

RAPPORT MISSION 2025



SOMMAIRE

ÉDITO	PAGE 2
QUELQUES CHIFFRES	PAGE 2
LE COMITÉ MISSION	PAGE 3
NOTRE RAISON D'ÊTRE	PAGE 4
OBJECTIF 1 : DÉVELOPPER AVEC NOS PARTENAIRES DES PRODUITS INNOVANTS, PRATIQUES ET BIOLOGIQUES, EN ÉTANT ATTENTIFS À LEURS IMPACTS	PAGES 5-8
OBJECTIF 2 : ACCOMPAGNER AVEC BIENVEILLANCE CHAQUE COLLABORATEUR POUR L'AIDER À SE RÉALISER ET À FAIRE GRANDIR LE COLLECTIF	PAGES 9-13
OBJECTIF 3 : TOUJOURS CONTRIBUER À LA CONSTRUCTION D'UNE FILIÈRE BIOLOGIQUE RESPECTUEUSE DE L'HOMME ET DE LA PLANÈTE	PAGES 14-15
OBJECTIF 4 : PARTAGER NOS RESSOURCES AFIN DE SOUTENIR DES ACTIONS SOCIALES, CULTURELLES ET ENVIRONNEMENTALES PARTICIPANT AU MIEUX VIVRE ENSEMBLE	PAGES 16-18
OBJECTIF 5 : GÉNÉRER DU PLASIR PAR NOS PRODUITS, NOS ACTIONS ET NOS MODES DE FONCTIONNEMENT	PAGES 19-20
RÉCAPITULATIF 2025	PAGES 21-25
ANNEXES	PAGES 26-27

ÉDITO

Après plusieurs années d'exploration des trajectoires à écrire, pour chaque objectif, nous avons posé les impacts ainsi que les indicateurs d'impacts permettant d'objectiver notre mission en lien avec l'activité de l'entreprise.

L'année 2025 a été marquée par des mouvements au sein du comité mission. Laure, représentante des salariés ayant quitté l'entreprise, Magalie a assuré le suivi de la mission avec le comité. Pour le moment, aucun salarié n'a pris part aux comités de pilotages, mais un salarié est pressenti pour rejoindre le comité sur 2026. Cela devrait se concrétiser sur juin 2026.

Le comité mission a par ailleurs identifié des enjeux à travailler :

- 👑 Recentrer la mission sur ce qui compte vraiment en lien avec le métier de l'entreprise,
- 👑 Bien différencier ce qui relève de la politique RSE et ce qui relève de la mission,
- 👑 Réinterroger certains indicateurs afin de mesurer les impacts visés par les actions.

2025 EN QUELQUES CHIFFRES



LE COMITÉ MISSION

Le comité de mission est composé d'Antoine LEMAIRE, co fondateur du magazine professionnel Biolinéaires (depuis 2022), de Philippe BRISEMEUR, bénévole LPO44 et responsable du programme Refuge LPO sur le 44 (depuis 2024), de Valérie JAOUEN qui a rejoint le comité en juillet 2025 en remplacement d'Eirik Stein, et de Magalie JOST co-dirigeante de Nature et Aliments .



Valérie Jaouen accompagne depuis 20 ans les transformations d'organisations (entreprises, associations, fondations et collectivités) en les aidant à co-construire des projets collectifs porteurs de sens pour toutes les parties prenantes. Elle travaille depuis 2013 sur les sujets de raison d'être et de mission et depuis 2019 sur la société à mission, tant sur des missions de conseil que de vérification au sein du réseau aupéam.

«J'ai fait la connaissance de Magalie Jost lors de l'organisation du premier événement autour de la société à mission en Pays de la Loire en juillet 2021. J'ai tout de suite été frappée par la sincérité avec laquelle Nature et Aliments avait mené sa démarche, et la manière dont des réflexions encore nouvelles autour de la qualité résonnaient avec l'ADN et le projet de l'entreprise depuis sa création. C'est donc tout naturellement que j'ai accepté de rejoindre le comité de mission lorsque Magalie me l'a proposé.»



MAGALIE JOST
co-dirigeante
NATURE & ALIMENTS



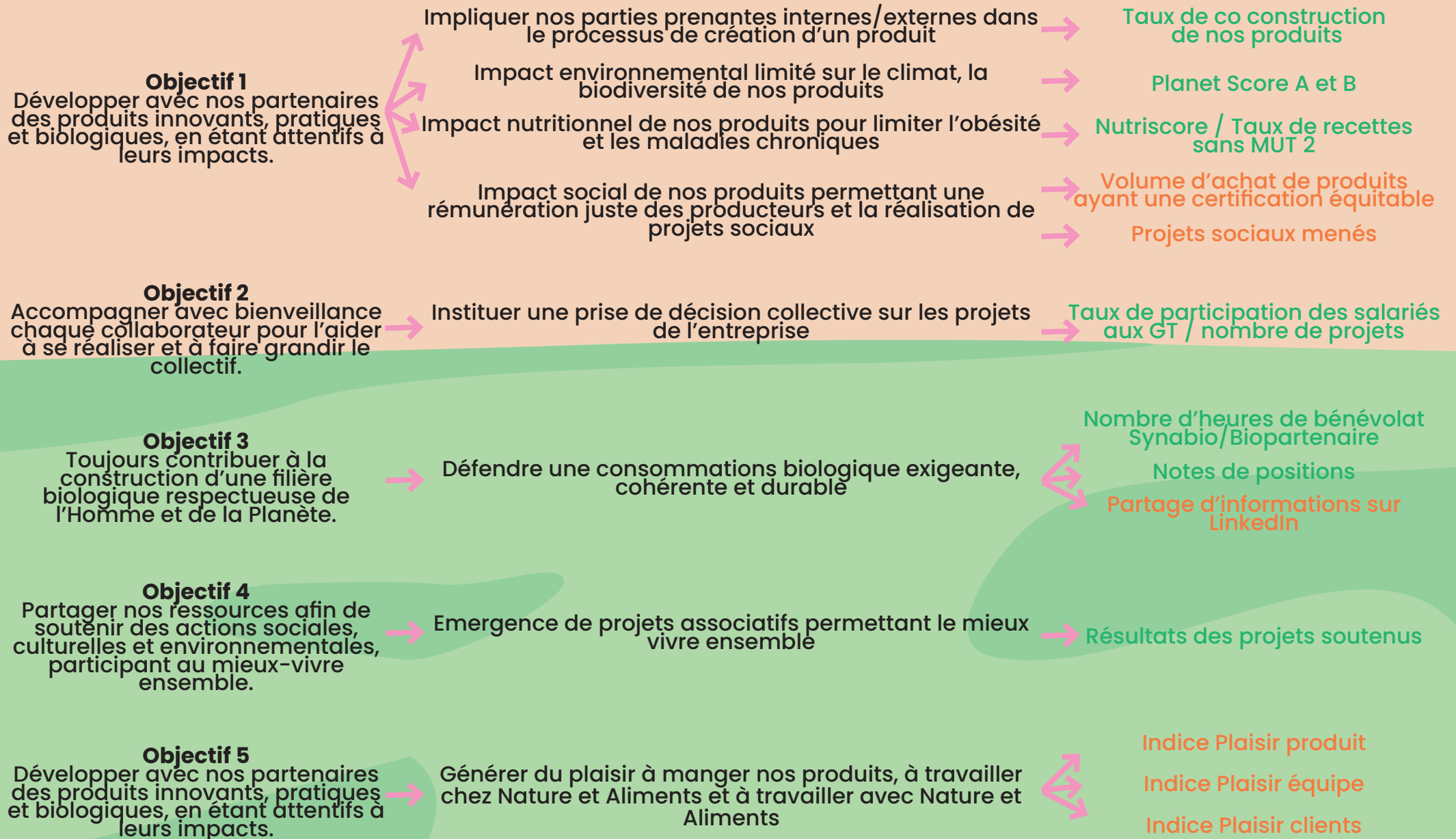
PHILIPPE BRISEMEUR
Coordinateur
des REFUGES LPO



