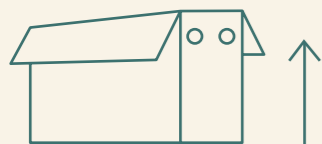
**0,949 kgCO<sub>2</sub>**

Dans les deux cas étudiés, le transport représente environ 65 % de son empreinte carbone.

# Que fait CrowdFarming pour faire face à l'impact du transport ?

Nous ne nous contentons pas de dire que c'est comme ça, point barre, ou que l'empreinte carbone des produits frais d'origine végétale est déjà beaucoup plus faible que celle des autres aliments.

C'est pourquoi nous prenons des mesures pour réduire l'empreinte carbone du transport de nos envois, principalement de deux manières :



## Nous optimisons chaque expédition

Nous optimisons chaque expédition, en les planifiant de manière à ce que les camions voyagent toujours à plus de 90 % de leur capacité.



## Le transport par relais

des entreprises comme Trucksters permettent à nos produits d'être toujours en mouvement grâce à des relais entre les chauffeurs, tout en améliorant leur qualité de vie, puisque chaque chauffeur ne prend en charge qu'une partie du trajet et n'a pas à passer des jours sans rentrer chez lui. Les kilomètres parcourus à la fin sont les mêmes, mais le temps de réfrigération est considérablement réduit. En 2022, 67 camions complets ont été expédiés par relais.

## Alternatives du dernier kilomètre

chaque fois que nous le pouvons, nous recherchons des transporteurs pour le dernier kilomètre qui offrent des alternatives plus durables, telles que la livraison électrique. En Allemagne, au moins 25 % de nos expéditions sont livrées en utilisant l'énergie électrique. En dernier recours face à la réduction, nous payons un prix supplémentaire pour compenser l'empreinte de nos envois. Sur le total des expéditions CrowdFarming sur le dernier kilomètres, 65 % sont compensées, soit près de 300 tonnes de CO<sub>2</sub> compensées tout au long de l'année 2022 (une moyenne de 0,3 kg/CO<sub>2</sub> par envoi).

**La combinaison de ces deux initiatives permet de réduire l'empreinte carbone de notre transport de 15 %, passant de 0,45 à 0,39 kg CO<sub>2</sub> par kilogramme d'oranges chez CrowdFarming. Considérant qu'en 2022, nous avons expédié plus de 3 500 tonnes d'agrumes d'Espagne, si tous nos agrumes voyageaient de cette manière (et c'est ce à quoi nous aspirons) nous économiserions jusqu'à 1 365 tonnes de CO<sub>2</sub> par an. Cela équivaut à 650 personnes faisant un aller-retour en avion de Berlin à New York !**



## 2.2.3

### Étapes en cours de route : les centres logistiques

L'une des différences les plus importantes entre CrowdFarming et la chaîne traditionnelle réside dans les arrêts effectués en cours de route, et le temps pendant lequel le produit reste à l'arrêt. Si le produit, en particulier un produit frais, n'est pas sur l'arbre (ou la plante), il consomme de l'énergie. La plupart des produits frais que vous connaissez ont besoin de méthodes artificielles telles que des chambres de conservation ou des cires pour préserver leurs propriétés pendant de longues périodes de temps.



Comme nous l'avons évoqué précédemment, adapter les activités d'une exploitation à la vente directe n'est pas facile, même si ses avantages sont nombreux.

CrowdLog permet, dans le cas des producteurs espagnols du sud et de l'est de l'Espagne, de s'affranchir des processus d'étiquetage et d'emballage, et de la pression du contexte macroéconomique actuel vis-à-vis des fournisseurs de caisses par exemple. Il y a un nombre maximum d'envois qu'un producteur peut faire depuis son exploitation, en particulier pour les petites et moyennes exploitations, et la mise en place d'un système de vente directe était, jusqu'à présent, un obstacle majeur.

**C'est pourquoi nous avons décidé de créer CrowdLog, un centre logistique situé à Valence, visant à améliorer l'expérience et la variété que nous offrons aux CrowdFarmers sans augmenter la charge de travail pour l'agriculteur, qui peut adapter le volume des ventes à la récolte qui lui a été donnée cette année-là, et non au nombre d'envois qu'il est capable de gérer depuis son exploitation.**

De plus, nous pouvons renforcer le contrôle de la qualité de nos expéditions et assurer le juste équilibre entre la réduction de l'impact de l'emballage utilisé et la protection des aliments expédiés afin qu'ils ne finissent pas par être gaspillés.

Et au niveau des emplois ? Le travail d'emballage est, tout comme la récolte, un travail concentré à la période de l'année où les expéditions sont faites. Nous avons longuement réfléchi à cette décision, et après un an de fonctionnement, nous continuons à penser que c'était la bonne décision à prendre. En recevant des produits via CrowdLog, provenant de différentes exploitations et récoltés à différentes périodes de l'année, nous pouvons générer une source d'emplois plus stable pour Museros, une commune proche de Valence. CrowdLog génère près de 30 emplois tout au long de l'année.

Le producteur a plus de flexibilité car cela lui permet d'investir et de développer ses activités agricoles dans d'autres domaines, tels que l'embauche de profils différents ou la mise en œuvre de pratiques plus durables sur l'exploitation, ce qui implique parfois davantage de main-d'œuvre.

Nous essayons également d'optimiser les circuits entre les exploitations espagnoles et CrowdLog car en effet CrowdFarming envoie des aliments et non pas du vent ! Les camions de fruits qui font l'aller-retour pour collecter les fruits et ramener les caisses vides pour les réutiliser voyagent en moyenne à 87 % de leur capacité.

De plus, avec CrowdLog, nous recherchons des débouchés (que ce soit pour les vendre afin qu'ils soient transformés ou pour en faire don à des ONG locales) pour les produits que nous n'expédions pas, car ils ne supporteraient pas le voyage, ce qui permet de réduire le gaspillage alimentaire tout en augmentant les revenus du producteur. Par exemple, en 2023, un chutney de mangue créé à partir de mangues qui n'ont pas pu être expédiées verra le jour.



