



# FranceAgriMer

NOVEMBRE 2010

Mise en place de filières locales  
d'approvisionnement en plantes à parfum,  
aromatiques et médicinales  
pour les projets de développement  
innovants

Une étude réalisée par FranceAgriMer



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer



Les tendances générales de consommation en Europe vont vers les produits naturels. Le marché des plantes à parfum, aromatiques et médicinales français ressent cette tendance. Les demandes de plantes pour la fabrication d'extraits végétaux augmentent régulièrement.

Les opérateurs expriment des besoins de développement de production au travers des organismes techniques et économiques de la filière française.

Des innovations en matière d'extraits végétaux apparaissent également, identifiées notamment par les pôles de compétitivité français et les organismes de soutien à l'innovation.

Ces projets de développement rencontrent des difficultés particulières : ils nécessitent de mettre en œuvre des partenariats techniques et économiques variés, entre les opérateurs du secteur de l'agriculture, les opérateurs industriels et les acteurs scientifiques. L'ensemble de ces compétences sont difficiles à réunir par les porteurs de projets, souvent des PME. Ces différents intervenants ont également des modes de fonctionnement et des moyens très différents, difficiles à coordonner.

De plus, les demandes industrielles se complexifient aujourd'hui. Soumises à une forte pression sociale et réglementaire, les attentes des clients ne portent plus uniquement sur les aspects qualitatif et quantitatif des produits mais également sur les conditions de production, les pratiques du fournisseur...

Aux vues des attentes des entreprises utilisatrices d'extraits, les productions françaises et européennes de plantes à parfum, aromatiques et médicinales ont des atouts à faire valoir. Leur prix élevé par rapport à des productions à faible coût de production peut être compensé par d'autres facteurs de compétitivité.

Il est nécessaire de concevoir des outils de soutien organisationnel et technique pour aider ces projets à aboutir.

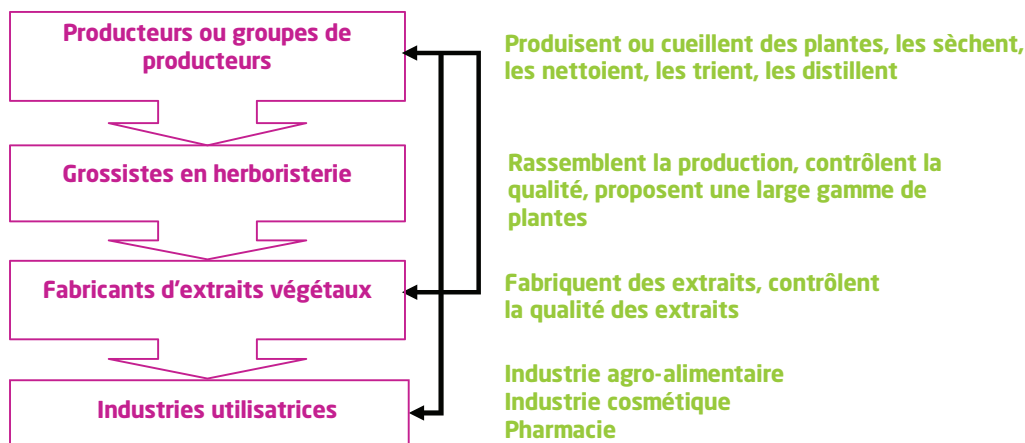
L'antenne de Volx de FranceAgriMer s'est attachée à étudier l'ensemble de ces points dans le cadre du projet FASST.

Cette étude a été financée par la Communauté Européenne dans le cadre du projet FASST (Filière Alpine Senteurs Saveurs Transfrontalière) du programme Alcotra 2007-2013.



## Les différents acteurs de la filière

### Analyse de la demande en PPAM<sup>1</sup> - La chaîne de valeur



Une grande partie des productions de plantes à parfum, aromatiques et industrielles servent à la fabrication d'extraits utilisés dans les secteurs agro-alimentaire, pharmaceutique, cosmétique et phytopharmaceutique. On extrait des métabolites secondaires des plantes ayant des activités biologiques, des fonctions physiologiques, aromatisantes ou parfumantes valorisables. L'extraction est plus ou moins sélective suivant le procédé utilisé. Elle peut consister à isoler une seule molécule, ou un groupe de constituants de la plante.

On rencontre différents types d'extraits. Il peut s'agir par exemple :

- d'huiles essentielles obtenues par hydro-distillation,
- de macérats hydro-alcooliques ou hydro-glycérinés,
- de concrètes obtenues par extraction au solvant organique de plantes sèches,
- de concrètes obtenues par des solvants en phase subcritique (CO<sub>2</sub> ou eau),
- d'extraits sélectifs obtenus par rectification sur colonne,
- d'extraits obtenus par ultrasons, micro-ondes ou d'autres techniques en cours de développement.

Suivant le procédé utilisé, le produit obtenu à partir d'une même partie de plante est donc très différent. L'extrait commercial est d'ailleurs souvent caractérisé par son procédé de fabrication.

Les producteurs fournissent des plantes fraîches ou sèches. Ils produisent également des huiles essentielles. Les organisations de producteurs regroupent l'offre afin de faciliter l'accès au marché et de réguler les productions.

Des herboristes en gros interviennent également pour la fourniture de plantes. Ils permettent de pallier les manques de structuration des producteurs dans certaines zones de production. Ils fournissent ainsi aux utilisateurs des quantités de produits difficiles à obtenir pour certaines plantes. Ils mélangent des lots de différentes qualités et provenances, tout en garantissant une qualité standard. Ils proposent une large gamme de plantes de toutes origines. Ils réalisent également le contrôle qualité de ces productions agricoles en fonction des attentes de sécurité, de qualité et d'origine de leurs clients, renforcé ces dernières années (analyse de résidus, analyse bactériologique, recherche de contaminants) pour répondre à de nouvelles réglementations et à une forte pression sociétale sur la sécurité des produits. Les entreprises font appel aux herboristes en gros pour plusieurs plantes et limitent ainsi le nombre de leurs fournisseurs.

Il est à noter que sur les marchés des huiles essentielles, des négociants jouent le même rôle que les herboristes en gros sur les marchés des plantes sèches.

Des entreprises réalisent ensuite les extraits de plantes. Elles utilisent en général un, voire deux procédés d'extraction, car elles sont limitées par l'investissement nécessaire à la mise en place de certaines techniques. La fabrication de macérats nécessite par exemple peu d'investissement matériel (cuves et outil de filtration), tandis que les installations pour réaliser des extractions au CO<sub>2</sub> supercritique sont coûteuses.

De façon générale, pour un produit donné, de nombreux opérateurs économiques sont susceptibles d'intervenir dans le processus d'achat, de transformation et de commercialisation des plantes et des produits qui en sont dérivés. Ce phénomène contribue à une certaine opacité de la filière.

<sup>1</sup>/ PPAM : Plantes à parfum, aromatiques et médicinales



Certains opérateurs du secteur peuvent avoir des activités multiples. Les producteurs de plantes se font extracteurs lorsqu'ils distillent eux-mêmes leurs plantes : c'est le cas des producteurs d'huiles essentielles de lavande et de lavandin en Provence qui disposent d'une centaine de distilleries disséminées dans toute cette région.