ANTOINE LEMAIRE
co-fondateur et directeur de
la rédaction de Bio Linéaires

NOTRE RAISON D'ÊTRE ...

« Cultiver **CURIOSITÉ** et **CRÉATIVITÉ** pour toujours **DÉFENDRE** une consommation **BIOLOGIQUE** porteuse d'**ENGAGEMENTS HUMANISTES** et **ÉCOLOGIQUES**, source d'**ÉPANOUISSEMENT**. »



Indicateur performance active / Indicateur performance à valider

OBJECTIF 1 : DÉVELOPPER AVEC NOS PARTENAIRES DES PRODUITS INNOVANTS, PRATIQUES ET BIOLOGIQUES, EN ÉTANT ATTENTIFS À LEURS IMPACTS



FAIRE PARTICIPER NOS PARTIES PRENANTES AU PROCESS D'INNOVATION

En 2025, deux nouvelles gammes ont été créées : la gamme des BIOFLAN ENFANTS et la gamme OFFRE FESTIVE. Puis nous avons innové avec des compléments de gammes existantes.

TAUX DE
CO-CONSTRUCTION 2025
87,5%

Nouveautés	Étapes	Parties prenantes
Mix ktipiti 	Validation recettes	Clients/consommateurs/collaborateurs
	Identité visuelle	Collaborateurs
Saveurs de flans enfants 	Validation recettes	Collaborateurs
		Clients
Bouillons (poule/boeuf)		
Ferments 10 probiotiques 	Identité visuelle	Collaborateurs
Préparation pour frangipane 	Validation recette	Clients
Chocolat épice de Noël 	Identité visuelle	Collaborateurs
Projets R&D NATALI/NAON 2026	Définition nouveautés	Clients/consommateurs/collaborateurs

SE Doter d'une mesure d'impact de nos produits

Une mesure d'impact ne sert pas seulement à prouver : elle sert aussi à améliorer, décider, prioriser et ajuster.



IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Le Planet Score reste toujours l'indicateur de mesure de l'impact environnemental de nos produits. Sur 2025 nous avons de nouveau scoré le 20/80 de nos produits sur les 3 dimensions de l'indicateur : **dimension pesticides, climat et biodiversité**. Les matières premières ont une part importante dans cette mesure d'impact. C'est pour cela que nous avons sur 2025 participer au **Diag Biodiversité** proposé par la BPI*. Cela nous a permis de nous acculturer sur la dimension biodiversité en identifiant la dépendance aux services écosystémiques (essentiellement sur l'amont pour nous : cultures agricoles, élevage et emballage) et les impacts directs et indirects sur la biodiversité. Nous avons fait un focus sur les matières à gros volumes d'achats (cacao, lait en poudre et sucre roux de canne).

Sur le volet matières premières, sur 2025, nous avons travaillé sur la **poudre de lait** (score C sur la biodiversité du fait de l'utilisation de soja biologique importé dans la nourriture des vaches). Nous avons changé de fournisseur en contractualisant avec la **coopérative BIOLAIT**, dont la charte qualité interdit l'importation de soja biologique. Par ailleurs, nous avons mis en place avec BIOLAIT la **labellisation BIOEQUITABLE** de la **filière lait en poudre** et ainsi augmenter l'impact social de cette matière (rémunération équitable des producteurs, contractualisation des volumes et mise en place de projets de développement). De ce fait le score climat du lait en poudre sera recalculé sur 2026.



Nous n'avons plus de produits ayant un score global C (3 en 2024) sur les 17 produits qui composent le 20/80. 6 ont une note A et 11 une note B.

Sur le volet emballage, nous avons poursuivi le passage sous emballage recyclable pour les produits qui étaient encore sous emballage multi matériaux et sans contraintes au passage.

Ainsi sur 2025, sur l'ensemble de nos produits NATALI et PLAISANCE BIO pouvant passer sous cycle pack, il reste **5 références** encore sous emballage non recyclable. Ainsi **95%** des références sont passées sous film recyclable. En 2025, nous avons travaillé sur le poids des emballages secondaires (displays en carton) de telle façon à diminuer leur poids et donc la matière nécessaire pour les fabriquer. Ainsi, sur 2025, nous avons baissé de **13.3%** le poids des boîtes carton utilisées comme display de nos sachets, soit **300kg** de cartons non produits et donc de **74.7 kg**** de Co² non émis.



IMPACT NUTRITIONNEL

Concernant l'impact nutritionnel, il s'appuie sur 2 notions pour nous : la composition nutritionnelle (graisses/sucres/protéines) et l'ultra transformation.

La composition nutritionnelle, matérialisée par le Nutriscore et l'ultra-transformation, s'appuie sur le classement SIGA* et l'allégation « ingrédients simples » de GOUM**.

Après avoir travaillé à catégoriser nos matières premières selon leur degré de transformation en se basant sur la classification SIGA*, notre stratégie d'impact nutritionnel s'est orientée sur la suppression des marqueurs d'ultra-transformations de catégorie 2 dans nos recettes, les plus nombreux. 2025 achève la phase de suppression des carraghénanes de nos desserts NATALI. Ainsi, sur les 43 recettes de desserts 39, soit 90.7%, n'ont plus de carraghénanes.

En parallèle, nous avons sollicité GOUM** pour l'obtention de l'allégation «ingrédients simples» sur nos recettes. La totalité des produits NATALI et NAON sont scorés annuellement.

Sur 2025, 47% des produits ont obtenu l'allégation «ingrédients simples».



IMPACT SOCIAL

Enfin l'impact social reste encore à définir. Sur 2025, nous avons travaillé la définition de l'impact social à retenir et identifier les données mobilisables pour mesurer notre impact social.