Chutney de mangue




# A. La logistique à la source

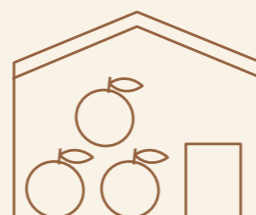
---

## La chaîne traditionnelle

---

 **4 - 60 jours**

### Le centre post-récolte




### Ce qu'on y fait ?

---

Ici, le produit, ou les oranges, dans ce cas précis, peuvent passer jusqu'à deux mois entre le processus de déverdissement lorsqu'elles sont récoltées à l'avance, et l'attente dans les chambres froides, avant d'être mises sur le marché.

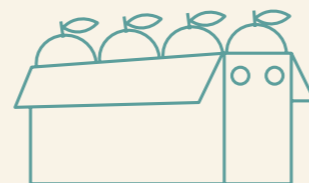
## CrowdFarming

---

 **1 - 2 jours**

### L'exploitation du producteur

(pour les produits provenant d'autres pays que l'Espagne)



### Ce qu'on y fait ?

---

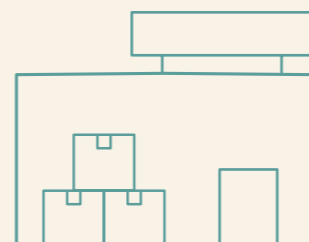
Le conditionnement se fait dans la propre exploitation de l'agriculteur.

Les produits entrent directement dans le circuit normal d'expédition, en recherchant, comme toujours, l'efficacité.

Nous avons également pour objectif que les camions voyagent toujours à plus de 90 % de leur capacité et, en 2022, nous avons atteint une moyenne de 93 %. Lorsque nous ne parvenons pas à atteindre cette capacité uniquement avec les producteurs de CrowdFarming, nous expédions avec des chargements d'autres entreprises quand nous sommes assurés que l'expédition sera la plus efficace possible.

### CrowdLog

(pour les produits voyageant depuis l'Espagne): CrowdLog  
Notre nouveau centre logistique à Museros (Valence) pour emballer les produits



Le conditionnement dans le centre logistique.



## B. La logistique dans le pays de destination

---

### La chaîne traditionnelle

---

 2 - 14 jours

Centre  
logistique dédié

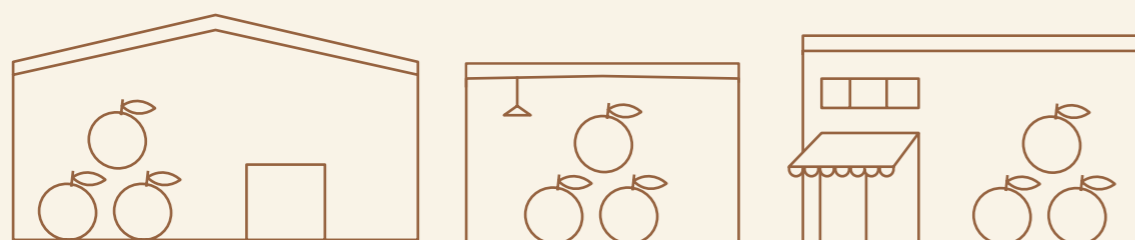
Entrepôts de  
supermarchés

Supermarchés

### Ce qu'on y fait ?

---

Les produits entrent dans le circuit des supermarchés, dans lequel ils sont exposés lorsqu'ils répondent à certaines conditions esthétiques (comme avoir la bonne couleur) et ornent les rayons afin que le supermarché ne semble jamais vide. Nous nous sommes habitués à nous rendre au supermarché en fin de journée et à voir des quantités de produits frais encore disponibles (Frankowska et al., 2019).



### CrowdFarming

---

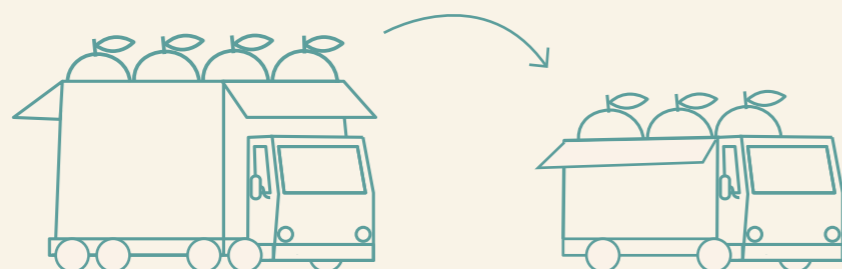
 Moins d'une  
journée

Les arrêts :  
changement de  
transport

### Ce qu'on y fait ?

---

Passage du transport longue distance dans de gros camions à des véhicules plus petits pour le transport sur le dernier kilomètre.



# Les résultats de cette année

Il faut compter en moyenne

## 5,5 jours

de l'arbre à votre domicile.

## 76%

des livraisons sont effectuées dans des emballages sans plastique

Nous avons réduit le taux d'incidence lié aux expéditions à

## 2,80% contre 3%

l'année dernière, il nous reste encore du chemin à parcourir, mais nous sommes sur la bonne voie !

Nous avons augmenté le taux moyen de chargement des camions de

## 91% à 93%

(30 des 32 palettes pouvant être installées dans le camion)

Parmi ceux qui contiennent du plastique,

## 22% sont exempts de BPA

## Ce qui reste à venir...

Comme vous pouvez le constater, cette année, nous avons fait nos premiers pas vers l'étude de la différence entre l'empreinte carbone d'une expédition avec CrowdFarming et celle de la chaîne traditionnelle, en nous concentrant sur un cas (le plus courant au sein de CrowdFarming !), l'expédition d'agrumes de Valence à l'Allemagne.

L'année prochaine, nous aimerions continuer à mesurer notre impact, en prenant en compte encore plus de cas concrets et sur d'autres aspects qu'uniquement l'empreinte carbone. Nous voulons identifier davantage de possibilités afin de réduire les émissions aux différentes étapes de notre chaîne d'approvisionnement, celle des plus de 1,5 million d'expéditions que nous effectuons chaque année.

D'autre part, nous continuerons à chercher des moyens de réduire notre empreinte maintenant que nous avons une notion des étapes qui ont le plus d'impact sur elle : premièrement le transport, puis la culture et enfin, l'emballage.

De plus, cette année, nous nous sommes concentrés sur la mise en service de CrowdLog. Nous avons mesuré ses émissions de carbone comme point de départ pour trouver des domaines d'amélioration et l'amener toujours plus près de l'objectif de devenir le centre logistique le plus durable au monde. Le premier pas que nous avons fait vers la réduction est que, depuis l'été 2022, notre énergie provient à 100 % de sources renouvelables.

