

Impatto e sostenibilità Rapporto

20
24

Contenuti

01 Una parola dal campo

02 Raccolto 2024:
Cosa abbiamo coltivato insieme

03 Rigenerativo e biologico:
Costruire la resilienza

04 Rivalutare il viaggio:
Logistica e rifiuti alimentari

05 Irrigare la nostra
community

06 Le previsioni per
un 2025 fecondo

Come parliamo di ciò che coltiviamo

Ecco i termini che devi conoscere prima di entrare nell'universo CrowdFarming.

Biologico: oltre agli agricoltori che li producono, si riferisce ai prodotti agricoli che sono stati coltivati e lavorati in conformità con le normative sull'agricoltura biologica stabilite dall'Unione europea (UE), che vietano l'uso di sostanze chimiche sintetiche e organismi geneticamente modificati.

Conversione al biologico: si riferisce agli "agricoltori in conversione al biologico", ovvero a coloro che hanno già iniziato il processo per ottenere la certificazione biologica dell'Unione europea. Le pratiche sono già verificate da un organismo ufficiale, come indicato nel documento che ogni agricoltore condivide come prova nella piattaforma di CrowdFarming.

Agricoltura rigenerativa*: si riferisce a un approccio olistico e orientato ai risultati che mira a ripristinare gli ecosistemi migliorando al contempo il sostentamento degli agricoltori. Unisce una serie di pratiche (come la coltura di copertura, la minima lavorazione del terreno e l'integrazione del bestiame) per migliorare la salute del suolo, aumentare la biodiversità, isolare carbonio e acqua e migliorare la densità di nutrienti degli alimenti. Noi di CrowdFarming comprendiamo che l'agricoltura rigenerativa sia specifica per ogni contesto: ciò che conta di più è dimostrare che le azioni intraprese in ogni azienda agricola hanno un impatto misurabile e positivo sull'ambiente.

1% per il Suolo: un'iniziativa interamente finanziata da CrowdFarming che destina l'1% di tutti i ricavi delle aziende agricole rigenerative al supporto della transizione di 10.000 ettari di terreni agricoli europei verso l'agricoltura rigenerativa. Inoltre, riunisce una community crescente di consumatori impegnati a sostenere questo cambiamento attraverso la condivisione delle conoscenze e l'azione collettiva.

CrowdFarmer: sostituisce la parola "consumatore". Nella filiera di CrowdFarming, il CrowdFarmer è la persona per la quale i nostri agricoltori sviluppano la loro attività e producono le loro colture, con la garanzia di un prezzo equo. In questa nuova filiera si crea un legame diretto tra chi produce e chi riceve i prodotti alimentari. Questo legame si traduce in un impegno reciproco: l'agricoltore produce sapendo che qualcuno aspetta il suo raccolto, mentre il CrowdFarmer gusta il prodotto sapendo da dove proviene, da chi e come è stato prodotto.

Adozione: un'adozione crea un legame diretto tra produttori e consumatori. Quando un cliente adotta un albero, un animale o un appezzamento di terreno, con l'arrivo della stagione del raccolto riceve i prodotti della sua adozione direttamente a casa. Nel frattempo, riceve aggiornamenti su come viene prodotto il cibo e su chi se ne occupa. Ogni adozione prevede un numero specifico di consegne durante la stagione.

Abbonamento: l'abbonamento consente ai CrowdFarmer di ricevere un prodotto con cadenza regolare per tutta la stagione, senza doverlo riordinare ogni volta. Gli abbonamenti offrono flessibilità e spaziano dai pacchetti stagionali (come le scatole estive o invernali) alle consegne continue di frutta, verdura, formaggio o qualsiasi altro prodotto di stagione. Per gli agricoltori, gli abbonamenti garantiscono prevedibilità e stabilità alla loro pianificazione. Ai CrowdFarmer, invece, offrono una fornitura costante di prodotti alimentari di cui si fidano e un legame più solido con il ritmo del raccolto.

CrowdGiving: iniziativa creata da CrowdFarming per consentire ai consumatori di donare cibo fresco e biologico direttamente dagli agricoltori ai banchi alimentari europei.

All Is Good: All is Good è un progetto CrowdFarming nato per sfruttare la frutta e la verdura che non può essere inviata ai CrowdFarmer non per via della forma o delle dimensioni, ma perché troppo matura per essere trasportata. Grazie a All Is Good, ci avviciniamo sempre di più alla fine dello spreco alimentare, trasformando frutta e verdura fresca che non può viaggiare in prodotti deliziosi come marmellate, succhi di frutta o frutta secca.

CrowdLog: un'azienda creata da CrowdFarming per fornire agli agricoltori europei servizi di trasporto e ritiro. Il nostro primo hub logistico, "CrowdLog-Museros", è stato creato a Valencia (Spagna) e ora, attraverso CrowdLog, collaboriamo anche con agricoltori che possono fornire questi servizi ad altri agricoltori della loro zona.

L'obiettivo di CrowdLog è quello di migliorare l'esperienza dei CrowdFarmer senza aumentare gli oneri logistici per l'agricoltore, che può quindi espandere il volume delle vendite indipendentemente dal numero di pacchi che è in grado di preparare.

CrowdSender: servizio creato da CrowdFarming per gli e-commerce, con l'obiettivo di gestire e automatizzare le spedizioni da un'unica piattaforma.

***Nota:** attualmente non esiste un'unica certificazione a livello europeo per l'agricoltura rigenerativa; i risultati sono monitorati in ogni singola azienda agricola.

01

**Una parola
dal campo**

1. Una parola dal campo

Cari lettori,

di recente abbiamo festeggiato i sette anni di CrowdFarming, la stessa età di mia figlia maggiore, Sofia.

In questi sette anni, ricchi di insegnamenti, siamo diventati il principale canale di vendita per gli agricoltori biologici in Europa. Abbiamo iniziato con un semplice sito web in cui gli agricoltori potevano creare un profilo e vendere loro prodotti facendo adottare i loro a Iberio vendendo scatole singole.

Col tempo, abbiamo ampliato i nostri servizi e ora, oltre al sito web, aiutiamo i nostri agricoltori nella logistica e nell'implementazione di pratiche di agricoltura biologica e rigenerativa nei loro campi.

Il canale di vendita diretta è un strumento per incoraggiare sempre più agricoltori a coltivare in modo biologico, garantendo un prezzo di vendita che assorba i costi della coltivazione.

Riflettendo sui successi e sugli insegnamenti del 2024, posso constatare che la vendita diretta non consiste solo nell'evitare gli intermediari, ma anche nell'avere la

possibilità di aumentare la consapevolezza nei consumatori. Quando un consumatore acquista generi alimentari in un supermercato, vede solo il lato positivo, con prodotti abbelliti da uno stile di marketing che è ben lontano dalla realtà agricola.

Quando un consumatore acquista direttamente dall'agricoltore, può comprendere meglio ciò per cui paga e capire che la frutta non deve necessariamente avere un aspetto impeccabile per avere un buon sapore.

Buon raccolto per il 2025!

Gonzalo Úrculo, agricoltore e co-fondatore di CrowdFarming

Gonzalo



02

**Raccolto 2024:
Cosa abbiamo coltivato insieme**

Una community di agricoltori in crescita...

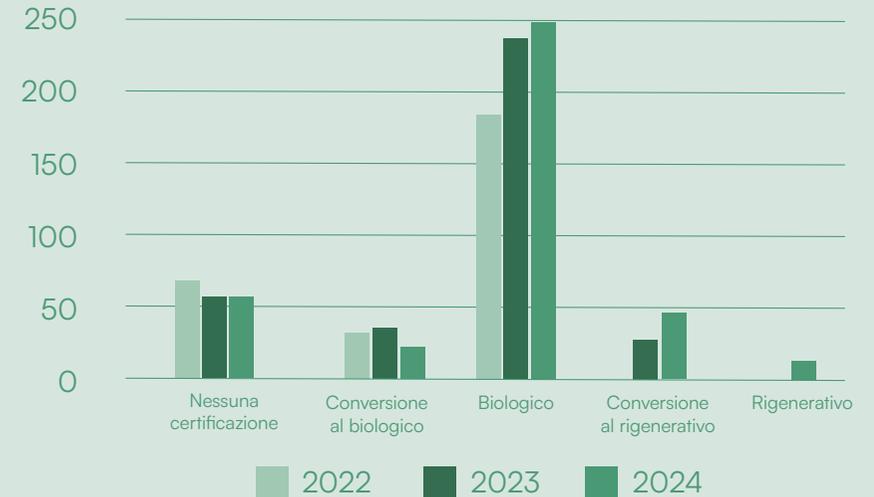
298 
agricoltori
 (+10% rispetto all'anno scorso!)
 da 20 Paesi diversi:

Austria, Bulgaria, Cipro, Colombia, Croazia, Francia, Filippine, Georgia, Germania, Grecia, Grenada, Honduras, Italia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Spagna, Turchia e Ungheria.

