



L'avenir est agricole. Cultivons-le.

Plateforme de financement
dédiée à la transition agricole et
alimentaire.

NOTRE HISTOIRE

2010

CONSTATS ET IDÉE

→ Le constat de l'importance de transformer le secteur du financement de l'agriculture pour accompagner les transitions de la thématique ET de la nécessité de reconnecter les citoyens à l'agriculture et donc à leur alimentation.

→ L'idée de créer une plateforme de financement pour permettre aux personnes physiques et morales de s'engager dans la transition agricole.



2018

DIVERSIFICATION

- Lancement en Belgique
- 1^{ère} collecte financée en France, en prêt rémunéré
- 100 000 membres

2013

DÉCLIC

Prise de décision de tout quitter pour fonder MiiMOSA

2017

CONFIRMATION

- Premier partenariat avec un acteur privé qui s'engage et co-finance des projets
- Près de 1 000 projets accompagnés en 3 ans

2019

STRUCTURATION

- 1^{ère} collecte financée avec comme co-financeur une personne morale
- Lancement d'une collecte record de 800 000 €
- Top 100 des startups dans lesquelles investir par Challenges
- 10 millions d'euros de financement en 1 an !

2014

GRAND SAUT

Signature des statuts



2015 & 2016

LANCEMENT ET PREMIERS PAS

- 1^{ère} collecte financée en France, en don avec contrepartie
- 100^{ème} projet accompagné et 1^{er} million d'euros de financement
- MiiMOSA lauréat du 1^{er} grand concours national de Google - Moteur de Réussites Françaises
- Arrivée des premiers salariés

2020

ACCÉLÉRATION

- La crise sanitaire place l'agriculture au cœur des débats sociétaux, MiiMOSA bat des records : 40 millions d'euros de financement en 5 ans !
- 150 000 euros collectés pour offrir des repas aux soignants avec le Collectif Solidaire
- 1^{er} rapport d'impact
- 1^{ère} campagne de marque



Notre manifeste

Chez MiiMOSA, nous sommes convaincus que la transition agricole est la solution pour résoudre à la fois les enjeux alimentaires, climatiques, sanitaires et énergétiques.

Vision

Notre ambition est de **permettre à chacun – porteurs de projets, citoyens et entreprises – de participer à la transition agricole.**

Ambition

Concrètement, à travers notre plateforme de financement, **on recrée du lien entre le monde agricole et l'ensemble de la société pour que chacun contribue à cette transition.**

Mission

On accompagne les porteurs de projet et on facilite leur rencontre avec les citoyens et les entreprises qui veulent donner du pouvoir à leur argent et **avoir un impact positif sur l'agriculture, la société, la planète... La vie !**

Promesse

Nous sommes guidés par **la passion, la transparence, la simplicité et le sens du collectif pour fédérer une communauté aussi diversifiée qu'engagée.** On ne change pas le monde tout seul, mais chaque projet et chaque contribution y participe.

Valeurs

L'avenir est agricole. Cultivons-le.

Raison d'être

Une agriculture de moins en moins présente

L'agriculture pèse pour moins de 2 % du PIB



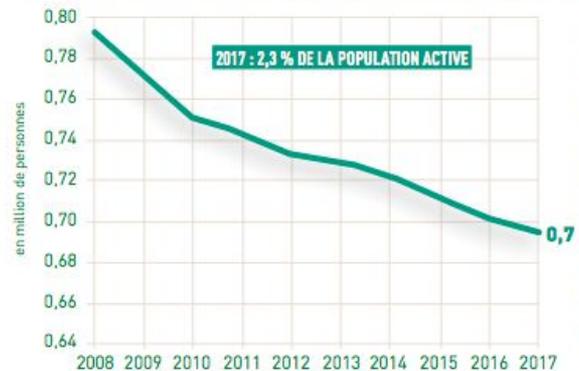
Part de l'agriculture dans le PIB (en %)

Chambres d'agriculture - Études économiques

Source : la Banque mondiale

Le secteur agricole n'occupe désormais qu'une place marginale dans l'économie française, à l'image de la plupart des pays du monde. Il faut toutefois nuancer ce constat en soulignant le rôle décisif du secteur agricole français dans le maintien de l'autosuffisance alimentaire et dans les échanges extérieurs, ainsi qu'en matière de dynamisme territoriale.

Longue érosion de la population active agricole



La baisse des effectifs agricoles se poursuit de façon régulière. Si on ajoute les industries agroalimentaires, la sylviculture et la pêche, le secteur représente 1,4 million d'emplois, soit 5,3 % de la population active.

Population active agricole

Chambres d'agriculture - Études économiques

Source : INSEE

Des agriculteurs de moins en moins nombreux



La baisse des effectifs d'agriculteurs est régulière depuis les années 1970, selon les Recensements Agricoles décennaux. Elle se ralentit en fin de période.

