

Rapport sur l'impact et la durabilité

20
24

Sommaire

01 Un mot du
champ

02 Récolte 2024 :
ce que nous avons cultivé ensemble

03 Agriculture bio-régénérative :
renforcer la résilience

04 Repenser le transit :
logistique et gaspillage alimentaire

05 Arroser notre
communauté

06 Les prévisions pour
une année 2025
fructueuse

Notre vocabulaire

Voici le vocabulaire que vous devez connaître avant de vous aventurer dans l'univers de CrowdFarming.

Biologique : désigne les agriculteurs et les produits agricoles qui ont été cultivés et transformés conformément aux règles de l'agriculture biologique établies par l'Union européenne (UE), lesquelles interdisent l'utilisation de produits chimiques synthétiques et d'organismes génétiquement modifiés.

Conversion à l'agriculture biologique : désigne les « agriculteurs en conversion à l'agriculture biologique » comme des agriculteurs qui ont déjà entamé le processus de certification biologique de l'Union européenne. Ces pratiques sont déjà contrôlées par un organisme officiel, comme en témoigne le document que chaque agriculteur transmet à titre de preuve sur la plateforme CrowdFarming.

Agriculture régénérative * : désigne une approche holistique et axée sur les résultats, qui vise à restaurer les écosystèmes tout en améliorant les moyens de subsistance des agriculteurs. Elle combine un ensemble de pratiques (telles que les cultures de couverture, le travail minimal du sol et l'intégration du bétail) afin d'améliorer la santé des sols, de restaurer la biodiversité, de séquestrer le carbone et l'eau, et d'améliorer la densité nutritionnelle des produits alimentaires. Chez CrowdFarming, nous savons que l'agriculture régénérative dépend de chaque contexte : le plus important c'est de démontrer que les actions entreprises dans chaque exploitation ont un impact positif et mesurable sur l'environnement.

1% pour le sol : une initiative de CrowdFarming qui alloue 1 % de tous les revenus des exploitations agricoles régénératives pour soutenir la transition de 10 000 hectares de terres agricoles européennes vers l'agriculture régénérative, intégralement financée par CrowdFarming. Elle rassemble également une communauté croissante de consommateurs qui s'engagent à soutenir ce changement par le partage des connaissances et l'action collective.

CrowdFarmer : remplace le mot « consommateur ». Dans la chaîne d'approvisionnement de CrowdFarming, le CrowdFarmer est la personne pour laquelle nos agriculteurs développent leur activité et produisent leurs récoltes, avec la garantie d'un prix équitable. Dans cette nouvelle chaîne, un lien direct est créé entre celui qui produit et celui qui reçoit la nourriture. Ce lien est un engagement mutuel : l'agriculteur produit en sachant que quelqu'un attend sa récolte, et le CrowdFarmer apprécie le produit en sachant d'où il vient, qui l'a produit et comment il l'a produit.

Adoption : une adoption crée un lien direct entre producteurs et consommateurs. Lorsqu'un client adopte un arbre, un animal ou une parcelle de terre, il reçoit le produit de son adoption directement chez lui au moment de la récolte. Entre-temps, il reçoit des informations sur la façon dont ses aliments sont produits et sur les personnes qui les produisent. Chaque adoption s'accompagne d'un nombre spécifique de livraisons tout au long de la saison.

Abonnement : un abonnement permet aux CrowdFarmers de recevoir un produit régulièrement tout au long de la saison, sans avoir besoin de commander à chaque fois. Les abonnements offrent une grande souplesse, qu'il s'agisse d'offres saisonnières (comme les caisses d'été ou d'hiver) ou de livraisons régulières de fruits, de légumes, de fromages ou de tout autre produit de saison. Pour les agriculteurs, les abonnements apportent une prévisibilité et une stabilité de planification. Pour les CrowdFarmers, ils permettent de disposer d'un approvisionnement régulier en produits alimentaires dignes de confiance et de renforcer le lien au rythme des récoltes.

CrowdGiving : initiative créée par CrowdFarming pour permettre aux consommateurs de faire don d'aliments frais et biologiques directement des agriculteurs aux banques alimentaires européennes.

All Is Good : All is Good est un projet de CrowdFarming conçu pour utiliser les fruits et légumes qui ne peuvent pas être livrés aux foyers des CrowdFarmer, pas à cause de leur forme ou de leur taille, mais parce qu'ils sont trop mûrs pour être transportés. Grâce à All Is Good, nous franchissons un pas de plus vers l'élimination du gaspillage alimentaire, grâce à la transformation des fruits et légumes frais qui ne peuvent pas voyager en produits délicieux comme des confitures, des jus ou des fruits séchés.

CrowdLog : une entreprise créée par CrowdFarming pour fournir des services de transport et de préparation aux agriculteurs européens. Notre première plateforme logistique, « CrowdLog-Museros », a été créée à Valence (Espagne) et maintenant, grâce à CrowdLog, nous collaborons également avec des agriculteurs qui peuvent fournir ces services à d'autres agriculteurs dans leur région. L'objectif de CrowdLog est d'améliorer l'expérience du CrowdFarmer sans augmenter la pression logistique sur l'agriculteur, qui peut donc vendre davantage indépendamment du nombre de caisses qu'il a la capacité de préparer.

CrowdSender : service créé par CrowdFarming pour les e-commerce afin de gérer et d'automatiser les envois à partir d'une plateforme unique.

***Remarque** : il n'existe actuellement aucune certification unique à l'échelle de l'UE pour l'agriculture régénérative ; les résultats sont contrôlés pour chaque exploitation.

01

**Un mot
du champ**

1. Un mot du champ

Cher lecteur,

Il y a peu, chez CrowdFarming, nous avons fêté nos 7 ans, tout comme ma fille aînée, Sofia.

En 7 ans, riches en enseignements, nous sommes devenus le principal canal de vente pour les agriculteurs BIO en Europe. Nous avons commencé avec un simple site web permettant aux agriculteurs de créer un profil et de vendre leurs récoltes, soit par l'adoption de leurs arbres, soit en proposant des caisses individuelles.

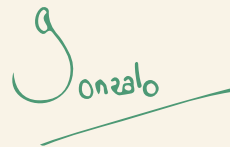
Au fil du temps, nous avons élargi nos services pour mieux soutenir nos agriculteurs. Aujourd'hui, en plus du site web, nous les accompagnons dans la gestion logistique et la transition vers des pratiques agricoles BIO et régénératives sur leurs terres. Le circuit court s'impose comme un levier essentiel, encourageant un nombre croissant d'agriculteurs à se tourner vers le BIO, tout en leur garantissant un prix de vente qui couvre pleinement leurs coûts de production.

En réfléchissant aux points forts de l'année 2024, j'ai pris conscience que le circuit court ne se résumait

pas simplement à éliminer les intermédiaires : il contribue à sensibiliser les consommateurs. Lorsqu'un client achète en supermarché, il est exposé à un marketing bien ficelé qui embellit la réalité et masque les véritables enjeux du monde agricole. En revanche, lorsqu'il choisit d'acheter directement auprès d'un agriculteur, il comprend mieux la valeur de son achat et réalise qu'un fruit n'a pas besoin d'être beau pour avoir bon goût.

Bonne récolte pour 2025 !

Gonzalo Úrculo, Agriculteur &
Co-fondateur de CrowdFarming

A stylized handwritten signature in green ink that reads "Gonzalo".

Rapport sur l'impact et la durabilité 2024



02

**Récolte 2024 :
ce que nous avons cultivé ensemble**

Une communauté croissante d'agriculteurs...

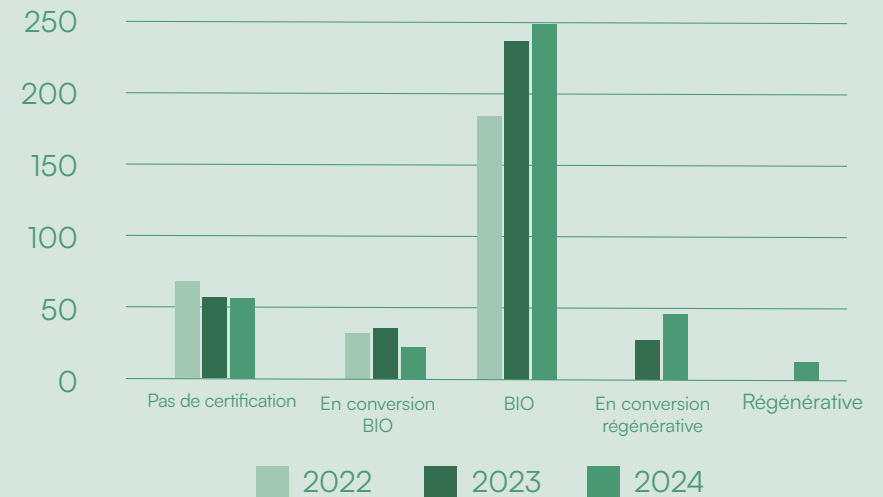
294 
agriculteurs
de 20 pays différents :

Allemagne, Autriche, Bulgarie,
Colombie, Croatie, Chypre, Espagne,
France, Géorgie, Grèce, Grenade,
Honduras, Hongrie, Italie,
Philippines, Portugal, Roumanie,
Slovaquie, Tchéquie et Turquie.