Nous sommes partis sur la définition émise en 2011 par le Conseil Supérieur de l'Économie Sociale et Solidaire (CSESS) : «L'impact social consiste en l'ensemble des conséquences (évolutions, inflexions, changements, ruptures) des activités d'une organisation tant sur ses parties prenantes externes (bénéficiaires, usagers, clients) directes ou indirectes de son territoire et internes (salariés, bénévoles, volontaires), que sur la société en général».

De cette définition, nous avons retenu l'impact social de nos produits sur la partie prenante externe : les producteurs.

Nous visons 3 impacts sociaux :

- 🍷 Une juste rémunération des producteurs grâce au commerce équitable.
- 🍷 L'installation de producteurs en AB.
- 🍷 L'action des associations pour le bien commun.

Cela va passer par l'approvisionnement de matières équitables dans nos produits et le partage du chiffre d'affaires généré par la vente de produits à des associations via le mécénat financier.

🍷 Données mobilisables sur le **COMMERCE ÉQUITABLE** : chiffre d'achat de matières premières équitables, nombre de matières premières équitables, nombre de produits labellisés équitables, prime de développement versée par matière

🍷 Données mobilisables sur l'action des associations : budget mécénat consacré par l'entreprise, résultat d'actions des associations soutenues.



*SIGA : description en annexe

** GOUM : description en annexe

NOS ENJEUX

POUR DEMAIN

Sur 2025, nous avons profité de moments clés pour interroger les parties prenantes. Nous souhaitons systématiser les recours aux parties prenantes et intégrer l'étape «avis client» une fois le produit en vente. En effet, arriver à suivre les avis clients sur les produits permet d'obtenir plus d'informations d'utilisation du produit et donc d'identifier des pistes d'amélioration. Il nous faut donc définir la méthodologie pour savoir comment mesurer et suivre les avis clients.

L'indicateur de performance sur l'impact social est à définir à partir de la définition de l'impact social que NATURE ET ALIMENTS souhaite générer.

Maintenant que le 20/80 de nos produits est scoré Planet score, il nous faut poursuivre sur le restant des produits à savoir les 20 suivants comptant dans le chiffre d'affaires.

AVIS DU COMITÉ

MISSION

Le comité de mission note que pour l'année 2025, les objectifs sont atteints voire dépassés. Nature et Aliments a surpassé la plupart des cibles de performance définies pour cet objectif, ce qui nécessite peut être de réinterroger les cibles à viser pour la suite.

Concernant l'impact environnemental, le comité de mission préconise à NATURE ET ALIMENTS de rester en veille sur l'actualité des scoring existants pour rester sur un scoring dont la méthodologie doit être robuste et scientifiquement justifiée.

OBJECTIF 2 : ACCOMPAGNER AVEC BIENVEILLANCE CHAQUE COLLABORATEUR POUR L'AIDER À SE RÉALISER ET À FAIRE GRANDIR LE COLLECTIF

Notre collectif d'entreprise s'appuie sur notre équipe de 20 salariés qui participent de façon volontaire à l'amélioration de notre fonctionnement via les groupes de travail. 7 groupes de travail existent depuis plusieurs années et sur 2025, 2 nouveaux groupes se sont créés : le groupe Plaisir et le groupe Animation Vie d'Entreprise.

Coté collaborateurs, 2 personnes ont exprimé le souhait d'arrêter leur participation sur 2025 et un appel à candidature sera proposé lors de la revue de direction de début d'année 2026.

DEMAIN

Valentine,
Sandrine, Delphine,
Frédéric et Sybille

MISSION
Répondre aux
demandes / projets du
quotidien

QVT

Magalie,
Claire, Sandrine,
Madiana et Marie

MISSION
Mettre en place la
démarche QVCT

MÉCÉNAT

Anne JOST,
Magalie, Sybille,
Barbara et Marie

MISSION
Piloter la stratégie
«Mécénat» de N&A

PLAISIR

Barbara,
Sybille, Marie et
Alizée

MISSION
Définir la notion Plaisir
et la mesurer

BIODIVERSITÉ

Cyril,
Claire et Magalie

MISSION
Mettre en place les
préconisations de la
LPO

ANIMATION VIE ENTREPRISE

Magalie,
Marie et Barbara

MISSION
Animations citoyennes,
Événements

ACHATS RESPONSABLES

Sybille, Magalie,
Barbara, Typhanie
et Cyril

MISSION
Faire vivre la charte
achats responsables
et favoriser les achats
responsables

COMITÉ RSE

Barbara,
Magalie, Marie,
Typhanie et Sybille

MISSION
Faire vivre la
certification BioED et la
démarche RSE

COMITÉ MISSION

Valérie JAOUEN,
Philippe BRISEMEUR
Antoine LEMAIRE
et Magalie JOST

MISSION
Faire vivre et
pérenniser la mission
de l'entreprise



LE GROUPE DEMAIN

Sur 2025, 4 projets ont été finalisés, 1 nouveau lancé et 1 projet est toujours en cours.

🍷 L'installation d'un lave-vaisselle sur l'espace laboratoire pour faciliter la vaisselle et permettre des économies d'eau sur le nettoyage du matériel utilisé pour les essais mais aussi pour les dégustations proposées lors des portes ouvertes.

🍷 Sur la salle mélange, l'ensemble des joints ont été refaits et le projet de résine sur le couloir de production est lancé. Cela permettra d'éviter les chutes de pleins pieds. Le groupe s'est rapproché de la CARSAT pour obtenir les résines agréées en agroalimentaires.

🍷 L'achat d'un parasol pour les tables extérieures et pouvoir profiter du cadre pour manger dehors à la pause du midi.

🍷 La mise en place de paniers de légumes et fruits biologiques livrés à la société. Malgré l'offre proposée, aucun salarié ne s'est inscrit sur le projet.

🍷 1 nouveau projet a été lancé sur 2025 : la mise à disposition d'un tapis de course pour les salariés le temps de leur pause de midi. Le projet est en cours.

🍷 Enfin 1 projet démarré en 2024 est toujours en cours : étudier un système de récupération d'eau des toilettes et un système de filtration de l'eau du robinet au réfectoire.



LE GROUPE QUALITÉ DE VIE ET CONDITIONS DE TRAVAIL (QVCT)

Sur 2025, deux projets QVCT ont été finalisés :

Le premier concerne les retours d'arrêts de longue durée avec la mise à niveau d'informations des salariés qui reviennent après un arrêt de plus de 3 mois. Un outil simple a été développé pour marquer au fur et à mesure, les changements et nouveautés qu'il y a eu dans l'entreprise durant l'absence. Un magnet blanc a été disposé sur le tableau production lorsque cela concerne un salarié production et à l'identique dans les bureaux. Testé au retour de 2 salariés en arrêt long, l'outil s'est révélé efficace et son utilisation est confirmée.

