**Présentation de l’entreprise – Natura City**

**Nom de l’entreprise : Natura City**

**Secteur : E-commerce – Compléments alimentaires bio**

**Statut : Micro-Entreprise**

**1. Contexte et origine**

Natura City est née de la volonté de proposer des solutions de santé naturelle, accessibles, et éthiques à toutes les personnes soucieuses de leur bien-être. Fondée par une passionnée (Mme Natalie City) de nutrition et de phytothérapie, l’entreprise souhaite démocratiser l’usage de compléments alimentaires bio, fabriqués en France et respectueux de l’environnement.

**2. Mission**

Offrir une gamme de compléments alimentaires 100 % bio, efficaces, sans additifs controversés, et formulés à partir d’ingrédients issus de l’agriculture biologique, pour accompagner naturellement la vitalité, le sommeil, l’immunité, la digestion et la performance physique.

**3. Valeurs**

* **Transparence** : composition claire, traçabilité des ingrédients
* **Qualité** : produits certifiés bio, analysés en laboratoire
* **Écoresponsabilité** : emballages recyclables, circuits courts privilégiés
* **Accessibilité** : vente directe en ligne, prix justes

**4. Objectifs de développement**

* Créer un site e-commerce moderne, intuitif et rassurant
* Se positionner comme une marque de confiance dans le secteur des compléments bio
* Fidéliser une clientèle engagée via des contenus éducatifs et un service client de qualité
* Développer à moyen terme une gamme personnalisée selon les besoins (ex. : énergie, stress, sport, etc.)
* Proposer un abonnement mensuel (récurrence de certains produits)

**5. Produits proposés**

* Gélules et poudres de plantes adaptogènes (ashwagandha, rhodiola…)
* Probiotiques naturels
* Vitamines d’origine naturelle (vitamine D3 végétale, B12…)
* Compléments pour sommeil, digestion, immunité
* Gamme végane et sans gluten

**6. Public cible**

* Adultes de 25 à 60 ans
* Personnes soucieuses de leur santé et de l’impact environnemental de leur consommation
* Sportifs, végétariens/véganes, actifs en recherche de solutions naturelles

**7. Positionnement**

Une marque engagée, naturelle, transparente, française, au croisement entre bien-être, écoresponsabilité et accessibilité.