45 
nuovi agricoltori
 si sono iscritti a CrowdFarming.

88%
 dei nostri agricoltori ha rinnovato i propri contratti dal 2023 al 2024.

Numero di agricoltori per le pratiche di gestione



L'NPS (Net Promoter Score) degli agricoltori è aumentato:

37  **44** 
 Ultimo anno Quest'anno

Cosa dicono i nostri agricoltori: Approfondimenti  **dal nostro sondaggio annuale per gli agricoltori**

Fai clic qui!

"Per me è motivo di orgoglio appartenere alla famiglia CrowdFarming, parte di un movimento che si impegna davvero a realizzare qualcosa. L'impegno in ciò che conta davvero: lasciare alle generazioni future un punto di partenza buono e sano. Terreni vivi, un ambiente sano, sostenibilità e retribuzione equa".

Sondaggio per gli agricoltori 2024

...e una community di CrowdFarmer in crescita

483.348
CrowdFarmer

hanno effettuato un acquisto diretto da un agricoltore tramite CrowdFarming nel 2024.

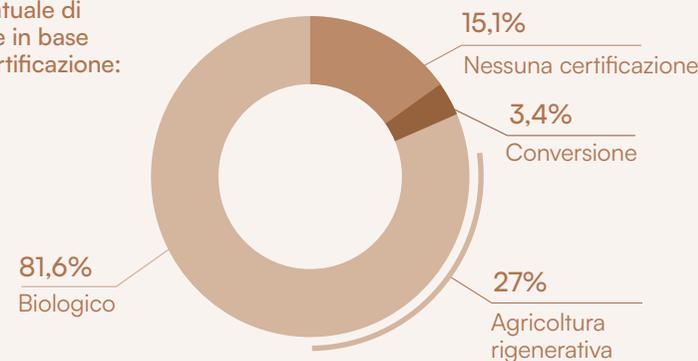
(+40% rispetto all'anno prima!)

Le vendite totali tramite la piattaforma hanno raggiunto

65 milioni
di euro

(+28% rispetto all'anno prima!)

Percentuale di vendite in base alla certificazione:

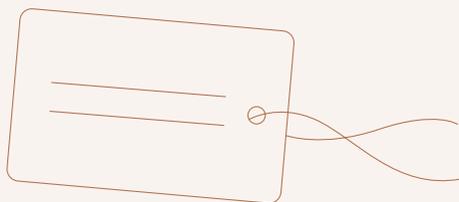


Abbiamo chiuso l'anno con

287.382
adozioni attive

Fai clic qui!

e migliorato il tasso di rinnovo delle adozioni del 12,5%.



Abbiamo già una community di

525.000

follower sui nostri social network, tra cui [Instagram](#), [Facebook](#), [YouTube](#) e [LinkedIn](#).



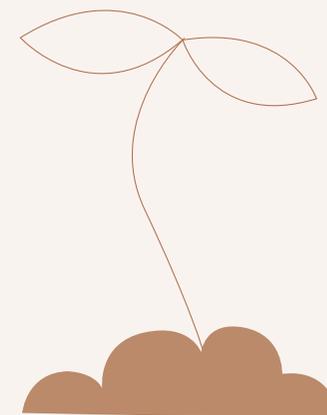
Nel 2024 abbiamo fondato una

community rigenerativo-biologica di oltre

Fai clic qui!

3.000

consumatori consapevoli, che partecipano attivamente alla definizione del budget, al processo decisionale e al brainstorming per la nostra iniziativa 1% per il Suolo.



Un percorso continuo verso una filiera alimentare più sostenibile...

10.500
tonnellate
di cibo sono state spedite alle
case in Europa.

(+28% rispetto all'anno prima!)

+80%
del volume totale spedito
era certificato biologico
e il 99% era di origine vegetale.

In base al volume degli alimenti venduti e all'uso medio di pesticidi per ettaro in ciascun Paese di origine, stimiamo che le spedizioni del 2024 abbiano contribuito a evitare l'uso di oltre

3 tonnellate
di pesticidi sintetici*.

*Metodologia basata sui dati della FAO: medie nazionali di utilizzo di pesticidi per ettaro e raccolti stimati, abbinati al Paese di origine di ciascun prodotto.

12 agricoltori

hanno ottenuto il marchio biologico, supportati da vendite dirette a prezzi equi e dalle adozioni, e 21 sono ancora in fase di conversione al biologico.

58 aziende agricole

fanno già parte del nostro Programma di agricoltura rigenerativa con oltre 4.000 ettari in 5 Paesi (Spagna, Francia, Italia, Germania e Austria).

Le prime 12 aziende agricole che hanno aderito al programma hanno già ottenuto risultati positivi, dimostrando di rigenerare il loro ecosistema. In media, queste aziende agricole hanno migliorato gli indicatori di salute dell'ecosistema, come la struttura del suolo, la capacità di ritenzione dell'acqua e la presenza di biodiversità, del

25%

Metodologia: basata su valutazioni standardizzate effettuate sul campo da agronomi esperti, tra cui test del suolo, valutazioni visive e campionamento della biodiversità.

95%

delle consegne totali è stato effettuato con imballaggi plastic free.

La metà delle consegne contenenti plastica era priva di BPA.

Abbiamo lanciato 13 nuovi prodotti "All Is Good", raggiungendo un totale di 16 prodotti diversi nel portfolio ed evitando lo spreco di

34.349kg
di cibo.

Le nostre emissioni nell'ambito 1 e nell'ambito 2 sono state di

53 tonnellate

(le emissioni annue pro capite nell'UE sono di 6,7 tonnellate). Ciò significa che, per ogni tonnellata di cibo spedita, sono stati prodotti 5 kg di CO2.

Fai clic qui!

...e verso una filiera alimentare più equa.

Il 40%

degli agricoltori è giovane (sotto i 40 anni), il che è fondamentale per garantire l'ingresso di una nuova generazione di agricoltori nella forza lavoro agricola.

Secondo Eurostat,
nel 2020 solo l'**11,9%** dei gestori di aziende agricole dell'UE aveva meno di 40 anni.

Fai clic qui!



Attraverso l'**iniziativa CrowdGiving**, i CrowdFarmer hanno donato oltre

19,56 tonnellate

di cibo biologico fresco, del valore di 90.000 €, a cinque banchi alimentari e ONG in Germania, Francia, Polonia e Spagna.



Durante le tempeste e le inondazioni "**DANA**" che si sono verificate a **Valencia**, abbiamo lanciato una campagna dedicata, collaborando con il banco alimentare locale e i nostri consumatori per donare quasi



18,4 tonnellate di cibo.

Cosa dicono i nostri agricoltori: approfondimenti dal nostro sondaggio annuale per gli agricoltori

Il 60%

degli agricoltori ritiene che i prezzi su CrowdFarming siano più stabili rispetto ad altri canali (rispetto al 40% del 2023), mentre meno del 3% li considera più instabili.

Il 62,2%

degli agricoltori ha risposto di aver registrato un aumento del proprio reddito.

+70%

ha investito in miglioramenti.