## Comment la lutte pour une chaîne d'approvisionnement plus équitable s'inscrit-elle dans le cadre d'objectifs mondiaux ?

### Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge



L'agriculture biologique interdit l'utilisation de produits chimiques.

L'exposition aux pesticides a été liée à de nombreux risques pour la santé et à des milliers de décès chaque année. Concrètement, les Nations Unies estiment que les pesticides sont responsables d'environ 200 000 décès par empoisonnement.

Les agriculteurs et les travailleurs agricoles, les communautés vivant à proximité des exploitations, les femmes enceintes et les enfants sont particulièrement vulnérables à l'exposition aux pesticides et nécessitent une protection particulière (ONU, 2017).

### Garantir des modes de consommation et de production durables



Considérant que produire et consommer durablement vise à « faire plus et mieux avec moins », le bien-être découlant des activités économiques peut être accru si l'utilisation des ressources, la dégradation et la pollution sont réduites tout au long du cycle de vie, tout en améliorant la qualité de vie.

Une attention particulière devrait également être accordée au fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement, qui implique tout le monde, du producteur au consommateur final. Il s'agit notamment de sensibiliser les consommateurs à la consommation et aux modes de vie durables et de leur fournir des informations adéquates (FAO, 2022).

Dans le monde entier, près de 14 % des aliments produits sont gaspillés entre le moment de la récolte et la vente au consommateur final (Nations Unies, 2022). Ces pertes se produisent pendant les activités agricoles, le transport, le stockage, la transformation et la vente en gros.



## 2.3

# Avoir la connaissance c'est pouvoir agir : les CrowdFarmers sont gagnants

Le profil de l'agriculteur est de plus en plus éloigné du consommateur dans une réalité où il est très difficile d'accéder à des informations sur les aliments que vous consommez, au-delà du prix que vous devez payer pour les ramener chez vous.

Nous parlons d'informations aussi basiques que de savoir dans quelle partie du monde se situe le lieu de production (Vélez, Málaga ou Michoacán, Mexique ?), depuis combien de jours le produit a-t-il été récolté (4 jours ou 2 mois ?) ou encore le type de production (biologique ou conventionnelle ?). Dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire traditionnelle, la situation du produit que nous achetons peut varier de façon radicale sans que nous, consommateurs, ayons la moindre information à ce sujet.

Dans notre monde actuel aux possibilités infinies et dans lequel on a le sentiment d'avoir dépassé les barrières du temps et de l'espace, les concepts de « local » et de « saison » ont longtemps été oubliés. Par chance, ou grâce aux efforts de nombreuses personnes, cela est en train de changer.

Nous faisons également référence à des informations beaucoup plus complexes. Qui produit ? Dans quelles conditions ? Le produit est-il vendu au prix juste ? Est-ce que le prix de vente couvre les coûts de production ? L'éthique est devenue un facteur important qui détermine également nos habitudes de consommation ; nous ne tenons pas seulement compte de nos désirs, mais aussi de l'impact négatif potentiel sur la société et l'environnement.

« 66 % des consommateurs dans le monde sont prêts à payer plus pour des produits et services qu'ils considèrent comme éthiques et durables. »

L'enquête du cabinet d'études de marché Nielsen

« À mesure que les impacts physiques et économiques du changement climatique s'aggravent, les consommateurs et les investisseurs mondiaux se tournent vers des systèmes alimentaires durables. Le récent article de McKinsey sur l'alimentation consciente montre que près de 30 % des personnes interrogées ont augmenté leur consommation de produits alimentaires durables depuis le début de la pandémie de COVID-19. »

(McKinsey & Company, 2022)

Cependant, il semble que le marché et les informations qu'il offre sur ses produits et processus ne répondent pas à cette soif d'information, et d'alternatives, du consommateur.



**Mara Ferrez**, Agricultrice à la ferme Alhambra Tropical

Dans cette tension entre le monde moderne aux multiples possibilités et une éthique de plus en plus présente, CrowdFarming existe. Il s'agit d'une réalité dans laquelle on opte pour la consommation locale quand c'est possible et, à défaut, on choisit des produits régionaux avec la garantie que leur production s'aligne sur certaines valeurs.

Avec CrowdFarming, nous essayons de ramener une chaîne extrêmement complexe à ses origines, dans sa simplicité. Avec CrowdFarming, vous savez à qui vous achetez, et vous savez que c'est ce producteur qui fixe le prix. Vous savez comment il cultive, et ce qui l'a amené à consacrer sa vie à ses champs. Vous connaissez les certifications qui le prouvent, mais vous pouvez aussi venir le voir de vos propres yeux.

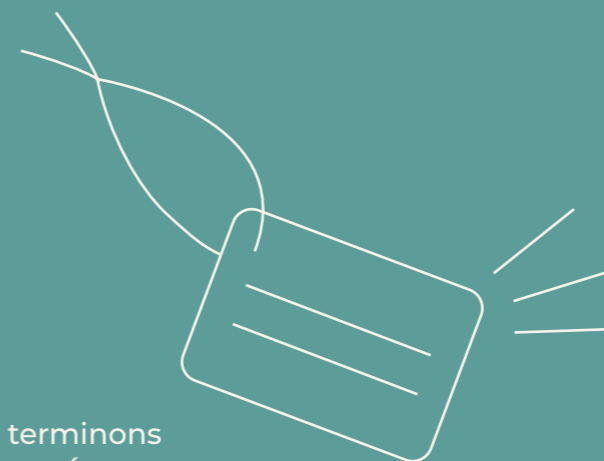
Les 245 producteurs, lorsqu'ils commencent à collaborer avec nous, prennent l'engagement d'ouvrir leurs exploitations aux CrowdFarmers qui ont des adoptions et qui veulent connaître le producteur et sa façon de produire en personne.

Nous avons géré 474 visites d'exploitations rien que cette année !

Chez CrowdFarming, nous avons pour objectif de devenir la chaîne d'approvisionnement d'aliments BIO la plus fiable d'Europe, et de plus en plus de CrowdFarmers nous font confiance.



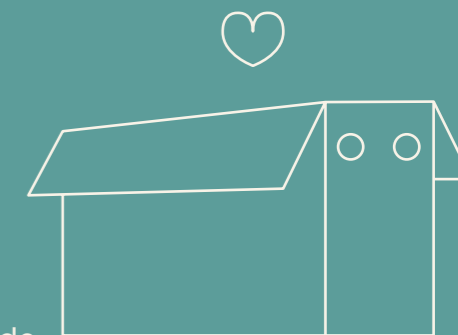
**Dinero Rivero**, CrowdFarmer



Nous terminons cette année avec

**267 619 adoptions**

actives, soit près de 40 % de plus qu'en 2021 !