Des herboristes en gros et des utilisateurs de plantes ont également investi dans des unités d'extractions.

## Les évolutions des marchés et de la demande en plantes à parfum, aromatiques et médicinales

### > Une forte croissance des secteurs industriels utilisateurs de plantes, plus particulièrement la cosmétique

Les segments commerciaux des produits à base de plantes et des produits naturels sont des secteurs en pleine croissance. Cette croissance est notable dans le secteur de la cosmétique avec le développement de la cosmétique certifiée biologique et/ou naturelle ou le pourcentage minimum de produits naturels et /ou biologiques est fixé dans des cahiers des charges. La cosmétique biologique et naturelle représentait seulement 5 % du marché en 2009 mais elle représenterait 30 % en 2017 suivant une étude Cosmébio<sup>2</sup>. Cette tendance est générale en Europe et a poussé les opérateurs à se fédérer pour élaborer un cahier des charges européen = cosmos standard.

Les consommateurs utilisent de plus en plus d'huiles essentielles en mélange comme produit de bien-être ou d'automédication (aromathérapie).

Le secteur de la parfumerie, secteur cosmétique spécifique, reste un gros consommateur de produits de synthèse mais certaines entreprises se sont positionnées sur la fabrication de compositions parfumantes entièrement naturelles.

Malgré des flous réglementaires, le secteur des compléments alimentaires à base de plantes continue à se développer.

Certaines entreprises adaptent leur gamme de produits à la tendance. D'autres entreprises se positionnent stratégiquement sur la fabrication et la vente de produits naturels à base de plantes. Ces dernières années ont d'ailleurs vu se créer de nombreuses PME sur ces positionnements notamment dans les secteurs de la cosmétique et de l'aromathérapie... Ces entreprises réagissent à une opportunité de marché. Elles n'ont pas forcément une grande connaissance des plantes, de leur production ni de leur transfor-

mation. Mais elles recherchent de nouveaux produits pour élargir leur gamme et se différencier dans un contexte commercial de plus en plus concurrentiel.

### > Des produits naturels authentiques liés à des traditions, des territoires

Les entreprises du secteur de la cosmétique cherchent à se différencier en revendiquant l'utilisation de plantes à forte image territoriale pour renforcer leur ancrage territorial. Ce phénomène d'abord prégnant sur les plantes exotiques se reporte peu à peu sur les plantes européennes. A titre d'exemple, les gammes de produits cosmétiques à base de lavande de Provence et d'hélicryse de Corse sont actuellement des gammes phares de l'Occitane.

### > De fortes pressions sociales et réglementaires pour des produits sûrs

Les réglementations européennes sur les produits ont fortement évoluées pour assurer une plus grande sécurité des consommateurs et de l'environnement. Les réglementations REACH<sup>3</sup> et CLP<sup>4</sup> applicables à la plupart des extraits végétaux poursuivent ces objectifs. Elles demandent d'évaluer les dangers toxicologiques et éco-toxicologiques des produits pour les rendre publics et accessibles aux utilisateurs d'aval par le biais d'un inventaire européen et l'étiquetage. Ces aspects ont été peu étudiés pour les produits à base de plantes. Leur composition est complexe et variable, ces évaluations sont techniquement difficiles et coûteuses.

Les réglementations concernant les produits dans lesquels sont utilisés les extraits végétaux ont également évoluées. Le règlement européen « cosmétiques » oblige à avoir une traçabilité et un contrôle qualité adapté des matières premières. Le règlement européen sur les produits pharmaceutiques a mis en place des dossiers d'autorisation de mise sur le marché spécifiques pour les médicaments traditionnels à base de plantes. En conséquence, depuis quelques années, les clients des extracteurs et des herboristes demandent de nombreux résultats d'analyse de résidus de pesticides, de contaminants, bactériologique notamment et des garanties quant à l'origine des productions.

Ce contexte pousse les entreprises intermédiaires à se spécialiser sur certaines productions, à restreindre leur gamme pour mieux maîtriser la qualité et les connaissances sur les produits les plus économiquement et stratégiquement intéressants.

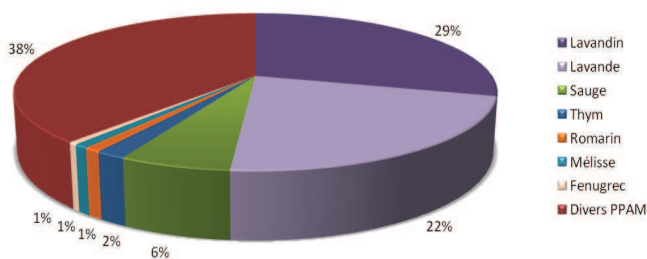
Les consommateurs recherchent des produits naturels mais ils savent que la production agricole utilise des produits chimiques qui peuvent être dangereux pour leur santé. La demande de produits bio est donc en forte augmentation avec pour conséquence une augmentation des surfaces de production de PPAM bio en France de 34 % en 2010 par rapport à 2009.

2/ Echobio : Novembre-décembre 2010.

3/ REGULATION (EC) No 1907/2006 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 18 December 2006 concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH), establishing a European Chemicals Agency, amending Directive 1999/45/EC and repealing Council Regulation (EEC) No 793/93 and Commission Regulation (EC) No 1488/94 as well as Council Directive 76/769/EEC and Commission Directives 91/155/EEC, 93/67/EEC, 93/105/EC and 2000/21/EC.

4/ RÈGLEMENT (CE) No 1272/2008 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 16 décembre 2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges, modifiant et abrogeant les directives 67/548/CEE et 1999/45/CE et modifiant le règlement (CE) no 1907/2006.

### Répartition des surfaces de culture de PPAM biologiques en 2010 (bio + conversion)



Source : Données 2010 Agence Bio

#### > La prise en compte des impacts environnementaux des fabrications d'extraits

L'industrie est depuis quelques années entrée dans une démarche de réduction des impacts de ses activités sur l'environnement. La société, les consommateurs sont sensibles aux actions pour la protection de l'environnement et veulent faire des achats responsables. Les entreprises fabricantes de produits finis revendiquent donc leurs actions en la matière pour orienter les achats.

Les fabricants d'extraits sont ainsi sollicités par leurs clients pour proposer des extraits obtenus par des procédés respectueux de l'environnement. Ils tentent donc de substituer des extraits obtenus par des solvants organiques issus de la pétrochimie par d'autres solvants ou d'autres techniques (utilisation de micro-ondes, ultrasons, détente instantanée contrôlée, CO2 supercritique...).

Des initiatives collectives émergent sur ces sujets : Partenariat des pôles de compétitivité PASS, TRIMATEC et PEIFL pour constituer l'initiative « France ECO-Extraction », réalisation d'une plateforme d'outils pilotes innovants dans la Drôme...

Cette préoccupation environnementale contribue également à l'augmentation de la demande en productions végétales issues de l'agriculture biologique.

#### > Le sourcing dans les politiques de développement durable des entreprises : faire valoir un ancrage territorial et diminuer l'impact carbone

Les entreprises valorisent leur implication dans la production en l'intégrant dans le volet social de leur politique de développement durable (cf. annexes). Pour des productions de pays en voie de développement, elles profitent de leur rapprochement avec les producteurs pour mettre en place des actions d'aide humanitaire ou pour formaliser des échanges commerciaux « nord-sud » conformes aux règles du commerce équitable. Pour les pays occidentaux, cette démarche n'est pas transposable dans son ensemble, mais on commence toutefois à voir des démarches proches telles que la démarche de l'association Biopartenaire (<http://www.biopartenaire.com/item/plantes-medicinales-centre.html>) qui a développé un référentiel bio-solaire applicable aux échanges commerciaux « nord-nord ».