03

**Rigenerativo e biologico:
costruire la resilienza**

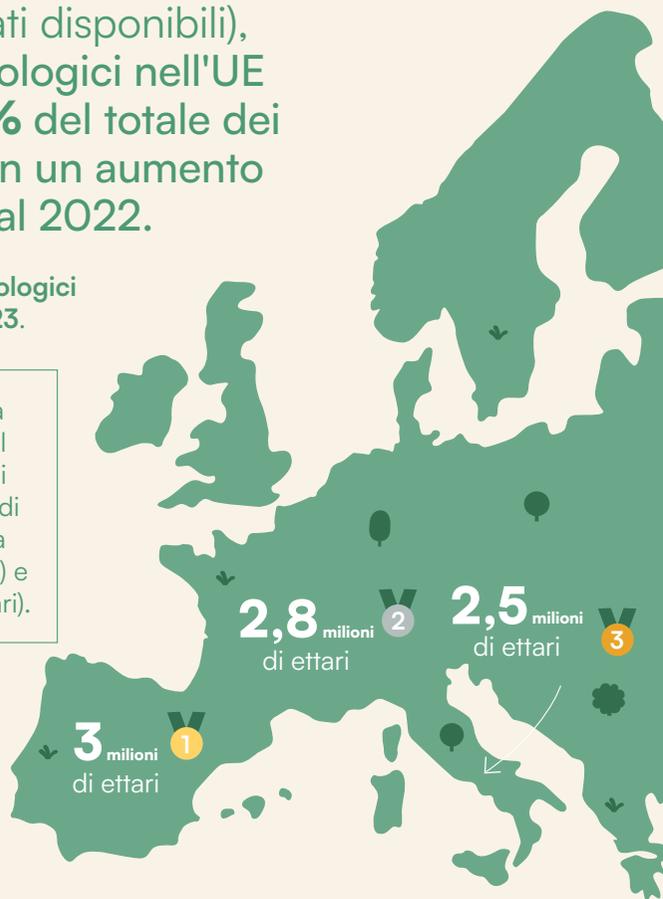
Lentamente, ma costantemente: L'agricoltura biologica in Europa continua a crescere

Nonostante le difficoltà dettate dalla situazione economica e dalle sfide climatiche, il settore agroalimentare biologico in Europa continua a crescere. Sempre più agricoltori si stanno convertendo alle pratiche biologiche e l'agricoltura rigenerativa continua a guadagnare terreno.

Nel 2023 (ultimi dati disponibili),
i terreni agricoli biologici nell'UE
coprivano il **10,9%** del totale dei
terreni agricoli, con un aumento
del **3,6%** rispetto al 2022.

Quasi **495.000 produttori biologici**
operavano in Europa nel 2023.

La **Spagna** ha superato la Francia come Paese con il maggior numero di terreni agricoli biologici (3 milioni di ettari), seguita dalla stessa **Francia** (2,8 milioni di ettari) e dall'**Italia** (2,5 milioni di ettari).



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



La necessità di resilienza del 2024 e le (basse) aspettative politiche del 2025

Nonostante le buone notizie sulla crescita della produzione biologica, il cambiamento climatico ha continuato a presentare difficili sfide all'agricoltura europea. In un contesto di crescente incertezza climatica, dovuto a eventi come la siccità o le gravi inondazioni che hanno colpito Valencia (Spagna) e altre regioni, le pratiche rigenerative si stanno dimostrando non solo un miglioramento, ma un'evoluzione necessaria per costruire la resilienza nei sistemi alimentari e nelle comunità agricole.

Cosa dicono i nostri agricoltori: Approfondimenti dal nostro sondaggio annuale per gli agricoltori

Il cambiamento climatico continua a essere una delle principali preoccupazioni: il 73,4% degli agricoltori ha notato che la siccità e le ondate di calore mettono a dura prova il loro lavoro quotidiano nell'azienda agricola e hanno un impatto sulla produzione. Il 70% di loro riferisce che i raccolti sono stati ridotti a causa di questi fattori.

Di fronte a ciò, l'agricoltura rigenerativa ha continuato a guadagnare terreno nel 2024 come mezzo per ripristinare la salute del suolo, migliorare la biodiversità e aumentare la resilienza delle aziende agricole. **50 dei 79 giganti alimentari globali (per un valore complessivo di oltre 3 mila miliardi di dollari) hanno menzionato iniziative di agricoltura rigenerativa nelle loro dichiarazioni nel rapporto FAIRR del 2023.** Per contrastare i rischi di greenwashing, gli agricoltori rigenerativi europei pionieri hanno istituito iniziative come le

Alleanze europee per l'agricoltura rigenerativa (EARA), con l'obiettivo di definire e promuovere pratiche di agricoltura rigenerativa credibili.

Dal punto di vista politico, il 2024 è iniziato con stati d'animo contrastanti. **Una COP (Conferenza delle Parti) leggermente più promettente, con le principali organizzazioni alimentari e agricole che si impegnano a collaborare con 3,6 milioni di agricoltori per accelerare la trasformazione di oltre 160 milioni di ettari (tre volte la superficie terrestre della Spagna) in paesaggi rigenerativi.**

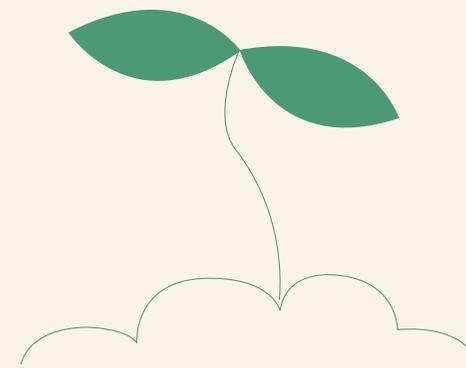
Ciò ha preceduto un'ondata di proteste da parte degli **agricoltori che sono esplose in tutta Europa**, evidenziando le preoccupazioni per le difficoltà economiche, le normative ambientali e le condizioni di mercato eque. Questi eventi, affiancati da un cambiamento nelle tendenze politiche a livello europeo e mondiale, hanno messo a repentaglio impegni come la legge tedesca sulla catena di approvvigionamento e **l'Agence Bio francese**.



Date le recenti elezioni al Parlamento europeo, ci troviamo in un momento cruciale per il futuro del sistema alimentare europeo. Iniziamo il 2025 con importanti decisioni imminenti che sosterranno la transizione verso una filiera equa e sostenibile e un sistema di agricoltura rigenerativo-biologica, oppure ci abbandoneranno e dovremo occuparci da soli di promuovere questo impulso. **Alcune di queste decisioni chiave includono:**

- La riforma della PAC, insieme al suo preludeo, **la visione dell'UE per l'agricoltura e l'alimentazione**, potrebbe essere un'opportunità per riorganizzare i sussidi agricoli in Europa. Ciò, però, comporta anche il rischio di rimanere attaccati a un sistema che non funziona più.
- Il pacchetto Omnibus dovrebbe semplificare i requisiti di rendicontazione sulla sostenibilità. Ci auguriamo che questo comporti meno burocrazia, non meno impegno.

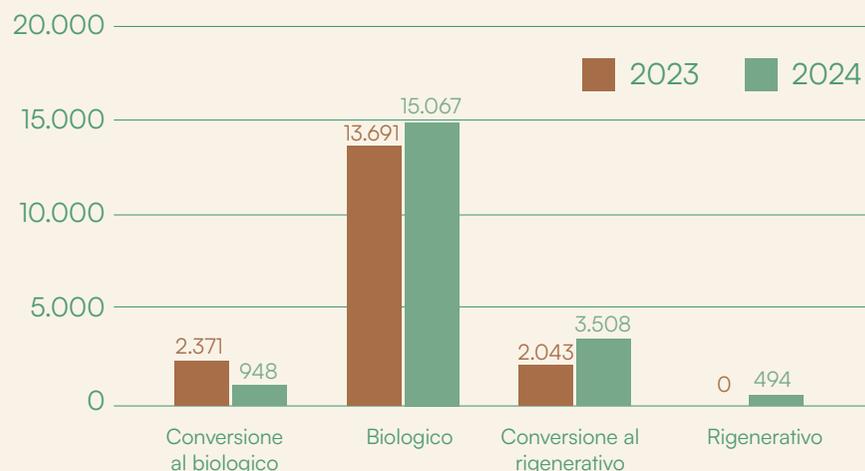
In Germania, le trattative in corso sulla legge relativa alla catena di approvvigionamento potrebbero plasmare gli standard di sostenibilità futuri in tutta l'UE.



Agricoltura rigenerativo-biologica

Il 2024 è stato un anno molto emozionante grazie ai progressi dell'agricoltura rigenerativo-biologica tra i nostri agricoltori. È stato alla fine del 2023 che abbiamo iniziato a prelevare campioni per il primo gruppo di agricoltori spagnoli che hanno aderito al Programma rigenerativo di CrowdFarming dopo due eventi introduttivi sul concetto di agricoltura rigenerativa e, da allora, sono successe molte cose.

Ettari per pratiche agricole all'anno



Molti agricoltori riferiscono di aver già implementato pratiche rigenerative:

+50%

degli intervistati applica residui vegetali al terreno, riduce la lavorazione del suolo o mantiene una copertura vegetale.

28%

adotta altre misure per favorire la biodiversità, come l'installazione di hotel per insetti o corridoi biologici, l'integrazione di alberi autoctoni, la creazione di stagni di biodiversità o l'installazione di mangiatoie per uccelli.

20%

sta integrando il bestiame nelle proprie aziende agricole.

+40%

produce il proprio compost.

Cosa dicono i nostri agricoltori: approfondimenti dal nostro sondaggio annuale per gli agricoltori

"Conosco l'agricoltura biologica fin da quando ero bambino e so che è l'unica opzione per me, ma grazie a voi ho scoperto l'agricoltura rigenerativa e ve ne sarò eternamente grato".