Le second concerne l'articulation vie privée/vie professionnelle.

🍷 Coté bureaux, un accord télétravail a été mis en place et les personnes ont été équipées d'ordinateurs portables pour faciliter le télétravail.

🍷 Côté production, un aménagement de l'heure de pause méridienne permet aux personnes de prendre une pause de 45 minutes pour rattraper un temps d'absence. Cet aménagement a été choisi sur le temps du midi pour ne pas rallonger les journées. En effet, la plupart des salariés en charge de récupérer les enfants à l'école/crèche ne pouvaient rester au-delà de l'heure de fin de journée de travail normale.

Un nouveau chantier a été initié en 2025 sur la transmission des savoirs en production. Identifiée, la question de la transmission des savoirs a été positionnée comme un objectif dans la mise en œuvre du dispositif régional DINAMIC+ PERFORMANCE INDUSTRIELLE.



LE GROUPE ACHATS RESPONSABLES

Sybile CHAPRON s'est formée à la fresque du commerce mondialisé** pour animer des ateliers de fresque auprès de différents publics en commençant par l'interne.

Au niveau de NATURE ET ALIMENTS, les intérêts sont multiples :

👑 Faire comprendre à chacun la genèse du commerce mondialisé (apport de connaissance), les impacts générés sur la planète et les populations.

👑 Faire germer l'idée que chacun peut agir à son petit niveau en changeant ses manières de consommer.

👑 Faire comprendre l'intérêt au niveau de l'entreprise de s'engager dans des démarches de commerce équitable.

Un atelier a été mené en interne avec 4 participants en 2025. L'idée est de relancer en 2026 avec un nouveau groupe de salariés de l'entreprise. En parallèle, Sybile CHAPRON participe avec «Faire» aux ateliers d'amélioration de la fresque, atelier de retour sur les interventions menées, les problématiques rencontrées, atelier obligatoire pour garder le statut d'animateur de la fresque (à peu près 1 / trimestre).

Sur 2025, le GT a travaillé sur les matières premières pour identifier celles qui pourraient passer sur un approvisionnement équitable. Le lait en poudre a été retenu et NATURE ET ALIMENTS s'est positionné comme porteur de projet pour mettre en place la filière lait en poudre équitable avec la coopérative BIOLAIT. Ainsi, les 10 tonnes annuelles de lait en poudre utilisées par NATURE ET ALIMENTS sont passées sous certification équitable. Un changement qui provoque un surcoût de 13.75% sur le prix d'achat du lait en poudre. Le logo équitable est inscrit sur les 3 produits ayant le plus gros volume de ventes : ferment pour yaourt brassé, ferment pour dessert fermenté au bifidus et ferment pour skyr.



**<https://www.fairequitable.org/sensibiliser-a-la-consommation-responsable/>



LE GROUPE MÉCÉNAT

Sur 2025, le groupe mécénat a défini un nouveau thème de soutien en **mécénat financier, mécénat en nature et mécénat de compétences : la précarité.**

Ainsi, **0.54% du chiffre d'affaires** a été consacré à l'action des associations et **5 projets** d'association visant à lutter contre la précarité sous toutes ses formes ont été aidés :

👑 **L'EBE l'Amarrez** qui vise à remettre en emploi des personnes éloignées de plus de 5 ans de la vie professionnelle. 20 personnes sur 2025 ont retrouvé le chemin de l'emploi grâce à l'AMARREZ.

👑 **La SAUGE** avec une action sur le jardinage avec les personnes venant en hébergement d'urgence.

👑 **TEAMS ELLES** via l'action «1 vélo = 1 emploi» qui apprend aux femmes des quartiers prioritaires à faire du vélo pour s'émanciper.

👑 **BUREAUX DU CŒUR** qui permet aux personnes en précarité de logement de trouver le temps de 6 mois un toit dans les locaux des entreprises.

👑 **LES AUTRES POSSIBLES**, qui projette une exposition photo sur les personnes isolées car en situation de précarité financière. L'exposition photo devrait se tenir sur 2026.



LE GROUPE BIODIVERSITÉ

Le GT biodiversité sur 2025 a mené le projet de plantation d'une haie sur le site de l'entreprise. Cela fait suite à une préconisation d'aménagements possibles à réaliser par la LPO44 dans le cadre de notre convention de Refuge LPO*. Le groupe a rencontré la société Orientec pour accompagner ce projet que le groupe voulait ouvert à l'ensemble des salariés. Le groupe a choisi de travailler sur la **haie nourricière**. 2 temps de préparation du sol ont été nécessaires (décompactage, pose d'une bâche) avant de prévoir la matinée de plantation lors de la journée de Noël de l'entreprise. Une haie de 40m a donc été plantée avec l'ensemble des salariés ainsi sensibilisés à l'importance de préserver les haies.





LE COMITÉ RSE

Sur 2025, le comité RSE a travaillé sur le bilan 2025 suite au dernier audit physique ayant crédité la démarche d'une note de 91%, soit 1 point supplémentaire par rapport à 2023. À partir du retour d'audit, le comité a travaillé à l'écriture de la politique RSE 2026/2030, avec la définition des nouveaux indicateurs à suivre pour ce nouveau cycle RSE.



LE GROUPE PLAISIR

Ce groupe a été mis en place en 2025, avec l'ambition de travailler sur l'objectif 5 de la mission. Le travail sera détaillé sur l'objectif 5.



LE GROUPE ANIMATION VIE D'ENTREPRISE

Ce groupe s'est constitué en 2025 suite à une demande issue du groupe QVCT pour organiser une visite pour les familles des salariés pour expliquer le métier. L'ambition de ce groupe est donc de travailler sur la marque employeur de NATURE ET ALIMENTS et l'évènement « le dimanche des familles » qui a été planifié le 27 septembre 2026 pour la première action.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

L'enjeu est de maintenir la participation des salariés dans les groupes de travail, d'assurer les renouvellements des personnes s'il y a des départs afin qu'ils restent actifs.

AVIS DU COMITÉ MISSION

Le comité de mission félicite NATURE ET ALIMENTS sur l'atteinte de cet objectif. Le taux de participation des salariés montre que le collectif de l'entreprise grandit et fourmille de projets pour servir l'activité de NATURE ET ALIMENTS permettant la réalisation de nombreux projets.

OBJECTIF 3 : TOUJOURS CONTRIBUER À LA CONSTRUCTION D'UNE FILIÈRE BIOLOGIQUE RESPECTUEUSE DE L'HOMME ET DE LA PLANÈTE

Cet objectif militant pour NATURE ET ALIMENTS s'appuie sur la présence des dirigeantes dans les instances reconnues par la profession pour défendre une agriculture biologique (SYNABIO/ITAB*) et le commerce équitable (BIOPARTENAIRE**), donc une consommation biologique respectueuse de l'Homme (rémunération juste, conditions de travail sans utilisations d'intrants chimiques, consommation plus saine) et de la Planète (une production et transformation ayant des impacts négatifs limités).