42 
nouveaux
agriculteurs
ont rejoint CrowdFarming.

88 %
de nos agriculteurs existants ont renouvelé leur
contrats de 2023 à 2024.

Nombre d'agriculteurs par pratiques de gestion



Le NPS (Net Promoter Score) des
agriculteurs a augmenté :

37  **44** 
L'année dernière Cette année

Ce que disent nos agriculteurs —
Insights issus de notre enquête annuelle auprès des agriculteurs

 Cliquez
ici!

« Fiers d'appartenir à la famille CrowdFarming, de faire partie d'un mouvement qui fait bouger les choses. Nous nous engageons à faire ce qui compte vraiment : léguer aux générations futures des fondations saines et solides. Des sols vivants, un environnement sain, la durabilité et une rémunération équitable ».

Enquête auprès des agriculteurs 2024

...et une communauté croissante de CrowdFarmers

483 348 CrowdFarmers

ont effectué un achat direct auprès d'un
agriculteur par le biais de CrowdFarming en 2024.

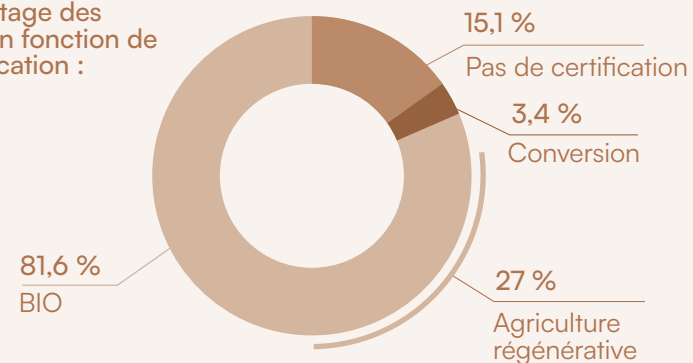
(+ 40 % par rapport à l'année dernière !)

Le total des ventes via
la plateforme représente

65 M €

(+ 28 % par rapport à l'année
dernière !)

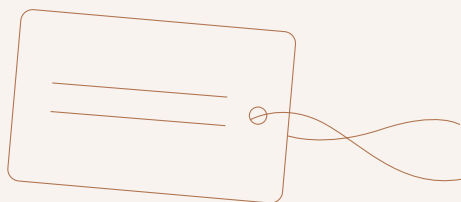
Pourcentage des
ventes en fonction de
la certification :



Nous avons terminé l'année avec

287 382 adoptions actives,

et avons amélioré le taux de renouvellement des adoptions de 12,5 %.



Nous avons déjà une communauté de

525 000

d'abonnés sur nos réseaux sociaux,
dont Instagram, Facebook, YouTube,
et LinkedIn.

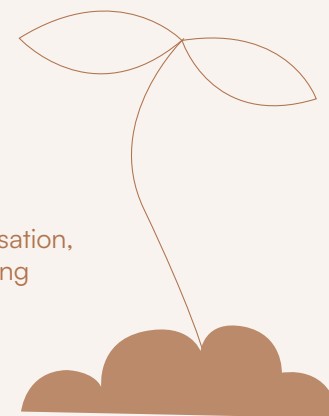


En 2024, nous avons fondé une

communauté bio- régénérative de plus de

3 000 consommateurs conscients,

qui participent activement à la budgétisation,
à la prise de décision et au brainstorming
pour notre initiative 1% pour le sol.



Une démarche continue vers une chaîne d'approvisionnement alimentaire plus durable...

10 500 tonnes

de nourriture ont été expédiées vers des foyers européens.

(+ 28 % par rapport à l'année dernière !)

+ 80 %

du volume total expédié étaient certifiés BIO, et 99 % étaient à base de plantes.

Sur la base du volume d'aliments vendus et de l'utilisation moyenne de pesticides par hectare dans chaque pays d'origine, nous estimons que nos expéditions de 2024 ont permis d'éviter l'utilisation de plus de

3 tonnes

de pesticides de synthèse*.

*Méthodologie basée sur les données de la FAO : moyennes nationales de l'utilisation de pesticides par hectare et des rendements estimés, en fonction du pays d'origine de chaque produit.

12 agriculteurs

ont obtenu le label BIO,

soutenus par des ventes directes à des prix équitables et des adoptions, tandis que 21 d'entre eux sont encore en cours de conversion BIO.

58 exploitations

font déjà partie de notre programme d'agriculture régénérative

— totalisant plus de 4 000 hectares dans 5 pays (Espagne, France, Italie, Allemagne et Autriche).

Les 12 premières exploitations qui ont participé au programme ont déjà obtenu des résultats positifs, prouvant ainsi qu'elles parviennent à régénérer leur écosystème. En moyenne, ces exploitations ont amélioré les indicateurs de santé de l'écosystème, tels que la structure du sol, la capacité de rétention d'eau et la présence de biodiversité, de

25 %

Méthodologie : basée sur des évaluations de terrain standardisées réalisées par des experts agronomes, comprenant des analyses du sol, des évaluations visuelles et des échantillonnages de la biodiversité.

95 %

du total des livraisons ont été effectuées avec des emballages sans plastique.

La moitié des livraisons contenant du plastique étaient exemptes de BPA.

Nous avons lancé 13 nouveaux produits « **All Is Good** », atteignant un total de 16 produits différents dans la gamme **et sauvant**

34 349 kg

de nourriture du gaspillage.

Nos émissions de scope 1 et 2 étaient de

53 tonnes

Cliquez ici !

(Les émissions annuelles par habitant dans l'UE sont de 6,7 tonnes). Cela signifie que, pour chaque tonne de nourriture expédiée, 5 kg de CO₂ ont été produits.

... et vers une chaîne d'approvisionnement alimentaire plus équitable.

40 %

des agriculteurs sont jeunes (moins de 40 ans), ce qui est essentiel pour assurer l'arrivée d'une nouvelle génération d'agriculteurs dans le secteur agricole.

Selon Eurostat,

seuls 11,9 % des exploitants agricoles de l'UE avaient moins de 40 ans en 2020.

Cliquez
ici !!



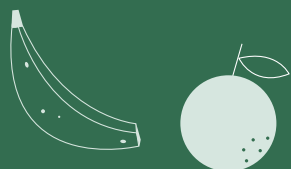
Grâce à l'initiative **CrowdGiving**, les CrowdFarmers ont fait don de plus de

19,56 tonnes

d'aliments biologiques frais, d'une valeur de 90 000 € à cinq banques alimentaires et ONG en Allemagne, en France, en Pologne et en Espagne.



Lors des tempêtes et inondations « DANA » à Valence, nous avons lancé une campagne spécifique, en partenariat avec la banque alimentaire locale et nos consommateurs, afin de faire don de près de



18,4 tonnes de nourriture.

Ce que disent nos agriculteurs : insights issus de notre enquête annuelle auprès des agriculteurs

60 %

des agriculteurs considèrent que les prix de CrowdFarming sont plus stables que sur d'autres canaux (contre 40 % en 2023), et moins de 3 % les considèrent comme plus instables.

62,2 %

des agriculteurs ont répondu qu'ils avaient constaté une augmentation de leurs revenus.

+ 70 %

ont investi dans des améliorations.



Flux financiers : Revenus et répartition des ressources

Le schéma ci-dessous donne un aperçu des principaux flux financiers de CrowdFarming pour l'année 2024. Il illustre la manière dont les revenus ont été générés et répartis entre les différents domaines de l'entreprise, depuis les coûts opérationnels directs jusqu'aux investissements dans la croissance et la communauté. Tous les montants sont exprimés en euros (€).