Plus de

**1,5 million de commandes**

expédiées dans plus de 30 pays. L'Allemagne, la France et l'Autriche restent les pays où résident nos CrowdFarmers les plus actifs



Nous avons un NPS (Net Promoter Score) de

**65,98 points**

et un résultat de 4,2 sur Trustpilot

**307 395 CrowdFarmers**

ont effectué au moins un achat au cours de l'année

Une moyenne de

**61 452 CrowdFarmers**

commandent sur la plateforme chaque mois



# Qu'avons-nous fait cette année pour améliorer l'expérience des CrowdFarmers ?



## Nous écoutons davantage nos CrowdFarmers

En plus de l'écoute assurée par notre CrowdFarmer Service (notre grande équipe multilingue qui écoute, partage la philosophie de CrowdFarming et résout les doutes et incidents des CrowdFarmers), nous avons formé une équipe qui se concentre exclusivement sur l'étude de ce dont les CrowdFarmers ont besoin pour améliorer leur expérience. Plus il y aura de personnes se joignant à notre révolution agroalimentaire, plus nous aurons d'impact.

En apprenant à mieux connaître nos CrowdFarmers, nous pouvons leur offrir davantage de possibilités d'acheter directement auprès de l'agriculteur : une fonctionnalité d'achat groupé, des formats un peu plus petits, des caisses mixtes, ou même la possibilité d'offrir une adoption en cadeau à une autre personne.



## Nous cherchons d'autres moyens de faire passer la réalité du champ à l'assiette

Passionnés par tous les nouveaux projets qui arrivent sur notre plateforme, il peut s'avérer difficile de répertorier autant d'histoires différentes de nos différents producteurs et cela peut rendre les CrowdFarmers étourdis. Sur notre site, nous nous efforçons de faciliter le parcours de découverte de chaque producteur, en améliorant la visibilité de nos labels et filtres Web.

Mais la relation entre le producteur et le CrowdFarmer ne s'arrête pas lorsqu'un achat ou une adoption est effectué. Les producteurs, ainsi que les équipes d'agronomes, sont nos yeux et nos oreilles sur le terrain. Ils nous racontent ce qui se passe afin que nous puissions faire connaître leur travail aux CrowdFarmers de notre communauté et susciter une plus grande prise de conscience de leur réalité.

Nous avons envoyé aux CrowdFarmers des nouvelles des exploitations où ils ont des adoptions, en les informant de la situation actuelle de leur unité de production (floraison, fructification, etc.) et y compris les messages que le producteur souhaite leur transmettre, tels que les prix qu'ils ont reçus, les défis relevés, les nouvelles installations ou encore leurs histoires personnelles !

L'obtention du certificat officiel à l'agriculture biologique est un motif de célébration et nous le faisons savoir aux CrowdFarmers qui ont soutenu le producteur dans son cheminement vers le BIO, et cette année, nous avons célébré 5 nouvelles conversions.

Notre équipe de service aux CrowdFarmers s'est occupée de 149 237 cas, les clôturant en moins de 6 jours en moyenne.

## Nous sommes conscients que nous traitons des questions complexes et que nous y faisons face avec humilité et ouverture d'esprit

En plus de notre blog, nous avons lancé cette année le podcast What the Field?! Nous y invitons des experts sur différents sujets liés à la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire pour parler de sujets aussi divers que le régime méditerranéen, le gaspillage alimentaire ou les incendies.

Nous invitons également certains de nos producteurs à nous faire part de leur expérience personnelle. C'est une excellente occasion de tester nos convictions et d'en apprendre plus sur toute la complexité de la production et de la distribution des aliments.



# Enfin, nous souhaitons la bienvenue aux nouveaux CrowdFarmers de 2022

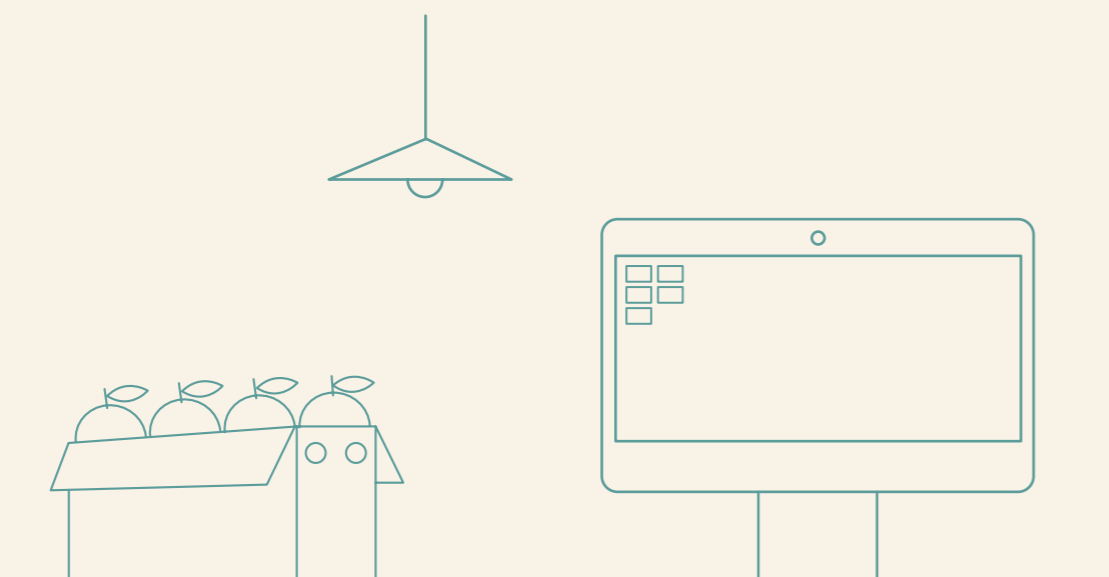
## Les entreprises rejoignent également la communauté CrowdFarming

Nous nous sommes développés dans de plus en plus de foyers européens, mais des milliers d'entreprises ont continué à faire leurs achats via les canaux traditionnels. Nous pensons qu'il y a de plus en plus d'entreprises, qui, à l'image des salariés qui les composent, assument la responsabilité de l'impact de leurs achats. La pression est grande et elle vient de l'intérieur, avec une génération qui cherche aussi dans le travail les valeurs qui guident leur vie, mais elle se fait sentir aussi à l'extérieur, avec la surveillance qui augmente.