Jacob Martín Pelaez - La Solana

"Insieme vogliamo cambiare e migliorare il mondo, trasformando tutta l'agricoltura da convenzionale a biologica e/o rigenerativa".

Björn Kleininger - Jelanisol y Montebello

"Crediamo con tutto il cuore in questo progetto: agricoltura biologica e rigenerativa, un progetto per il futuro".

Fernando Agramunt - Bardomus

Programma di agricoltura rigenerativa

Alla fine del 2024, il **Programma di agricoltura rigenerativa di CrowdFarming** era già stato esteso a:

58
aziende agricole

5
Paesi

per un totale di
+4.000
ettari

Austria
Germania, Francia
e Italia, oltre
a Spagna

Del gruppo iniziale di aziende agricole, 12 hanno dimostrato risultati positivi in un equilibrio tra salute del suolo, biodiversità e parametri del ciclo dell'acqua. Ora è possibile controllare i risultati, ovvero l'**Indice di rigenerazione**, di tutti gli agricoltori del programma nei loro profili online.

Non tutto, però, riguarda la misurazione. L'obiettivo finale è che il monitoraggio dei risultati diventi uno strumento di gestione per gli agricoltori, che li guidi a diventare più resilienti nella loro azienda agricola e nella loro attività: dipendere meno da input esterni, migliorare il raccolto, produrre alimenti ad alta densità di nutrienti e lavorare in sintonia con la natura anziché contro di essa.

Per questo, abbiniamo eventi sul campo riguardanti diversi argomenti a sessioni di tutoraggio online per guidarli dall'interpretazione dei risultati all'attuazione dei piani di rigenerazione.



1% per il Suolo

CrowdFarming punta a essere uno degli attori chiave della transizione rigenerativo-biologica, non solo sostenendo gli agricoltori, ma co-creando gli strumenti, i dati e la community necessari per espanderla in modo equo ed efficace.

A metà anno, abbiamo deciso di quantificare il budget che stavamo dedicando all'agricoltura rigenerativa e di impegnarci a sostenerla a lungo termine. A tal fine, **abbiamo creato 1% per il Suolo**

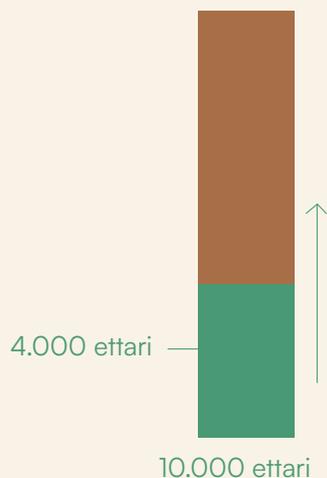
Attraverso l'iniziativa 1% per il Suolo, stiamo dedicando alla transizione l'**1% di tutti i ricavi lordi (IVA esclusa) prodotti dalle aziende agricole rigenerative**, ovvero quasi il 30% delle vendite totali di CrowdFarming

10.000 ettari

di terreni agricoli europei in sistemi rigenerativi.

È CrowdFarming a finanziare questo investimento, non l'agricoltore, né i consumatori.

Progressi verso l'obiettivo dei 10.000 ettari



Dal suo lancio a luglio 2024, abbiamo investito quasi:

80.000 euro

per l'espansione dell'agricoltura rigenerativa.



Questi fondi sono investiti in 5 ambiti di lavoro principali:

1

Formazione degli agricoltori

Stiamo costruendo una rete di agricoltori impegnati nella transizione verso un'agricoltura più biologica e rigenerativa in Europa. Condividendo casi di studio di successo e offrendo sia corsi di formazione pratici sul campo che tutoraggio online, aiutiamo gli agricoltori ad adottare cambiamenti significativi nelle loro aziende agricole.

Nel 2024 abbiamo organizzato corsi di formazione sul campo in Italia, Germania e Spagna e tenuto 10 sessioni online con le 58 aziende agricole che attualmente partecipano al programma.

2

Misurare l'impatto reale

Con il supporto di partner esperti, monitoriamo il modo in cui le pratiche rigenerative influenzano la salute del suolo, la biodiversità, i cicli dell'acqua, i mezzi di sussistenza e le comunità locali. Questi dati non solo aiutano a confermare l'impatto di ciò che viene realizzato sul campo, ma supportano anche gli agricoltori nell'adattamento e nel miglioramento dei loro metodi per diventare più resilienti.

Nel 2024 abbiamo effettuato campionamenti e visite sul campo in 58 aziende agricole in cinque Paesi: Austria, Francia, Germania, Italia e Spagna.

3

Diffondere il messaggio

Il cambiamento nell'azienda agricola ha un significato limitato se le persone non capiscono il motivo per cui è importante sostenere gli agricoltori che intraprendono questa trasformazione. Ecco perché utilizziamo i nostri canali di comunicazione per sensibilizzare le persone, condividere storie reali di transizione e spiegare i benefici più ampi dell'agricoltura rigenerativa per gli agricoltori, i consumatori e il pianeta.

Nel 2024 abbiamo intrapreso un ulteriore passo avanti producendo il nostro documentario "[Rage is Good. Action is Better](#)", che ha raggiunto oltre 8.000 visualizzazioni. Il film segue il viaggio di cinque agricoltori in tutta Europa che stanno cambiando il modo di coltivare adottando pratiche rigenerative.

Abbiamo sostenuto la sua uscita con una campagna di sensibilizzazione mirata sui social media e attraverso proiezioni a Berlino e Parigi, mostrando queste storie direttamente ai cittadini pronti a impegnarsi per il futuro dei prodotti alimentari.

Abbiamo anche lanciato [la più grande community europea di consumatori rigenerativo-biologici](#), creata per progettare insieme il percorso verso l'iniziativa "1% per il Suolo" e per condividere esperienze, conoscenze e idee pratiche per attuare insieme il cambiamento.

4

Promozione della conoscenza

Il nostro obiettivo è rendere la ricerca più accessibile e contribuire a gettare le basi per una transizione su larga scala verso l'agricoltura rigenerativa, perché un cambiamento duraturo richiede solide basi scientifiche.

Attraverso il monitoraggio delle aziende agricole rigenerativo-biologiche, stiamo anche generando un corpus di dati sempre più esteso che possa contribuire a comprendere le tendenze dell'agricoltura rigenerativa su larga scala, andando oltre gli esempi di nicchia e i casi di studio isolati.

Nel 2024 abbiamo pubblicato il rapporto "[Rigenerazione e nutrizione: coltivare la nostra medicina](#)", che tratta il legame tra la salute del suolo e il valore nutrizionale del cibo. I risultati evidenziano il potenziale dell'agricoltura rigenerativo-biologica per sostenere sia la salute umana che quella del pianeta.

5

Sviluppo di strumenti digitali

Lavoreremo alla creazione di una tecnologia user-friendly per rendere la transizione più agevole per gli agricoltori, dal processo decisionale basato sui dati alla creazione di una comunità agricola rigenerativa più connessa.

Con parole loro: Gli agricoltori alla guida della transizione

Storie personali di aziende agricole di tutta Europa che hanno sposato l'agricoltura biologica e rigenerativa.

Progetto Los Aires (azienda olivicola rigenerativo- biologica, Spagna):

Ha dimostrato i propri risultati
rigenerativi nel 2024

"Il progetto Los Aires è nato 11 anni fa, quando, dopo aver terminato gli studi di biologia, con qualche incertezza ma con molto coraggio abbiamo deciso di lasciare la città per recuperare il terreno della nostra famiglia. Abbiamo iniziato provando a recuperare alcuni ulivi centenari e, dopo tutto questo tempo e impegno, possiamo garantire che questa esperienza è stata una delle decisioni migliori che abbiamo mai preso. A poco a poco, e con grande impegno, ci siamo dedicati ad altre colture come mandorle, pistacchi e uva, che utilizziamo per produrre i nostri vini naturali.

Abbiamo sempre voluto avere colture vive, sane e che offrano biodiversità, che diano vita a prodotti sani con un alto valore nutrizionale e ambientale. Per farlo, partiamo dalla rigenerazione del terreno, aggiungendo ammendanti organici come il



letame e prendendoci cura della copertura vegetale naturale per prevenire l'erosione. In primavera potiamo le chiome per proteggere e nutrire il terreno.