Caisses de saison
des agriculteurs (€)
39,3M

Adoptions (€)
16,6M

Abonnements
mensuels (€)
8,4M

Autres revenus (€)
1,5M

Prêt de la Banque européenne
d'investissement (€)

Revenu (€)
65,8M

Coûts directs (€)
47,3M

Coûts indirects (€)
23,2M

Revenus des
agriculteurs (€)
28,8M

Moyens de paiement
sécurisés (€)
1,4M

Logistique et
transport (€)
17,1M

Développement et
animation de la communauté (€)
9,4M

Coûts d'équipe et opérationnels (€)
10,3M

Investissements en R&D (€)
3,5M

Caisses de saison des agriculteurs : Revenus générés par la vente de caisses de produits de saison, livrées directement des agriculteurs aux consommateurs. Cela représente une part essentielle de notre modèle de vente directe.

Adoptions : Revenus issus de notre modèle d'« adoption », dans lequel les consommateurs soutiennent les agriculteurs en finançant directement la culture ou l'élevage de plantes ou d'animaux spécifiques.

Abonnements mensuels : Revenus provenant des abonnements mensuels récurrents, offrant à la fois une source de revenu stable et un accès régulier à des produits frais pour notre communauté.

Autres revenus : Sources de revenus complémentaires, incluant les caisses personnalisées, le CrowdGiving, les ventes directes aux entreprises, les frais et autres ventes, contribuant à la solidité financière globale de CrowdFarming.

Revenu : Revenu total généré par CrowdFarming en 2024, toutes sources de vente confondues.

Prêt de la Banque européenne d'investissement : Financement obtenu auprès de la Banque européenne d'investissement, qui joue un rôle clé dans l'expansion de nos activités et nos investissements à long terme.

Coûts directs : Dépenses directement liées à l'approvisionnement et à la livraison de nos produits aux consommateurs. Cela inclut les revenus des agriculteurs, la logistique et les frais de traitement des paiements.

Revenus des agriculteurs : Part des coûts directs destinée à rémunérer équitablement notre réseau d'agriculteurs, en reconnaissance de leur travail et de leur engagement.

Logistique et transport : Coûts liés au transport et à l'emballage des produits, depuis les fermes jusqu'aux clients — un maillon essentiel de notre chaîne d'approvisionnement.

Moyens de paiement sécurisés : Dépenses associées au maintien de systèmes de paiement en ligne sûrs et fiables, permettant les transactions sur notre plateforme (SEPA, PayPal, Stripe, etc.).

Coûts indirects : Dépenses générales qui soutiennent le fonctionnement global et la croissance de CrowdFarming, sans être directement liées à des transactions de produits individuelles.

Coûts d'équipe et opérationnels : Dépenses liées aux salaires de l'équipe, aux fonctions administratives et au fonctionnement quotidien général de l'entreprise.

Investissements en R&D : Fonds dédiés à la recherche et au développement, axés sur des domaines clés comme l'optimisation logistique (CrowdSender), l'amélioration des outils de suivi pour les agriculteurs (Farmer Resource Planning), et le développement de notre plateforme digitale.

Développement et animation de la communauté : Investissements dans les activités visant à faire croître et à renforcer la communauté CrowdFarming, incluant le marketing, le CRM, la communication et l'engagement communautaire.

03

Agriculture bio-régénérative : renforcer la résilience

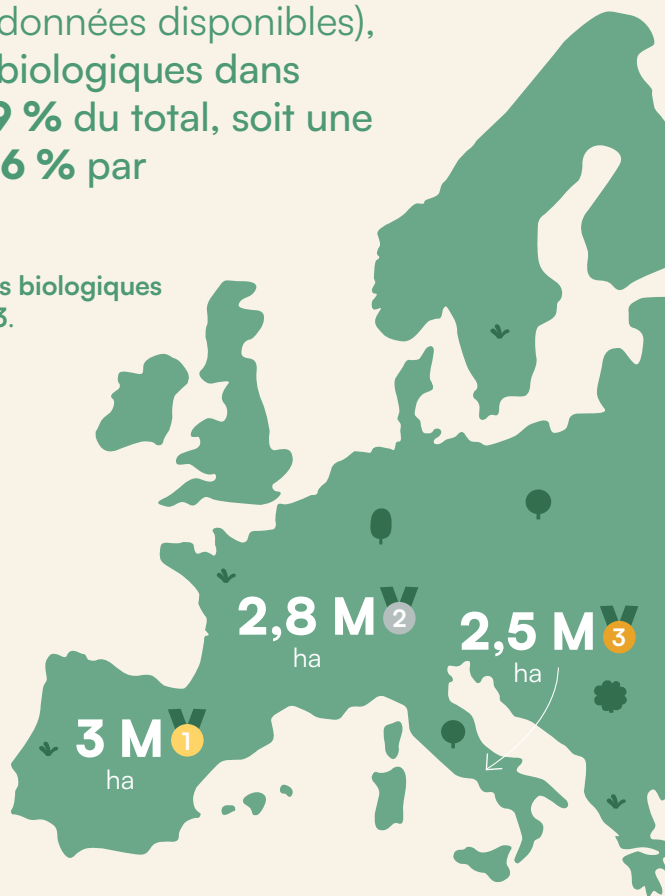
Lentement mais sûrement : L'agriculture biologique en Europe ne cesse de croître

Malgré les pressions économiques et les défis climatiques, le secteur agroalimentaire biologique en Europe continue de se développer. De plus en plus d'agriculteurs se tournent vers des pratiques biologiques, et l'agriculture régénérative continue de gagner du terrain.

En 2023 (dernières données disponibles), les terres agricoles biologiques dans l'UE couvraient **10,9 %** du total, soit une augmentation de **3,6 %** par rapport à 2022.

Près de **495 000 producteurs biologiques** opéraient en Europe en 2023.

L'Espagne a dépassé la France en tant que pays possédant le plus de terres agricoles biologiques (3 millions d'hectares), suivie par la **France** (2,8 millions d'hectares) et l'**Italie** (2,5 millions d'hectares).



(Source : FiBL Yearbook 2024 —
The World of Organic Agriculture)



Le besoin de résilience en 2024 et les (faibles) attentes politiques pour 2025

Malgré les bonnes nouvelles concernant la croissance de la production biologique, le changement climatique continue néanmoins de représenter un défi de taille pour l'agriculture européenne. Dans un contexte d'incertitude climatique croissante, comme en témoignent les sécheresses ou les graves inondations qui ont touché Valence (Espagne), entre autres régions, les pratiques régénératives s'avèrent être, non seulement une amélioration, mais aussi une évolution nécessaire pour renforcer la résilience des systèmes alimentaires et des communautés agricoles.

Ce que disent nos agriculteurs — Insights issus de notre enquête annuelle auprès des agriculteurs

*Le changement climatique reste une préoccupation majeure, **73,4 % des agriculteurs soulignant que les sécheresses et les vagues de chaleur compromettent leur travail** quotidien sur l'exploitation et ont un impact sur leur production. 70 % d'entre eux déclarent que leurs récoltes ont été réduites en raison de ces facteurs.*

Dans ce contexte, l'agriculture régénérative a continué à gagner du terrain en 2024 en tant que moyen de restaurer la santé des sols, de renforcer la biodiversité et d'améliorer la résilience des exploitations agricoles. **50 des 79 géants mondiaux de l'alimentation (d'une valeur collective de plus de 3 000 milliards de dollars) ont mentionné des initiatives d'agriculture régénérative dans leurs déclarations, dans le rapport FAIRR 2023.** Pour contrer les risques de greenwashing,

les agriculteurs régénératifs européens précurseurs ont mis en place des initiatives telles que les Alliances européennes pour l'agriculture régénérative (EARA), qui visent à définir et à promouvoir des pratiques crédibles en matière d'agriculture régénérative.

Sur le plan politique, 2024 a démarré dans un contexte contrasté. **Une COP, un brin plus prometteuse, avec des organisations agroalimentaires leaders qui s'engagent à s'associer à 3,6 millions d'agriculteurs pour accélérer la transformation de plus de 160 millions d'hectares (trois fois la superficie de l'Espagne) en paysages régénératifs.**

Ceci intervient avant une **vague de manifestations des agriculteurs qui a éclaté dans toute l'Europe**, révélant des inquiétudes concernant les pressions économiques, les réglementations environnementales et les conditions de marché équitables. Ces événements, combinés à une évolution des tendances politiques européennes et mondiales, ont mis en péril des engagements tels que la loi allemande sur la chaîne d'approvisionnement ou **l'Agence Bio française**.