Certaines entreprises, dont l'image est fortement associée au territoire sur lequel elles se trouvent, légitiment cette communication par le choix d'approvisionnement locaux notamment.

Les choix d'approvisionnement local sont soulignés sur le volet environnemental des stratégies de développement durable des entreprises en mettant en avant le raccourcissement des opérations de transport dont l'impact carbone est important.

#### > La qualité intrinsèque des produits : deux situations opposées

Comme décrit précédemment, on trouve sur le marché des extraits très sélectifs et des extraits s'approchant du totum de la plante considérée. Les attentes en matière de qualité des produits sont par conséquent très différentes.

Les coûts d'extraction sélective ont fortement augmenté du fait de l'augmentation du prix de l'énergie et c'est un poste de dépenses que les entreprises cherchent à diminuer. Elles recherchent des plantes avec des taux en composés actifs élevés afin d'augmenter le rendement de l'extraction.

Cette pression des prix est d'autant plus importante lorsque les extraits sont à destination de l'agro-alimentaire.

D'un autre côté, la qualité des plantes utilisées pour des extraits non sélectifs est évaluée sur la base de critères très différents parmi lesquels l'identification botanique, la propreté et la pureté des plantes, la traçabilité, les résidus de traitements chimiques, les contaminants, et la bactériologie. Les industriels utilisent souvent les spécifications des monographies de la pharmacopée ou les normes AFNOR (lorsqu'elles existent).

#### > La recherche de nouvelles plantes

Le marché des produits naturels à base de plantes est un marché de plus en plus concurrentiel du fait de l'augmentation de l'offre. Les entreprises ont besoin de trouver de nouveaux produits pour compléter leur gamme et dégager des atouts concurrentiels.

Les entreprises les plus importantes font valoir une alliance entre la science, la technologie et le naturel et investissent dans la recherche de nouveaux composés actifs végétaux.

Les PME, qui disposent de moins de moyens de recherche et développement, veulent augmenter leur gamme par l'introduction de nouveaux produits et recherchent également de nouvelles plantes valorisables.



## Des axes d'innovation identifiés

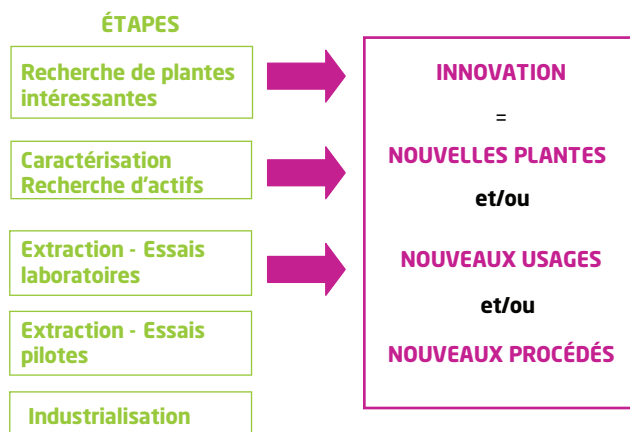
Étant donné le contexte actuel, on peut donc dégager deux axes d'innovation :

- Les opérateurs sont à la recherche de nouveaux extraits issus de procédés respectueux de l'environnement. Il s'agit de chercher des alternatives aux procédés utilisant des solvants organiques pétrochimiques : hydro distillation, extraction assistée par ultra-sons ou micro-ondes ou par CO2 supercritique par exemple. Tout en limitant les impacts sur l'environnement, ces techniques doivent permettre d'extraire les molécules actives de la plante et d'obtenir un produit compatible avec les formulations prévues par l'utilisateur final.
- Il y a également possibilité d'étudier de nouvelles plantes pour développer de nouveaux extraits. Les plantes sont recherchées en fonction de l'activité des molécules contenues dans leurs extraits. Les propriétés les plus recherchées sont les propriétés anti oxydantes, antibactériennes, anti-inflammatoires.

L'image véhiculée par les plantes fait également partie des critères de sélection utilisés par certains opérateurs. Par exemple, l'association de la plante avec le territoire dont elle est issue renforce l'image de naturalité et d'authenticité du produit dans lequel elle est utilisée.

Des éléments d'ethnobotanique ou d'ethnopharmacognosie constituent des pistes de recherche pour identifier des plantes présentant des propriétés intéressantes mais elles permettent également d'étayer des argumentaires marketing pour mettre en avant le côté naturel du produit.

### Développement de nouveaux extraits végétaux



## Des opportunités de développement pour la filière de production française et européenne

### > Une demande croissante sur les plantes traditionnellement cultivées

Les évolutions de la demande présentées précédemment font état d'un besoin industriel croissant, surtout pour des productions biologiques. Cette croissance est surtout portée par le développement de la cosmétique naturelle.

### > Les flores régionales : sources d'innovation

Hormis pour les usages parfumants, à la base, les plantes étaient utilisées pour leurs vertus médicinales. Ce sont ces usages et les travaux de recherche qu'ils ont suscités qui ont permis de détecter des valorisations autres que pharmaceutiques. Les médecines traditionnelles des pays en voie de développement, sont riches d'idées pour les industriels des cosmétiques et des compléments alimentaires des pays occidentaux. De plus, les plantes exotiques ont une image facilement utilisable pour le marketing des produits.

Toutefois, l'accès à la ressource végétale nécessite des moyens humains et financiers d'investigation, des partenariats locaux adaptés pour gérer les aspects interculturels. La signature du protocole de Nagoya le 29 octobre 2010 pour le partage des bénéfices tirés de la biodiversité des pays du Sud complique également cet accès. La demande revient donc vers des plantes endémiques européennes comme les plantes du pourtour méditerranéen ou des sommets alpins.

Cette tendance est encore plus forte pour les PME, qui n'ont pas les moyens d'investigation pour aller chercher des ressources exotiques dans des conditions éthiques acceptables. Elles se tournent vers les flores régionales et se positionnent plutôt sur une image de territoire plutôt que sur de l'innovation technologique qui n'est pas à leur portée.

Seule une petite partie de la flore sauvage a été étudiée en ce qui concerne la valorisation des plantes pour leurs propriétés médicinales ou physiologiques.

Toutefois dans le cas où l'étude des flores régionales déboucherait sur l'identification de plantes intéressantes, il faut intégrer au plus tôt dans le processus de recherche, l'étude de la ressource végétale afin de veiller au respect des principes d'un développement durable, économiquement viable, respectueux des hommes et de l'environnement.

L'expérience acquise sur certaines plantes cueillies depuis longtemps pour des usages industriels (arnica, génépi...) montre que la mise en culture reste un moyen efficace de protéger la biodiversité.

Les agriculteurs ont les moyens et le savoir-faire d'identifier avec les industriels les plantes et les modes d'exploitation économiquement viables pour développer des cultures de plantes actuellement non cultivées.