L'agricoltura rigenerativa è il nostro modo di riconciliarci con l'ambiente che circonda le nostre colture e l'unico modo in cui desideriamo produrre cibo. La nostra più grande sfida, e quella a cui dedichiamo la maggior parte del nostro impegno, è avere un terreno vivo. Cerchiamo di aumentare la quantità di carbonio nel terreno, per renderlo più fertile, trattenere più acqua e favorire la vita, che aiuta a riciclare i nutrienti necessari per avere piante sane. È anche il modo per mostrare al consumatore che è possibile produrre e consumare in maniera diversa".

Laura e Guillermo,
agricoltori del progetto Los Aires





Azienda Agricola Toma

(azienda olivicola biologica, Italia)

Ha aderito al programma rigenerativo di CrowdFarming nel 2024

"L'Azienda Agricola Toma, esclusivamente biologica e a conduzione familiare, è stata fondata nel 1989 da Mariano Toma e Tiziana De Fabritiis (i miei genitori) e si trova a Loreto Aprutino (Provincia di Pescara, Abruzzo, Italia).

Il piccolo borgo collinare, risalente al Medioevo, si trova a circa 250 metri sul livello del mare, circondato dalle catene montuose del Gran Sasso e della Majella (le vette più alte dell'Appennino centrale), entrambe visibili dall'azienda agricola.

All'età di 28 anni, dopo aver lasciato l'azienda agricola di famiglia e aver dedicato 10 anni della mia vita alla giurisprudenza e ai viaggi (pur mantenendo la passione per la natura), mi sono reso conto che non era la strada giusta per me.

Potete già immaginare cosa è successo dopo, altrimenti non sarei qui. Ho deciso di tornare all'azienda agricola di famiglia e, da allora, quel

luogo che da bambino mi sembrava quasi una prigione e quelle abitudini tramandate da diverse generazioni sono diventate la mia routine quotidiana.

Per me, il programma di conversione all'agricoltura rigenerativa significa assumermi le mie responsabilità di agricoltore. Mi assumo la responsabilità di lasciare una parte sana e resiliente del paesaggio alle generazioni future."

Giuseppe Toma,
agricoltore presso l'Azienda Agricola Toma





Kore Farm (vigneto biologico, Germania)

Certificazione biologica nel 2024

Laura e Fabian sono una giovane coppia del Palatinato, la seconda regione vinicola più grande della Germania.

Hanno fondato Kore nel 2015, mentre completavano gli studi in viticoltura e commercio internazionale del vino.

Nei vigneti, sostengono e favoriscono la vita del suolo. Con un intenso lavoro manuale, si prendono cura delle loro viti e raccolgono uve mature e molto aromatiche, che fungono da base per i loro vini.

"Siamo lieti che ora il nostro modo di lavorare sia ufficialmente visibile al mondo esterno. Abbiamo pensato molto alla sostenibilità fin dall'inizio di Kore e siamo orgogliosi che ora tutti sappiano almeno che lavoriamo in modo biologico."

Laura e Fabian,
agricoltori dell'azienda
agricola Kore



Sicilian Passion (azienda agricola biologica di frutti della passione, Italia)

Nel 2024 ha ottenuto la certificazione biologica e iniziato il percorso di rigenerazione

"Sicilian Passion si ispira al sogno di mio nonno Antonino: offrire frutta esotica coltivata localmente, garantendo il massimo della qualità e del gusto senza dover compiere il lungo viaggio dai paesi tropicali. Dal 2015 ci siamo specializzati nella coltivazione di questo frutto. Il nome "Sicilian Passion" riflette sia il nostro prodotto che l'amore per l'agricoltura profondamente radicato nella nostra famiglia, tramandato da tre generazioni."

Il percorso verso la certificazione biologica non è stato facile. La nostra azienda, Sicilian Passion ha affrontato molte sfide, la più grande delle

quali è stata la lotta contro i parassiti. Tuttavia, con dedizione e perseveranza, abbiamo superato questo ostacolo, trasformando i nostri campi in un'oasi di biodiversità. Grazie all'agricoltura rigenerativa, stiamo iniziando a ripristinare la vitalità del nostro suolo e a rafforzare la resilienza dell'ecosistema. Oggi, i nostri frutti della passione sono la testimonianza del nostro costante impegno per la sostenibilità."

Antonino Moscato,
agricoltore di Sicilian Passion

04

Rivalutare il viaggio: Logistica e rifiuti alimentari

Logistica più veloce e intelligente

Nel 2024 abbiamo continuato a lavorare sul modo in cui i prodotti alimentari si spostano lungo la filiera, dalle aziende agricole alla tavola, concentrandoci sulla riduzione dei tempi di consegna, sulla diminuzione delle emissioni, sulla minimizzazione degli sprechi e sul miglioramento della tracciabilità generale.

Rispetto al 2023, abbiamo ridotto il tempo medio di consegna in Europa da 5,1 a 4,3 giorni.

Se consideriamo anche il tempo necessario per la raccolta e la consegna dall'azienda agricola al nostro centro logistico, **l'intero viaggio richiede circa 5,3 giorni dall'albero alla porta di casa.**

Miglioramenti nella nostra rete complessiva piuttosto che tempi di consegna uniformi.

- A partire da aprile, abbiamo introdotto rotte di spedizione dirette dalla Spagna alla Svezia (compresi i carichi completi di camion) che attraversano il sud della Francia e riguardano anche i prodotti destinati al Regno Unito. Queste nuove rotte comportano meno fermate intermedie e distanze più brevi, migliorando la freschezza dei prodotti e riducendo le emissioni legate ai trasporti. Grazie alla nostra partnership con Primever, il 100% delle spedizioni dalla Francia al Regno Unito ora attraversa la Manica in treno, riducendo la dipendenza dal trasporto su strada a combustibili fossili e diminuendo le emissioni. Abbiamo aggiunto il trasporto ferroviario anche tra Perpignan e Parigi, con un percorso di oltre 1.000 km.
- Il nostro tasso di riempimento dei camion si è mantenuto stabile al 90%*, comportando così meno viaggi con una migliore efficienza di carico e minori emissioni per scatola consegnata.

Metodologia: il tasso è calcolato in base al numero di pallet caricati per camion, su una capacità massima di 32.

Basandoci sul modello di trasporto a staffetta con il nostro partner di lungo raggio Trucksters, nel 2024 abbiamo compiuto un altro passo avanti con l'introduzione di carburanti a basse emissioni nella filiera.

A novembre, per la nostra rotta da Valencia (Spagna) a Speyer (Germania), abbiamo iniziato la transizione dal diesel all'HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), un'alternativa rinnovabile al diesel che può ridurre le emissioni di gas serra fino al 90% rispetto ai combustibili fossili.

- A novembre, il 10,3% delle consegne su questa tratta ha utilizzato HVO.
- A dicembre, tale percentuale è salita al 23%, con un totale di 21 consegne completate utilizzando HVO.
- Grazie a questa transizione, abbiamo evitato circa 34,5 tonnellate di CO₂e*.

*Metodologia: calcolo basato su dati di emissioni certificati forniti da ISCC e monitorati attraverso il sistema di verifica del carbonio di SQUAKE.

Questo cambiamento riflette la nostra strategia più ampia: passare dalla semplice compensazione delle emissioni alla riduzione attiva attraverso cambiamenti nelle infrastrutture e nei carburanti.

Investendo in carburanti a basse emissioni e percorsi ottimizzati, dimostriamo che la riduzione delle emissioni non deve essere un obiettivo astratto, ma può essere integrata proprio nelle modalità di trasporto del cibo.

Detto questo, per l'ultimo tratto della consegna ci affidiamo ancora al servizio GoGreen di DHL, che si concentra sull'eliminazione dell'anidride carbonica all'interno della rete logistica di DHL (ad esempio, camion a biogas, veicoli elettrici).



Espansione della nostra rete logistica in Europa

Con l'aumento della domanda, continuiamo a espandere le nostre capacità logistiche, non costruendo più magazzini, ma supportando soluzioni più intelligenti e localizzate.

Oltre al nostro centro logistico diretto di Museros (Valencia), completamente integrato nelle nostre operazioni dal 2022, abbiamo costruito una rete di hub logistici di terze parti (3PL) nelle principali regioni di produzione in Italia (Calabria), Francia (Provenza), Spagna (Huelva e Malaga) e Germania (Albessen).

A differenza dei modelli convenzionali, questi hub non conservano prodotti freschi a lungo termine, ma fungono da punti di coordinamento locali:

- Ricevono i prodotti direttamente dagli agricoltori vicini.
- Offrono assistenza per l'imballaggio e la preparazione degli ordini.
- Ci consentono di abbinare prodotti provenienti da più agricoltori in scatole miste o abbonamenti.