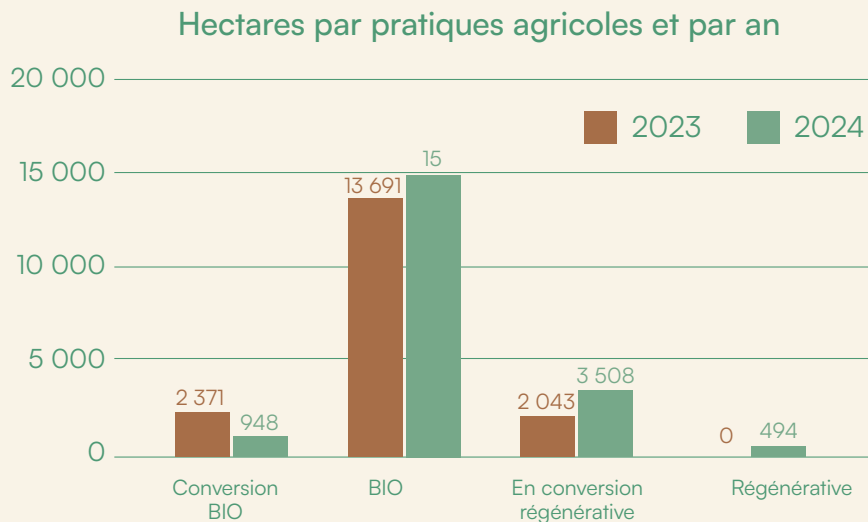
Avec un Parlement européen nouvellement élu, nous nous trouvons à un tournant décisif pour l'avenir du système alimentaire européen. En 2025, nous allons devoir prendre des décisions cruciales qui, soit favoriseront la transition vers une chaîne d'approvisionnement équitable et durable et un système d'agriculture bio-régénérative, soit nous nous retrouverons seuls pour mener à bien cette transition. **Parmi ces décisions cruciales, citons notamment :**

- La réforme de la PAC, ainsi que son prélude, **la vision de l'UE pour l'agriculture et l'alimentation**, pourrait être l'occasion de repenser les subventions agricoles en Europe. Mais elle comporte aussi le risque de s'en tenir à un système obsolète.
- Le **paquet Omnibus** devrait simplifier les exigences en matière de rapports sur la durabilité. Nous espérons que cela se traduira par moins de formalités administratives, et non par des engagements plus faibles.
- En Allemagne, les discussions en cours sur la loi relative à la chaîne d'approvisionnement pourraient façonner les futures normes de durabilité dans l'ensemble de l'UE.



Agriculture bio-régénérative

2024 a été une année particulièrement passionnante pour les progrès en matière d'agriculture bio-régénérative chez nos agriculteurs. Fin 2023, nous avons commencé à prélever des échantillons pour le premier groupe d'agriculteurs espagnols qui se sont inscrits au programme régénératif de CrowdFarming après deux événements d'introduction à l'agriculture régénérative, et beaucoup de chemin a été parcouru depuis lors.



De nombreux agriculteurs déclarent avoir déjà mis en œuvre des pratiques régénératives :

+de **50 %**

des répondants appliquent des résidus végétaux au sol, réduisent le travail du sol ou maintiennent un couvert végétal.

28 %

mettent en œuvre d'autres mesures en faveur de la biodiversité, telles que l'installation d'hôtels à insectes ou de corridors biologiques, la plantation d'arbres indigènes, la création d'étangs de biodiversité ou l'installation de mangeoires pour oiseaux.

20 %

intègrent du bétail dans leurs exploitations.

+de **40 %**

font leur propre compost

Ce que disent nos agriculteurs — Insights issus de notre enquête annuelle auprès des agriculteurs

« Depuis mon enfance, je connais l'agriculture biologique et je sais que c'est la seule option pour moi, mais j'ai découvert l'agriculture régénérative grâce à vous, et je vous en serai éternellement reconnaissant ».

Jacob Martín Peláez - La Solana

« Ensemble, nous voulons changer et améliorer le monde, en faisant passer toute l'agriculture du conventionnel au biologique et au régénératif ».

Björn Kleininger - Jelanisol et Montebello

« Nous croyons de tout notre cœur en ce projet : l'agriculture biologique et régénérative, un projet pour l'avenir ».

Fernando Agramunt - Bardomus

Programme d'agriculture régénérative

À la fin de l'année 2024, le **programme d'agriculture régénérative de CrowdFarming** avait déjà été étendu à :

58
exploitations

totalisant
+ 4 000
hectares

5
pays

Autriche,
Allemagne, France
et Italie, en plus de
l'Espagne



De la cohorte initiale, 12 ont obtenu des résultats positifs en termes de santé des sols, de biodiversité et de gestion du cycle de l'eau. Vous pouvez maintenant consulter les résultats, ou l'**Indice de régénération**, de tous les agriculteurs du programme dans leurs profils en ligne.

Mais tout ne se résume pas à prendre des mesures. L'objectif ultime est que le suivi des résultats devienne un outil de gestion pour les agriculteurs, afin de les orienter vers une plus grande résilience, à la fois sur leur exploitation et dans leur activité : dépendre moins des intrants externes, améliorer les rendements, produire des aliments riches en nutriments et travailler en harmonie avec la nature plutôt que contre elle. Pour cela, nous combinons des événements sur le terrain autour de différents thèmes avec des sessions de tutorat en ligne, pour les accompagner depuis l'interprétation des résultats jusqu'à la mise en œuvre de plans de régénération.



1% pour le sol

CrowdFarming vise à être l'un des principaux moteurs de la transition bio-régénérative, non seulement en soutenant les agriculteurs, mais aussi en cocréant les outils, les données et la communauté nécessaires à une mise à l'échelle équitable et efficace.

Au milieu de l'année, nous avons décidé de quantifier le budget que nous consacrons à l'agriculture régénérative et de nous engager à la soutenir à long terme. Dans ce but, **nous avons créé 1% pour le sol.**

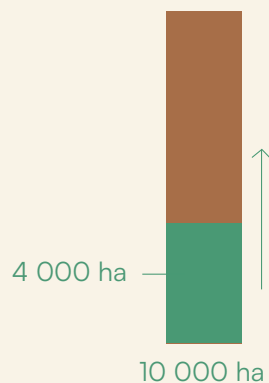
Dans le cadre de l'initiative 1% pour le sol, nous consacrons **1 % de tous les revenus bruts (hors TVA) générés par les exploitations régénératives**, soit près de 30 % du total des ventes de CrowdFarming, à la transition

de 10 000 ha

de terres agricoles européennes en systèmes régénératifs.

CrowdFarming finance cet investissement, pas l'agriculteur ni les consommateurs.

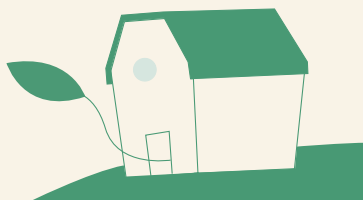
Progrès accomplis vers l'objectif des 10 000 hectares



Depuis son lancement en juillet 2024, nous avons investi près de :

80 000 €

pour développer l'agriculture régénérative.



Ces fonds sont investis dans 5 principaux domaines de travail :

1

Formation des agriculteurs

Nous mettons en place un réseau d'agriculteurs engagés dans la transition vers une agriculture plus bio-régénérative en Europe. En partageant des études de cas réussies et en proposant des formations pratiques sur le terrain et un enseignement en ligne, nous aidons les agriculteurs à mettre en œuvre des changements significatifs dans leurs exploitations.

En 2024, nous avons organisé des formations sur le terrain en Italie, en Allemagne et en Espagne, et tenu 10 sessions en ligne avec les 58 exploitations agricoles qui participent actuellement au programme.

2

Mesurer l'impact réel

Avec le soutien de partenaires experts, nous suivons comment les pratiques régénératives influencent la santé des sols, la biodiversité, le cycle de l'eau, les moyens de subsistance et les communautés locales. Ces données permettent non seulement de valider l'impact des actions menées sur le terrain, mais aussi d'aider les agriculteurs à adapter et améliorer leurs méthodes pour devenir plus résilients. En 2024, nous avons effectué des échantillonnages et des visites sur le terrain dans 58 exploitations réparties dans cinq pays : Allemagne, Autriche, Espagne, France et Italie.

3

Faire passer le message

La transformation des exploitations agricoles ne signifie pas grand-chose si le public ne comprend pas pourquoi il est important de soutenir les agriculteurs qui l'entreprennent. C'est pourquoi nous utilisons nos canaux de communication pour sensibiliser le public, partager des histoires réelles de transition et expliquer les avantages plus larges de l'agriculture régénérative pour les agriculteurs, les consommateurs et la planète.

En 2024, nous sommes allés encore plus loin en produisant notre documentaire, **« De la colère aux actes. »** qui a dépassé les 8 000 vues. Le film suit le parcours de cinq agriculteurs européens qui changent leur façon de cultiver en adoptant des pratiques régénératives.