### > Les utilisateurs se rapprochent de la production agricole française

Certaines matières premières végétales, plantes ou produits dérivés de plantes sont devenus stratégiques pour certaines entreprises. Ces dernières années ont vu apparaître des rapprochements entre producteurs et industriels utilisateurs de plantes et cette tendance tend à se renforcer.

Les entreprises utilisatrices de plantes cherchent les moyens de sécuriser leurs approvisionnements. Elles ont besoin de plus de transparence pour avoir une meilleure connaissance des productions agricoles qu'elles utilisent. Les contextes économiques et politiques, l'éloignement, les différences culturelles de certains pays fournisseurs de plantes poussent également certains opérateurs à relocaliser des productions. C'est le cas de Pernod Ricard par exemple, qui a récemment développé des productions de fenouil dans le sud de la France pour substituer l'anéthol extrait de la badiane par de l'anéthol extrait du fenouil.

Pour atteindre ces objectifs, certaines entreprises dans un premier temps renforcent le suivi de leurs fournisseurs dans leur système d'assurance de la qualité.

D'autres choisissent ensuite de se rapprocher de producteurs agricoles afin de raccourcir la chaîne de valeur.

Les entreprises utilisatrices d'extraits végétaux peuvent aller jusqu'à prendre l'initiative de développer de nouvelles cultures. En partenariat direct avec des producteurs, elles étudient de nouvelles possibilités de culture pour avoir des exclusivités et des produits correspondant exactement à leur besoin.

En France, la qualité reconnue des plantes de production française et la demande de plantes régionales fait naturellement se tourner les entreprises vers les producteurs français et européens avec l'objectif de faire développer des plantes autochtones.

On peut également envisager, une fois les partenariats efficaces, d'adapter certaines productions exotiques aux conditions régionales françaises.

Besoin croissant pour des productions traditionnelles

Relocalisation de productions

Développement de productions de plantes encore non exploitées

=

AUTANT D'OPPORTUNITÉS POUR LES PRODUCTIONS FRANÇAISES

## Les freins au développement de productions françaises et européennes

### Du côté des entreprises

#### > Peu de recherche publique sur la valorisation des plantes à parfum, aromatiques et médicinales

Comme exposé précédemment, il y a une forte demande pour innover par l'introduction de nouvelles plantes.

L'usage ancestral des plantes dans la médecine a été à la base du développement des premiers médicaments allopathiques. Aujourd'hui c'est la synthèse chimique qui est à la source des nouveaux médicaments.

Par voie de conséquence, il n'y a quasiment plus de recherche publique sur l'activité des plantes en France. Les publications récentes portant sur les activités biologiques et physiologiques des plantes de la flore française sont peu nombreuses.

Les compétences et les moyens de recherche et développement sur les plantes sont aujourd'hui privés : quelques laboratoires comme les laboratoires Pierre Fabre en ont fait leur cœur de métier. Ils disposent notamment d'outils de criblage automatisés qui permettent de tester l'activité de nombreuses plantes.

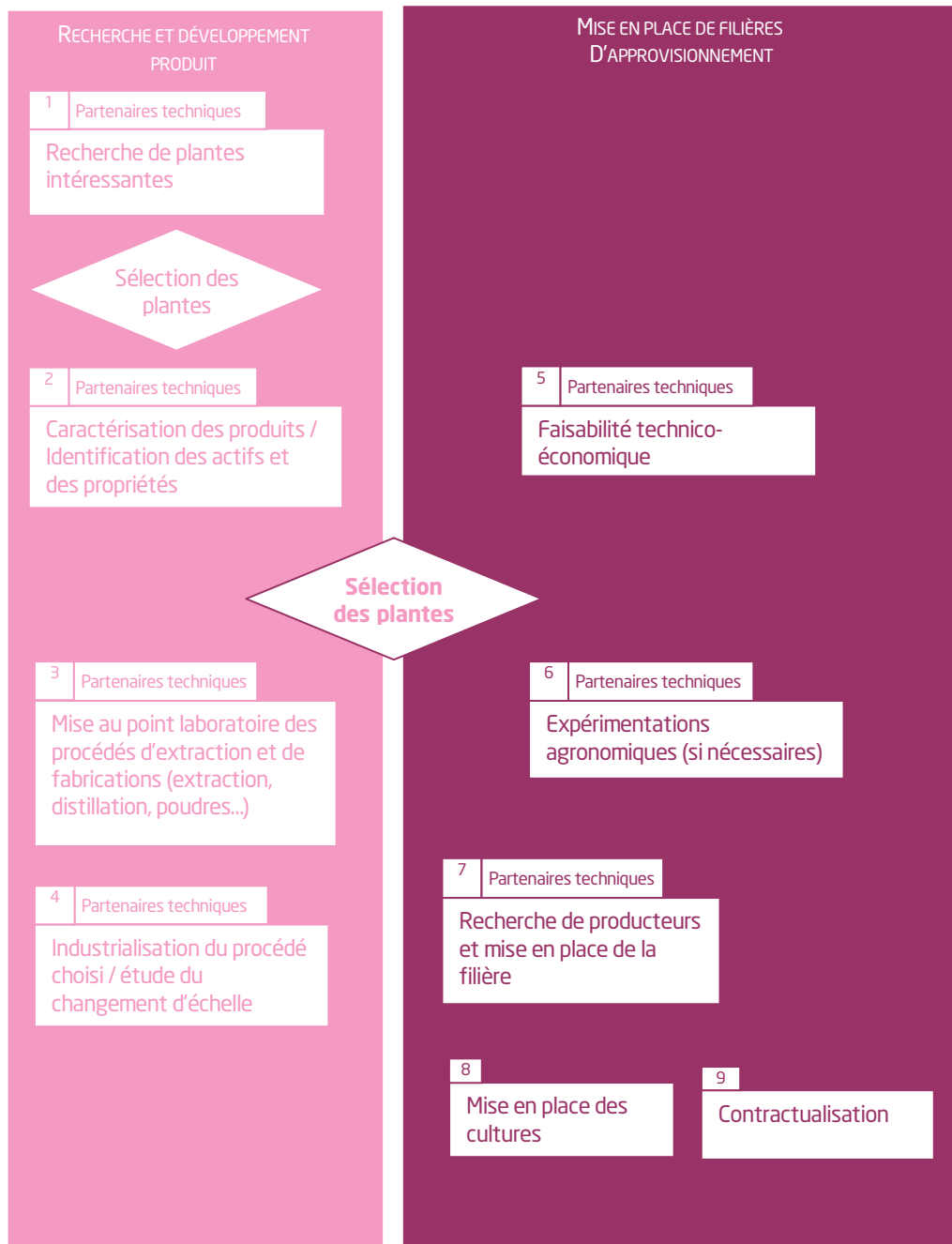
Les PME, par manque de moyens, doivent cibler leur recherche et elles n'ont pas de publications scientifiques sur lesquelles s'appuyer pour identifier des pistes de recherche à investir.

#### > Besoin de compétences techniques variées

Dans les projets de développement de produits à base d'extraits de plantes qui induisent des développements de production, les différentes étapes ci-dessous doivent être réalisées. Suivant le niveau des compétences internes sur les productions de plantes, l'entreprise porteuse du projet doit solliciter des intervenants extérieurs pour regrouper les éléments techniques qui vont permettre d'étudier la plante et ses propriétés, les possibilités d'exploitation des ressources sauvages ou de mise en culture, et les procédés d'extraction les plus adaptés.