Nous sommes conscients que le fait de proposer un achat agricole direct aux entreprises et aux travailleurs ne remplace pas la nécessité d'un plan d'impact global. Cependant, nous croyons au pouvoir de semer une graine qui incite chaque personne à se demander quel est l'impact de ses habitudes quotidiennes.

En adoptant des unités de production au sein de CrowdFarming, un verger virtuel d'entreprise est créé. Grâce à cela, les employés peuvent visualiser l'impact qu'ils génèrent en recevant des fruits BIO directement de producteurs européens, ce qui devient tangible dans des domaines tels que les emplois, le gaspillage alimentaire ou le nombre de pesticides évités.

**Cette année, nous avons apporté des fruits frais et BIO de producteurs européens à plus de 50 entreprises (50 vergers virtuels qui montrent l'impact conjoint de leurs adoptions), ce qui se traduit par plus de 7 000 personnes qui ont rejoint notre communauté de CrowdFarmers !**



# Des agriculteurs et des CrowdFarmers s'associent pour apporter des produits frais et BIO aux réfugiés ukrainiens

L'idée de CrowdGiving est née lors de la crise du COVID-19. Comment pouvions-nous apporter notre soutien ? C'est ainsi que nous avons décidé que la meilleure façon d'agir était de tirer parti de nos forces : un réseau de producteurs européens, notre communauté d'agriculteurs et une logistique efficace pour livrer des produits frais et de qualité là où cela était nécessaire.

Ce n'est qu'en mars 2022 que nous avons concrétisé cette idée en apportant notre soutien aux organisations polonaises qui fournissaient des aliments aux vagues de réfugiés arrivant d'Ukraine.

Grâce à l'initiative CrowdGiving, les CrowdFarmers peuvent collaborer en achetant des produits présélectionnés avec l'ONG. Le producteur continue de recevoir sa part et de notre côté nous nous chargeons de gérer l'expédition et de financer les coûts logistiques.



## L'impact de CrowdGiving en 2022



**245 tonnes**

de produits BIO expédiées depuis mars 2022



**3 organisations**

travaillant avec des réfugiés ukrainiens et qui reçoivent les produits : SOS Food Bank in Warsaw, World Central Kitchen et Caritas Leżajsk

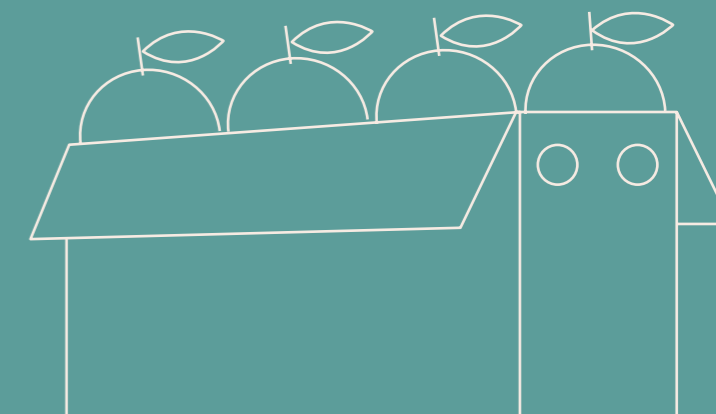


**15 agriculteurs**

européens qui ont reçu un prix juste pour leur récolte

## Mais nous voulons aller plus loin !

Au cours de l'année à venir, nous continuerons à lancer des campagnes ciblées pour les causes que la communauté de CrowdFarming décidera de soutenir. Mais nous travaillons également à étendre la portée de CrowdGiving à de nouveaux pays et au-delà des situations d'urgence.





**Comment la lutte  
pour une chaîne  
d'approvisionnement plus  
équitable s'inscrit-elle  
dans le cadre d'objectifs  
mondiaux ?**



## **Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable**



Le soutien des cultures biologiques et durables, telles que les exploitations qui vendent via CrowdFarming, favorisent un changement radical du modèle agricole conventionnel vers des résultats plus respectueux de l'environnement tout en assurant la sécurité alimentaire.

(United Nations, 2015)

**En outre, le modèle de CrowdFarming est entièrement aligné sur le Cadre stratégique 2022-31 de la FAO, qui vise à soutenir l'Agenda 2030 par la transformation vers des systèmes agroalimentaires plus efficaces, inclusifs, résilients et durables afin d'atteindre :**



## Une meilleure production



Assurer des modes de consommation et de production durables, grâce à des chaînes d'approvisionnement alimentaire et agricole efficaces et inclusives aux niveaux local, régional et mondial, en garantissant la résilience et la durabilité des systèmes agroalimentaires dans des conditions climatiques et environnementales changeantes.

## Une meilleure nutrition



Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire et améliorer la nutrition sous toutes ses formes, notamment en promouvant des aliments nutritifs et en améliorant l'accès à une alimentation saine.

## Un meilleur environnement



Protéger, restaurer et promouvoir l'utilisation durable des écosystèmes terrestres et marins et lutter contre le changement climatique (réduction, réutilisation, recyclage, gestion des déchets) grâce à des systèmes agroalimentaires plus efficaces, inclusifs, résilients et durables.

Una vida mejor. Promover el crecimiento económico inclusivo mediante la reducción de las desigualdades (zonas urbanas y rurales, países ricos y pobres, hombres y mujeres).

## Une vie meilleure



Promouvoir une croissance économique inclusive en réduisant les inégalités (zones urbaines et rurales, pays riches et pauvres, hommes et femmes).



## 2.4

---

### CrowdFarming comme élément d'un écosystème

L'élément le plus important à propos de CrowdFarming, sans lequel nous n'existerions pas, est notre communauté de producteurs et de CrowdFarmers qui, comme nous l'avons vu précédemment, a récemment été rejointe par des entreprises et des ONG. Nous sommes plus que conscients que, seuls, nous ne pouvons pas mener à bien cette révolution de la chaîne agroalimentaire.