Nous avons accompagné sa sortie d'une campagne de sensibilisation ciblée sur les réseaux sociaux et de projections à Berlin et à Paris, pour porter ces histoires directement auprès de citoyens prêts à s'engager pour l'avenir de l'alimentation.

Nous avons également lancé **la plus grande communauté de consommateurs de produits bio-régénératifs d'Europe**, créée pour co-concevoir la voie vers le « 1% pour le sol » et pour partager des expériences, des connaissances et des idées pratiques afin de conduire le changement ensemble.

4

Développement des connaissances

Notre objectif est de rendre la recherche plus accessible et de contribuer à poser les bases d'une transition à grande échelle vers l'agriculture régénérative, car un changement durable nécessite des fondements scientifiques solides.

Grâce au suivi des exploitations en agriculture bio-régénérative, nous générons également un corpus de données de plus en plus important, qui peut contribuer à mieux comprendre les tendances de l'agriculture régénérative à grande échelle, en allant au-delà des exemples de niche et des études de cas isolées.

En 2024, nous avons publié le rapport **« Régénération et nutrition : cultivons notre médecine »**, qui explore le lien entre la santé des sols et la valeur nutritionnelle des aliments. Ces résultats montrent que l'agriculture bio-régénérative peut contribuer à la fois à la santé humaine et à la santé de la planète.

5

Développer des outils numériques

Nous travaillerons à la création d'une technologie facile à utiliser pour faciliter la transition des agriculteurs, de la prise de décision fondée sur des données à la création d'une communauté d'agriculture régénérative plus connectée.

Selon eux : Les agriculteurs à la tête de la transition

Histoires personnelles d'exploitations agricoles européenne adoptant l'agriculture bio-régénérative.

Proyecto Los Aires

(Exploitation oléicole
bio-régénérative, Espagne) :

A prouvé ses résultats
régénératifs en 2024

« Le Los Aires Project est né il y a 11 ans, quand, après avoir terminé nos études de biologie, avec quelques incertitudes mais avec beaucoup de courage, nous avons décidé de quitter la ville pour restaurer les terres de notre famille. Nous sommes arrivés pour tenter de récupérer des oliviers centenaires et, après tout ce temps et tous ces efforts, nous pouvons vous assurer que cette expérience a été l'une de nos meilleures décisions. Petit à petit, et avec bien des efforts, nous nous sommes tournés vers d'autres cultures telles que les amandes, les pistaches et les raisins, que nous utilisons pour produire nos vins naturels.

Nous avons toujours voulu avoir des cultures vivantes, saines et biodiversifiées, qui offrent des produits sains à haute valeur nutritionnelle et environnementale. Pour y parvenir, nous commençons par régénérer le sol, en y ajoutant des amendements organiques tels que du fumier et en prenant soin de la couverture



végétale naturelle afin de prévenir l'érosion. Nous taillons la canopée au printemps pour protéger et nourrir notre sol.

Pour nous, l'agriculture régénérative est notre façon de nous réconcilier avec l'environnement qui entoure nos cultures et la seule façon dont nous souhaitons produire de la nourriture. Notre plus grand défi, et celui sur lequel nous concentrons le plus d'efforts, est d'avoir un sol vivant. Nous cherchons à augmenter la quantité de carbone dans le sol, afin de le rendre plus fertile, de retenir plus d'eau et de favoriser la vie, ce qui permet de recycler les nutriments nécessaires à la santé des plantes. C'est aussi le moyen de montrer au consommateur qu'une autre façon de produire et de consommer est possible. »

Laura et Guillermo,
agriculteurs à Proyecto Los Aires





Azienda Agricola Toma

(Exploitation oléicole biologique, Italie)

A rejoint le programme régénératif de CrowdFarming en 2024

« L'Azienda Agricola Toma, une exploitation exclusivement biologique et familiale, a été fondée en 1989 par Mariano Toma et Tiziana De Fabritiis (mes parents) et est située à Loreto Aprutino (Province de Pescara, Abruzzes, Italie).

Le petit village vallonné datant du Moyen Âge est situé à environ 250 mètres au-dessus du niveau de la mer, entouré par les chaînes de montagnes du Gran Sasso et de la Majella (les plus hauts sommets des Apennins centraux), toutes deux visibles depuis l'exploitation.

À l'âge de 28 ans, après avoir quitté l'exploitation familiale et consacré 10 ans de ma vie au droit et aux voyages (tout en conservant une passion pour la nature), j'ai réalisé que cette vie n'était pas pour moi.

Vous pouvez déjà deviner la suite, sinon je ne serais pas ici. J'ai décidé de retourner à l'exploitation familiale et depuis, ce lieu qui me

semblait presque une prison lorsque j'étais enfant et ces habitudes transmises depuis plusieurs générations sont devenues mon quotidien.

Pour moi, le programme de conversion à l'agriculture régénérative signifie assumer mes responsabilités d'agriculteur. Je prends la responsabilité de laisser aux générations futures une portion de paysage saine et résistante. »

Giuseppe Toma,
agriculteur à l'Azienda Agricola Toma





Kore Farm (Vignoble BIO, Allemagne)

Certifié biologique en 2024

Laura et Fabian sont un jeune couple originaire du Palatinat, la deuxième région viticole d'Allemagne.

Ils ont fondé Kore en 2015, alors qu'ils terminaient leurs études en viticulture et en commerce international du vin.

Dans les vignes, ils soutiennent et encouragent un sol vivant. Grâce à un travail manuel intensif, ils prennent soin de leurs vignes et récoltent des raisins mûrs et très aromatiques, qui sont la base de leurs vins.

« Nous sommes ravis que le monde extérieur puisse désormais voir officiellement que nous travaillons comme nous le faisons. Nous avons beaucoup réfléchi à la durabilité depuis la création de KORE et nous sommes fiers que tout le monde sache au moins que nous travaillons de manière biologique. »

Laura et Fabian,
agriculteurs dans
l'exploitation « Kore »



Sicilian Passion (Exploitation de fruits de la passion BIO, Italie)

En 2024, ils ont obtenu la certification biologique et ont commencé leur parcours dans l'agriculture régénérative

« Sicilian Passion a été inspirée par le rêve de mon grand-père Antonino : offrir des fruits exotiques cultivés localement, garantissant une qualité et un goût exceptionnels sans avoir à parcourir de longues distances depuis les pays tropicaux. Depuis 2015, nous nous sommes spécialisés dans la culture de ce fruit. Le nom « Sicilian Passion » reflète à la fois notre produit et l'amour profond de notre famille pour l'agriculture, transmis depuis trois générations.

Le parcours vers la certification biologique n'a pas été facile. Notre entreprise, Sicilian Passion, a été confrontée à de nombreux défis,

le principal étant la lutte contre les nuisibles. Pourtant, en faisant preuve de dévouement et de persévérance, nous avons surmonté cet obstacle, transformant nos champs en une oasis de biodiversité. Grâce à l'agriculture régénérative, nous commençons à restaurer la vitalité de nos sols et à renforcer la résilience de l'écosystème. Aujourd'hui, nos fruits de la passion témoignent de notre engagement continu en faveur de la durabilité. »

Antonino Moscato,
Agriculteur chez « Sicilian Passion »

04

**Repenser le transit :
logistique et gaspillage alimentaire**

Une logistique plus rapide et plus intelligente

En 2024, nous avons continué à travailler sur la manière dont les aliments se déplacent tout au long de notre chaîne d'approvisionnement (de la ferme à la table), en nous concentrant sur la réduction des délais de livraison, la diminution des émissions, la minimisation des déchets et l'amélioration de la traçabilité globale.

Par rapport à 2023, nous avons réduit le délai de livraison moyen en Europe de 5,1 jours à 4,3 jours.

Si nous incluons le temps nécessaire à la récolte et à la livraison de l'exploitation à notre centre logistique, **l'ensemble du parcours prend environ 5,3 jours de l'arbre jusqu'au domicile du client.**

Améliorations de l'ensemble de notre réseau plutôt que des délais de livraison uniformes.

- Depuis avril, nous avons mis en place des itinéraires d'expédition directe de l'Espagne vers la Suède (y compris par camions complets) en passant par le sud de la France, qui desservent également les produits destinés au Royaume-Uni. Ces nouveaux itinéraires permettent de réduire les arrêts intermédiaires et de raccourcir les distances parcourues, ce qui améliore la fraîcheur des produits et réduit les émissions liées au transport. Grâce à notre partenariat avec Primever, 100 % des expéditions depuis la France vers le Royaume-Uni traversent désormais la Manche en train, ce qui diminue la dépendance au transport routier utilisant des énergies fossiles et réduit les émissions. Nous avons également ajouté le transport ferroviaire entre Perpignan et Paris, couvrant plus de 1 000 km.