* Taux de variation intercensitaire

Nombre total d'exploitations agricoles en France métropolitaine

Chambres d'agriculture - Études économiques

Source : Agreste

LA CROIX

Accueil > Débats > Forum et débats

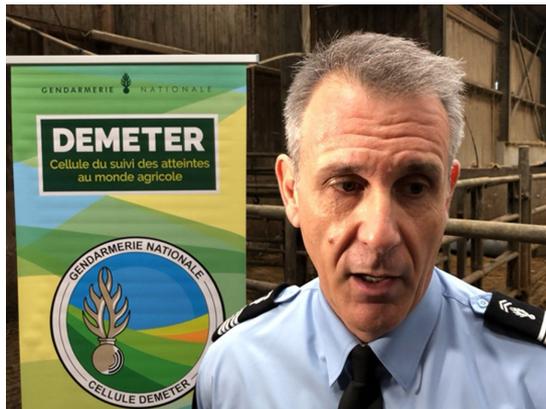
La France aime-t-elle toujours ses agriculteurs ?

Débat « L'agriculture vous tend les bras » est le thème du 57^e Salon de l'agriculture qui a ouvert le samedi 22 février, porte de Versailles à Paris, et se tient jusqu'au dimanche 1^{er} mars. Une manière pour le monde agricole de se réconcilier avec le grand public ? Ou de signifier le lien indéfectible qui lie les citoyens et leurs terroirs ?

20
minutes

« Agribashing » : « Le problème, c'est la déconnexion entre la population et la campagne », déplorent les paysans

VOUS TEMOIGNEZ Le fossé entre le monde rural et le reste de la société vous inquiète



Le suicide chez les agriculteurs

Les agriculteurs se suicident
20 à 30 fois plus
que les autres catégories professionnelles

2^e cause de décès, après le cancer

Un agriculteur se suicide
tous les 2 jours en France



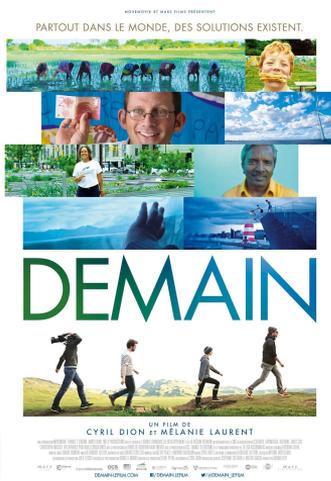
4 sur 5 sont des hommes

Les agriculteurs les plus touchés :

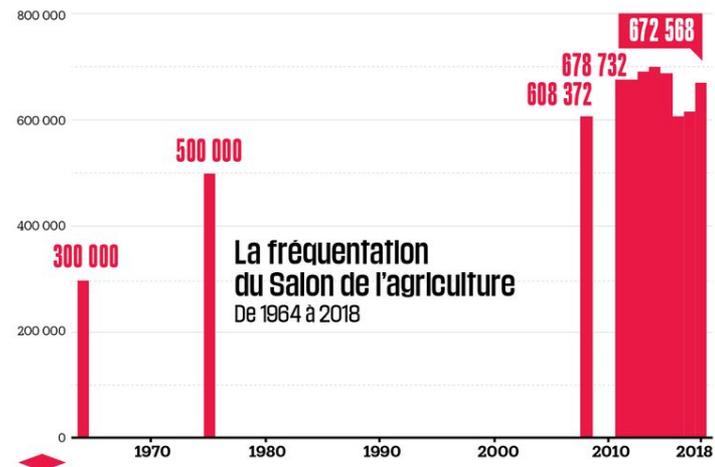


Et pourtant...

Sur les écrans



Sur les événements



Source : Libération

Sur les réseaux

- Sur Youtube : l'audience des 20 principales chaînes d'agriculteurs a augmenté de 120% entre 2017 et 2019 (source : [Ouest France](#))
- Sur Twitter : plus de 900 agriculteurs se sont réunis sous le label France Agri Twittos : 11 000 abonnés.