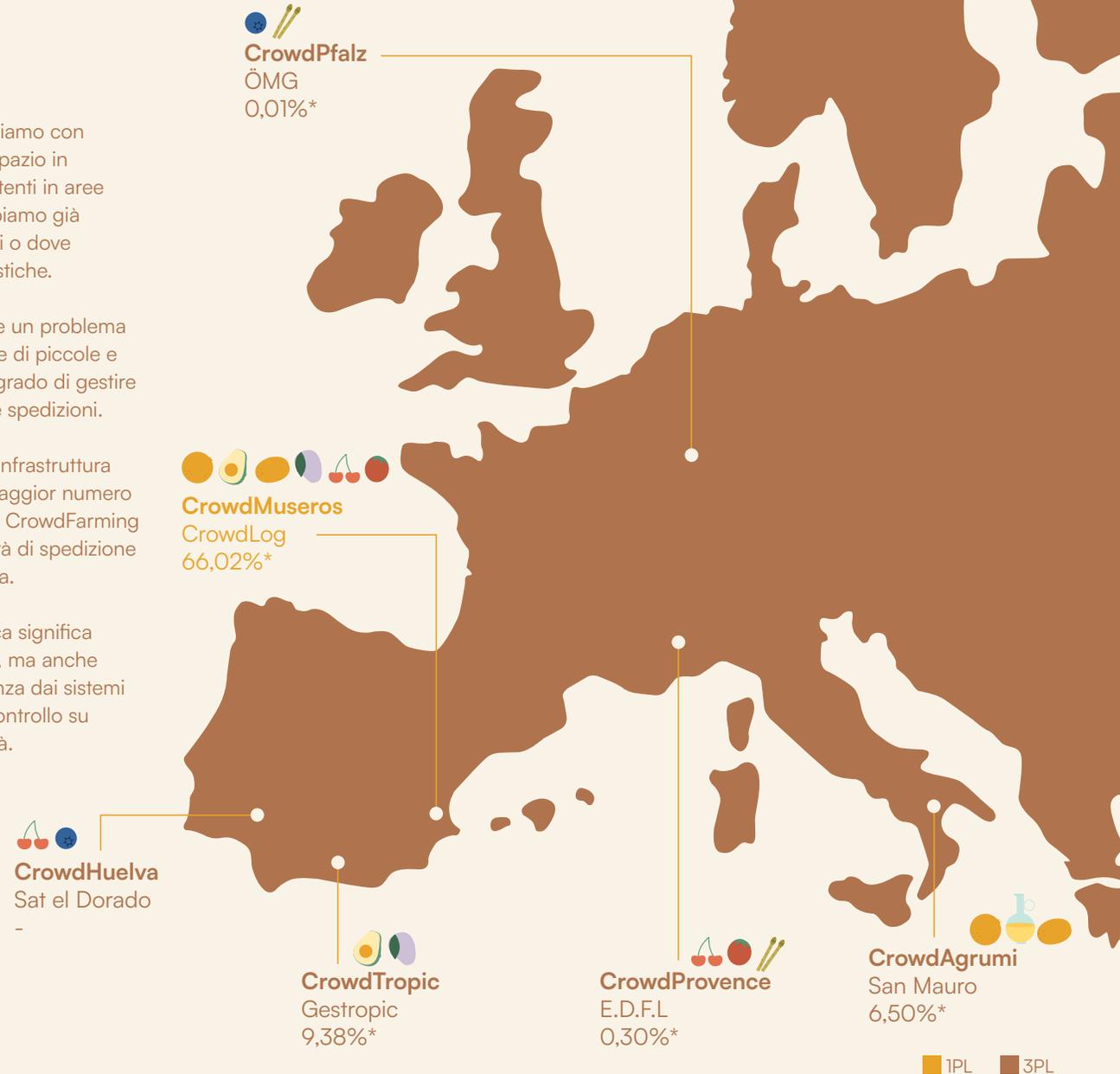
Per creare questa rete, collaboriamo con agricoltori che dispongono di spazio in loco o con partner logistici esistenti in aree strategiche, in genere dove abbiamo già una forte presenza di produttori o dove convergono le nostre rotte logistiche.

Questi hub 3PL risolvono anche un problema comune: molte aziende agricole di piccole e medie dimensioni non sono in grado di gestire da sole volumi elevati di singole spedizioni.

Unendo gli sforzi attraverso un'infrastruttura condivisa, consentiamo a un maggior numero di agricoltori di collaborare con CrowdFarming e aumentiamo la nostra capacità di spedizione in modo efficiente su larga scala.

Rafforzare la nostra rete logistica significa non solo aumentare l'efficienza, ma anche avere una maggiore indipendenza dai sistemi convenzionali e un maggiore controllo su qualità, tempistica e sostenibilità.

La nostra rete di hub logistici



*Percentuale delle spedizioni totali di CrowdFarming
La rappresentazione dei prodotti è orientativa, non esaustiva

Riduzione dello spreco alimentare a ogni passaggio

Lo spreco alimentare si verifica in ogni fase della filiera e nel 2024 abbiamo continuato a lavorare per affrontarlo, dal campo alla consegna.

Cosa dicono i nostri agricoltori: approfondimenti dal nostro sondaggio annuale per gli agricoltori

22,4%

degli agricoltori ha segnalato una riduzione degli sprechi alimentari da quando si sono iscritti a CrowdFarming.

65%

degli agricoltori ha dichiarato che i propri livelli di spreco erano già bassi, dimostrando che la nostra community attrae produttori con solide pratiche di gestione degli scarti.

I coltivatori di agrumi e frutta tropicale hanno riportato i maggiori guadagni, affermando che lo spreco alimentare è diminuito:

Agrumi e spreco

↓70%

Prodotti tropicali e spreco

↓60%

L'espansione All Is Good: Da troppo maturo a giusto

Nel 2023, abbiamo lanciato All Is Good, la nostra linea di prodotti a base di frutta e verdura troppo matura per essere consegnata a lunga distanza. Dopo un inizio positivo nel 2023 con chutney di

mango, hummus di avocado e succo di melograno, che insieme hanno salvato **52 tonnellate di frutta**, abbiamo ampliato significativamente la gamma nel 2024:

13 
prodotti nuovi
lanciati

(portando il totale a 16 articoli nel catalogo All Is Good).

34 
tonnellate di
prodotti freschi

salvati dai
rifiuti.

Questi prodotti sono una soluzione pratica per la frutta che è perfettamente buona, ma deve essere lavorata rapidamente, permettendoci di ridurre gli sprechi e offrendo ai consumatori nuovi modi per gustare i prodotti di stagione.





CrowdLog Museros: Il nostro centro logistico diretto

Nel nostro hub logistico di Museros (Valencia), un migliore smistamento e controlli di qualità hanno portato a una riduzione degli alimenti scartati dal 3,7% nel 2023 al 3,2% nel 2024. Abbiamo adottato una strategia di riutilizzo diversificata:

3,7% dei prodotti è stato scartato nel 2023
abbassandosi al
3,2%
nel 2024.



50%
del cibo scartato è stato venduto per la lavorazione industriale (ad es., succhi, marmellate).

29%
è stato donato ai banchi alimentari e alle ONG di Valencia.

21%
era inutilizzabile e è stato inviato al compostaggio o come nutrimento per gli animali.

Riduzione dello spreco alimentare a casa

Sul piano dei consumatori, ci siamo concentrati sull'aiutare le persone a sfruttare al meglio il cibo che ricevono, riconoscendo che il modello di CrowdFarming è in qualche modo diverso in termini di volumi o varietà ricevuti e del loro stato di maturazione.

Per tutto il 2024, abbiamo condiviso ricette pratiche, consigli per la conservazione e suggerimenti per la manipolazione, con particolare attenzione ai frutti climaterici, come banane, avocado e mango, che continuano a maturare dopo la raccolta.

Queste risorse non solo aiutano a ridurre gli sprechi alimentari domestici, ma anche a comprendere il modo in cui si evolvono i prodotti freschi una volta che lasciano l'azienda agricola.

In effetti, articoli come "**Come far maturare e conservare i frutti climaterici a casa**" o la ricetta di pancake per utilizzare le banane una volta che sono troppo mature sono diventati alcuni dei nostri post più letti dell'anno, dimostrando un forte interesse verso linee guida semplici e attuabili.



Limitare la nostra impronta, le risorse da cui dipendiamo

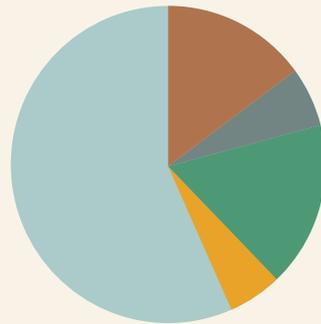
Nel 2024, le emissioni combinate di Ambito 1, Ambito 2 e parte di Ambito 3, che riguardano sia gli uffici di CrowdFarming che il nostro centro logistico di CrowdLog-Museros, sono state pari a 377 tonnellate di CO₂. Si tratta di un aumento rispetto alle 287,58 tonnellate del 2023, che avevano segnato una riduzione del 27% rispetto all'anno precedente. L'aumento nel 2024 è dovuto principalmente alla crescita delle nostre attività. Tuttavia, l'efficienza delle nostre operazioni è migliorata ed è qui che risiede il vero progresso:

- Le emissioni per scatola spedita sono diminuite da 0,18 kg di CO₂ nel 2023 a 0,16 kg di CO₂ nel 2024.
- Le emissioni per dipendente sono scese da 1,54 kg a 1,48 kg di CO₂.

Kg/CO₂ per scatola



Impronta di carbonio 2024



Per considerare i dati sotto la giusta prospettiva, le nostre emissioni calcolate nel 2024 sono equivalenti all'impronta annuale di circa 56 persone che vivono nell'UE **(le emissioni annue pro capite nell'UE sono di 6,7 tonnellate).**

Ambito 1: Emissioni dirette dai veicoli aziendali

Principalmente dall'uso di auto aziendali, in particolare da parte dei nostri agronomi che si recano presso gli agricoltori in tutta Europa.

Nel 2024, le emissioni di Ambito 1 sono state di 53 tonnellate di CO₂, registrando un aumento rispetto alle 29 tonnellate dell'anno scorso, segnato dalla crescita dei nostri team agronomici e dalla maggiore presenza sul campo.

Continuiamo a dare la priorità alle visite di persona, poiché rimangono essenziali per il controllo della qualità e il supporto agli agricoltori. Detto questo, promuoviamo i viaggi efficienti (ad esempio, raggruppando le visite, utilizzando i treni quando possibile).

Ambito 2: Consumo di energia elettrica

Le nostre emissioni di Ambito 2 sono rimaste a zero tonnellate per il secondo anno consecutivo, poiché tutta l'elettricità utilizzata negli uffici di CrowdFarming e presso CrowdLog-Museros è stata erogata da fornitori di energia rinnovabile.

Tuttavia, nel 2024 abbiamo compiuto un ulteriore passo avanti installando pannelli solari nel centro logistico di Museros. Questo sistema dovrebbe produrre quasi 280 MWh all'anno, evitando oltre 98 tonnellate di CO₂ all'anno e consentendo un risparmio sui costi energetici.

Abbiamo anche adottato altre misure di risparmio energetico in tutte le nostre operazioni logistiche, come la chiusura di celle frigorifere inutilizzate per evitare un raffreddamento non necessario e la sostituzione di macchinari più vecchi con alternative più efficienti dal punto di vista energetico.

Ambito 3 (parziale): Emissioni indirette

Attualmente riportiamo solo una parte delle nostre emissioni di Ambito 3, concentrandoci su:

Uso dell'acqua: rappresentato principalmente dai sistemi di raffreddamento presso il nostro centro logistico.

Pendolarismo dei dipendenti: oltre il 70% utilizza mezzi di trasporto sostenibili, tra cui mezzi pubblici e bicicletta, o si sposta a piedi; la quota arriva al 75% se includiamo i veicoli elettrici. Uso dell'energia per il lavoro a distanza e i viaggi di lavoro, inclusi treni e voli.



05

Irrigare la nostra community

Locale, stagionale e biologico, oltre al prezzo e alla convenienza

Secondo l'EIT Food Trust Report 2024,

il 38% dei consumatori europei sceglie intenzionalmente alimenti coltivati localmente e il 62% dà la priorità a frutta e verdura di stagione.

I consumatori associano l'agricoltura all'occupazione, quindi la produzione locale è associata alla prosperità della zona. Promuovendo filiere alimentari corte, compresa la filiera "dall'azienda agricola al consumatore", **gli agricoltori sono ancora gli attori in cui si ripone la maggior fiducia nella catena alimentare (67%), con una considerazione particolarmente favorevole verso le piccole aziende agricole locali.**



Dopo un leggero calo nel 2022, il mercato biologico europeo è **cresciuto del 3% nel 2023** (EH: 2,9%).

Ciò ha aggiunto 1,6 miliardi di euro di fatturato (1,2 miliardi di euro nell'UE) alle vendite totali al dettaglio di prodotti biologici, che ammontano a un totale di 54,7 miliardi di euro in Europa (46,5 miliardi di euro nell'UE), **posizionando l'UE come il secondo mercato biologico più grande al mondo, dopo gli Stati Uniti (59 miliardi di euro).**



Nel 2023, **il cittadino europeo medio ha speso 66 € in alimenti biologici** (104 € nell'UE). Si tratta del doppio della spesa pro capite dei consumatori nel 2014.

La Germania è rimasta il più grande mercato biologico (16,1 miliardi di euro di fatturato).

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

Tuttavia, i sondaggi tra i consumatori mostrano costantemente che il prezzo e la convenienza rimangono i principali fattori che influenzano le decisioni di acquisto. CrowdFarming si impegna **a rendere l'agricoltura rigenerativo-biologica un'opzione praticabile sia per gli agricoltori che per i consumatori**, garantendo al contempo un'esperienza affidabile e di alta qualità.

Ciò non significa cercare di essere i più economici o i più convenienti, poiché queste priorità sono spesso in conflitto con la nostra missione principale di equità e sostenibilità.

Ci concentriamo invece sull'aiutare i consumatori a comprendere il vero valore di ciò che pagano, evidenziando i compromessi necessari nell'agricoltura rigenerativa e biologica e nelle filiere corte.

Piuttosto che abbassare i prezzi a spese degli agricoltori o dell'ambiente, puntiamo a promuovere la consapevolezza dell'impatto di ogni acquisto, del sistema che lo stesso sostiene e del cambiamento che consente.

In questo modo, costruiamo una community che persegue la responsabilità: la capacità di rispondere e scegliere consapevolmente in merito alla produzione e al consumo di cibo.



Contribuire alla capacità di risposta dei consumatori

Riteniamo che le porte d'ingresso al mondo di CrowdFarming possano essere molteplici.

Magari ti piace il sapore del mango appena raccolto, vuoi contribuire a un salario equo per gli agricoltori o ti interessa acquistare prodotti da aziende agricole biologiche e rigenerative e farli spedire nel modo più efficiente possibile.

O forse ti hanno regalato un'adozione e per questo sei qui.

Indipendentemente da ciò che ha fatto avvicinare i consumatori al nostro mondo, noi la consideriamo un'opportunità per sensibilizzarli sul motivo per cui il sistema agroalimentare deve cambiare e dare visibilità agli agricoltori che operano questa trasformazione in tutta Europa.

“What The Field?!”,
il blog e il podcast di CrowdFarming.



30

post sul blog

pubblicati nel 2024 su argomenti chiave di agricoltura rigenerativa e biologica, giustizia alimentare e alimentazione stagionale, nonché notizie e articoli di opinione provenienti da tutto il settore agroalimentare.



12

episodi di podcast

pubblicati tramite **What The Field?!**, raccontando le vere storie di agricoltori ed esperti.



52.732

visualizzazioni sul nostro blog

e **29.811 download del nostro podcast**, che dimostrano un crescente interesse verso questi temi.



Alfredo Poves CEO di Ixorigù



Meghan Sapp di Hub Del Norte del Savory Institute

Social media e stampa

Nel 2024 abbiamo affidato la nostra strategia sui social media al team di Impatto e sostenibilità, dando priorità ai contenuti educativi sull'agricoltura biologica e rigenerativa:

Abbiamo ampliato la nostra community su Instagram e Facebook del

24%,

raggiungendo mezzo milione di utenti tra i due canali.

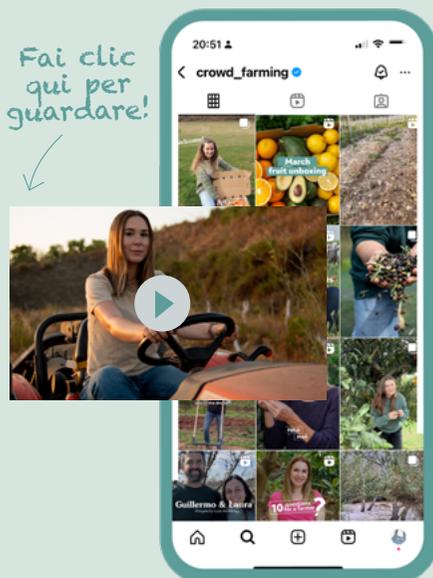
Siamo apparsi in

20

media esterni, tra cui articoli di notizie, podcast ed eventi di settore per amplificare le discussioni sulla produzione alimentare e sulla sostenibilità.

Abbiamo prodotto il nostro primo documentario completo, "**Rage is Good. Action is Better.**", che evidenzia le sfide e le soluzioni concrete nella filiera agroalimentare, con particolare attenzione agli agricoltori biologici rigenerativi.

Fai clic qui per guardare!



Team di assistenza clienti

Un'altra parte fondamentale del nostro lavoro di sensibilizzazione è il nostro servizio clienti, o servizio presidenti, come ci piace chiamarlo internamente.

Questo team multilingue non solo risolve problemi tecnici, di pagamento o di consegna, ma risponde anche a domande su pratiche agricole, certificazioni e metodi di produzione. Molte conversazioni vanno oltre la logistica e scatenano dibattiti affascinanti all'interno della nostra community.

Nel 2024, il team:



Ha gestito

150.841

messaggi e chiamate,

aiutando i consumatori ad avvicinarsi sempre più all'origine del loro cibo.



Abbiamo coordinato

335

visite presso le aziende agricole

richieste da CrowdFarmer che volevano incontrare gli agricoltori alla base della loro adozione e vedere la realtà dell'azienda agricola in prima persona.

5. Irrigare la nostra community

La più grande community di agricoltura biologica e rigenerativa in Europa

Abbiamo riunito un comitato appassionato per operare una strategia di agricoltura rigenerativa di CrowdFarming. Questo comitato è formato da:

Juliette Simonin, co-fondatrice e CEO di CrowdFarming, **Cristina Domecq**, Responsabile dell'impatto e della sostenibilità di CrowdFarming e **Yanniek Schoonhoven**, imprenditrice agricola biologica rigenerativa presso La Junquera, fondatrice della Regeneration Academy e di EARA.

La più ampia community di CrowdFarming, che comprende già oltre **3.000 persone che fanno parte di questo comitato!**

[Puoi iscriverti qui.](#)

Come parte della community:



riceverai periodicamente informazioni sui progressi del percorso rigenerativo-biologico di CrowdFarming.



riceverai inviti esclusivi per incontrare gli agricoltori,



potrai votare dove investire i fondi dell'1% per il Suolo,



farai parte della nostra community WhatsApp

...e altro ancora!



Yanniek Schoonhoven

Cristina Domecq

Juliette Simonin

CrowdGiving: Cibi freschi per i bisognosi

CrowdGiving consente ai consumatori, ovvero ai nostri CrowdFarmer, di sostenere gli agricoltori rigenerativi e biologici contribuendo al contempo a iniziative sociali.

Attraverso questa iniziativa, i consumatori scelgono di donare cibi biologici freschi

alle persone bisognose direttamente dagli agricoltori di CrowdFarming, garantendo loro un pagamento equo per i loro prodotti.

CrowdFarming restituisce il 20% della donazione sotto forma di crediti per acquisti futuri.

Abbiamo collaborato con cinque banche alimentari e ONG in **Germania, Francia, Polonia e Spagna**, donando oltre

**22,70
tonnellate**

di cibi biologici freschi, del valore di **90.000 €**, per sostenere le comunità in stato di necessità.



Quando le tempeste e le inondazioni DANA hanno colpito Valencia, abbiamo lanciato una campagna di emergenza in collaborazione con il banco alimentare locale.

Grazie alla nostra community, abbiamo raccolto e donato collettivamente

91.781,17 €

per aiutare le persone colpite offrendo cibi biologici freschi, donando quasi

**18,4
tonnellate**

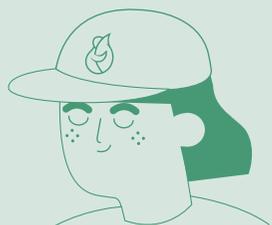
di cibi biologici.



Team e ambiente di lavoro

Nel 2024, CrowdFarming
impiegava
255 dipendenti,

tra personale a tempo indeterminato
e collaboratori temporanei.



Il nostro team rappresenta
12 nazionalità,

riunendo un'ampia gamma di
culture, prospettive e lingue che
plasmano il nostro modo di
lavorare e collaborare.



Oltre alle nostre iniziative interne in corso, come ToGrow (un programma per sviluppare il potenziale degli attuali e futuri leader di CrowdFarming - Immagine 1), CrowdBook (il nostro club del libro - Immagine 4) e CrowdBazaar (uno scambio di capi di abbigliamento per donare agli articoli una seconda vita), nel 2024 abbiamo introdotto nuove attività incentrate sull'apprendimento, sulla consapevolezza e sull'azione collettiva:

- Nove dipendenti sono stati formati come facilitatori di **Climate Fresk** e hanno tenuto sessioni in tutta l'azienda per aiutare i colleghi a comprendere la scienza alla base del cambiamento climatico e il suo legame con i sistemi alimentari (Immagine 2).
- Abbiamo organizzato proiezioni interne di documentari, tra cui il nostro "**Rage is Good. Action is Better.**" (Immagine 3) e "**Livestock or Desert**", offrendo un modo per riflettere insieme sulle sfide e sulle scelte all'interno dell'industria agroalimentare.



06

**Le previsioni per
un 2025 fecondo**

6. Le previsioni per un 2025 fecondo

Se gli ultimi anni ci hanno insegnato qualcosa, questo qualcosa è che costruire la resilienza nelle aziende agricole, nella logistica, nei rapporti con i consumatori, è l'unica strada da percorrere.

Abbiamo rafforzato le nostre fondamenta in diversi modi. Il nostro modello di abbonamento è diventato un pilastro fondamentale del mercato, insieme alle adozioni e alle scatole stagionali. Questo modello offre agli agricoltori una maggiore prevedibilità e ai consumatori un modo più costante e significativo per sostenerli. Stiamo già studiando nuovi formati di abbonamento, oltre a frutta, verdura e formaggio, da testare nel 2025.

Abbiamo anche ricercato metodi per costruire un legame più solido tra agricoltori e consumatori attraverso le adozioni. A ottobre, abbiamo lanciato una nuova funzionalità che consente agli agricoltori di inviare messaggi direttamente ai telefoni dei consumatori. Da allora, 53.107 CrowdFarmer hanno ricevuto aggiornamenti sulla realtà quotidiana dell'azienda agricola. Questi miglioramenti hanno portato a un aumento del 12,5% del tasso di rinnovo delle adozioni.

Nel 2025, continueremo a espanderci e diversificare la nostra offerta, ma il nostro obiettivo è quello di rendere CrowdFarming un canale di vendita più resiliente, non solo

a livello di crescita, ma come realtà su cui agricoltori e cittadini possano contare. Mentre l'Europa ridefinisce le sue priorità agricole, puntiamo a contribuire con modelli pratici e scalabili che dimostrino che sostenibilità ed equità possano andare di pari passo. Abbiamo creato strumenti per supportare non solo le nostre operazioni, ma anche l'ecosistema in generale. Nel 2024 abbiamo rilasciato CrowdSender, il nostro software logistico, per uso pubblico.

Nel 2025, continueremo a sviluppare il nostro strumento di pianificazione delle risorse per gli agricoltori, la struttura digitale per quello che potrebbe diventare uno dei cataloghi di agricoltori più completi e trasparenti d'Europa.

Approfondiremo anche il nostro lavoro con gli agricoltori rigenerativi e biologici, non solo monitorando le loro pratiche, ma lavorando al loro fianco per utilizzare tali dati come strumento di gestione, aiutandoli a migliorare, confrontare e condividere le informazioni.

Rendendo questi dati disponibili e comparabili, aiutiamo anche i consumatori a comprendere l'impatto reale del modo in cui viene coltivato il loro cibo, colmando il divario tra intenzione e azione. Vogliamo dimostrare che l'agricoltura biologica rigenerativa può essere economicamente sostenibile e culturalmente apprezzata, non solo per pochi pionieri, ma su vasta scala.

Stiamo ancora crescendo, con attenzione, intenzione e sempre con una visione a lungo termine. Per ogni agricoltore che si unisce a noi e ogni cittadino che opera una scelta in modo consapevole, dimostriamo che un sistema alimentare più resiliente non è solo possibile, ma sta già prendendo forma.

Brindiamo a un 2025 costruito per durare.





CrowdFarming