Au Synabio, outre le fonctionnement de l'association, Magalie JOST a suivi les dossiers relatifs à l'affichage environnemental, l'ultra transformation et la réglementation européenne sur les nouveaux OGM (NGT). Cela s'est concrétisé en 2025 par la participation aux notes de positions publiques sur les 3 sujets de la part du SYNABIO. Sur 2025, Sybille CHAPRON en plus du temps consacré au fonctionnement de l'association, a participé à 3 comités de labellisation sur de nouveaux adhérents ou filières équitables. En parallèle, cet objectif se veut représenter le critère militant de NATURE ET ALIMENTS pour toujours défendre une consommation biologique, d'où le relais d'informations, de position via le réseau LinkedIn pour Magalie JOST et Sybille CHAPRON.

Sur 2025, ce sont plus de 200 heures de bénévolat donné par Magalie JOST et Sybille CHAPRON et plus d'une dizaine de posts linkedin écrits sur les enjeux de la consommation biologique.



Magalie Jost • Vous
Co-dirigeante chez NATURE ET ALIMENTS Entreprise à Mission, Milit...
8 mois • Modifié •

Une expérimentation dans le Doubs sur les pratiques agricoles 100% gagnante : « le coût de traitement des pesticides revient à 60 centimes le m3. Les paiements environnementaux sont moins coûteux. », selon l'Agence de l'Eau...

- moins de pesticides à utiliser par les agriculteurs,
- plus de biodiversité sauvegardée,
- un coût de l'eau moins élevé pour les citoyens

-> de l'argent public utilisé pour l'intérêt général de façon Responsable ET durable

Mais que font nos ministres **Annie Genevard** et **Agnès Pannier-Runacher** Plutôt que de soutenir la Loi Duplomb, il faut appuyer la solution pour pérenniser et dupliquer ce type d'expérimentation!

SYNABIO
Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB)
La Maison de la Bio
Marie Pochon Benoît Biteau

Les paiements pour services environnementaux « moins coûteux que le traitement des pesticides », selon GBM



Plusieurs agriculteurs engagés dans les PSE sont situés dans la zone d'alimentation de la source d'Archie qui alimente le Vieux Doubs en eau potable. Photo: Laurent Lancel

« On ne peut pas travailler sur la qualité de l'eau en laissant les pesticides agir. »

« On ne peut pas travailler sur la qualité de l'eau en laissant les pesticides agir. »

« On ne peut pas travailler sur la qualité de l'eau en laissant les pesticides agir. »

*SYNABIO : Syndicat National des Entreprise biologiques qui regroupe 200 entreprises bios. ITAB : Institut technique de l'Agriculture Biologique

**BIOPARTENAIRE : association non lucrative créée en 2002 par des entrepreneurs.e.s pionniers de la bio ; l'association gère le label bioéquitable BIOPARTENAIRE® selon quatre principes conformes à nos valeurs : démocratie, transparence, engagement et dialogue.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

Notre objectif de demain, consiste en la poursuite de notre engagement pour porter des positions en faveur de l'agriculture biologique et de communiquer au travers du réseau professionnel linkedin nos positions.

AVIS DU COMITÉ MISSION

Pour le comité mission, l'objectif 3 est atteint. L'objectif repose sur l'engagement militant des dirigeantes au sein d'instances professionnelles. Ainsi, cet engagement participe à l'influence et au plaidoyer d'une bio exigeante, assure une visibilité sur ces sujets et cherche à agir sur les filières.

Le comité propose de réfléchir à des indicateurs qui valorisent plus l'impact recherché par cet objectif.

OBJECTIF 4 : PARTAGER NOS RESSOURCES AFIN DE SOUTENIR DES ACTIONS SOCIALES, CULTURELLES ET ENVIRONNEMENTALES PARTICIPANT AU MIEUX VIVRE ENSEMBLE

Sur les projets identifiés, 3 sont à suivre sur 3 ans pour mesurer l'impact du mieux vivre ensemble. 3 conventions de mécénat ont été signées pour encadrer le mécénat financier et les données à remonter pour connaître l'impact des 3 projets.



ENTREPRISE NOURRICIÈRE

Ce projet novateur est porté par un collectif rassemblant différents acteurs du territoire et ayant l'objectif de permettre d'introduire dans l'aide alimentaire des légumes frais, cultivés selon le référentiel d'Agriculture Biologique et produits sur du foncier d'entreprise. Pour NATURE ET ALIMENTS, l'accès à une consommation biologique doit se faire auprès de tous les publics, c'est pour cela que ce projet s'insère complètement dans l'objectif 4 de sa mission.

Sur 2025, nous avons mené 2 actions : présenter le projet sur le trophée « Local et Engagé » de la coopérative U Ouest pour obtenir une aide financière sur des projets du territoire mis en place par leurs fournisseurs. Malheureusement notre projet n'était pas assez engagé pour être lauréat. Puis nous avons témoigné auprès de développeurs économiques de Nantes Métropole pour trouver une seconde entreprise du territoire métropolitain pour lancer le projet. Cette dernière action a permis aux développeurs économiques de présenter à leur tour le projet aux entreprises et c'est ainsi que l'entreprise Tallineau Emballages, basée à Vertou a rejoint le projet.

Décembre 2025, lancement du projet par les analyses de sol pour chacune des entreprises : pas de pollution aux métaux lourds, les travaux de décomptage du sol pourront commencer sur 2026.

NATURE ET ALIMENTS a soutenu l'ingénierie de ce projet depuis 2024 en versant 10 000€ dont les dépenses couvrent 2 années (5000€ pour 2024 et 5000€ pour 2025).



TERRITOIRE ZÉRO CHOMEURS

En 2025, NATURE ET ALIMENTS a participé pleinement au projet en rejoignant le Conseil d'Administration de l'Entreprise à But d'emploi l'Amarrez. Ainsi sur 2025, 20 personnes ont contractualisé un CDI leur permettant un retour à l'emploi suite à une longue période de chômage (>5ans). Ce projet permet à NATURE ET ALIMENTS de faire appel à l'Amarrez sur des besoins non pourvus car trop petits en volume : tee-shirts de production via des tee shirts de seconde main, mais aussi des pièces en tissu utilisées sur les machines de production.