Les Echos

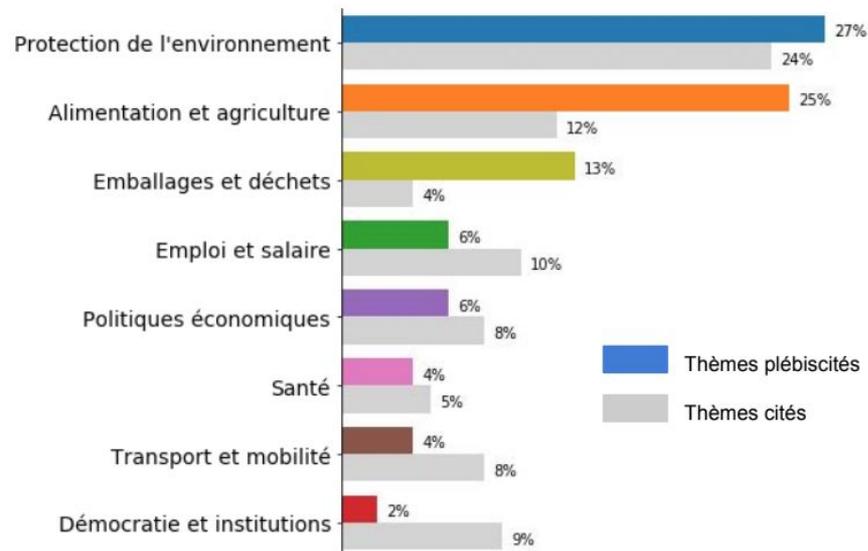
Confinement : pourquoi il n'y a pas eu de pénurie alimentaire

L'OBS

« Allez dans les champs ! » : l'appel du gouvernement pour aider les agriculteurs

Le ministre de l'Agriculture a lancé ce mardi « un appel à l'armée de l'ombre des hommes et des femmes », qui « n'ont plus d'activité », pour aider les agriculteurs, privés de main-d'œuvre à cause de la crise du coronavirus.

Thèmes plébiscités Ce sur quoi les citoyens sont d'accord (% des propositions déposées)



Nos offres de financement

Don avec contrepartie ou prévente

Une collecte de fonds en échange de contreparties (pré-ventes, produits, expériences, séjours à la ferme...)

- A partir de : **1 000€**
- Collecte max : **150 000€**
- Collecte moy : **6 500€**
- Durée moy : **30 jours**
- Taux de succès : **85%**

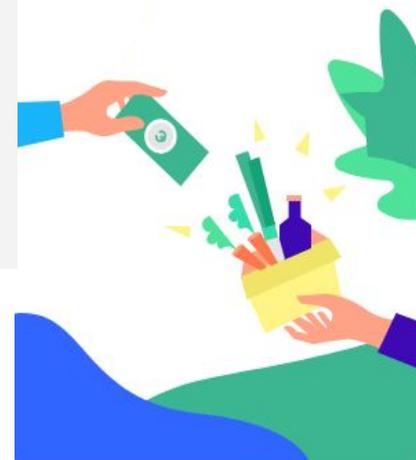
[Découvrir nos projets en don](#)

Prêt rémunéré

Un emprunt simple et rapide sans garantie et caution personnelles (taux d'intérêt à partir de 2%)

- A partir de : **15 000€**
- Collecte max : **3m€**
- Collecte moy : **300 000€**
- Durée moy : **15 jours**
- Taux de succès : **100%**

[Découvrir nos projets en prêt](#)



Nos chiffres clés

6 ans

d'existence en
France et Belgique

30

personnes
passionnées

3 800

porteurs de projets
accompagnés

150

nouveaux projets en
ligne chaque mois

40 m€

collectés auprès des
citoyens et entreprises

280 000

membres actifs et
engagés

20%

des projets soutenus
par des entreprises

40

entreprises partenaires
de MiiMOSA

Nos impacts clés

62%

des agriculteurs ont financé
leur projet de transition
agroécologique

53%

des porteurs ont créé
(ou vont créer) des emplois
suite à leur collecte

57%

des porteurs ont eu accès
à de nouvelles opportunités
professionnelles

95%

des contributeurs considèrent que
MiiMOSA a un impact concret sur la
transition agricole et alimentaire

93%

des contributeurs considèrent que
MiiMOSA contribue à résoudre les
défis du XXIème siècle

97%

des contributeurs se sentent fiers
d'avoir participé à un projet



Une attente des consommateurs

87%

sont sensibles à l'environnement et sont prêts à changer leurs habitudes

77%

favorisent les produits locaux aussi souvent que possible

73%

se sentent concernés par le bien-être animal

71%

attendent des marques qu'elles agissent en toute transparence

68%

sont prêts à payer plus pour une marque qui rémunère mieux les petits producteurs

57%

ne font plus confiance dans ce qu'ils ont dans leur assiette

Traduite par la "RSE 2.0"

RSE 1.0 "less bad"

- Philanthropie
- éco-efficacité
- conformité réglementaire
- reporting

= une approche "défensive" visant à minimiser les impacts négatifs

RSE 2.0 "more good"

- Offre
- modèle économique
- raison d'être

= une approche intégrée à la stratégie permettant une différenciation de la marque

UTOPIES®



Les réponses de la filière

Ben and Jerry's



Ice Cream

Burlington, Vermont
United States
www.benjerry.com

About Ben & Jerry's

Ben & Jerry's produces a wide variety of super-premium ice creams and ice cream novelties, using high-quality ingredients including milk and cream from family farmers who do not treat their cows with the synthetic hormone rBGH. Ben and Jerry's products are distributed nationwide and in selected foreign countries in supermarkets, grocery stores, convenience stores, franchise Ben & Jerry's Scoop Shops, restaurants and other venues.