**PROGRAMME POUR LA MISE AU POINT DE NOUVEAUX EXTRAITS VÉGÉTAUX  
À PARTIR DE PRODUCTIONS VÉGÉTALES LOCALES**





Lorsque ces projets présentent des aspects innovants ou stratégiques, la gestion de la confidentialité est très importante pour les entreprises.

### > Modification du schéma traditionnel de la chaîne d'approvisionnement

Ces partenariats techniques peuvent ensuite se transformer en partenariats commerciaux lorsqu'il s'agira de passer à la phase industrielle du projet.

Les nouvelles attentes et pratiques des utilisateurs d'aval, qui sont le plus souvent les prescripteurs, modifient le schéma traditionnel de la supplychain. La nature des partenariats et la répartition des tâches sont modifiées. Les entreprises doivent s'assurer que, malgré tout, l'ensemble des éléments nécessaires au bon déroulement de l'approvisionnement soient réunis.



- 1 - Tous les maillons de la chaîne interviennent : dans ce cas, les échanges doivent être très transparents afin que les entreprises en bout de chaîne aient une maîtrise de la qualité, de l'origine, de la sécurité et du mode de production des produits qu'elle utilise.
- 2 - Les fabricants de produits finis achètent directement des plantes à des producteurs agricoles ; hormis dans le cas d'huiles essentielles produites par ces mêmes producteurs, ils doivent faire appel à un extracteur/ transformateur industriel, prestataire de service.
- 3 - L'extracteur peut aller directement à la production sans passer par le négoce. Il doit dans ce cas assurer le rôle joué habituellement par le négoce : faire le contrôle qualité, regrouper les quantités nécessaires de production, faire les assemblages de lot pour avoir une qualité uniforme.

### > Pratiques des acheteurs industriels mal adaptées aux produits agricoles

Les industries fabricant des produits à base de plantes utilisent des matières premières principalement industrielles dont les plannings de fabrication et le stockage peuvent être adaptés en fonction des besoins. Ce n'est pas le cas des productions agricoles qui sont saisonnières.

De même une augmentation de production ou de nouvelles productions nécessitent d'implanter de nouvelles parcelles qui ne sont productives que plusieurs mois voire plusieurs années après.

Les calculs de potentiels de production doivent intégrer de possibles variations qualitatives et quantitatives imprévisibles, dues aux aléas climatiques, à des maladies ou des ravageurs.

Il y a parfois nécessité de regrouper des lots de différents producteurs puis de gérer les variations de qualité lorsqu'il n'y a pas d'organisation commune des producteurs ou de grossistes effectuant ce travail.

Face à ces contraintes, il serait nécessaire d'établir des prévisionnels d'achat adaptés.

Les entreprises qui souhaitent utiliser des plantes doivent prendre la mesure de ces éléments dans la gestion quotidienne de leurs achats. Une bonne connaissance de la filière de production agricole voire une réelle implication dans la production permet de gérer au mieux ces contraintes.

### > Difficulté à définir le besoin industriel (en qualité et en quantité)

Les besoins en matières premières végétales sont très fluctuants.

Le marché de la cosmétique, par exemple, subit des effets de mode qui poussent au renouvellement rapide des produits.

Sur d'autres marchés soumis à de fortes pressions des prix, les clients, toujours à la recherche des prix les plus bas, sont difficiles à fidéliser.

Les utilisateurs finaux ne s'engagent généralement pas sur des achats à moyen terme et par voie de conséquence, les fournisseurs, négociants ou transformateurs intermédiaires, ont des difficultés à établir des prévisionnels de production aux agriculteurs.

Les entreprises, de plus en plus nombreuses actuellement, qui se lancent dans le secteur ont une mauvaise connaissance des produits et des contraintes de production. Elles ont du mal à formuler leurs besoins aux producteurs.

### > Difficulté à identifier des fournisseurs potentiels

Les industriels regrettent le manque d'organisation de l'offre en plantes françaises. Ils doivent faire appel à plusieurs interlocuteurs pour rassembler les quantités qui leur sont nécessaires. La production de PPAM est souvent une activité de diversification. Les structures de productions sont souvent petites, avec de faibles moyens humains et matériels, pour répondre aux besoins de développement industriel. Certaines entreprises ont des réticences à s'adresser à des coopératives car elles pensent que c'est un intermédiaire entre elle et le producteur qui pourrait nuire à la transparence des échanges.

### > Accorder le processus de développement de nouveaux produits avec les cycles de production des plantes

Les développements de nouveaux produits cosmétiques peuvent prendre 18 mois. Certaines plantes qui n'ont jamais été mises en culture peuvent nécessiter 5 ans de travaux pour parvenir à une production.



Il peut effectivement s'agir de trouver des graines, d'élaborer de premiers itinéraires culturaux, de multiplier des plants ou semences, de faire des expérimentations à petite échelle, des essais plein champ puis d'assurer le transfert vers autant de producteurs que nécessaire pour regrouper les quantités requises. Le processus est plus ou moins long suivant le niveau de connaissance technique disponible sur la mise en culture d'une plante. Suivant l'état de la ressource naturelle et les quantités nécessaires, la cueillette peut faire la transition pendant la mise au point de la culture et les premières productions.

### Du côté des producteurs

#### > Investir dans des plantations sans visibilité à moyen terme

Comme expliqué précédemment, certains développements de productions nécessitent des moyens à la fois matériels et humains. Les producteurs sont souvent réticents à investir dans de nouvelles productions car la demande est très fluctuante et sujette à des effets de mode. Ils sont sollicités par des entreprises pour fournir des échantillons et n'ont ensuite aucun retour.

Sans engagement ferme des clients, les quantités demandées et le maintien de la demande dans le temps ne sont pas toujours assez importants pour que rentabiliser cet investissement.

#### > Peu d'appui technique spécialisé pour recueillir les informations techniques et économiques

Pour évaluer la rentabilité d'une nouvelle production, les producteurs ne disposent pas toujours des éléments techniques et économiques nécessaires. Pour les plantes peu connues, la recherche de référence est d'autant plus importante. Les producteurs, les groupes de producteurs n'ont pas les moyens de travailler de façon prospective. Un appui technique en amont de la mise en place des cultures est nécessaire.

Si des essais agronomiques sont nécessaires, les producteurs doivent également pouvoir être assistés par des compétences externes. Pendant les premières années de culture, un appui technique individuel est souvent demandé par les nouveaux producteurs de PPAM ou les producteurs de PPAM implantant de nouvelles cultures.

Les services d'appui technique spécialisé en PPAM sont peu nombreux, seules quelques chambres d'agriculture disposent de ces compétences (26, 06, 04). Ils sont complétés par les services de l'Iteipmai<sup>5</sup> et du Criepam<sup>6</sup> pour couvrir le Sud-est et la région autour du Maine et Loire.

Ces services ne sont pas suffisants pour répondre au besoin.

#### > Peu de producteurs pour répondre à la demande industrielle

Les producteurs de PPAM sont peu nombreux. Le maintien et l'introduction de nouveaux producteurs ne sont pas choses faciles car les productions de PPAM sont des productions de diversification,

souvent en concurrence avec d'autres cultures plus rémunératrices. Les investissements spécifiques à réaliser (séchoirs, matériels de coupe adaptés, éventuellement distillerie pour des huiles essentielles...) font souvent reculer les producteurs.