Dans un contexte où la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire traditionnelle est complètement défaillante, asphyxiant les producteurs et dégradant l'environnement, notre rôle va bien au-delà de la simple facilitation de la vente directe. Nous avons la responsabilité et l'engagement de réinventer la façon dont nous produisons et dont nous consommons, tout en connectant ces deux aspects. Et cela implique de nombreux acteurs différents : des investissements, la création de nouvelles connaissances, l'instauration de la confiance par le biais de mesures et de certifications, la logistique, les efforts et l'alignement de tous vers un objectif commun qui est la durabilité.

La collaboration, qui ne consiste pas seulement à « faire des affaires » mais aussi à partager, apprendre, débattre, aide à comprendre et à apprécier les efforts que font les autres. Nous voulons écouter ce que les autres ont à dire. Pour célébrer cet écosystème et encourager cette collaboration, nous avons lancé cette année The Green Set, le premier événement de CrowdFarming consacré à la durabilité. Ce fut un événement limité, mais ouvert au monde, tout ce qui s'est passé est partagé sur notre chaîne YouTube. Nous voulions que les invités, issus de différents secteurs, puissent communiquer d'une manière différente, et à en croire leurs dires, il semblerait que nous ayons réussi !

**« C'est le genre d'évènement qui vous redonne de l'espoir, de l'énergie positive et qui vous apporte de nouvelles relations puissantes. Non pas que les sujets dont nous avons parlé étaient faciles et amusants, mais parce que nous avons partagé une mission commune et réfléchi de manière constructive à la façon de la réaliser tous ensemble. »**



« C'est le genre d'évènement qui vous redonne de l'espoir, de l'énergie positive et qui vous apporte de nouvelles relations puissantes. Non pas que les sujets dont nous avons parlé étaient faciles et amusants, mais parce que nous avons partagé une mission commune et réfléchi de manière constructive à la façon de la réaliser tous ensemble. »

Marion Schuppe - Impact Investment à Makesense

« J'essaie toujours d'apprendre de tout ce que je fais, et avec The Green Set, j'ai appris qu'il y avait beaucoup de personnes engagés dans un véritable changement, c'était très motivant de le ressentir et de le toucher du bout des doigts. »

José Gonzalez - Ecocert



De plus, nous sommes en train de passer par le processus de certification BCorp, car nous pensons qu'il est très sain de se soumettre à des normes mondiales, en matière de géographie, mais aussi d'industrie, et d'apprendre du processus : que pourrions-nous améliorer que nous ne voyons pas ?

# Être chaque jour plus équitable et durable, nous guide aussi en interne

Sans aucun doute, nous voulons mettre en avant ceux qui luttent chaque jour pour faire de CrowdFarming une véritable alternative à une chaîne d'approvisionnement défaillante et qui travaillent pour toujours offrir une meilleure expérience pour les producteurs, les CrowdFarmers et l'environnement : nos collaborateurs.



## Nous avons terminé l'année avec 50 nouveaux employés

soit un total de 148, situés entre l'Espagne (Madrid, Valence et Malaga), l'Allemagne, la France et l'Italie, en plus des 42 collaborateurs qui travaillent pour CrowdLog.

## En décembre 2022, plus de 98 % des effectifs

avaient un contrat à durée indéterminée, et en accord avec nos valeurs.

## Nous encourageons la mobilité entre les différents départements

il y a eu 13 changements de poste cette année.

## Notre équipe est composée de 55 % de femmes et 45 % d'hommes,

dont l'âge varie entre 23 et 49 ans, la moyenne étant de 32,65 ans.

## Nous avons 17 nationalités

présentes avec CrowdFarming (allemand, autrichien, espagnol, italien, français, britannique, américain, brésilien, mexicain, vénézuélien, canadien, finlandais, belge, colombien, équatorien, portugais et suédois) ce qui implique une grande diversité culturelle et d'origine. Nous savons que la diversité nous enrichit, c'est pourquoi nous nous engageons pour une culture inclusive, favorisant la diversité dans notre milieu de travail.

## Chez CrowdFarming, nous avons une forte culture de l'apprentissage

Par conséquent, nous avons également eu 4 contrats de bourses d'études, dont 3 qui ont abouti sur un contrat à durée indéterminée avec nous.

# D'autres nouvelles de nos employés et de ce qu'ils ont vécu cette année...

**En 2022, 31 personnes ont bénéficié de l'aide financière que CrowdFarming offre pour la formation,**

38 personnes se sont inscrites à des cours de langues et 49 collaborateurs bénéficient de l'allocation médicale partiellement financée par CrowdFarming.

Ayant reçu un taux d'acceptation de plus de 90 %, à partir de 2023, dans nos bureaux en Espagne, nous allons réorganiser notre journée de travail sur une base saisonnière,

**en introduisant un horaire d'été intensif et en augmentant ainsi la flexibilité des horaires de travail. Cette proposition a été faite dans le but de faciliter l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.**



**Nous avons profité des nombreux produits de CrowdFarming, que ce soit à notre arrivée avec la « welcome box »,**

avec le panier de Noël ou pour notre anniversaire. Mais aussi tous les jours au bureau, qu'il s'agisse de fruits, de légumes ou des 168 kg de café que nous avons bu !

**Bienvenue dans la famille CrowdFarming !**

Cette année, deux personnes se sont mariées et quatre sont devenues père ou mère.

En plus de toutes ces nouvelles aventures, nous avons eu le temps de continuer notre club de lecture, de faire une journée ramassage de déchets avec SEO BirdLife et Ecoembes, d'organiser deux randonnées, de faire 3 journées d'échange de vêtements pour donner une seconde vie aux vêtements que nous ne portons pas, et notre équipe de football commence à se faire un nom dans la ligue des entreprises !



# L'efficacité au-delà de notre chaîne d'approvisionnement

## Empreinte carbone de scope 1 et 2

Notre empreinte carbone CrowdFarming\* en 2022, compte tenu de notre classification scope 1 et 2, est de 61,1 tonnes. Cela représente :

**0,41 tonne de CO<sub>2</sub> par employé**

**8,14 kilogrammes de CO<sub>2</sub> par tonne de produit expédiée**

La réalité est que, même si cela reste une empreinte carbone faible pour une entreprise de notre taille, en un an, elle a pratiquement été multipliée par six, pourquoi ? Tout d'abord, nous avons grandi en tant qu'entreprise, ce qui a eu un impact sur les émissions totales en raison du développement de nos activités. L'énergie que nous consommons dans les bureaux de CrowdFarming est toujours renouvelable, notre croissance n'a donc aucun impact sur l'énergie consommée en matière d'empreinte carbone. Ce qui a principalement fait augmenter ces données, c'est que nous avons plus de producteurs qui vendent via CrowdFarming et plus de personnes dans l'équipe qui les soutiennent, ce qui se traduit par une empreinte carbone plus élevée de leurs voitures.

Notre philosophie CrowdFarming consiste à faire en sorte que chaque voyage en vaille la peine et nous veillons à optimiser chaque kilomètre parcouru, par exemple en regroupant les visites chez différents producteurs.

D'autre part, nous sommes attentifs aux opportunités que représente l'utilisation de véhicules à faible consommation, hybrides ou électriques, mais ce n'est pas encore une option courante compte tenu des besoins de CrowdFarming.

*\*Cela n'inclut pas l'empreinte carbone de CrowdLog*

**L'empreinte carbone de CrowdLog, en tenant compte du scope 1 et 2, est de 64,36 tonnes.**

Cette année, nous nous sommes concentrés sur sa mise en service, en rendant possibles les « quick wins ». Par exemple, depuis l'été de cette année, l'énergie fournie à CrowdLog provient à 100 % de sources renouvelables, mais il reste encore beaucoup de choses à améliorer !

### La gestion des déchets

Dans nos bureaux (il va sans dire) nous trions les déchets afin qu'ils puissent ensuite être recyclés.

Au centre logistique (CrowdLog) nous essayons toujours de trouver des solutions qui nous permettent d'éliminer complètement la production de déchets et de maximiser la réutilisation et le recyclage de ceux que nous générons. Les déchets de carton et de plastique sont séparés pour être recyclés, et comme nous l'avons mentionné précédemment, les déchets de fruits sont réutilisés pour créer de nouveaux produits ou sont donnés à des organisations de la région.



# Le chemin à suivre

---

3





# Courageux, responsables et ouverts d'esprit

Nous vous avons raconté ce que nous avons fait pour continuer à améliorer les solutions que nous offrons aux producteurs et aux CrowdFarmers, les consommateurs et les piliers clés de cette révolution, et pour faire face aux défis et aux opportunités que cette année 2022 nous a apportés.

Nous savons que de nombreux défis nous attendent encore, mais nous ne reculons pas devant eux, l'une de nos quatre valeurs est le courage. Comme l'a dit Aristote, la vertu se trouve dans le juste milieu. Nous ne sommes pas lâches, mais nous ne sommes pas non plus inconscients, nous restons attentifs à ce qui se passe autour de nous pour pouvoir réagir à temps.

Pour choisir telle ou telle voie ou nous positionner sur différents sujets, en tant qu'équipe, nous avons des discussions internes très enrichissantes sur divers sujets : nous aimons prendre ces décisions avec un esprit ouvert et en restant fidèles à nos valeurs. Sans tomber dans le piège de vouloir plaire à tout le monde.

Et nous commettons des erreurs.

Presque tous les jours. Nous sommes humains et tout ce que nous faisons peut être amélioré. La seule solution pour ne pas faire d'erreurs serait de rester immobiles et de ne rien faire. Mais c'est une solution qui ne nous convient pas.

Si vous avez de nouvelles idées pour que nous nous rapprochions d'une chaîne agroalimentaire plus équitable et plus durable, ou si vous avez un point de vue différent sur certains des sujets abordés dans ce rapport, faites-le nous savoir ! Nous serions très reconnaissants d'avoir une communauté de CrowdFarmers engagés qui nous aident chaque jour à nous rapprocher de notre objectif.



# Références

---



1. AHDB & Burton, C. (2022). The organic market sees a dip in performance in 2022.

2. Boston Consulting Group (BCG). (2023). Closing the Food Waste Gap. Insights & Solutions.

3. Boston Consulting Group (BCG) & Chandaria, K. (2022). A Wave of Innovation Is Tackling Some of Agriculture's Toughest Challenges.

4. Boyabatlı, O., Nasiry, J., & Zhou, Y. (2019). Crop Planning in Sustainable Agriculture: Dynamic Farmland Allocation in the Presence of Crop Rotation Benefits. *Management Science*. Institute for Operations Research and the Management Sciences (INFORMS).

5. de Faccio Carvalho, P. C., Anghinoni, I., de Moraes, A., Damascen, E., Sulc, R. M., Reisdorfer, C., Cassol, J. P., Lazzarotto, M., Silva, J. L., Conte, O., & de Lima, C. (2010). Managing grazing animals to achieve nutrient cycling and soil improvement in no-till integrated systems. *Nutrient Cycling in Agroecosystems*, 88, 259–273.

6. Dudley, N., & Alexander, S. (2017). Agriculture and biodiversity: a review. *Biodiversity*, 18(2–3), 45–49.

7. EIT Food. (2023). Distribution alternatives: fair trade from farm to fork.

8. European Commission. (2016). Young farmers. Agriculture and rural development.

9- European Commission. (2020). Brief on food waste in the European Union. Knowledge for policy.

10. European Commission. (2022). Agriculture and rural development. Organic action plan.

11. European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Veerman, C., Pinto Correia, T., Bastioli, C., Borbala, B., Bouma, J., Cienciala, E., Emmet, B., Frison, E. A., Grand, A., Hristov, L., Kriauciūnienė, Z., Pogrzeba, M., Soussana, J.-F., Vela, C. O., & Wittkowski, R. (2020). Caring for soil is caring for life : ensure 75% of soils are healthy by 2030 for food, people, nature and climate : report of the Mission board for Soil health and food. Publications Office of the EU.

12. European Council. (2023). Energy prices and security of supply.

13. European Parliamentary Research Service (EPRS), Chahri, S., & Chahri, S. (2022). At a glance countering food loss and waste: from awareness to tangible change. European Parliament.

14. Eurostat. (2022). Agri-environmental indicator - consumption of pesticides - Statistics Explained. European Commission.

15. Eurostat. (2022). Farms and farmland in the European Union - statistics. European Commission.

16. Eurostat. (2022). Food waste and food waste prevention - estimates - Statistics Explained. European Commission.

17. Eurostat. (2022). Key figures on the European food chain. European Commission.

18. Eurostat. (2023). Agricultural annual prices in 2022 – first estimates. European Commission.

19. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2019). The State of Food and Agriculture. Moving forward on food loss and waste reduction.

20. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2021). *FAO Strategic Framework 2022-31*.
21. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2022). *Organic Agriculture and the Sustainable Development Goal*.
22. Food Climate Research Network (FCRN), Garnett, T., Smith, P., Nicholson, W., & Finch, J. (2016). *Food systems and greenhouse gas emissions*. University of Oxford.
23. Frankowska, A., Jeswani, H. K., & Azapagic, A. (2019). Life cycle environmental impacts of fruits consumption in the UK. Angelina Frankowska, Harish Kumar Jeswani, Adisa Azapagic, 248.
24. The Guardian & Greenfield, P. (2023). Revealed: more than 90% of rainforest carbon offsets by biggest certifier are worthless, analysis shows. *The Guardian*.
25. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), Pörtner, H., & Singer, A. (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. IPCC.
26. International Union for Conservation of Nature (IUCN). (2022). *IUCN Red List of Threatened Species*. IUCN Red List of Threatened Species.
27. Joint Research Centre (JRC). European Commission. (2017). *Consumer Footprint Basket of Products indicator on Food*. European Platform on Life Cycle Assessment.
28. Joint Research Centre (JRC). European Commission. (2022). *JRC news - Summer drought keeps its grip on Europe*. EU Science Hub.
29. Kaspar, T. C., & Singer, J. W. (2015). The Use of Cover Crops to Manage Soil. In *Soil Management: Building a Stable Base for Agriculture*. Soil Science Society of America, 321–337.
30. Lampking, N (16-17 June 2022). *The European Organic Congress 2022. Plenary session on the CAP's contribution to the Organic Action Plan*. Bordeaux.
31. Lynch, D. H., Halberg, N., & Bhatta, G. D. (2012). Environmental impacts of organic agriculture in temperate regions. *CABI Review*, 2012, 1–17.
32. Martínez-Blanco, J., Lazcano, C., Christensen, T. H., Muñoz, P., Rieradevall, J., Møller, J., Antón, A., & Boldrin, A. (2013). Compost benefits for agriculture evaluated by life cycle assessment. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 33, 721–732.
33. McKinsey & Company. (2022, August 10). *Inflationary pressures are mounting and farmers are facing an onslaught of challenges—having to scrutinize weather forecasts, be aware of shifts in the regulatory landscape, or face evolving consumer preferences, rising costs from inflation, and unreliable*. McKinsey & Company.
34. Myclimate. (2023). *Calculate your emissions with the CO<sub>2</sub> calculator from myclimate - myclimate*. Myclimate-CO<sub>2</sub>-Rechner.
35. Reganold, J. P., & Wachter, J. M. (2016). *Organic agriculture in the twenty-first century*. *Nature plants*, 2(2), 1-8.
36. Rhodes, C. J. (2017). *The Imperative for Regenerative Agriculture*. *Science Progress*, 100(1), 80–129. SAGE Publications.
37. Ritchie, H., & Roser, M. (2022). *Environmental Impacts of Food Production*. *Our World in Data*.
38. Royal Society. (2022). *What is the human impact on biodiversity?*
39. Seeley, E., Yee, K., Payne, E., Keleher, A., Nierenberg, D., Rhoads, E., Rose, S., Greene, L., & Nordhagen, S. (2022, June 21). *The Impact of Higher Input Prices for Farmers, Food Security, and the Planet – Food Tank*. Food Tank.
40. Smith, O. M., Cohen, A. L., Rieser, C. L., Davis, A. G., Taylor, J. M., Adesanya, A. W., Jones, M. S., Meier, A. R., Reganold, J. P., Orpet, R. J., Northfield, T. D., & Crowder, D. W. (2019). Organic Farming Provides Reliable Environmental Benefits but Increases Variability in Crop Yields: A Global Meta-Analysis. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 3.
41. Smukler, S. M., Sánchez-Moreno, S., Fonte, S. J., Ferris, H., Klonsky, K., O'geen, A. T., Scow, K., Steenwerth, K. L., & Jackson, L. E. (2010). Biodiversity and multiple ecosystem functions in an organic farmscape. *Agriculture, ecosystems & environment*, 139(1-2), 80-97.
42. Spasić, V. (2023). *2022 - year of extreme weather, climate events*. *Balkan Green Energy News*.
43. Sustain, Jack, L., & Hammans, H. (2022). *Unpicking food prices: Where does your food pound go, and why do farmers get so little?* Sustain.
44. Tuck, S. L., Winqvist, C., Mota, F., Ahnström, J., Turnbull, L. A., & Bengtsson, J. (2014). Land-use intensity and the effects of organic farming on biodiversity: a hierarchical meta-analysis. *Journal of applied ecology*. *Journal of applied ecology*, 51(3), 746-55.
45. United Nations (UN). (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development* | Department of Economic and Social Affairs. Sustainable Development Goals.
46. United Nations (UN). (2017). *UN human rights experts call for global treaty to regulate dangerous pesticides*. UN News.
47. United Nations (UN). (2019). *World is 'on notice' as major UN report shows one million species face extinction*. UN News.
48. United Nations (UN). (2022). *Food Loss and Waste Reduction: Stop Food Loss and waste, for the people, for the planet*. the United Nations.
49. United Nations Environment Programme (UNEP). (2021). *UNEP Food Waste Index Report 2021*.
50. United States Department of Agriculture (USDA ) & Rehder, L. (2023). *Report Name:German Organic Market Takes a Dip*. USDA Foreign Agricultural Service.
51. U.S. Embassy and Consulates. (2022). *How climate change affects the food crisis - U.S. Embassy & Consulates in Italy*. U.S. Embassy and Consulates in Italy.
52. World Wide Fund For Nature (WWF). (2020). *How many species are we losing?* WWF.
53. Yi, J., Meemken, E.-M., Mazariegos-Anastassiou, V., Liu, J., Gómez, M. I., Canning, P., & Barrett, C. B. (2021). *Post-farmgate food value chains make up most of consumer food expenditures globally*. *Nature Food*, 2, 417–425.
54. Young-Mathews, A., Culman, S. W., Sánchez-Moreno, S., O'Geen, A. T., Ferris, H., Hollander, A. D., & Jackson, L. E. (2010). *Plant-soil biodiversity relationships and nutrient retention in agricultural riparian zones of the Sacramento Valley, California*. *Agroforestry Systems*, 80(1), 41-60.

# Eat & care for your world

