



nutreets



Mission (raison d'être de Nutreets)

1) Être acteur de la transition écologique grâce à la production de fruits, légumes et poissons avec une technologie innovante à faible impact environnemental (hydroponie et aquaculture recirculées sans externalités négative

2) *Permettre à l'ensemble des populations, quelque soit leur niveau de revenu d'avoir accès à une alimentation de qualité (diversifiée, nutritive, gustative à des prix attractifs)*

Vision (ce que Nutreets veut réussir demain)

Contribuer à une production alimentaire saine à faible impact carbone mais aussi sur les ressources sous tensions (eau, phosphore, terres arables) par la vente de systèmes d'aquaponie, d'intrants (semences, aliment poisson,...) et de savoir-faire en France et à l'étranger.

Être le plus gros producteur français de Fruits et légumes à faible impact environnemental, grâce à son réseau de fermes (urbaines) en hydroponie recirculée et aquaponie.

Offrir aux « consom'acteurs »(urbains) des Fruits, légumes et poissons frais, sains et goûteux, en l'état ou prêts à consommer, produits de manière responsable sur le plan environnemental et social.

A travers sa mission, Nutreets contribue aux Objectifs de Développement Durable du Global Compact



Permettre à l'ensemble des populations d'avoir accès à une alimentation de qualité (diversifiée, nutritive et gustative)



Rendre les villes durables et plus autonomes grâce à une relocalisation de la production légumière.
Reconnecter les urbains avec la production agricole et leur donner le goût d'une alimentation plus saine, goûteuse et équilibrée.



Produire des légumes sains, goûteux, de haute qualité nutritive, sans engrais chimiques ni pesticides, vendus sur racines (pas de perte grâce à une meilleure conservation).
Produire des poissons sains, sans antibiotiques ni OGM, en symbiose avec les légumes.



Lutter contre le changement climatique avec un mode de production à faible impact carbone (2 à 3 fois moins d'émission de CO₂ qu'en production standard) et économe en eau (>90% de recyclage de l'eau) tout en rapprochant les sites de production des bassins de consommation (limitation transport)



Nutreets partenaires de référence en France mais aussi à l'international pour amorcer la transition écologique des facteurs de production dans le maraichage et la pisciculture
(INRA, Chambre Agriculture, UE, FAO, OMS...)

Stratégie produits (Nutreets Systems)

Systèmes d'hydroponie recirculée et aquaponie :

- Design et technologie Nutreets (équipements, capteurs et système de pilotage de l'installation, Bloc filtration (Bio filtre, Filtre mécanique, Thé de compost, Lombritech...),
- Livrés clés en main (y compris serre, équipements lumineux, chambres froides, Soft Aide (gestion culture, gestion élevage), Monitoring (analyse donnés), Assistance, Matériel nécessaire à l'exploitation (balance,...)
- Assistance technique (hotline, formations, club de producteurs)
- Fourniture de pièces de rechange (LED,...)

Fourniture d'intrants à marque Nutreets:

- Poissons: alevins, aliment, compléments nutritionnels
- Légumes et fruits : Plants/Graines, produits de lutte biologique, contenant pour commercialisation, communication

Stratégie produits (Nutreets Food)

Légumes cycles courts (légumes-feuilles, choux,...et fraises) et **légumes à cycles longs** (tomates, Aubergines...) :

- produits sans pesticides (Biocontrôle, Biomimétisme, mise en place de mécanisme de défense naturelle (utilisation d'insectes auxiliaires et plantes mellifères))
- produits sans engrais artificiels (éléments nutritifs provenant des poissons ou du thé de compost)
- ramassés à maturité, avec leurs racines pour une conservation longue durée (sans réfrigération)
- vendus en l'état ou prêts à consommer (salades, jus...)

Poissons (sandre, truite, bar rayé...):

- produits sans antibiotiques
- alimentation non-OGM (alimentation biologique et alimentation aux «vifs»)
- vendus frais, en l'état ou sous forme de filets, de chutes et de rilette pour les co-produits résiduels (transformation simple).

La Production

- Soutenabilité écologique



90 % d'économie d'eau



Renouvellement des terres



Fin de la surexploitation des océans

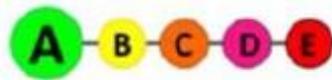


0 produit chimique utilisé ; Aucun intrant



Associations favorables de cultures, Lutte biologique

- Efficacité agronomique



Productivité accrue ; des cycles maîtrisés et raccourcis



Qualité gustative et nutritive très élevées



Production continue, qualité constante



Production locale



Sandre



Truite



Blackbass



Esturgeon

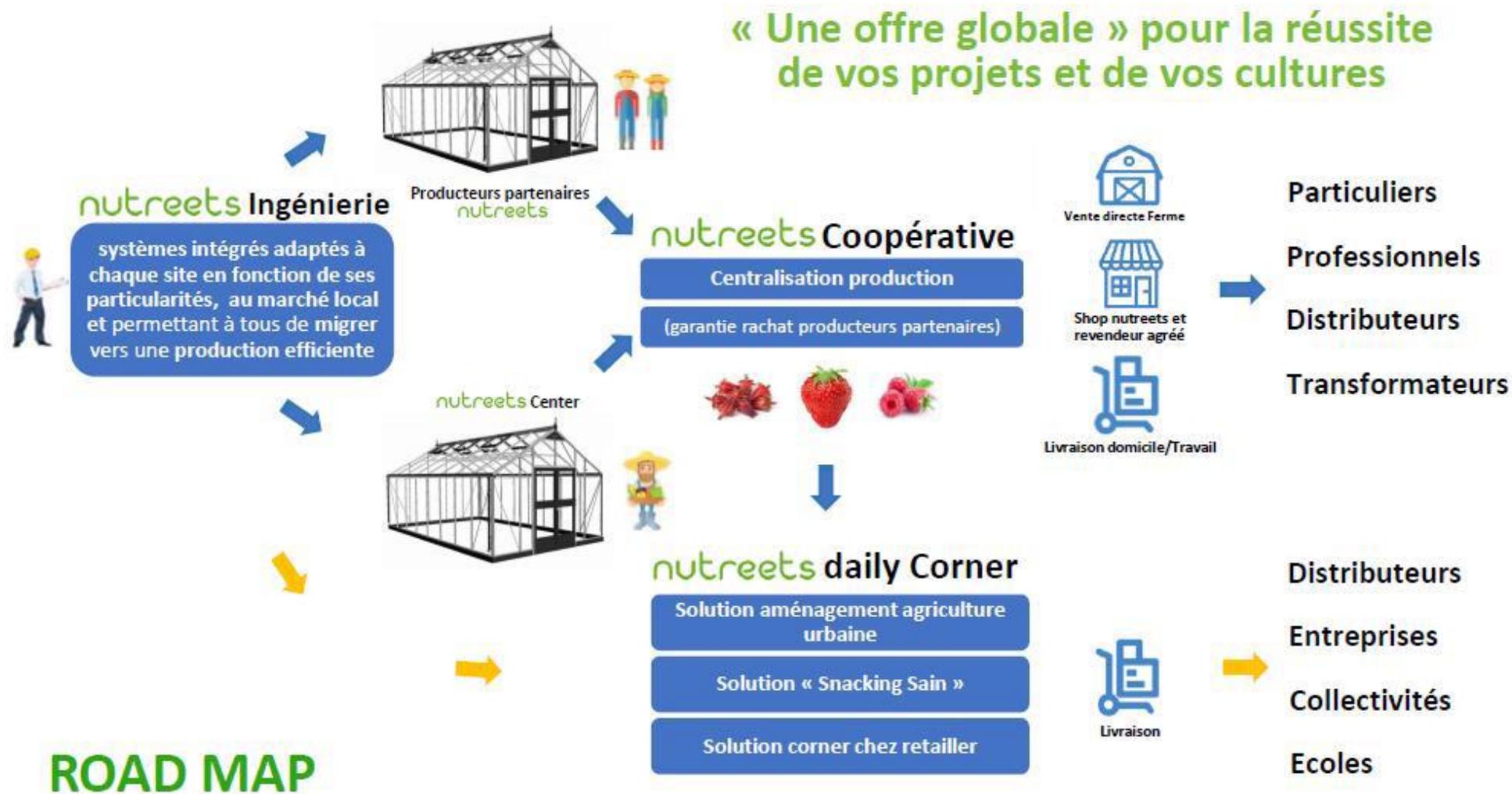


Caviar

riche en plaisir



Le Business modèle



Stratégie environnementale (1/2)

Limitation prélèvement des ressources :

- EAU(recirculation de l'eau).
- Phosphore(fertilisation via dégradation bactérienne des déjections de poissons ou via thé de compost et thé de lombrics.
- Terres arables (production possible en tous types de lieux.
- Commercialisation du vivant sur notre gamme à cycle court (meilleure adéquation production vis à vis de la consommation, conservation démultipliée => limitation perte)

Limitation de la consommation d'énergie:

- production au plus près des consommateurs (limitation transport routier)
- serres non chauffées ou chauffées par récupération de chaleur (fermes de serveurs...)
- système d'éclairage à basse consommation (LED)
- haute densité des plantations et forte productivité par m² avec des cycles raccourcis
- production d'électricité in situ (panneaux solaires / éoliennes urbaines / méthanisation) =>Autonomie énergétique

Stratégie environnementale (2/2)

Impact carbone réduit par rapport aux systèmes de production standard :

- Pas d'utilisation d'engrais chimiques et pas de prélèvement de phosphore (ressource sous tension).
- Consommation d'énergie limitée
- Analyse du cycle de vie vs production standard
- Compensation carbone volontaire dans les pays le permettant ?
- Végétalisation pôle Urbain (Aéroport, métropole...)
- Stratégie RSE pour les entreprises

Recyclage des déchets résiduels issus de la production:

- Compostage et Lombriculture, Méthanisation ?
- Production zéro déchet / Sans externalité négative

Stratégie marketing (Nutreets Systems)

Positionnement 'Spécialiste français et européen de l'hydroponie recirculée'.

Clientèle cible : grands comptes type

- Chaines d'hôtels.
- Hypermarchés.
- Promoteurs immobiliers.
- Infrastructures de transport (aéroports, trains) et de loisirs (parcs d'attraction, stades,...)
- Opérateurs de restauration collective
- Pisciculteurs et agriculteurs

Proposition de valeur

Nutreets fournit des systèmes d'hydroponie recirculée sur-mesure et clés en main, validés à grande échelle, pour une production de fruits, légumes et poissons sains, goûteux, locale et à faible impact environnemental. Nutreets peut accompagner ses clients dans la durée sur le plan technique, marketing et commercial. L'offre Nutreets s'adresse aux professionnels (restauration et hôtellerie, distribution alimentaire, opérateurs d'infrastructures, pisciculteurs et agriculteurs) soucieux de réduire l'impact environnemental de leur activité et de renforcer leur démarche RSE.

Stratégie marketing (Nutreets Food)

Positionnement premium (similaire à Bio). L'objectif clairement affiché est de bousculer la tendance Bio (en étant le nouveau challenger avec un cahier des charges plus contraignant).

Clientèle cible : consom'acteurs (urbains), soucieux de la qualité de leur alimentation (pesticides, fraîcheur, goût, valeur nutritive, traçabilité) et voulant consommer de manière responsable (impact environnemental, impact social).

Proposition de valeur :

Nutreets propose une alimentation qui renforce les défenses humanitaires via une agriculture qui protège notre environnement et préserve nos ressources.

- Nous produisons localement des fruits et légumes sains, goûteux, sans pesticides ni engrais chimiques, à faible empreinte carbone, tout en préservant nos ressources par rapport au mode de production standard. Nos produits sont vendus vivants aux urbains soucieux de l'impact environnemental et social de leurs achats mais aussi de la qualité de leur alimentation.

- Nous produisons localement des poissons sains, goûteux, sans antibiotique ni OGM, en symbiose avec les végétaux et en respectant les ressources en eau (très faible prélèvements grâce à la recirculation de l'eau). Nos produits sont vendus frais aux consom'acteurs soucieux de rééquilibrer l'impact environnemental et social de leurs achats mais aussi de la qualité de leur alimentation.

Stratégie commerciale (Nutreets Systems)

Vente directe des systèmes en France et pays limitrophes.

Vente des systèmes via distributeurs dans pays lointains (sauf grands comptes).

Vente des systèmes et exploitation des systèmes pour les grands comptes (sauf pisciculteurs et agriculteurs) avec engagement contractuel de ces grands comptes d'acheter la production.

Vente des intrants via plateforme e-commerce.

Abonnement annuel (hotline, club d'exploitants animé via plateforme web, formations).

Possibilité d'utiliser la marque Nutreets pour commercialiser les légumes produits (à définir)

Stratégie commerciale (Nutreets Food)

Vente directe aux particuliers :

- sur place (produits en l'état et transformés, y compris snacking).
- sur leur lieu de travail (livraison snacking).
- via paniers hebdomadaires livrés à domicile ou à collecter (via des intermédiaires type Ruche qui dit oui ou 'AMAP').

Vente indirecte aux particuliers :

- via des corners chez des distributeurs locaux haut de gamme (primeurs, superettes de centre ville, poissonniers)
- via des revendeurs exclusifs sur les marchés ?

Ventes à des restaurateurs locaux qui identifieront et valoriseront le produit.

Ventes des quantités en excès à des grossistes (MIN) ?

Stratégie communication

Communication vers les consommateurs en vue d'établir la notoriété de la marque localement : PLV, réseaux sociaux, site internet.

Communication avec les clients Nutreets Systems pour valoriser leur engagement environnemental et développement durable.

Communication institutionnelle en associant les politiques et les institutionnels en vue d'obtenir le soutien de l'administration et des politiques.

Communication avec les instituts techniques en vue d'établir Nutreets comme le leader technique en hydroponie recirculée.

Stratégie sociale

Programme avec les populations environnantes et les scolaires en vue d'éduquer sur la qualité de l'alimentation, expliquer l'impact de la production d'aliment sur l'environnement et recréer le lien entre production et alimentation.

Être partenaire de structures locales d'insertion pour contribuer au retour à l'emploi de personnes en difficultés ?

Être partenaire d'un CAT local et faire travailler des handicapés ?

REALISATIONS



La Chapelle Basse Mer



Only

A modern aquaponic system is shown, featuring three levels of plants growing in a white structure. The top level has several green leafy plants. The middle level has a variety of plants, including some taller ones. The bottom level has several small potted plants. To the right of the plant structure is a vertical glass fish tank containing water and several small fish. The background is a dark, textured wall.

Meuble aquaponique

A VENIR

Colombes



Jardiland

NUTREETS



An aerial photograph of a modern, multi-story apartment building with a white facade and a prominent, long, white, ribbed roof structure. The building features numerous windows and balconies. In the foreground, a rooftop garden is visible, consisting of several rows of green plants in raised beds. A small dog is seen walking on the garden. The sky is blue with scattered white clouds. The overall scene is presented in a dark, semi-transparent overlay.

Jardins Perchés - Tours