Pour satisfaire la demande de PPAM biologiques, il faut souvent faire appel à de nouveaux producteurs qui ne connaissent pas ces cultures mais qui sont déjà convertis à l'agriculture biologique ou inciter des producteurs à convertir leur exploitation conventionnelle en agriculture biologique. Cette démarche dure trois années pendant lesquelles le producteur doit intégrer une nouvelle conduite de ses parcelles.

Le manque d'appui technique individuel et spécialisé ne facilite pas l'introduction de ces producteurs dans la filière.

#### > Des productions françaises peu compétitives

Les coûts de production de certaines plantes restent très élevés en France et de ce fait, les productions françaises sont peu compétitives sur les marchés internationaux.

Elles sont toutefois reconnues pour leur qualité et la garantie de la traçabilité aujourd'hui demandée par l'ensemble des réglementations applicables aux produits à base de plantes est plus facile à obtenir pour les productions françaises.

---

## Propositions d'actions à mettre en œuvre pour favoriser la mise en place de filière d'approvisionnement en PPAM françaises

#### > Étude de la ressource et de l'approvisionnement en plantes en amont dans les projets de développement de produits à base de plantes

La faisabilité de la mise en place d'une filière d'approvisionnement doit être intégrée au plus tôt dans les projets de développement de nouveaux produits à base de plantes des industriels. Les principes du développement durable appliqués aux développements des produits à base de plantes doivent être pris en compte au plus tôt dans les projets de recherche. La disponibilité de la matière première ou la faisabilité de la mise en place d'une filière d'approvisionnement viable doit être un des critères dans le choix des plantes à étudier.

L'entreprise doit vérifier qu'elle pourra s'approvisionner dans des conditions respectueuses de l'environnement et de la biodiversité, dans un schéma économiquement viable.

Suivant les quantités de plantes nécessaires, il convient d'étudier les possibilités d'approvisionnement par de la cueillette ou par des cultures.

Dans le cas où la cueillette est envisagée, il convient d'étudier l'état de la ressource sauvage pour quantifier les possibilités de prélèvement et en définir les conditions opératoires.

Sauf si les quantités à prélever restent sans conséquence néfaste sur l'environnement, il convient, pour le maintien de la biodiversité, de ne pas exploiter les plantes dont la mise en culture est techniquement possible.

5/ Iteipmai : Institut technique PPAM (Chemillé 49)

6/ Criepam : Centre technique régional (Manosque 04)

L'approvisionnement par de la cueillette peut être transitoire, pendant la période nécessaire à la mise en place de la culture par les producteurs.

#### > **Focaliser des moyens sur les développements de plantes rentables pour les producteurs et pour les entreprises utilisatrices**

Étant donné les coûts de production, certains développements et certains marchés ne sont pas viables pour certaines productions françaises.

Il convient d'établir les références économiques en toute transparence de façon à faciliter le positionnement des producteurs et des industriels sur certains marchés. Cette nécessité est d'autant plus importante dans le cadre de projets de relocalisation de productions en France. Cette transparence doit permettre aux industriels de mesurer les possibilités de valoriser le différentiel de coût sur leurs marchés. Les prix plus élevés à la production peuvent être absorbés par les marchés de niche actuellement en développement.

Les producteurs ne peuvent pas toujours satisfaire la demande en produits biologiques de part leurs coûts de production et des problèmes techniques parfois difficiles à résoudre en mode biologique. Ils pourraient réorienter cette demande vers des produits conventionnels en garantissant une agriculture conventionnelle respectueuse de l'environnement par une plus grande transparence et une communication adaptée sur des pratiques généralement peu gourmandes en eau, pesticides et insecticides.

#### > **Renforcement d'un réseau de compétences et d'appui technique**

Les services d'appui technique doivent être renforcés et réorganisés pour répondre aux besoins des projets de développement. De nouveaux techniciens compétents sur les cultures des PPAM doivent être formés.

Les actions collectives d'appui technique de la filière doivent être réorganisées pour répondre aux besoins individuels des producteurs et des entreprises. Cet appui spécifique peut être réalisé sous forme de prestation de service d'un organisme technique. Il doit pouvoir contribuer en amont sur l'établissement de la faisabilité technique et économique de la partie agronomique du projet puis au cours de la mise en place chez les producteurs.

Une action d'appui technique aux projets de développement pourrait être intégrée dans les programmes annuels des organismes techniques ou chambres d'agriculture proches des producteurs.

#### > **Renforcer la structuration de la filière**

L'amont de la filière est déjà constitué d'une vingtaine de groupes de producteurs. Ce sont des interlocuteurs à privilégier pour les entreprises industrielles souhaitant mettre en place des projets de développement. Ces groupes disposent d'un savoir-faire reconnu qui leur permet d'être réactifs face à des projets sérieux. Ils peuvent répartir les productions chez plusieurs producteurs et garantir ainsi un approvisionnement constant en qualité et quantité à leur client.

Il se peut toutefois que les localisations actuelles de ces groupes ou que les capacités de production des producteurs adhérents

ne permettent pas de répondre aux besoins de certains projets.

Il y a donc nécessité d'identifier des producteurs individuels intéressés par ces projets de développement. Leur intégration dans des projets de développement de filière pourrait permettre d'identifier de nouveaux groupes qui pourront venir conforter la position de la filière des PPAM.

D'autre part, pour certaines demandes significatives en quantité, il y aurait lieu d'avoir une organisation commune de l'ensemble de la filière pour répondre à la demande. Cette organisation permettrait notamment de mobiliser des moyens adaptés par mutualisation ou d'identifier des actions collectives finançables sur fond public.

#### > **Organiser des actions collectives permettant une meilleure connaissance mutuelle entre agriculteurs et industriels**

Pour améliorer les relations clients-fournisseurs, une meilleure connaissance mutuelle entre clients industriels et fournisseurs agricoles apparaît nécessaire. Les journées des huiles essentielles de Digne ont lieu chaque année mais elles n'impliquent pas suffisamment les organismes professionnels agricoles et industriels de la filière.

L'iteipmai organise depuis deux ans les journées d'HERBALIA dans le Maine et Loire mais cette manifestation est encore peu connue et à un écho pour le moment régional plus que national.

Des événements spécifiques à la filière PPAM et de portée nationale voire internationale permettant des rencontres entre les opérateurs agricoles et industriels devraient être organisés.

#### > **Mettre en place des partenariats étroits entre producteurs et industriels**

Les producteurs et les entreprises doivent mettre en place des partenariats adaptés à leur mode de fonctionnement, formalisés autant que possible par des contrats pour sécuriser les approvisionnements.

Pour approvisionner des demandes très fluctuantes comme celle de la cosmétique, les opérateurs doivent capitaliser sur le partenariat et non sur les productions qui sont mises en place. Dans ce cas, le partenariat doit permettre une plus grande réactivité des producteurs sur la base des besoins prévisionnels des entreprises. Il doit également permettre aux entreprises de faire en collaboration avec les producteurs un travail prospectif permettant de proposer de nouvelles matières premières végétales aux marchés autour de quelques productions stables.