What makes us a better company?

B Impact Report

Certified since: September 2012

Summary:	Company score	Median score
Environment	25	9
Workers	26	22
Customers	0	N/A
Community	34	32
Governance	16	10
Overall B Score	101	80

© June 2020. B Impact for certification. Of all businesses that have completed the B Impact Assessment, higher scores will not add up to overall.

www.lefigaro.fr › Économie › Entreprises ▼

Danone devient une entreprise à mission

19 mai 2020 - Le PDG du groupe Danone, Emmanuel Faber, AFP ... La raison d'être du géant de l'eau et des produits laitiers sera d'«apporter la santé par ...

www.ladn.eu › Entreprises innovantes › Marques engagées ▼

Stratégie de Danone pour être une entreprise à mission - L'ADN

27 mai 2020 - Danone veut être la première « entreprise à mission » cotée en Bourse ... entreprise à mission est dotée d'une « raison d'être » et d'objectifs ...

www.la-croix.com › Economie › Entreprises ▼

Danone s'apprête à devenir la première « entreprise à ...

20 mai 2020 - Introduite par la loi Pacte en mai 2019, cette forme consiste à définir la « raison d'être » de l'entreprise et à lui assigner des objectifs sociaux, ...



#JeParticipe Soutenir un projet Lancer mon projet 🔍

Se connecter / S'inscrire

Engagés pour mieux manger ou mieux produire?

Découvrir par Carrefour MiiMOSA

Financer mon projet

Carrefour et MiiMOSA vous accompagnent pas à pas vers le succès de votre collecte

Financer mon projet

Projets à la une

Tous

Don avec contrepartie

Prêt rémunéré



Définir sa raison d'être

Réinventer le lien aux consommateurs

Illustration : Danone réduit son empreinte carbone



MiiMOSA accompagne les producteurs partenaires du Groupe à réduire l'empreinte carbone de leur élevage de 15% d'ici 2025, à développer des pratiques d'agriculture régénératrice et à communiquer positivement sur leur métier.

Le dispositif

- Réalisation de diagnostics techniques sur les exploitations puis d'un plan d'action pour mettre en place une démarche bas carbone personnalisée avec l'Institut de l'élevage
- Embarquement des éleveurs via formations et ressources dédiés par MiiMOSA
- Accompagnement des éleveurs pour financer une partie de leurs plans d'action auprès des citoyens (avec co-financement de Danone à hauteur de 50% des investissements)
- Relai des projets accompagnés via un [site-vitrine Danone](#) et une [plateforme Les 2 Vaches](#), communication grand public online et offline
- Réalisation d'une étude d'impact (questionnaires, rapport)

150
éleveurs
soutenus

100 000€
collectés

100%
de réussite

11
formations



GAEC de la Bertinière

Anne-Sophie a financé une partie de l'augmentation de sa surface de prairies pour stocker davantage de carbone dans le sol et améliorer le bien-être des vaches.

Découvrir les projets
Danone

Découvrir les projets
Les 2 Vaches

Les avantages

Pour les agriculteurs

Des solutions de **financement innovantes** et à forte **valeur ajoutée** (simple, rapide, inclusive)

Des produits de financement nationaux et/ou locaux (centralisation)

Moyens de **fédérer, fidéliser et donner du sens** via l'engagement et les moyens déployés

Accélérer la **transition** agricole, alimentaire et énergétique

Contribuer au développement du tissu économique et à **l'attractivité** de nos **territoires**

Promouvoir une économie **inclusive** en **intégrant** les citoyens

Pour les citoyens

Donner du **pouvoir** à son argent

Se reconnecter aux agriculteurs (réponse à la défiance, pédagogie, transparence)

S'impliquer dans les transitions

Faire évoluer ses pratiques de **consommation**

Pour les entreprises

Donner du sens aux enjeux du siècle (climat, environnement, santé, alimentation) avec pédagogie et transparence

Valoriser votre **mission**, vos actions et vos valeurs et illustrez votre raison d'être

Créer une **logique de coopération** de toute la filière, en y intégrant également les consommateurs qui sont invités à devenir acteurs de la transition agroécologique

Illustrer la transformation de la filière avec pédagogie à travers des exemples concrets, des histoires, etc.

Communiquer sur vos engagements de manière **innovante** et **participative** (réinvention d'un storytelling de marque)

Me contacter

Sophie CUCHEVAL

Directrice des opérations

sophie.cuheval@miimosa.com

07 86 28 05 24