NATURE ET ALIMENTS impliquée dans 3 projets territoriaux :

- 👑 Entreprise Nourricière : 2^{ème} entreprise trouvée
- 👑 Territoire Zéro chômeurs : 20 CDI créés
- 👑 Projet Rayo'Nantes : 14 femmes formées à l'utilisation du vélo

Soutien financier sur les 3 projets sur 2025 : 8 000€



PROJET 1 VÉLO = 1 EMPLOI

Ce projet résonne pour NATURE ET ALIMENTS qui fait la promotion de la mobilité douce auprès des collaborateurs. Depuis 2024, des vélos de fonction sont proposés aux salariés pour faire le trajet domicile/travail. Ecologique et économique, le vélo est un mode de déplacement « santé » : (d'après l'OMS, 30 minutes de vélo ou de marche quotidienne diminuent de 20 % le risque de maladie (cardio-vasculaire, cancer, diabète...). C'est moins de stress : finis les embouteillages, les tensions au volant, les soucis de stationnement... Enfin, c'est plus économique : le coût moyen d'un vélo classique s'élève en 2024 à un peu plus de 600 euros, vite rentabilisé sans coûts de carburant. L'objectif national 2030 est que les déplacements vélo travail/domicile soit de 12 % contre 3 % aujourd'hui.

«1vélo = 1 emploi» est un projet innovant qui a pour ambition de **favoriser l'émancipation des femmes** tout en promouvant la mobilité à vélo. Le programme combine apprentissage du vélo, mécanique, et connaissances du Code de la route, avec un éventail d'ateliers visant à développer des compétences essentielles pour l'emploi.

Les temps forts du projet comprennent :

- 🧡 L'initiation au vélo : 18 séances, soit 23 heures au total, consacrées à la pratique du vélo, à la mécanique, et à l'apprentissage du Code de la route. Ces ateliers renforcent la confiance des participantes dans leurs compétences à vélo tout en développant leur indépendance et leur mobilité.
- 🧡 L'orientabilité urbaine : Des séances pour apprendre à se repérer dans la ville, facilitant ainsi les déplacements quotidiens.
- 🧡 L'éloquence et la prise de parole : Des ateliers visant à améliorer la capacité à s'exprimer en groupe et à prendre la parole en public.
- 🧡 Sensibilisation à l'égalité femmes/hommes : Un volet essentiel pour promouvoir l'égalité des sexes dans tous les aspects de la vie.
- 🧡 Préparation à l'emploi : Des sessions dédiées à la rédaction de CV et à la préparation aux entretiens d'embauche, permettant aux participantes de renforcer leurs chances sur le marché du travail.
- 🧡 Visite d'entreprise : Une opportunité de découvrir le monde professionnel par une visite de l'entreprise MFC à Machecoul.

Sur 2025, le conseil d'administration de Nature et Aliments s'est posé la question d'augmenter son impact. Une réflexion a été initiée pour créer une fondation actionnaires. Une sensibilisation des membres du chiffre d'affaires a été réalisée avec le cabinet Prophyl.

NOS ENJEUX

POUR DEMAIN

Continuer à s'investir sur ces 3 projets sur 2026 et 2027 :

- mettre en culture les sols de NATURE ET ALIMENTS pour ainsi produire des références techniques afin que le modèle d'Entreprise Nourricière puisse se multiplier sur d'autres territoires et fournir des légumes frais et cultivés selon le référentiel Agriculture Biologique aux populations en précarité alimentaire. Enfin, savoir combien de familles ont pu bénéficier des légumes frais et cultivés sans intrants chimiques.

- stabiliser voire augmenter le nombre de personnes remis en emploi sur le territoire via le projet Territoire Zéro Chômeurs.

- former et émanciper des femmes par la conduite du vélo via le programme «1 vélo = 1 emploi».

Faire acter par le conseil d'administrateur une étude de faisabilité pour la mise en place d'une fondation actionnaire.

AVIS DU COMITÉ

MISSION

Le comité de mission félicite NATURE ET ALIMENTS pour le recentrage de cet objectif sur des projets identifiés sur une action de long terme et estime que l'objectif pour 2025 est atteint. Tout comme l'objectif 3, le comité de mission propose de réfléchir aux indicateurs d'impact sur cet objectif.

OBJECTIF 5 : GÉNÉRER DU PLASIR PAR NOS PRODUITS, NOS ACTIONS ET NOS MODES DE FONCTIONNEMENT

Le groupe de travail « Plaisir » 2025 a travaillé à l'élaboration d'un référentiel du plaisir, sur lequel reposera le questionnaire d'évaluation du plaisir qui sera ensuite mis en œuvre.

Un brainstorming a été réalisé avec l'ensemble des salariés pour définir le référentiel plaisir lors de la journée d'entreprise de juin.

Le groupe de travail a ensuite mis au point les grilles du questionnaire et les cibles visées par l'objectif 5 : salariés, consommateurs et clients professionnels, ainsi que le rétroplanning de lancement des questionnaires.



- 👑 1 brainstorming sur la notion de plaisir
- 👑 1 grille d'évaluation du plaisir /cible
- 👑 Un planning pour déployer les questionnaires Plaisir

NOS ENJEUX

POUR DEMAIN

Lancer les questionnaires en fonction des cibles identifiés pour ensuite définir l'indicateur plaisir associé et la cible à atteindre.

AVIS DU COMITÉ

MISSION

Le comité mission constate les avancées réalisées sur cet objectif 5, qui demeure le plus complexe de la mission. Contrairement aux années précédentes (2022-2024), l'année 2025 a marqué une étape importante avec la concrétisation des fondations permettant sa mise en œuvre.

Cette évolution conduit toutefois à s'interroger sur la pertinence de maintenir cet engagement comme un objectif distinct. En effet, la notion de plaisir constitue une dimension recherchée de manière transversale dans l'ensemble des objectifs portés par l'entreprise.

Le comité mission souhaite ainsi réexaminer cet objectif en revenant à son intention initiale et aux raisons qui ont conduit NATURE ET ALIMENTS à en faire un objectif spécifique à part entière. Cette réflexion permettra de déterminer si cet objectif conserve une valeur singulière au regard de la mission ou s'il gagnerait à être intégré de manière plus explicite dans les autres objectifs de l'entreprise.

CONCLUSION

Ces premières années de vie d'Entreprise à mission nous ont montré qu'il faut **expérimenter, se questionner, tester** pour bien déterminer les fondations des actions à engager afin d'engendrer de l'**impact positif**. Il faut aussi rester humble car l'impact sera à la mesure des moyens que l'on sera capable d'allouer.

Ces années sont aussi pour le comité de mission, un temps de compréhension, de conseils et de challenge pour provoquer l'impact positif.

L'enjeu principal pour la société à mission est la mesure d'impact. Quel(s) impact(s) positifs est (sont) réalisé(s) par NATURE ET ALIMENTS?

Nos défis pour les années à venir sont de passer d'objectifs de moyens à des objectifs d'impacts, de statuer sur la pertinence, de faire de l'objectif 5 un objectif à part entière ou à insuffler dans les autres objectifs.