- Le taux de remplissage de nos camions est resté stable à 90 %*, ce qui signifie moins de trajets avec une meilleure efficacité de chargement et moins d'émissions par caisse livrée.

Méthodologie : ce taux est calculé sur la base du nombre de palettes chargées par camion, sur une capacité maximale de 32.

En nous appuyant sur le modèle de transport par relais avec notre partenaire longue distance Trucksters, en 2024, nous avons fait un nouveau pas dans la bonne direction en introduisant des carburants à faible taux d'émission dans notre chaîne d'approvisionnement.

En novembre, nous avons commencé à remplacer le diesel sur notre ligne Valence (Espagne) - Speyer (Allemagne) par de l'huile végétale hydrotraitée (HVO), une alternative renouvelable au diesel qui peut réduire les émissions de gaz à effet de serre jusqu'à 90 % par rapport aux carburants fossiles.

- En novembre, 10,3 % des livraisons sur cet itinéraire utilisaient de l'HVO.
- En décembre, ce chiffre est passé à 23 %, avec un total de 21 livraisons effectuées avec de l'HVO.
- Grâce à cette transition, nous avons évité l'émission d'environ 34,5 tonnes de CO₂e*.
-

*Méthodologie : calcul basé sur des données d'émissions certifiées fournies par l'ISCC et suivies par le système de vérification du carbone SQUAKE.

Ce changement reflète notre stratégie plus large : passer de la simple compensation des émissions à leur prévention active par des changements d'infrastructures et de carburants.

En investissant dans des carburants à faibles émissions et des itinéraires optimisés, nous prouvons que la réduction des émissions ne doit pas être un objectif abstrait, mais qu'elle peut être intégrée dans la manière même dont nous transportons les aliments.

Cela dit, nous continuons à faire appel au service GoGreen de DHL pour les livraisons du dernier kilomètre, qui se concentre sur la réduction des émissions de carbone au sein du réseau logistique de DHL (par exemple, camions au biogaz, véhicules électriques).



Développer notre réseau logistique en Europe

Pour répondre à la demande croissante, nous continuons à développer nos capacités logistiques, non pas en construisant davantage d'entrepôts, mais en soutenant des solutions plus intelligentes et localisées.

Outre notre propre centre logistique (1PL) à Museros (Valence), entièrement intégré à nos opérations depuis 2022, nous avons mis en place un réseau de plateformes logistiques tierces (3PL) dans des régions de production clés en Italie (Calabre), en France (Provence), en Espagne (Huelva et Malaga) et en Allemagne (Albessen).

Contrairement aux modèles conventionnels, ces plateformes ne stockent pas les produits frais à long terme.

Au lieu de cela, elles servent de points de coordination locaux :

- Elles reçoivent les produits directement des agriculteurs des environs.
- Elles offrent un soutien pour l'emballage et la préparation des commandes.
- Elles nous permettent de combiner les produits de plusieurs agriculteurs dans des caisses mixtes ou des abonnements.

Pour créer ce réseau, nous collaborons avec des agriculteurs qui disposent de capacités sur place ou avec des partenaires logistiques existants dans des zones stratégiques, généralement là où nous avons déjà une forte présence de producteurs ou là où les routes logistiques convergent.

Ces plateformes logistiques (3PL) permettent également de résoudre un problème fréquent : de nombreuses petites et moyennes exploitations ne peuvent pas gérer seules un volume élevé d'envois individuels.

En mettant en commun les efforts grâce à une infrastructure partagée, nous permettons à davantage d'agriculteurs de rejoindre le réseau CrowdFarming et d'augmenter notre capacité d'expédition efficace à grande échelle.

Le renforcement de notre réseau logistique nous permet non seulement d'accroître notre efficacité, mais aussi d'être plus indépendants des systèmes conventionnels et de mieux contrôler la qualité, les délais et la durabilité.

Notre réseau de hubs logistiques


CrowdPfalz
ÖMG
0,01 %*


CrowdMuseros
CrowdLog
66,02 %*


CrowdHuelva
Sat el Dorado
-


CrowdTropic
Gestropic
9,38 %*


CrowdProvence
E.D.F.L
0,30 %*


CrowdAgrumi
San Mauro
6,50 %*

*Pourcentage du total des expéditions par CrowdFarming
La représentation des produits est indicative et non exhaustive

■ 1PL ■ 3PL

Réduire le gaspillage alimentaire à chaque étape

Le gaspillage alimentaire touche toutes les étapes de la chaîne et, en 2024, nous avons continué à travailler sur ce problème, du champ jusqu'à la livraison.

Ce que disent nos agriculteurs : insights issus de notre enquête annuelle auprès des agriculteurs

22,4 %

des agriculteurs ont signalé une réduction du gaspillage alimentaire depuis qu'ils ont rejoint CrowdFarming.

65 %

des agriculteurs ont déclaré que leurs niveaux de gaspillage étaient déjà faibles, ce qui montre que notre communauté attire des producteurs ayant de solides pratiques de gestion du gaspillage.

Les producteurs d'agrumes et de fruits tropicaux ont signalé les plus grands gains, déclarant que le gaspillage alimentaire a diminué :

Gaspillage d'agrumes

↓ 170 %

Gaspillage de fruits tropicaux

↓ 160 %

Le développement AllIsGood : De trop mûr à parfait

En 2023, nous avons lancé AllIsGood, notre gamme de produits revalorisés fabriqués à partir de fruits et légumes trop mûrs pour être livrés sur de longues distances. Après un bon début en 2023

avec le chutney de mangue, le houmous d'avocat et le jus de grenade, qui ont permis de sauver **52 tonnes de fruits**, nous avons considérablement élargi la gamme en 2024 :

13 
nouveaux produits lancés
(portant le total à 16 articles dans la gamme AllIsGood.)

34 
tonnes de produits frais sauvées du gaspillage.

Ces produits sont une solution pratique pour les fruits qui sont parfaitement bons mais qui doivent être transformés rapidement, ce qui nous permet de réduire les déchets tout en offrant aux consommateurs de nouvelles façons d'apprécier les produits de saison.





CrowdLog Museros : Notre centre logistique de première partie

Dans notre centre logistique de Museros (Valence), un meilleur tri et des contrôles de qualité ont permis de réduire la quantité de nourriture jetée : de 3,7 % en 2023 à 3,2 % en 2024. Nous avons mis en place une stratégie de réutilisation diversifiée :

3,7 % des produits
ont été rejetés en 2023 contre

3,2 %
en 2024.



50 %

des aliments rejetés
ont été vendus pour être
transformés industriellement
(par exemple, en jus ou
en confitures).

29 %

ont été donnés
aux banques
alimentaires et
aux ONG à Valence.

21 %

étaient inutilisables et
ont été envoyés au
compostage ou pour
l'alimentation animale.

Réduire le gaspillage alimentaire à la maison

Au niveau des consommateurs, nous avons cherché à aider les gens à tirer le meilleur parti des aliments qu'ils reçoivent, tout en reconnaissant que le modèle de CrowdFarming est quelque peu différent en ce qui concerne les volumes ou les variétés reçus et leur état de maturité.

Tout au long de l'année 2024, nous avons partagé des recettes pratiques, des conseils et des astuces de conservation, en mettant l'accent sur les fruits climactériques, tels que les bananes, les avocats et les mangues, qui continuent à mûrir après la récolte.

Ces ressources contribuent non seulement à réduire le gaspillage alimentaire des ménages, mais aussi à mieux comprendre l'évolution des produits frais une fois qu'ils ont quitté l'exploitation.

En effet, des articles tels que **« Comment faire mûrir et conserver les fruits climactériques à la maison »** ou une recette de pancakes pour utiliser les bananes une fois qu'elles sont trop mûres sont devenus quelques-uns de nos articles de blog les plus lus de l'année, témoignant d'un fort intérêt pour des conseils simples et applicables.