Ces partenariats peuvent être formalisés sur d'autres bases que de la fourniture de matières premières.

Certaines entreprises rémunèrent par exemple des producteurs sous forme de prestations de service pendant les phases de mises au point des produits industriels ou il s'agit de tester la faisabilité de la culture et de disposer des produits nécessaires à la conduite des essais de R&D et de pré-industrialisation.



## Annexes

Version: 22 June 2010

**Ardex**

ACCUEIL    PRODUITS    SOCIÉTÉ    CONTACT

Accueil    Société    Historique et Concept

Deprecated: Assigning the return value of new by reference is deprecated in /htdocs/plugins/content/yoo\_gallery.php on line 77

### HISTORIQUE



**A**rdex a été créée en 1997. Ses fondateurs, passionnés de voyage, avaient découvert dans plusieurs pays les bienfaits des plantes pour une utilisation cosmétique.

C'est ainsi que l'idée de produire des extraits végétaux, selon les méthodes traditionnelles est née : afin de perpétuer les secrets de beauté de tous les peuples.

**N**otre société est installée au cœur de l'Ardèche, riche en produits du terroir. Notre but est toujours de vous aider à élaborer des produits de qualité, authentiques et naturels. Nous mettons nos compétences en extraction végétale à votre service.

**R**écemment installée dans des locaux modernes, toujours au cœur de l'Ardèche.

**A**rdex s'investit pour la protection de l'environnement et le respect des générations futures.

#### DEVELOPPEMENT DURABLE

Approvisionnement chez les producteurs locaux → réduction d'émission de CO<sup>2</sup> → délais de livraison rapide, traçabilité et qualité

**2300m<sup>2</sup>**  
de panneaux photovoltaïques

search...

#### Qui sommes-nous ?

**A**rdex a été créée en 1997. Ses fondateurs, passionnés de voyage, avaient découvert, dans plusieurs pays : les bienfaits des plantes pour une utilisation cosmétique.

**BIOLOGIQUE NATURE TRADITION RESPECT**

LIRE LA SUITE

#### Actualité Ardex

**C**onsultez toute l'actualité Ardex, les événements, les nouveautés et informations dans la rubrique News

LIRE LES NEWS

Produits certifiés par Ecocert®



Source : www.ardextrait.com





## Développement Responsable Les Engagements du Groupe

Depuis son origine et avec une vision à long terme, le Groupe Clarins a fondé son développement sur le respect de l'Homme et de la Nature.

Face aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux actuels, et fidèle à sa devise « faire plus, faire mieux et aimer le faire », le Groupe intensifie son engagement pour un monde meilleur et formalise aujourd'hui sa démarche de Développement Responsable en dix points.

### 1. Concevoir des formules toujours plus sûres.

Efficacité et sécurité du produit, rigueur des procédures et traçabilité au-delà des contraintes réglementaires sont la priorité du Groupe Clarins. Preuve de cet engagement, ses Laboratoires ont été les premiers de l'industrie cosmétique à recevoir la certification BPL "Bonnes Pratiques de Laboratoires".

### 2. Concevoir des formules respectueuses de l'environnement.

Une politique ingrédients rigoureuse privilégie, à efficacité et sensorialité égales, les matières premières végétales, les ingrédients issus de l'agriculture biologique, les plantes cultivées localement et, lorsqu'elles viennent de loin, les plantes issues du commerce équitable.

### 3. Contribuer à la protection de la biodiversité.

Après des partenariats avec Pro-Natura au Brésil et Alp Action en Europe, le Groupe Clarins soutient l'Herboretum de Saint-Ay et la Bastide du Parfumeur à Grasse. Il participe ainsi à la conservation du patrimoine végétal et à la sensibilisation du public à la richesse de la biodiversité. La marque Clarins a créé le prix ClarinsMen Environnement: le premier lauréat, Jean-Pierre Nicolas, recrée des pharmacopées à travers le monde et a été récompensé pour son exceptionnel travail d'ethnobotaniste et sa volonté de sauver des plantes pour sauver des vies. De leur côté, les marques Parfums du Groupe encouragent la réhabilitation de cultures de plantes utilisées dans leurs compositions et la remise à l'honneur du savoir-faire des communautés locales.

### 4. Concevoir des produits et PLV à impact environnemental aussi faible que possible.

Réduire les poids et volumes, choisir des matériaux recyclés et recyclables, sensibiliser à leur réutilisation, rechercher de nouvelles techniques d'impression, de nouveaux moyens de communication et de mise en scène... Une réflexion d'éco-conception est intégrée dans la démarche de toutes les équipes impliquées dans les développements (marketing, achats, merchandising, studios de création...).

### 5. Encourager l'innovation.

Précurseur aussi bien dans le domaine de la beauté que du parfum, le Groupe Clarins encourage l'innovation et l'illustre en étant partenaire du projet Solar Impulse de Bertrand Piccard: faire voler, de jour comme de nuit, un avion propulsé exclusivement à l'énergie solaire.

### 10. S'imposer comme une entreprise citoyenne exemplaire.

Le Groupe Clarins apporte son soutien à la recherche médicale avec la Fondation Arthritis et diverses associations dont Etincelle ou La Vie de plus Belle qui apportent des soins esthétiques à des femmes atteintes d'un cancer. Depuis 12 ans en France et aujourd'hui dans 11 autres pays, le Prix Clarins est décerné à celles qui consacrent leur énergie à améliorer la vie d'enfants en difficulté. 50 Femmes Dynamisantes ont déjà été récompensées. Une immense chaîne de solidarité a ainsi été créée par Clarins, véritable entreprise citoyenne du monde.

### 6. Réduire les émissions de gaz à effet de serre et optimiser l'utilisation des ressources naturelles.

A la suite du Bilan Carbone réalisé sur tous les sites français du Groupe, l'objectif est de réduire de 20 % l'émission de gaz à effet de serre d'ici fin 2011. Des indicateurs ont été fixés pour diminuer l'impact des articles de conditionnement et du transport, réduire le fret aérien, limiter les voyages des collaborateurs au profit de visio conférences, favoriser les énergies renouvelables, encourager les équipements performants pour l'éclairage et le chauffage, diminuer l'utilisation de l'eau ou améliorer la qualité de l'eau restituée...

### 7. Limiter les productions inutiles et améliorer la chaîne d'approvisionnement.

Ajuster les niveaux de stocks et les prévisions de ventes, diminuer les retours et les destructions, trouver des sources d'économie, réinventer les procédures et fonctionnements des flux logistiques: autant d'impératifs économiques et environnementaux au cœur des préoccupations du Groupe.

### 8. Sensibiliser aux valeurs du Développement Responsable.

Un programme de formation au développement durable est en place et une information dédiée est disponible sur le site intranet pour les collaborateurs. Un film sur les valeurs de la marque Clarins a été réalisé à l'intention des journalistes, une charte éthique a été définie pour les fournisseurs. Des présentations sont faites régulièrement par le département Développement Responsable pour sensibiliser tous les partenaires du Groupe en France comme dans les filiales qui ont chacune désigné un Coordinateur Développement Responsable.