IMPACT RECHERCHE	Indicateurs de suivi									
	2022		2023		2024		2025		2026	
	Cible / Objectif	Résultat	Cible / Objectif	Résultat	Cible / Objectif	Résultat	Cible / Objectif	Résultat	Cible / Objectif	Résultat
CO CONSTRUCTION DES PRODUITS AVEC NOS PARTIES PRENANTES			OBJ DE MOYEN définir les étapes et les parties prenantes définir un objectif de performance	faits	OBJ PERFORMANCE 80%	75,00%	OBJ PERFORMANCE 80%	87,50%	OBJ PERFORMANCE 80% OBJ MOYEN définir la méthodologie pour suivre les avis clients Intégrer l'avis client dans les étapes de co construction	
IMPACT ENVIRONNEMENTAL POSITIF DE NOS PRODUITS	PLANET SCORE 60% des produits scorés	23,1%	PLANET SCORE 60% des produits scorés	38,96%	60% du 20180 scorés PLANET SCORES	100,00%	80% des produits du 20180 SCORES ont un score A ou B	100%	80% des produits du 20180 SCORES ont un score A ou B	
	TAUX PRODUITS EMBALLAGE CYCLE PACK 30% A 2025		TAUX PRODUITS EMBALLAGE CYCLE PACK 30% A 2025	24,03%	TAUX PRODUITS EMBALLAGE CYCLE PACK 30% A 2025		TAUX PRODUITS EMBALLAGE CYCLE PACK 30% A 2025	34,39%	OBJ MOYEN mettre en place test vieillessement pour valider l'emballage quand il y a doute OBJ PERFORMANCE 100% des produits pouvant passer sous cycle pack à 2030	
IMPACT NUTRITIONNEL POSITIF DE NOS PRODUITS	OBJECTIF DE MOYEN catégoriser les matières OBJ PERFORMANCE 53% des recettes existantes et nouvelles sans MUT2	obj moyen : ok obj perf : 49,61%	53% des recettes existantes et nouvelles sans MUT2	52,00%	53% des recettes existantes et nouvelles sans MUT2	56,41%	53% des recettes existantes et nouvelles sans MUT2	65,04%		
					OBJS DE MOYEN 1-visio avec GOURM pour comprendre le fonctionnement 2-scorer l'ensemble des recettes pour définir un obj de performance via GOURM	faits	60% des produits ont l'allégation "ingrédients simples" à 2030	47%	OBJ MOYEN afficher l'allégation "ingrédients simples" sur la boutique en ligne OBJ PERFORMANCE 60% des produits ont l'allégation "ingrédients simples" à 2030	47%
									OBJ MOYEN systématiser le NUTRISCORE sur les fiches techniques des produits	
IMPACT SOCIAL POSITIF DES NOS PRODUITS							OBJECTIFS DE MOYEN définir l'impact social que cherche à générer NATURE ET ALIMENTS lister les critères existants chez NATURE ET ALIMENTS pour entrer dans la définition de l'impact social	fait		

Indicateurs de suivi										
IMPACT RECHERCHE	2022		2023		2024		2025		2026	
	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat
Instituer une prise de décision collective sur les projets de l'entreprise	réalisation de projets OUI	pour informer les personnes au retour d'une longue absence -GT demain : 15 projets lancés, 5 finis et 10 en cours fin 2022 -GT QVCT : 1 chantier lancé -GT achats responsables : pas actif sur 2024 -GT mécénat : 6 demandes de mécénat financier -GT comité RSE : suivi de la politique RSE 2021-2025 et retour d'audit documentaire -GT comité mission : 3 réunions	réalisation de projets OUI	pour informer les personnes au retour d'une longue absence -GT demain : 4 nouveaux projets, 4 projets finis et 6 projet en cours -GT QVCT : 1 nouveau chantier et 2 chantiers finis -GT achats responsables : pas actif sur 2024 -GT mécénat : 13 demandes de mécénat financier (dont 5 refusées) et 2 demandes de sponsoring traitées et 2 actions de mécénat de compétences proposées -GT comité RSE : suivi de la politique RSE 2021-2025 et retour d'audit physique -GT comité mission : 3 réunions	réalisation de projets OUI	pour informer les personnes au retour d'une longue absence -GT demain : 13 nouveaux projets, 12 projets terminés et 5 en cours -GT QVCT : 3 nouveaux chantiers lancés et 0 finis -GT achats responsables : pas actif sur 2024 -GT mécénat : 13 demandes de mécénat financier (dont 5 refusées) et 2 demandes de sponsoring traitées et 3 actions de mécénat de compétences proposées -GT comité RSE : suivi de la politique RSE 2021-2025 et retour d'audit documentaire -GT comité mission : 3 réunions sur 2025 réalisées	réalisation de projets OUI	-GT biodiversité : plantation d'une haie dans l'enceinte de l'entreprise avec l'ensemble des équipes -GT QVCT : 2 nouveaux projets lancés et 3 chantiers finis -GT demain : 1 nouveau projet, 4 finis en 2025 et 2 en cours -GT achats responsables : freque du commerce international et formation de Laure, François et Claire sur la charte achats responsables chez NATURE ET ALIMENTS -GT mécénat : 11 demandes de mécénat et 2 demandes de sponsoring traitées et 2 actions de mécénat de compétences proposées -GT comité RSE : politique RSeE2026-2030 écrite, revue des indicateurs 2026-2030 faite -GT comité mission : 3 réunions sur 2025 réalisées -GT Plaisir : nouveau groupé créé en 2025 pour travailler sur l'objectif 5 de la mission et permettre de mesurer le plaisir générer par les produits, les actions et modes de fonctionnement -GT Animation de la vie en entreprise : groupe créé en 2025 pour proposer des actions citoyennes, événements pour plus de cohésion	réalisation de projets OUI	
	taux de participation des salariés dans les groupes de travail > 50%	54%	taux de participation des salariés dans les groupes de travail > 50%	58%	taux de participation des salariés dans les groupes de travail > 50%	63%	taux de participation des salariés dans les groupes de travail > 50%	75%	taux de participation des salariés dans les groupes de travail > 50%	

IMPACT RECHERCHE	Indicateurs de suivi									
	2022		2023		2024		2025		2026	
	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat
Défendre une consommation biologique exigeante, cohérente et durable	NOMBRE DE MANDANTS 3		NOMBRE DE MANDANTS 3		NOMBRE DE MANDANTS 3		PARTICIPATION AUX NOTES DE POSITION 3	oui -NP sur l'ultratransformation -NP sur le Planet Socre -courrier collectif européduptés sur les NGT	PARTICIPATION AUX NOTES DE POSITION	
							redaction posts linkedin	oui -pratiques agricoles à encourager -projet européen de dérégulation des OGM -relai de résultats d'études scientifiques sur les externalités + de la bio -position sur l'ultratransformation limitée en AB	redaction posts linkedin	

IMPACT RECHERCHE	Indicateurs de suivi									
	2022		2023		2024		2025		2026	
	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat
Emergence de projets associatifs permettant le mieux vivre ensemble			definir projets associatifs permettant le mieux vivre ensemble	projets identifiés : Entreprise Nourricière / Entreprise à But d'Emploi /Bureaux du Cœur/ projet RayonNantes	choix des projets associatifs permettant le mieux vivre ensemble sur lesquels s'impliquer	3 projets identifiés : Entreprise Nourricière / Entreprise à But d'Emploi /RayoNantes	Entreprise Nourricière : démarrage projet EBE: remise en 20 salariés en CDI RayoNantes :	Entreprise Nourricière : lancement projet sur décembre 25 EBE: 25 salariés en CDI RayoNantes : 14 femmes sur le programme (3 sessions dont 1 annulée)	Entreprise Nourricière : mise en place des cultures, construction des références techniques, récolte de légumes EBE: maintenir l'effectif conventionné sur 2026 RayoNantes : 4 sessions de 7 inscrites soit 28 femmes sur le programme	
							sensibiliser le conseil d'administration sur les fondations actionnaires	soirée Prophit sur les fondations actionnaires	acter en AG NATURE ET ALIMENTS la création de la Fondation Actionnaires	

Indicateurs de suivi										
IMPACT RECHERCHE	2022		2023		2024		2025		2026	
	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat	Cible	Résultat
Générer du plaisir à manger nos produits, à travailler chez Nature et Aliments et à travailler avec Nature et Aliments	METTRE EN PLACE UN GT PLAISIR	NON FAIT	METTRE EN PLACE UN GT PLAISIR	NON FAIT	METTRE EN PLACE UN GT PLAISIR	NON FAIT	METTRE EN PLACE UN GT PLAISIR	FAIT	TEST QUESTIONNAIRE SALARIES	
	BRAINSTORIMNG EQUIPE	NON FAIT	BRAINSTORIMNG EQUIPE	NON FAIT	BRAINSTORIMNG EQUIPE	NON FAIT	BRAINSTORIMNG EQUIPE	FAIT	TEST QUESTIONNAIRES CONSOMMATEUR	
	CALENDRIER DE MESURE DU PLAISIR / CIBLE	NON FAIT	CALENDRIER DE MESURE DU PLAISIR / CIBLE	NON FAIT	CALENDRIER DE MESURE DU PLAISIR / CIBLE	NON FAIT	CALENDRIER DE MESURE DU PLAISIR / CIBLE	FAIT	DEFINIR INDICATEUR PERFORMANCE SALARIES ET CONSO	

ANNEXES



NOTATION SIGA

La notation SIGA a été développée en 2017 par une équipe de chercheurs brésiliens. Elle se base sur 3 critères :

- le degré de transformation des aliments
- le risque des ingrédients et additifs contenus dans le produit
- les seuils nutritionnels comme le gras, le sel ou les sucres présents dans le produit.

La notation va de 1 à 7 et se divise en 3 grands groupes :

- Groupe A (scores 1 et 2) : aliments peu ou pas transformés
- Groupe B (scores 3 et 4) : aliments transformés
- Groupe C (scores 5, 6 et 7) : aliments ultra-transformés.

Les aliments ultra-transformés (scores 5, 6 et 7) comprennent au moins un marqueur d'ultra-transformation (MUT) dans la liste de leurs ingrédients. Il s'agit d'un additif ou d'un ingrédient qui a subi ou qui a été obtenu par d'intenses transformations physiques, chimiques ou biologiques par des procédés industriels (purification, extraction, synthèse chimique, chauffage à très haute température, etc.), diminuant ainsi son potentiel santé.



GOUM

GOUM est une structure privée dont le manifeste repose sur l'élimination de l'ultra transformation. GOUM a développé un calculateur qui détecte automatiquement les ingrédients pouvant être considérés comme ultra-transformés (dits IUT) d'après le cahier des charges GOUM.

Ainsi on peut, par recette, savoir comment sont classés les ingrédients par rapport à l'ultra transformation en se basant sur 5 niveaux d'évaluations, permettant de savoir quels axes sont à travailler pour diminuer l'ultra transformation des produits. Lorsque les produits sont conformes ils peuvent utiliser l'allégation «ingrédients simples», valorisables sur pack ou outils de communication. Pour NATURE ET ALIMENTS cette valorisation sera mise en avant sur la boutique en ligne pour les produits concernés.

5 NIVEAUX D'ÉVALUATIONS

	Nb d'IUT BANNIS	Nb d'IUT À VÉRIFIER(1)
CONFORME	0	0
À VÉRIFIER (statut temporaire)	0	>= 1
NON CONFORME NIV 1	1	
NON CONFORME NIV 2	2-3	présence possible
NON CONFORME NIV 3	>3	

(1) ou d'ingrédients composés non détaillés

Un outil BtoB d'évaluation en 5 niveaux :

- ↑ opérationnel
- ↑ transparent
- ↑ granulaire

ANNEXES

LE PROGRAMME REFUGE LPO

Le programme Refuge LPO est un programme de mobilisation des citoyens : depuis plus de 100 ans, il vise à accompagner et engager chacun à l'action en faveur de toute la biodiversité ! Un Refuge LPO est un terrain privé (petit ou grand jardin...) ou public (parc, espace vert, sentier...) sur lequel le propriétaire ou gestionnaire s'engage moralement à accueillir, protéger et favoriser la nature selon les principes de la Charte Refuges et des 15 gestes favorables à la biodiversité qui découlent de cette Charte.

La Charte Refuges LPO engage moralement le propriétaire ou le gestionnaire du terrain à protéger la nature sur celui-ci.

En créant un « Refuge LPO », je suis volontaire pour accueillir, protéger et favoriser la nature chez moi. Pour cela, j'exclus la chasse et la pêche et je m'engage à :

- Créer les conditions propices à la vie du sol, de la faune et de la flore sauvages.
- Préserver mon Refuge de toutes les pollutions.
- Réduire mon impact sur l'environnement.

Les gestes Refuges favorables pour faire de votre espace un lieu accueillant pour la biodiversité :



Aujourd'hui le programme Refuges LPO c'est :

- Plus de 59 000 Refuges LPO partout en France soit plus de 68 000 hectares d'espaces préservés pour la nature.

Plus de :

- 53 400 jardins et balcons de particuliers
- 4 800 établissements
- 890 collectivités
- 400 entreprises

NATURE ET ALIMENTS

Cultiver curiosité et créativité pour toujours défendre une
consommation biologique porteuse d'engagements
humanistes et écologiques, source d'épanouissement

**3 RUE NICOLAS APPERT
PÔLE AGROPOLIA
44400 REZÉ**

**02.40.73.65.97
WWW.NATURE-ALIMENTS.COM**