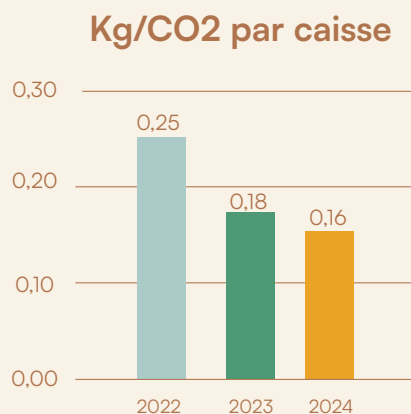


Réduire notre empreinte, les ressources dont nous dépendons

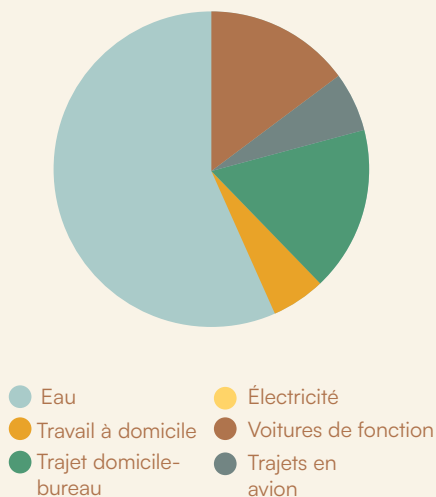
En 2024, les émissions combinées de Scope 1, de Scope 2 et une partie de Scope 3, couvrant à la fois les bureaux de CrowdFarming et notre centre logistique CrowdLog-Museros, s'élevaient à 377 tonnes de CO₂. Il s'agit d'une augmentation par rapport aux 287,58 tonnes de 2023, qui avaient enregistré une réduction de 27 % par rapport à l'année précédente. L'augmentation en 2024 est principalement due à la croissance de nos activités.

Cependant, l'efficacité de nos opérations s'est améliorée et c'est là que réside le véritable progrès :

- les émissions par caisse expédiée ont diminué, passant de 0,18 kg de CO₂ en 2023 à 0,16 kg de CO₂ en 2024.
- Les émissions par employé sont passées de 1,54 kg à 1,48 kg de CO₂.



Empreinte carbone 2024



Pour mettre cela en perspective, nos émissions calculées en 2024 sont équivalentes à l'empreinte annuelle d'environ 56 personnes vivant dans l'UE (**les émissions annuelles par habitant dans l'UE sont de 6,7 tonnes**).

Scope 1 — Émissions directes des véhicules de l'entreprise

Il s'agit principalement de l'utilisation de voitures de fonction, notamment par nos agronomes qui rendent visite à des agriculteurs dans toute l'Europe.

En 2024, les émissions de Scope 1 s'élevaient à 53 tonnes de CO₂, en augmentation par rapport aux 29 tonnes de l'année dernière, marquée par la croissance de nos équipes agronomiques et une présence plus forte sur le terrain.

Nous continuons à donner la priorité aux visites en personne, car elles restent essentielles pour le contrôle de la qualité et le soutien aux agriculteurs. Cela dit, nous encourageons les déplacements efficaces (par exemple, en regroupant les visites, en prenant le train lorsque cela est possible).

Scope 2 — Consommation d'électricité

Nos émissions de Scope 2 sont restées à zéro tonne pour la deuxième année consécutive puisque toute l'électricité utilisée dans les bureaux de CrowdFarming et CrowdLog-Museros provenait de fournisseurs d'énergie renouvelable.

Cependant, en 2024, nous sommes allés encore plus loin en installant des panneaux solaires dans notre centre logistique de Museros. Ce système devrait produire près de 280 MWh par an, permettant d'éviter plus de 98 tonnes de CO₂ par an tout en réduisant les coûts énergétiques.

Nous avons également mis en œuvre d'autres mesures d'économie d'énergie dans le cadre de nos opérations logistiques, comme la fermeture des chambres froides inexploitées pour éviter les refroidissements inutiles et le remplacement des vieilles machines par des solutions plus efficaces sur le plan énergétique.

Scope 3 (partiel) — Émissions indirectes

Nous ne déclarons actuellement qu'une partie de nos émissions de Scope 3, en nous concentrant sur :

La consommation d'eau : principalement représentée par les systèmes de refroidissement de notre centre logistique.

Les déplacements des employés : plus de 70 % utilisent des modes de transport durables tels que les transports en commun, la marche ou le vélo, ce pourcentage atteignant 75 % si nous incluons les véhicules électriques. La consommation d'énergie liée au télétravail et aux voyages d'affaires, y compris les trains et les vols.



05

Arroser notre communauté

Local, de saison et BIO, en plus du prix et de la commodité

Selon le rapport EIT Food Trust 2024,

38 % des consommateurs européens choisissent intentionnellement des aliments cultivés localement et 62 % donnent la priorité aux fruits et légumes de saison.

Les consommateurs associent l'agriculture à l'emploi, donc la production locale est associée à la prospérité locale. En faveur des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes, de l'exploitation au consommateur, **les agriculteurs restent les acteurs les plus fiables de la chaîne alimentaire (67 %), les petites exploitations locales étant particulièrement bien perçues.**



Après une légère baisse en 2022, le marché européen du BIO **a augmenté de 3 % en 2023** (EH : 2,9 %).

Cela a ajouté 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires (1,2 milliard d'euros dans l'UE) au total des ventes au détail de produits biologiques, qui s'élèvent à 54,7 milliards d'euros en Europe (46,5 milliards d'euros dans l'UE), ce qui **place l'UE au deuxième rang mondial des marchés BIO, après les États-Unis (59 milliards d'euros).**



En 2023, **l'Européen moyen a dépensé 66 € en produits BIO** (104 € dans l'UE). C'est le double de ce que les consommateurs ont dépensé par habitant en 2014.

L'Allemagne est restée le plus grand marché du BIO (16,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires).

(Source : FiBL Yearbook 2024 — The World of Organic Agriculture)

Cependant, les enquêtes auprès des consommateurs montrent systématiquement que le prix et la commodité restent les principaux facteurs qui déterminent les décisions d'achat. CrowdFarming s'engage à **faire de l'agriculture bio-régénérative une option viable pour les agriculteurs et les consommateurs**, tout en garantissant une expérience fiable et de haute qualité.

Cela ne veut pas dire qu'il faille s'efforcer d'être le moins cher ou le plus pratique, car ces priorités sont souvent en contradiction avec notre mission principale d'équité et de durabilité.

Au lieu de cela, nous nous efforçons d'aider les consommateurs à comprendre la véritable valeur de ce qu'ils paient, en soulignant les compromis impliqués dans l'agriculture biologique régénérative et les chaînes d'approvisionnement courtes.

Plutôt que de baisser les prix au détriment des agriculteurs ou de l'environnement, nous cherchons à sensibiliser à l'impact de chaque achat, au système qu'il soutient et au changement qu'il permet.

Ce faisant, nous construisons une communauté qui assume ses responsabilités : la possibilité de réagir et de choisir consciemment en matière de production et de consommation alimentaires.



Contribuer à la prise de conscience des consommateurs

Nous pensons que les accès au monde de CrowdFarming peuvent être multiples.

Vous appréciez peut-être le goût d'une mangue fraîchement cueillie, vous voulez soutenir les agriculteurs qui gagnent des salaires équitables ou vous vous souciez de vous approvisionner auprès d'exploitations agricoles bio-régénérative, et de les faire expédier de la manière la plus efficace possible.

Peut-être avez-vous reçu une adoption en cadeau et c'est pour cela que vous êtes ici.

Quelle que soit la raison qui a mené les consommateurs dans notre monde, nous y voyons l'occasion de les sensibiliser aux raisons pour lesquelles le système agroalimentaire doit changer et de donner de la visibilité aux agriculteurs qui sont à la tête de cette transformation dans toute l'Europe.

« What The Field?! »,
Le blog et le podcast de CrowdFarming.



30

articles de blog

publiés en 2024, couvrant des sujets clés tels que l'agriculture biologique régénérative, la justice alimentaire et l'alimentation de saison, ainsi que des nouvelles et des articles d'opinion sur l'ensemble du secteur agroalimentaire.



12

épisodes de
podcast

What The Field?!,
couvrant des histoires authentiques d'agriculteurs et d'experts.



52 732

vues
de notre blog

et 29 811
téléchargements
de notre podcast,
ce qui montre
un intérêt
croissant pour
ces sujets.



Alfredo Poves PDG d'Ixorigue



Meghan Sapp de Hub Del Norte de Savory Institute

Réseaux sociaux et presse

En 2024, nous avons modifié notre stratégie en matière de réseaux sociaux sous l'égide de l'équipe Impact et durabilité, en donnant la priorité au contenu éducatif sur l'agriculture bio-régénérative :

Nous avons augmenté
notre communauté
Instagram et **Facebook** de

24 %

atteignant un
demi-million
de personnes entre
les deux canaux.

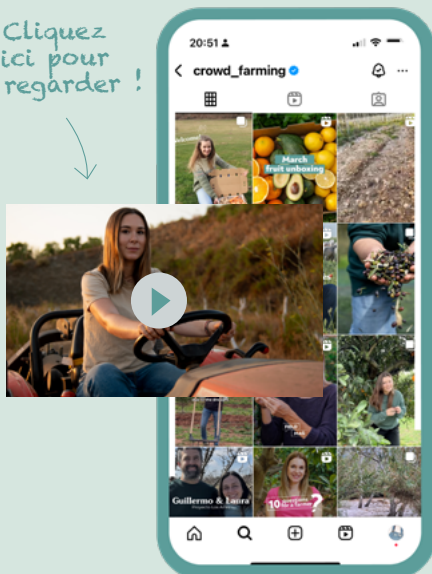
Paru dans

20

médias externes,
y compris des articles
de presse, des podcasts
et des événements du
secteur pour amplifier
les discussions sur la
production alimentaire
et la durabilité.

Nous avons produit notre premier
long métrage documentaire, « **De
la colère aux actes.** » mettant
en évidence les défis réels et
les solutions dans la chaîne
d'approvisionnement agroalimentaire,
avec un accent particulier sur les
agriculteurs bio-régénératifs.

Cliquez
ici pour
le regarder !



Équipe de service client

Un autre élément clé de notre travail de sensibilisation est notre service client, ou service président, comme nous aimons l'appeler en interne. Cette équipe multilingue ne se contente pas de résoudre les problèmes techniques, de paiement ou de livraison, elle répond également aux questions concernant les pratiques agricoles, les certifications et les méthodes de production. De nombreuses conversations portent au-delà de la logistique et suscitent des débats passionnants au sein de notre communauté.

En 2024, l'équipe :



A traité
150 841
messages et appels,

aidant les consommateurs
à se rapprocher
de l'origine
de leurs aliments.



A coordonné
335
visites d'exploitation

qui ont été demandées par les
CrowdFarmers qui voulaient
rencontrer les agriculteurs derrière
leur adoption et voir la réalité
de l'exploitation par eux-mêmes.

5. Arroser notre communauté

La plus grande communauté d'agriculture bio-régénérative d'Europe

Nous avons réuni un comité passionné pour guider la stratégie d'agriculture régénérative de CrowdFarming. Ce comité est composé de :

Juliette Simonin, cofondatrice et CEO de CrowdFarming, **Cristina Domecq**, responsable de l'impact et de la durabilité de CrowdFarming, **et Yanniek Schoonhoven**, agricultrice bio-régénérative à La Junquera, fondatrice de Regeneration Academy et agricultrice fondatrice d'EARA.

La communauté élargie de CrowdFarming, qui comprend déjà plus de **3 000 personnes au sein de ce comité !**

[Vous pouvez vous inscrire ici.](#)

En tant que membre de la communauté :



vous serez informé périodiquement des avancées sur le parcours bio-régénératif de CrowdFarming,



vous serez exclusivement invité à rencontrer des agriculteurs,



vous pouvez voter pour ce dans quoi nous investissons le fond 1% pour le Sol,



faites partie de notre communauté WhatsApp

... et bien plus encore !

Rapport sur l'impact et la durabilité 2024



Yanniek Schoonhoven

Cristina Domecq

Juliette Simonin

CrowdGiving : Des aliments frais pour les personnes dans le besoin

CrowdGiving permet aux consommateurs, nos CrowdFarmers, de soutenir les agriculteurs bio-régénératifs tout en contribuant à des initiatives sociales. Grâce à cette initiative, les consommateurs choisissent de faire don d'aliments BIO frais à des personnes dans le besoin, directement auprès

des agriculteurs de CrowdFarming, ce qui leur permet de recevoir une rémunération équitable pour leurs produits.

CrowdFarming reverse 20 % du don sous forme de crédits pour de futurs achats.

Nous nous sommes associés à cinq banques alimentaires et ONG à travers **l'Allemagne, la France, la Pologne et l'Espagne** en faisant don de plus de

22,70
tonnes

d'aliments BIO frais,
d'une valeur de **90 000 €**,
pour soutenir les communautés
dans le besoin.



Lorsque les tempêtes et inondations « DANA » ont frappé Valence, nous avons lancé une campagne d'urgence en collaboration avec la banque alimentaire locale. Grâce à notre communauté, nous avons collecté et donné

91 781,17 €

pour aider les personnes touchées en leur fournissant des aliments BIO frais, en faisant don de presque

18,4
tonnes

d'aliments biologiques.



Équipe et lieu de travail

En 2024, CrowdFarming
**employait
255 personnes,**
comprenant à la
fois du personnel à
temps pleins et à
temps partiel.



Notre équipe représente
12 nationalités,
réunissant un large éventail de
cultures, de perspectives et de
langues qui façonnent
la manière dont nous
travaillons et collaborons.



Parallèlement à nos initiatives internes en cours comme ToGrow (un programme visant à développer le potentiel des dirigeants actuels et futurs de CrowdFarming - Image 1), CrowdBook (notre club de lecture - Image 4), et CrowdBazaar (un échange de vêtements pour donner une seconde vie aux articles), nous avons introduit de nouvelles activités en 2024 axées sur l'apprentissage, la sensibilisation et l'action collective :

- Neuf employés ont été formés en tant que facilitateurs de **La fresque du climat** et ont animé des sessions dans toute l'entreprise pour aider leurs collègues à comprendre la science derrière le changement climatique et son lien avec les systèmes alimentaires (Image 2).
- Nous avons organisé des projections de documentaires internes, y compris notre propre documentaire « **De la colère aux actes.** » (Image 3) et « **Bétail ou Desert** » — afin de réfléchir ensemble aux défis et aux choix du secteur agroalimentaire.



06

**Les prévisions pour
une année 2025 fructueuse**

Si les dernières années nous ont appris quelque chose, c'est que le renforcement de la résilience, dans les exploitations, dans la logistique, dans les relations avec les consommateurs, est la seule voie à suivre.

Nous avons renforcé nos fondations de plusieurs manières. Notre modèle d'abonnement est devenu un pilier central de la marketplace, aux côtés des adoptions et des caisses de saison. Ce modèle donne aux agriculteurs plus de prévisibilité et aux consommateurs un moyen plus régulier et plus significatif de les soutenir. Nous explorons déjà de nouveaux formats d'abonnement, au-delà des fruits et légumes à tester en 2025.

Nous avons également étudié des moyens de renforcer le lien entre les agriculteurs et les consommateurs par le biais des adoptions. En octobre, nous avons lancé une nouvelle fonctionnalité qui permet aux agriculteurs d'envoyer des messages directement aux consommateurs. Depuis, 53 107 CrowdFarmers ont reçu des mises à jour partageant la réalité quotidienne dans les exploitations. Ces améliorations ont conduit à une augmentation de 12,5 % du taux de renouvellement des adoptions.

En 2025, nous continuerons à développer et à diversifier notre offre, mais notre objectif est de faire de CrowdFarming un canal de vente plus résistant : pas seulement un canal qui se développe,

mais un canal sur lequel les agriculteurs et les citoyens peuvent compter. Alors que l'Europe redéfinit ses priorités agricoles, nous visons à contribuer avec des modèles pratiques et évolutifs qui montrent comment la durabilité et l'équité peuvent aller de pair. Nous avons créé des outils pour soutenir non seulement nos propres opérations, mais aussi l'écosystème au sens large. En 2024, nous avons lancé CrowdSender, notre logiciel de logistique, pour un usage public.

En 2025, nous poursuivrons le développement de notre outil de planification des ressources agricoles, qui constituera la base numérique de ce qui pourrait devenir l'un des catalogues d'agriculteurs les plus complets et les plus transparents d'Europe.

Nous approfondirons également notre travail avec les agriculteurs bio-régénératifs, non seulement en surveillant leurs pratiques, mais aussi en travaillant à leurs côtés pour utiliser ces données comme un outil de gestion, en les aidant à s'améliorer, à comparer et à partager leurs idées.

En rendant ces données disponibles et comparables, nous aidons également les consommateurs à comprendre l'impact réel de la façon dont leur nourriture est cultivée, comblant ainsi le fossé entre l'intention et l'action. Nous voulons

prouver que l'agriculture bio-régénérative peut être économiquement viable et culturellement valorisée, non seulement pour quelques pionniers, mais à grande échelle.

Nous continuons à nous développer, prudemment, intentionnellement, et toujours en gardant à l'esprit la vision à long terme. Chaque agriculteur qui adhère et chaque citoyen qui fait un choix conscient prouvent qu'un système alimentaire plus résistant n'est pas seulement possible, mais qu'il est déjà en train de se mettre en place.

Voici une année 2025 construite pour durer.