### 9. Accompagner les collaborateurs, favoriser leur épanouissement au sein du Groupe.

Le management des ressources humaines est une priorité du Groupe Clarins. Un séminaire d'intégration permet à chaque nouveau collaborateur de découvrir les valeurs du Groupe. Une politique de formation ambitieuse, structurée au sein d'une université d'entreprise, favorise la montée des compétences. La mobilité entre les marques et entre les pays, ainsi que la diversité dans le respect de toutes les différences et sensibilités, sont encouragées. Une communication interne permanente favorise l'écoute de l'autre et la reconnaissance de son travail, contribuant à l'esprit d'équipe et à la motivation.



### VALEURS ET ÉTHIQUE

- Valeurs
- Consommation responsable
- Qualité
- Respect de l'environnement

### VOIR AUSSI

Les autres de Ricard

Vous êtes ici : Accueil > Valeurs et éthique > Ricard favorise la culture du fenouil en Provence

## Ricard favorise la culture du fenouil en Provence

La sélection extrêmement rigoureuse des ingrédients du pastis Ricard est l'un des facteurs essentiels de son succès. Si la badiane de Chine (ou anis étoilé) en constitue l'élément principal, d'autres extraits de plantes assurent son goût unique, et notamment le fenouil.



Le fenouil, une culture 100% locale et responsable

En 2002, les agriculteurs de Provence ont entrepris de cultiver le fenouil pour Ricard sur le plateau de Valensole selon les principes de l'agriculture raisonnée : limitation des pesticides, traitements réalisés hors fraison, rotation des cultures, gestion de l'eau, etc.

Huit ans plus tard, le fenouil est cultivé sur plus de 100 hectares et le retour sur expérience est concluant : outre la qualité de l'huile obtenue, le fenouil, dont la culture est pratiquée en complément de celle du lavandin et du blé dur, constitue pour les agriculteurs locaux une culture de diversification très intéressante. La plante, très odorante, favorise la prolifération des insectes, en particulier des abeilles, contribuant à entretenir la biodiversité.

Nos sites : [pemoé-ricard.com](http://pemoé-ricard.com) - [ricard.com](http://ricard.com) - [place-ricard.fr](http://place-ricard.fr) - [collection-grandes-marques.com](http://collection-grandes-marques.com) | [FAQ](#) - [Contact](#) - [Mentions légales](#) - [Crédits](#)  
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

Source : [www.ricard.fr](http://www.ricard.fr)



**AGROALIMENTAIRE LE GROUPE VALORISE SA CULTURE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE, MAIS BUTE SUR LE RÉALISME INDUSTRIEL**

## Ricard tente de préserver son héritage écologique

Petit à petit, Ricard met du vert dans son petit jaune. « Pour beaucoup d'entreprises, l'écologie est un moyen de se valoriser. Pour nous, c'est une empreinte culturelle », affirme le président du groupe Ricard, Philippe Savinel. L'héritage est ancien : dans les années 1960, Paul Ricard mobilisait déjà l'opinion avec le soutien d'écologistes de renom (Cousteau, Bombard...) pour mettre fin au déversement de boues toxiques en Méditerranée. Son action avait donné naissance à un Institut océanographique qui perpétue son travail sur la préservation de la biodiversité marine et la qualité des eaux littorales. Vingt ans plus tôt, en pleine prohibition, le patron avait occupé ses salariés en relançant la riziculture française sur le domaine camarguais de Méjanès, un site qui fournit aujourd'hui aux scientifiques une base pilote pour y conduire des recherches sur l'agriculture durable (lire ci-dessous).

### Cure d'amaigrissement

Au début des années 2000, Ricard avait été la première entreprise agroalimentaire à recevoir la triple certification qualité-sécurité-environnement. « Elle est aujourd'hui la première parmi les producteurs français de spiritueux à avoir réalisé son bilan carbone. Nous consommons autant qu'une ville de 10.000 habitants (soit 96.000 tonnes), indique le président. Comparativement, la production d'une bouteille de Ricard a dix fois moins d'impact sur l'environnement que la fabrication d'un litre de lait ».

L'entreprise est malgré tout loin d'être exemplaire : matières premières lointaines, sites de productions éparpillés, système de livraison de proximité coûteux en émissions carbone... « Nous avons des marges de progrès », admet le directeur industriel.

L'une des mesures les plus spectaculaires engagées par le groupe concerne son approvisionnement en matière première pour la production de pastis. L'anéthol qui donne son goût prononcé au breuvage est fourni par de la badiane récoltée dans des forêts séculaires chinoises, et du fenouil produit jusqu'à peu en Tasmanie. « Une délocalisation inutile », a tranché le patron.

Depuis 2002, le groupe a donc engagé le rapatriement de cette culture en France, et signé un accord avec des agriculteurs provençaux pour planter de fenouil leurs champs de lavande. « Le rendement en anéthol est trois fois inférieur à la badiane, son coût est 30 % supérieur et exige un surcroît de travail, mais nous tenons à cette relocalisation et espérons doubler cette production de proximité jusqu'à couvrir 20 % de nos approvisionnements », projette Philippe Savinel. Les premiers bénéfices écologiques se font sentir : les abeilles prolifèrent sur la centaine d'hectares aujourd'hui réservée à Ricard sur le plateau de Valensole, et une production de miel de fenouil a pu en être tiré par les apiculteurs des environs.

L'équipe industrielle a ausculté de la même façon l'ensemble de son cycle de production : le choix d'emballage 3,5 % plus légers pour les 50 millions de cols de pastis produits annuellement s'est traduit par 600 camions de moins sur les routes. Là, l'option rail entre les centres d'élaboration a permis l'économie de 600 tonnes de CO<sub>2</sub>. Là encore, le renouvellement du parc informatique a réduit la facture énergétique de 90 % sur ce poste. La moitié du parc automobile (300 voitures) a lui aussi été renouvelé avant le terme du leasing (190 tonnes économisées) et, à Bordeaux, une partie des livraisons de bars s'effectue avec des véhicules électriques.

Ricard veut également imposer ses règles de bonne conduite à ses 45 fournisseurs. « La deuxième phase de notre bilan carbone va permettre d'intégrer les critères environnementaux et les objectifs de progrès dans notre grille de sélection, au même titre que des éléments de prix, de qualité ou de sécurité », explique Jean-Michel Senaud. Le travail a déjà commencé. Avec Saint Gobain, la société a revu le design de sa bouteille de pastis sans alcool et allégé le verre de 40 g sans compromettre leur résistance. Pour 800.000 cols produits par an, l'économie de matière flirte les 40 tonnes. Un test avant « l'éco-relooking » prévu ce printemps pour le flacon star du groupe. Selon Philippe Savinel, ce sera « une cure d'amaigrissement grand format pour les matériaux, les emballages, les transports et les émissions de CO<sub>2</sub> ».

PAUL MOLGA

Source : lesechos.fr





FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER



MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'AGROALIMENTAIRE  
ET DE LA FORÊT

FranceAgriMer / Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer  
12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex  
tél. : + 33 1 73 30 30 00 / fax : + 33 1 73 30 30 30  
[www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr) / [www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

Rédaction : Élisabeth VIDAL pour la délégation nationale de FranceAgriMer - Volx, avec le concours financier de la Communauté Européenne dans le cadre du projet FASST du programme Alcotra 2007-2013

Conception et réalisation : FranceAgriMer, délégation nationale de Volx - tél. : 04 92 79 34 46  
© tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer