



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

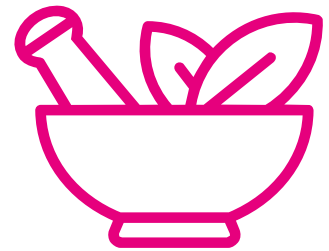


FranceAgriMer

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

Plantes à parfum, aromatiques et médicinales

LES
ÉTUDES



État des lieux économique de la
cueillette des Plantes à Parfum,
Aromatiques et Médicinales en
France métropolitaine

Rapport

État des lieux économique de la cueillette des Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales (PPAM) en France métropolitaine

Rapport final

Étude réalisée par Stratys pour FranceAgriMer



Juin 2026

Table des matières

1	<u>INTRODUCTION - UNE ÉTUDE POUR MIEUX FAIRE (RE) CONNAÎTRE UNE FILIÈRE QUI S'ORGANISE ET SE STRUCTURE</u>	7
2	<u>SYNTHÈSE DE L'ÉTAT DES LIEUX EN QUINZE POINTS-CLÉS</u>	8
3	<u>CARTOGRAPHIES DE LA FILIÈRE : UNE MOSAÏQUE D'ACTEURS ET DE MODÈLES AUTOUR DES PLANTES SAUVAGES</u>	11
3.1	LES PROPRIÉTAIRES DÉTIENNENT LES CLÉS DE L'ACCÈS À LA RESSOURCE	12
3.2	L'AMONT, QUI A HÉRITÉ D'UNE PRATIQUE HISTORIQUE ET TRADITIONNELLE DU MONDE RURAL, A ENTAMÉ UNE MUE INACHEVÉE	14
3.2.1	LES CUEILLEURS, UN MÉTIER SANS STATUT, PEU CONNU, PAS ASSEZ VALORISÉ ET POURTANT INCONTOURNABLE.....	15
3.2.2	LES COLLECTEURS FORMENT LE HUB COMMERCIAL ET LOGISTIQUE QUI RELIE L'AMONT ET L'AVAL	18
3.2.3	LES REVENDEURS S'INSCRIVENT SOUVENT DANS DES CIRCUITS DE VENTE TRÈS SPÉCIALISÉS.....	20
3.3	L'AVAL EST ASSIS SUR UNE BASE INDUSTRIELLE ROBUSTE, DIVERSIFIÉE, COMPLÈTE, SUR LAQUELLE LES MARQUES PEUVENT S'APPUYER POUR SE PROJETER À L'INTERNATIONAL	20
3.3.1	LES TRANSFORMATEURS FRANÇAIS SONT COMPÉTITIFS AU NIVEAU INTERNATIONAL ET PEUVENT AUGMENTER LEURS CAPACITÉS DE PRODUCTION SI LES MARCHÉS REPARTENT À LA HAUSSE	21
3.3.2	LES METTEURS SUR MARCHÉ DES PRODUITS ISSUS DE PLANTES SAUVAGES SONT TRÈS LARGEMENT COMMUNS À LA FILIÈRE DES PPAM CULTIVÉES	26
3.4	AUTOUR DE L'AMONT ET L'AVAL, DES ACTEURS INCONTOURNABLES	27
3.4.1	UNE GRANDE DIVERSITÉ DE CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS FINIS	27
3.4.2	LES PRESTATAIRES ASSURENT DES FONCTIONS DE RÉ-ASSURANCE ET DE TIERS DE CONFIANCE.....	29
3.4.3	LES ORGANISATIONS COLLECTIVES POSENT DES BASES SOLIDES DE FÉDÉRATION DES ACTEURS DE LA FILIÈRE	29
3.4.4	LES ORGANISMES PUBLICS JOUENT UN RÔLE MAJEUR DANS LA STRUCTURATION DE LA FILIÈRE	30
3.5	CARTOGRAPHIE DES MARCHÉS AVAL : DES PLANTES SAUVAGES « INCOGNITO » MAIS TELLEMENT PRÉSENTES DANS LE QUOTIDIEN DES CONSOMMATEURS	31
3.6	PANORAMA DES MODÈLES D'APPROVISIONNEMENT : UNE GRANDE AGILITÉ DES INDUSTRIELS	32
3.7	FORMATION DES PRIX ET MARGES POUR LES MATIÈRES PREMIÈRES : UN PARTAGE DE LA VALEUR CONDITIONNÉ PAR LES LIENS ENTRE CUEILLEURS ET COLLECTEURS ET PAR LE NIVEAU DE TRANSFORMATION DES PLANTES PAR LE COLLECTEUR	36
3.8	ÉTAT DES CIRCUITS D'APPROVISIONNEMENT : LA PLACE CENTRALE ET QUASI INCONTOURNABLE DES COLLECTEURS	38
4	<u>RÉSULTATS – ÉTUDE QUANTITATIVE SUR LA CUEILLETTE</u>	40
4.1	DÉFINITIONS	40
4.2	MÉTHODOLOGIE	40
4.3	DÉFINITION DE L'ÉCHANTILLON	42
4.4	LISTE DES 60 PLANTES ÉTUDIÉES	43
4.5	RÉSULTATS	45
4.5.1	RÉSULTATS GLOBAUX	45
4.5.2	BOURGEONS.....	48
4.5.3	PART DES PLANTES LABELLISÉES BIO MAJORITAIRE	48
4.5.4	RÉSULTATS COLLECTEURS	49
4.5.5	RÉSULTATS ENTREPRISES	51
4.6	CONCLUSION	52
5	<u>ENJEUX-CLÉ SUR LES RELATIONS FOURNISSEURS DE PLANTES - ACHETEURS</u>	53
5.1	UNE VISIBILITÉ DES BESOINS SUR 3 ANNÉES	53

5.2	UNE TRAÇABILITÉ EFFECTIVE DE LA PLANTE DU SITE DE CUEILLETTE AU PRODUIT MIS SUR LE MARCHÉ	54
5.3	DES PRODUITS « STABILISÉS » ET PRÉVISIBLES	56
5.4	UNE FILIÈRE MÉCONNUE DU GRAND PUBLIC AVEC UNE RÉPUTATION À BÂTIR ET À DÉFENDRE.....	57
5.5	VERS UN PARTAGE DES RISQUES QUI ENCOURAGE LES INVESTISSEMENTS PRODUCTIFS SUR L'AMONT ?...	60
5.6	UN NÉCESSAIRE RÉÉQUILIBRAGE DANS LE PARTAGE DE LA VALEUR	64
5.7	LE POIDS DE L'ANALYTIQUE, DES NORMES, DES DÉMARCHES QUALITÉ, DU RÉGLEMENTAIRE ET DE LA GESTION ADMINISTRATIVE	68
6	ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE	69
6.1	UNE ORIGINE FRANCE EN MINORITÉ DANS SON PAYS, QUEL POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT ?.....	69
6.2	POURQUOI DU SAUVAGE PLUTÔT QUE DU CULTIVÉ ?.....	71
6.3	LE RÔLE ET LA RESPONSABILITÉ DES COLLECTEURS DANS L'ORGANISATION DE LA FILIÈRE	73
7	QUELLE ARTICULATION DES DIFFÉRENTS MODÈLES ÉCONOMIQUES PRÉSENTS DANS LA FILIÈRE ?.....	75
7.1	LA FOURNITURE DE MATIÈRE PREMIÈRE BRUTE : « PAYÉ AU POIDS »	75
7.2	LA FOURNITURE DE MATIÈRE PREMIÈRE PRÊTE À L'EMPLOI : « SIMPLE, PRATIQUE ET ÉCONOMIQUE ».....	76
7.3	LES CUEILLEURS-PRODUCTEURS-TRANSFORMATEURS : « JE VALORISE CE QUE JE CUEILLE »	76
7.4	LA FOURNITURE D'INGRÉDIENTS : « UN SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE QUI EST RESTÉ À LA POINTE »	77
7.5	LA FOURNITURE DE COMPOSANTS : « FOURNISSEUR, PRESTATAIRE ET CLIENT ».....	77
7.6	LA FOURNITURE DE PRODUITS FINIS : « DERNIÈRE ÉTAPE AVANT LA COMMERCIALISATION SUR LES MARCHÉS FINAUX ».....	78
7.7	UNE FILIÈRE DES PLANTES SAUVAGES IRRIGUANT UNE GRANDE DIVERSITÉ DE SECTEURS ET DE MARCHÉS.	78
7.8	UNE ÉMERGENCE DE NOUVEAUX CONCEPTS ÉCONOMIQUES	79
8	TENDANCES ET BIFURCATIONS - À QUOI POURRAIT RESSEMBLER LA FILIÈRE DES PLANTES SAUVAGES DANS 5, 10, 15 OU 20 ANS ?.....	81
8.1	ET DANS VINGT ANS, AURA-T-ON ENCORE BESOIN DE LA CUEILLETTE ?	81
8.2	L'AMONT PEUT-IL JOUER UN RÔLE DÉTERMINANT DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE FRANÇAISE ?..	82
8.3	CUEILLEUR PROFESSIONNEL, UN MÉTIER D'AVENIR ?	83
8.4	LA RSE, UN CHANGEMENT INCRÉMENTAL OU STRUCTUREL ?.....	83
8.5	QUELLE VALORISATION DE LA CUEILLETTE DANS LES MARCHÉS HISTORIQUES ?.....	84
8.6	L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX MARCHÉS, COMPLÉMENTARITÉ OU SUBSTITUTION ?	85
8.7	LA CONCURRENCE INTERNATIONALE A-T-ELLE PLIÉ LE MATCH ?.....	86
8.8	« LA NATURE, J'EN VIS, LA RESPECTER ET EN PRENDRE SOIN, C'EST VITAL POUR MOI » - LA FILIÈRE DES PLANTES SAUVAGES PEUT-ELLE SE DÉVELOPPER ET RESTER ÉCOLOGIQUE ?	87
8.9	UN CHANGEMENT GLOBAL AUX IMPACTS DÉJÀ VISIBLES.....	88
9	RECOMMANDATIONS - FÉDÉRER LES INITIATIVES ET RECONNAÎTRE LA SINGULARITÉ DE LA FILIÈRE DES PLANTES SAUVAGES.....	90
9.1	POUR UNE GOUVERNANCE PARTAGÉE DE LA FILIÈRE ET UNE STRUCTURATION DE LA FILIÈRE FONDÉE SUR DES RELATIONS ÉQUILIBRÉES ENTRE L'AMONT ET L'AVAL	90
9.2	POUR UN STATUT DU MÉTIER DE CUEILLEUR	91
9.3	CONTRE LES INCERTITUDES LIÉES À L'APPLICATION DE LA RÉGLEMENTATION SUR LES CONTAMINANTS	92
9.4	POUR UNE VISIBILITÉ SUR LES VOLUMES PRÉLEVABLES ET CONTRE UN RÉGIME GÉNÉRALISANT LES AUTORISATIONS DE CUEILLETTE	92
9.5	POUR UNE HOMOGÉNÉISATION DES PRATIQUES D'ACHAT	93
9.6	CONTRE LA BANALISATION DU SAUVAGE ET LA SAUVEGARDE D'UN MODÈLE AXÉ SUR LA TYPICITÉ ET SINGULARITÉ DU SAUVAGE	94
9.7	POUR UNE INFORMATION COMPLÈTE, ÉCLAIRÉE ET UTILE DU CONSOMMATEUR	95

9.8	POUR DES ORGANISATIONS COLLECTIVES CAPABLES DE PORTER LES EFFORTS D'INVESTISSEMENT	95
9.9	POUR LA DIFFÉRENCIATION DE L'ORIGINE FRANCE	96
9.10	POUR UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT À L'EXPORT.....	96
10	<u>CONCLUSION</u>	98
11	<u>ANNEXES</u>.....	99
11.1	LISTE DES ENTREPRISES RENCONTRÉES	99
11.2	TRAME SIMPLIFIÉE D'ENTRETIEN	100
11.3	COMPOSITION DU COMITÉ DE PILOTAGE	100
11.4	DOCUMENT DE PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE « INFORMATION AUX PROFESSIONNELS »	102

Table des figures (volet qualitatif)

Figure 1 : présentation simplifiée de la filière du « champ à la tasse »	11
Figure 2 : essai de catégorisation des propriétaires des terrains sur lesquels la cueillette de plantes sauvages se déploie (crédits photo : creative commons)	14
Figure 3 : illustration d'une cueillette « en situation » et focus sur le geste	15
Figure 4 : documents pédagogiques édités par l'AFC.....	16
Figure 5 : essai de typologie des profils de cueilleurs selon l'importance de la cueillette dans leur activité et/ou revenu	17
Figure 6 : fonctions-clé des collecteurs dans le processus d'approvisionnement de la filière	19
Figure 7 : regroupement des transformateurs de plantes en 4 grandes catégories	21
Figure 8 : les technologies les plus courantes en France pour l'extraction de plantes sauvages (frais, sec, congelé)	22
Figure 9 : différentes organisations de la chaîne de valeur de l'aval	25
Figure 10 : les principaux canaux de commercialisation et de distribution des produits intégrant des plantes sauvages	28
Figure 11 : répartition des entreprises de l'aval rencontrées lors de l'étude selon les principaux marchés finaux	31
Figure 12 : trois grandes familles de modèles d'approvisionnement du point de vue d'une marque / metteur sur marché.....	32
Figure 13 : cinq pratiques principales d'achat de plantes sauvages comme matières premières.....	34
Figure 14 : des liens économiques différenciés entre cueilleurs et collecteurs	37
Figure 15 : 4 indicateurs-clé sur les circuits d'approvisionnement en plantes sauvages.....	38
Figure 16 : volume de plantes cueillies hors gentiane ⁴ en équivalent frais (tonnes) - Moyenne 2021-2023	45
Figure 17 : volumes de plantes cueillies dont les données sont diffusables	47
Figure 18 : 20 principaux produits de cueillette collectés (> 1 tonne/an) - Moyenne 2021-2023	47
Figure 19 : volumes de bourgeons cueillis frais (kg) - Moyenne 2021-2023.....	48
Figure 20 : part du bio dans les volumes de plantes - Moyenne 2021-2023.....	49
Figure 21 : type de commercialisation - volume moyen de plantes cueillies en équivalent frais par les collecteurs - Moyenne 2021-2023.....	49
Figure 22 : volumes des produits cueillis (tonnes) - données diffusables - Moyenne 2021-2023	50
Figure 23 : état des plantes de cueillette achetées par les entreprises - Moyenne 2021-2023.....	51
Figure 24 : volumes de plantes cueillies à destination des entreprises - Moyenne 2021-2023.....	51
Figure 25 : caractérisation de l'enjeu des relations fournisseurs de plantes - acheteurs en 6 principes.....	53
Figure 26 : trois composantes du risque réputationnel pour les entreprises de l'aval	58
Figure 27 : dans l'hypothèse d'un objectif de forte augmentation des volumes, un hiatus difficile à surmonter pour les cueilleurs/collecteurs	63
Figure 28 : mise en avant de 3 enjeux-clé pour la filière.....	69
Figure 29 : les atouts de l'amont français face à la concurrence des fournisseurs de plantes sauvages d'Europe de l'Est.....	70
Figure 30 : quatre schémas favorables à la cueillette vs cultivé.....	72
Figure 31 : typologie de proposition de valeur des entreprises de la filière des plantes sauvages	75
Figure 32 : quatre concepts économiques en concurrence - coexistence.....	80
Figure 33 : synoptique des questions prospectives pour la filière	81
Figure 34 : panorama des recommandations	90

1 Introduction — Une étude pour mieux faire (re)connaître une filière qui s'organise et se structure

Cette étude économique s'inscrit dans les réflexions et travaux collectifs autour du projet d'observatoire national de la cueillette, initiative qui va se concrétiser courant 2026 avec le lancement effectif du centre de ressources pour la cueillette CIRCEE.

Ce rapport présente les résultats de l'étude économique sur la filière aval des plantes sauvages en France. Il inclut le volet qualitatif issu des entretiens avec les entreprises et le volet quantitatif exploitant les résultats de l'enquête sur les volumes, réalisée par FranceAgriMer.

Le volet qualitatif a été réalisé pour FranceAgriMer par le cabinet Stratys au moyen d'entretiens conduits, entre mai et décembre 2026, avec plus de cinquante entreprises de l'amont et de l'aval.

Le rapport est organisé en trois grandes parties :

1. Un état des lieux des activités et métiers de la filière avec comme fil conducteur le sujet de l'approvisionnement ;
2. Une présentation des enjeux économiques et de gouvernance de la filière ;
3. Une mise en perspective sur le devenir à moyen terme de la filière et la formulation des recommandations.

Il garantit la confidentialité des échanges (secret des affaires) et des données (secret statistique). L'évocation d'une entreprise est faite seulement si l'information est disponible en source ouverte. Les verbatim insérés dans le corps du rapport pour illustrer le propos sont tous anonymisés ; une indication du type d'acteur est précisée.

Ainsi, le contenu du rapport n'engage pas les entreprises qui ont accepté de nous recevoir pour un entretien. Leur contribution n'équivaut pas à une validation.

Partie 1 : État des lieux

2 Synthèse de l'état des lieux en quinze points-clés

1. La filière des plantes sauvages est une **filière historiquement implantée en France** depuis plusieurs décennies. Plusieurs centaines d'entreprises sont présentes en France sur tous les maillons de la chaîne de valeur, de la cueillette jusqu'à la mise sur le marché. Ces entreprises sont de toutes tailles (depuis l'entreprise individuelle à la filiale d'un grand groupe international). La géographie de la filière est très liée à l'accès à la ressource, avec la très grande majorité des entreprises de l'amont et de l'aval situées dans le Massif central, la vallée du Rhône et les Alpes.
2. **Cette filière des plantes sauvages se confond totalement avec la filière des PPAM.** Si quelques entreprises tout en amont sont spécialisées sur la cueillette, la très grande majorité des entreprises de l'amont fournissent des PPAM de cueillette et de culture. La quasi-totalité des entreprises de l'aval transforme des plantes sauvages et des plantes cultivées, souvent de manière assez indifférenciée (pas de process séparé ou distinct de transformation des plantes sauvages).
3. La filière des plantes sauvages se révèle même être une sous-filière des PPAM, tant par son **poids très marginal en termes de volume (et de valeur) sur le total des PPAM**, que par son poids marginal en termes de volume sur les marchés de produits finis incorporant des PPAM.
4. Cette filière des plantes sauvages s'est structurée au fil de la seconde moitié du XXe siècle, avec des entreprises qui ont tissé des relations commerciales et organisé des écosystèmes industriels depuis l'amont vers l'aval. **D'une économie de subsistance, la filière s'est transformée en une économie de marché.** Toutefois, les valeurs et représentations relatives à la cueillette en tant qu'activité rurale et paysanne sont toujours très présentes dans l'imaginaire collectif. Une tension existe entre ces représentations et les exigences liées à la professionnalisation du métier de cueilleur.
5. Pour autant, si la filière s'est structurée, **elle reste encore très hétérogène.** Les cueilleurs ont chacun leur histoire et un rapport singulier à cette activité. Les relations entre les fournisseurs de plantes et les industries utilisatrices restent humano-dépendantes, même si les procédures d'achat se formalisent de plus en plus. Les produits incorporant des plantes sont très variés, allant d'une tisane de tilleul, à une huile essentielle de lavande, un complément alimentaire avec de l'ortie, un médicament, une crème cosmétique avec de l'aubépine, un mélange d'herbes aromatiques avec du thym, du fromage à l'ail des ours, une liqueur de gentiane, cette liste pourrait s'allonger à l'infini.
6. Pour les plantes sauvages les plus couramment cueillies en France à des fins économiques, **la ressource ne semble pas menacée**, à part quelques plantes bien identifiées (arnica, génépi, armoise à fleurs laineuses, rhodiola rose). Les cueilleurs déclarent dans l'ensemble réussir à trouver de manière assez fiable la soixantaine de plantes faisant l'objet de l'étude. Les plantes classées comme menacées dans les annexes I et II de la CITES ne sont pas ou plus sourcées par les entreprises interrogées. Dans tout nouveau projet de développement d'un nouveau produit, l'inscription d'une plante à ces listes génère un « NO GO » systématique.

7. Cela ne signifie pas cependant que l'accès à la ressource est stable et prévisible. Une **grande variabilité est constatée dans l'abondance et la qualité des plantes**, avec une part substantielle d'incertitude à chaque campagne de cueillette. Les facteurs de cette variabilité sont connus, comme les aléas météorologiques et climatiques, sans toutefois pouvoir objectiver à une échelle macro les impacts sur les sites de cueillette. Les contaminations des sites de cueillette (pratiques agricoles liées aux pesticides et autres intrants chimiques notamment) font peser un risque sur la conformité des plantes cueillies. La déprise agricole, en particulier, l'élevage extensif, l'enfrichement, la perte des haies, l'évolution des paysages agricoles et ruraux, sont autant d'évolutions différentes qui impactent la ressource naturelle des plantes sauvages.
8. L'ouverture à l'international est double. Les plantes sauvages transformées en France proviennent très majoritairement de l'étranger. L'Europe de l'Est, les Balkans et le pourtour méditerranéen constituent des bassins d'approvisionnement bien consolidés. Pour les plantes ne poussant pas sous nos latitudes, le terrain de jeu est littéralement le monde entier. Selon les acteurs économiques interrogés, **les plantes origine France pèsent au plus 20 % des volumes totaux de plantes sauvages transformées en France**. Du côté de l'aval, les débouchés des entreprises de transformation et des marques sont nationaux et internationaux. Le marché de l'herboristerie (tisanes/infusions) semble un peu plus tourné vers le marché domestique, même si certaines marques ont axé leur développement sur le grand export (Asie du Sud-est).
9. **Les collecteurs constituent le premier canal d'approvisionnement de plantes sauvages, avec environ 50 % à 75 % de part de marché sur les ventes de matières premières**. Le quart restant est apporté par des cueilleurs individuels indépendants ou par des équipes de cueilleurs intégrées au sein des entreprises de l'aval. Les circuits courts de vente directe par des cueilleurs-producteurs (à la ferme, marchés, revendeurs locaux) couvrent une grande partie du territoire métropolitain ; les volumes correspondants sont très mineurs par rapport aux circuits longs de commercialisation.
10. Les cueilleurs individuels peuvent se retrouver assez rapidement en état de **dépendance économique** par rapport à leurs clients (collecteurs ou industriels). Les collecteurs disposent d'un portefeuille de clients (en aval, les transformateurs et marques) assez large et diversifié pour limiter cette dépendance économique, même s'ils ont aussi un portefeuille de grands comptes (un client qui dépasse 5 %, voire 10 % du chiffre d'affaires total). En aval, les volumes de matières premières sont bien répartis entre les transformateurs (et les marques) ; aucune entreprise individuelle ne fixe les règles du jeu à elle seule pour le marché de l'approvisionnement en matières premières. La relation entre l'amont et l'aval est plutôt dominée par l'aval, mais avec un relatif équilibre dans le pouvoir de négociation.
11. **La naturalité est le premier critère d'achat pour les consommateurs** (selon les industriels interrogés dans le cadre de l'étude). Le caractère sauvage ou non d'une plante et du produit qui en découle n'est pas identifié comme un critère d'achat. La valeur perçue de la plante de cueillette n'est pas réellement reconnue par le consommateur. Par conséquent, les marques ne communiquent pas sur l'origine « sauvage » de leurs produits. Elles axent leur marketing sur d'autres valeurs, naturalité, bien-être, tradition, respect de l'environnement.

12. La certification BIO s'est imposée comme une exigence d'accès au marché pour les cueilleurs. **Plus de 90 % des entreprises vendant des plantes sauvages en tant que matières premières sont certifiées BIO.** Les référentiels déclinant les principes de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises se diffusent progressivement sous l'impulsion des marques (Nature et Progrès, Biopartenaire, Fair for Life, Fairwild).
13. Après une période de croissance forte pendant les années COVID, **les marchés aval suivent des trajectoires économiques contrastées.** Le marché des huiles essentielles est en crise structurelle. L'homéopathie marque le pas. La demande pour les compléments alimentaires reste solide et à la hausse. Les cosmétiques et les parfums sont impactés par la volatilité du commerce international. L'herboristerie résiste mais la pression sur les prix est très forte. La filière aval se divise progressivement en deux branches : une branche tournée vers les marchés de masse avec une sensibilité prix très aiguë et une branche davantage tournée vers des offres de différenciation sur des marchés de niche.
14. **La filière PPAM se modernise, avec des investissements productifs significatifs depuis 2020** (création de site de transformation, achat de matériel de séchage, augmentation de la capacité de production, infrastructures de stockage, création d'entreprise, rachat d'entreprise) et des projets de développement des entreprises existantes. Même si la filière des plantes sauvages n'est pas à l'origine de ces investissements, elle profite directement de la modernisation des installations industrielles de la partie aval.
15. La demande industrielle de plantes sauvages reste solide, avec **un fort potentiel de développement à condition d'une montée en puissance crédible de l'amont.** Les incertitudes sur la sécurisation de l'approvisionnement en termes de volume créent un doute sur la viabilité d'une offre misant sur la cueillette. Ces mêmes incertitudes font le jeu des concurrents étrangers capables de fournir des volumes de plantes sèches avec des lots de plusieurs tonnes, lorsque la France raisonne en dizaines et centaines de kg.

3 Cartographies de la filière : une mosaïque d'acteurs et de modèles autour des plantes sauvages

Cette partie décrit les différents maillons de la filière, en partant de tout en amont, depuis les propriétaires de terrains accueillant les sites de cueillette, jusqu'à tout en aval les metteurs sur marché et les circuits de commercialisation des produits finis.

Le schéma ci-dessous peut se lire de différentes manières. Il trace le circuit de la plante depuis sa cueillette sur le terrain d'un propriétaire, les différentes étapes de transformation effectuées par les cueilleurs, collecteurs et transformateurs et son intégration dans le produit final par une marque.

On peut aussi dire que plus on avance vers l'aval, plus les circuits physiques et économiques se diversifient et moins on sait où va vraiment la plante. En termes de traçabilité, on peut remonter jusqu'au cueilleur et le site de cueillette, mais la réciproque n'est pas valable : les fournisseurs de plantes ignorent où vont « atterrir » exactement leurs plantes sur les marchés finaux.

Une autre manière de lire ce visuel est de l'aborder sous l'angle du partage de la valeur. L'aval — transformateurs et marques — capte la plus grande partie de la valeur économique d'une plante. Le kg d'ortie plante entière sec se vend autour de 4,5 € du cueilleur vers le collecteur alors qu'un sachet d'ortie feuilles coupées BIO est commercialisé autour de 150 euros TTC le kg (TTC), soit 125 euros HT. Sur ce cas précis, le multiple entre la matière première brute et le produit fini mis sur le marché est de x27-28. En général, pour l'ortie, le propriétaire ne perçoit pas d'indemnité pour accéder à son terrain. Le kg de matière première fourni par le cueilleur a généré dans ce cas illustratif environ une centaine d'euros de valeur économique. Ces 100 euros vont venir rémunérer toutes les opérations de transformation et de valorisation effectuées à chaque étape.

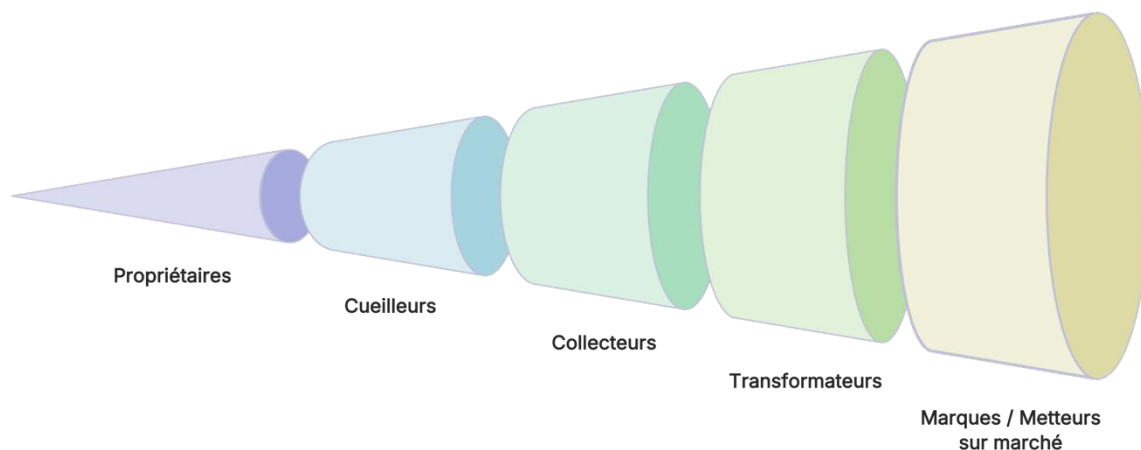


Figure 1 : présentation simplifiée de la filière du « champ à la tasse »

Une singularité de la filière cueillette réside dans le fait que les ressources sont prélevées très majoritairement dans des espaces dont la vocation est très éloignée de la production et de la fourniture de matières premières pour une filière économique.

Les PPAM issues de la culture sont récoltées dans des espaces agricoles dédiés à cette production. Les exploitations agricoles maîtrisent le foncier qui est le support de cette activité (qu'ils en soient propriétaires ou non). Ce n'est pas du tout le cas des cueilleurs, qui n'ont aucune maîtrise du foncier « producteur », ni accès garanti à ces espaces de production (naturelle).

Sur ce point, la filière des plantes sauvages semble unique. Les pêcheurs en mer ou à pied prélèvent leurs ressources dans des espaces maritimes ou littoraux qui ne leur appartiennent pas, mais ils disposent d'un permis pour le faire. L'extraction des métaux ou d'hydrocarbures dans les sous-sols fait l'objet de concessions. L'extraction de granulats dans les carrières est encadrée également par des concessions.

3.1 Les propriétaires détiennent les clés de l'accès à la ressource

« Il faut bien comprendre que nous, on est des cueilleurs. Donc en fait, on n'est jamais chez nous, on est toujours chez quelqu'un. »

— Cueilleur-collecteur, Massif Central

« Les éleveurs de vaches, les bourgeons de l'églantier dans leur parc, à part bien pouvoir y foutre le feu et le broyer... Donc ils s'en fichent complètement que je ramasse ça. »

— Cueilleur-producteur-transformateur

« La cueillette peut être très difficile et les coûts de main d'œuvre peuvent être très importants. »

— Association de producteurs (huiles essentielles)

« Si j'avais une sécurité qui me permette de dire aux clients et stop, on n'est pas obligé de faire 300 kilos d'orties par jour. »

— Cueilleur-producteur, Bourgogne

On désigne comme « propriétaires » les personnes ou les structures qui détiennent les espaces naturels, ou en gèrent l'accès, dans lesquels les cueilleurs viennent prélever des plantes sauvages.

On constate une grande diversité de propriétaires, qui ont quasiment tous comme point commun le fait que la cueillette constitue une part très minoritaire, voire marginale, de leurs activités. Or, la qualité des plantes sauvages dépend directement des pratiques de gestion de ces espaces productifs. Ces propriétaires sont regroupés par grande catégorie dans la liste ci-après.

- Les agriculteurs travaillent des terres pour leurs activités principales, l'élevage par exemple, sur lesquelles une diversité de milieux et d'habitats prend place. Les plantes sauvages appartiennent à ces écosystèmes agronaturels. Les plantes sauvages peuvent être considérées comme « invasives » ou « gênantes » pour l'activité principale : l'action des cueilleurs est ici vue comme une pratique de gestion écologique. Elle évite un fauchage généralisé de ces plantes, qui peuvent être ainsi valorisées. Les plantes sauvages peuvent aussi se situer dans des espaces en lisière des terrains ou dans des espaces non exploités. Certaines plantes ne poussent que dans certains espaces agricoles exploités par des pratiques agricoles respectant le vivant. Les espaces agricoles constituent l'un des plus importants gisements de plantes sauvages, sinon le premier. Par conséquent, l'évolution de l'agriculture, l'agriculture bio en particulier, est un facteur majeur influençant la disponibilité de la ressource à moyen et long terme.

- Les gestionnaires d'espaces naturels protègent et préservent les espaces dits naturels, qu'ils soient classés ou non. Ils régulent les activités qui se situent dans ces espaces naturels. Ils régulent les accès à ces espaces naturels. Les gestionnaires ne sont pas propriétaires des sites dont ils ont la gestion. Par exemple, le Conservatoire du Littoral confie la gestion des espaces littoraux dont il est propriétaire à différents types de gestionnaire : des collectivités territoriales comme le département, des collectivités locales comme les communes ou les EPCI, des associations, des Parcs naturels nationaux ou régionaux, l'ONF, des syndicats mixtes, etc. Ce sont ces gestionnaires qui vont gérer les activités et usages sur les espaces naturels (en cohérence avec le contrat de gestion) et qui sont notamment les interlocuteurs des cueilleurs.
- L'Office National des Forêts gère près de 11 millions d'hectares de forêts publiques, appartenant à l'État (forêts domaniales) ou aux collectivités. Il met en œuvre le code forestier pour les espaces dont il a en charge la gestion. C'est un acteur bien connu des cueilleurs, qui « achètent » à l'ONF les plantes qu'ils cueillent dans la catégorie des « menus produits » (estimation à 9 M euros en 2005, les multiples valeurs de la forêt française, IFEN).
- Les collectivités, en particulier les communes, peuvent être propriétaires et gestionnaires directs de leurs terrains, assimilés à des espaces naturels. Elles peuvent faire appel à des cueilleurs pour déployer des pratiques douces de gestion et elles sont sollicitées par les cueilleurs, quand un site potentiel de cueillette se trouve sur un de leurs terrains.
- Les particuliers détiennent des terrains, entretenus, en libre évolution ou en friche, sur lesquels des plantes sauvages poussent naturellement. L'enjeu pour les cueilleurs est d'arriver à identifier les particuliers qui sont propriétaires d'un terrain qui serait un site potentiel de cueillette. L'accord du propriétaire est souvent verbal, mais de plus en plus souvent formalisé par une autorisation écrite.
- Les organisations privées sont des entreprises, des associations, des fondations, qui détiennent des terrains accueillant cette biodiversité de plantes sauvages.



Figure 2 : essai de catégorisation des propriétaires des terrains sur lesquels la cueillette de plantes sauvages se déploie (crédits photo : creative commons)

Le groupe des propriétaires de parcelles accueillant des sites de cueillette n'est pas considéré comme un maillon à part entière de la filière des plantes sauvages. Toutefois, la ressource dépend quasi intégralement de l'accès à ces espaces. La reconnaissance de la place et du rôle des propriétaires dans le circuit économique est l'élément majeur qui a fait basculer, dans la seconde partie du XXe siècle, la cueillette d'un modèle d'économie familiale et rurale à un modèle économique de filière avec des marchés.

Accepter que l'on « cueille toujours chez quelqu'un », c'est admettre qu'on ne peut pas prélever à loisir et à tout va tout ce que l'on veut. C'est donc devoir respecter des règles, s'entendre avec des acteurs aux intérêts divers, discuter de la répartition de la valeur. En d'autres termes, c'est s'engager dans une voie ou une forme de professionnalisation d'une activité, héritière d'une certaine culture rurale avec ses codes, ses us et coutumes, pour devenir un métier à part entière, avec son référentiel de pratiques, une réglementation, une logique économique.

3.2 L'amont, qui a hérité d'une pratique historique et traditionnelle du monde rural, a entamé une mue inachevée

On considère ici les acteurs appartenant à l'amont, les acteurs qui réunissent au moins une des conditions suivantes :

- ils cueillent eux-mêmes ;
- ils achètent directement à des cueilleurs ;
- ils commercialisent des produits issus de la cueillette sous une forme de matière première brute ou avec une première transformation (plantes cueillies en direct ou achetées à un cueilleur) ;
- ils achètent et revendent des produits issus de cueillette sous forme de matière première brute ou après une première transformation.

3.2.1 Les cueilleurs, un métier sans statut, peu connu, pas assez valorisé et pourtant incontournable

« C'est un petit peu plus disparate que des industriels qui font des stylos [...] ils ont quasiment tous les mêmes machines [...]. Nous, on a plein de façons de produire la même plante différemment, ou de produire une autre plante. »

— Cueilleur-producteur-transformateur, Cévennes

« La cueillette, ça reste une niche. Il faut quelque chose qui nous tire vers l'avant. Le génépi vend bien, mais c'est surtout les confitures et liqueurs qui financent l'entreprise. »

— Cueilleur-transformateur, Alpes

« On est sur des petits volumes en fait, sur des petits volumes et un engagement qui, au regard de la taille de ces marques, en termes d'engagement et de risque financier, est totalement marginal. »

— Cueilleur-producteur-transformateur, Cévennes

« On va fournir en plus grande quantité en ayant peu de plantes au départ, parce que la production de plantes, c'est vachement consommateur de temps. »

— Cueilleur-producteur, Sud-Ouest

« Il y a des gens qui cueillent n'importe comment parce que le prix au kg fait qu'il faut faire du volume. »

— Cueilleur-transformateur

Les plantes sauvages ou plantes de cueillette sont toutes issues d'une action humaine de cueillette, le plus souvent manuelle, même si certaines cueillettes sont mécanisées. Le lien entre le cueilleur et la plante cueillie est unique et direct.

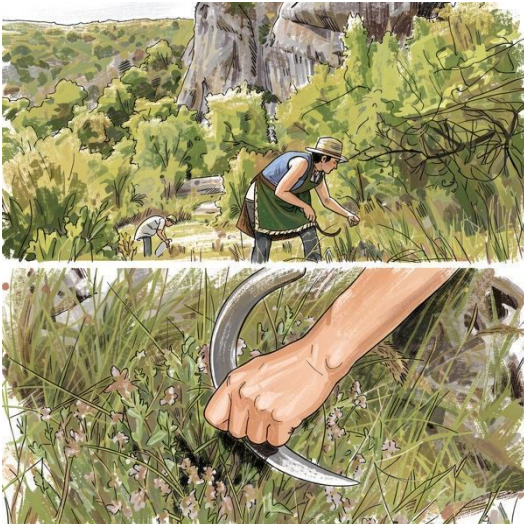


Figure 3 : illustration d'une cueillette « en situation » et focus sur le geste

Dans le schéma mental, on peut relier chaque plante ou partie de plante à un cueilleur, même si en pratique, les lots sont plutôt constitués de plantes provenant de plusieurs cueilleurs. Cette image du lien entre la plante et son cueilleur, c'est un peu comme attribuer un vase en céramique à l'artisan-céramiste qui l'a façonné et fabriqué. On peut alors attribuer chaque plante à un cueilleur, cet artisan de la nature, qui façonne ses paysages et doit prendre soin d'elle et avec qui il doit rester en symbiose pour renouveler et régénérer sa ressource, son gisement.

À l'origine de tous les produits qui contiennent des plantes sauvages, on retrouve donc ce geste, celui du cueilleur. Au départ de tous les processus aussi sophistiqués puissent-ils être, pour fabriquer un parfum, un médicament, un arôme, c'est ce geste simple, rudimentaire, ancestral, qui marque le début.

Avec le passage d'une logique de subsistance à une logique de commerce, la cueillette est devenue une activité à part entière et, pour certains, un métier à temps plein. La transmission, le partage et la diffusion des gestes du cueilleur constituent un enjeu majeur de la filière, comme en témoignent les travaux de l'AFC, avec l'édition des guides de bonnes pratiques de cueillette.



Figure 4 : documents pédagogiques édités par l'AFC

C'est un enjeu majeur, car la cueillette en tant qu'activité économique est pratiquée par une très grande diversité de profils, d'organisations et de logiques. Osons aussi le dire, plusieurs visions du monde cohabitent au-delà de l'image d'artisan de la nature évoquée ci-dessus. Ces visions du monde se croisent, certaines peuvent s'imbriquer, tandis que d'autres s'affrontent et se concurrencent. Le microcosme de la cueillette apparaît comme un révélateur des tensions et contradictions qui traversent les économies modernes, entre une course au rendement à tout prix, avec comme maître-mot la compétitivité et un appel à ralentir, à respecter le rythme de la nature, à redonner du sens au travail. D'un cas particulier et singulier, la cueillette, des parallèles peuvent être faits avec d'autres filières et une montée en généralité peut être tentée.

Ainsi, le groupe des cueilleurs peut être défini comme ceux qui cueillent eux-mêmes. Les cueilleurs n'achètent pas de plantes à des tiers, qui effectueraient ce travail de cueillette à leur place. Plusieurs statuts administratifs sont observés :

- La cueillette est l'activité (quasi-) exclusive du cueilleur :
 - le cueilleur est installé en tant qu'exploitant agricole individuel (souvent en EARL), cotisant solidaire ou de plein droit à la MSA ;
 - le cueilleur travaille pour une entreprise commerciale spécialisée dans l'approvisionnement en plantes sauvages. Différentes formes juridiques sont observées : SARL, SCP, SAS, EI. Le cueilleur est le plus souvent salarié (CDI, CDD, intérim, saisonnier) ;
- La cueillette est l'activité principale du cueilleur ou une activité importante, au moins en termes de revenus :
 - Le cueilleur agit en tant que travailleur indépendant, souvent sous le régime de la micro-entreprise (auto-entrepreneur) ;

- Le cueilleur est installé en tant qu'exploitant agricole spécialisé dans la production de PPAM ;
- Le cueilleur est un particulier jardinier, dont la zone de cueillette ne dépasse pas 500 m2 (surface d'un potager) ;
- La cueillette est une activité d'appoint pour le cueilleur :
 - Le cueilleur est un particulier, c'est une activité ponctuelle quelques semaines dans l'année (par ex. : tilleuls) pour un complément de revenus ;
 - Le cueilleur est un actif qui exerce plusieurs activités en parallèle, dont la cueillette.

À cette première grille d'analyse, les cueilleurs se distinguent également par le spectre de leurs activités vers l'aval :

- Les cueilleurs fournissent uniquement des plantes comme matières premières brutes (frais, sec, congelé) ;
- Les cueilleurs ont également des activités de transformation des plantes en ingrédients jusqu'aux produits finis mis sur le marché ;
- Les cueilleurs font de la vente directe (marchés, site internet, « vente à la ferme », magasins de producteurs).

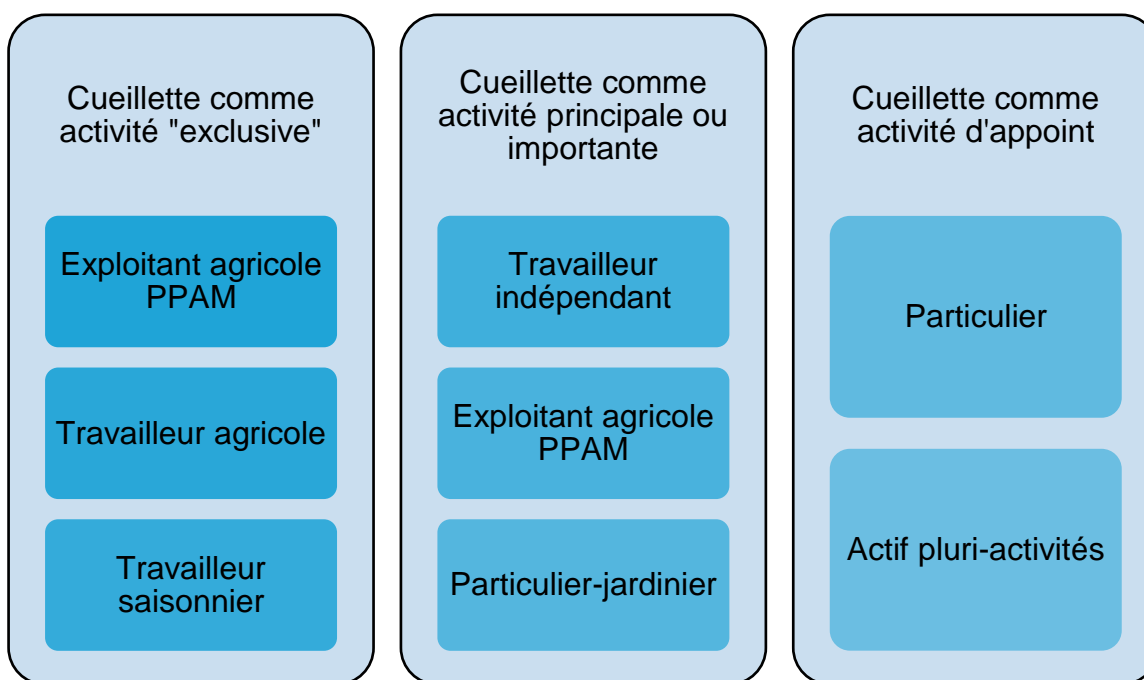


Figure 5 : essai de typologie des profils de cueilleurs selon l'importance de la cueillette dans leur activité et/ou revenu

Sur les 13 cueilleurs interviewés, 7 sur 13 ont au moins une activité sur la partie aval de la filière.

Aussi, la presque totalité des adhérents au syndicat SIMPLES (plus de 500) préparent aussi des produits à base de plantes (cosmétiques, produits alimentaires, savons...voir huiles essentielles et/ou hydrolats). C'est donc la réalité pour la majorité des "petits cueilleurs artisanaux qui vendent leurs produits essentiellement en direct.

3.2.2 Les collecteurs forment le hub commercial et logistique qui relie l'amont et l'aval

« On n'a jamais de prestataires, ils sont tous salariés ou saisonniers. »

— Collecteur structuré, Massif Central

« Il y a peu de contrôles — si on fait les choses bien et qu'il n'y a pas d'accident du travail, ça peut passer sous les radars longtemps. Mais les choses se durcissent. »

— Collecteur structuré, Massif Central

« Il faut qu'on se projette, qu'on forme des gens. Si on veut que nos entreprises perdurent, il faut former, il faut transmettre. »

— Collecteur structuré, Massif Central

« Il y a une niche pour les clients qui sont vraiment prêts à payer le prix. »

— Collecteur-négociant, Est

Les collecteurs sont des entreprises qui achètent directement des plantes sauvages à des cueilleurs pour les revendre à des entreprises de l'aval qui vont les transformer en ingrédients ou les intégrer dans des processus de fabrication de produits finis. Une partie des volumes du collecteur peut également provenir de la cueillette par des équipes salariées internes au collecteur. Les collecteurs peuvent également vendre les plantes sauvages en tant que matière première avec une première transformation (séchage/congélation, tamisage, coupe, broyage) à un revendeur (grossiste ou négociant).

Les industriels qui achètent directement à des cueilleurs, individuels ou en collectif, et qui transforment en intégralité leur approvisionnement de plantes sauvages, en produits semi-industriels ou produits finis, ne sont pas considérés comme des collecteurs même s'ils contribuent à l'organisation des filières amont (par ex. : Acanthis, Nateva, Biolandes/Golgemma, LMR/IFF, Le Dauphin).

Les collecteurs forment une pierre angulaire du système d'approvisionnement en plantes sauvages.

Ces acteurs sont capables de répondre aux prescriptions des cahiers des charges des industriels, notamment sur le plan de la traçabilité, de la conformité des lots en termes de qualité (contaminants, teneur en principe actif) et de la forme des plantes (sec, frais, congelé, plante entière, partie de plante) pour optimiser leur transformation en ingrédients qui seront intégrés dans les différentes formes galéniques commercialisées par les marques et metteurs en marché tout en aval. Les collecteurs se distinguent des grossistes par rapport à leur rôle de structuration de la filière comme point de passage entre l'amont et l'aval. Le collecteur organise l'approvisionnement, car il fournit un cadre contractuel et commercial stable aux cueilleurs, tandis que le grossiste a une approche plus transactionnelle de l'approvisionnement, avec un niveau d'engagement moins important vis-à-vis de ses fournisseurs et une mise en concurrence plus marquée. La frontière est ténue et assez souvent perméable entre les collecteurs et les grossistes ; il s'agit davantage d'une appréciation qualitative que d'une détermination statistique.

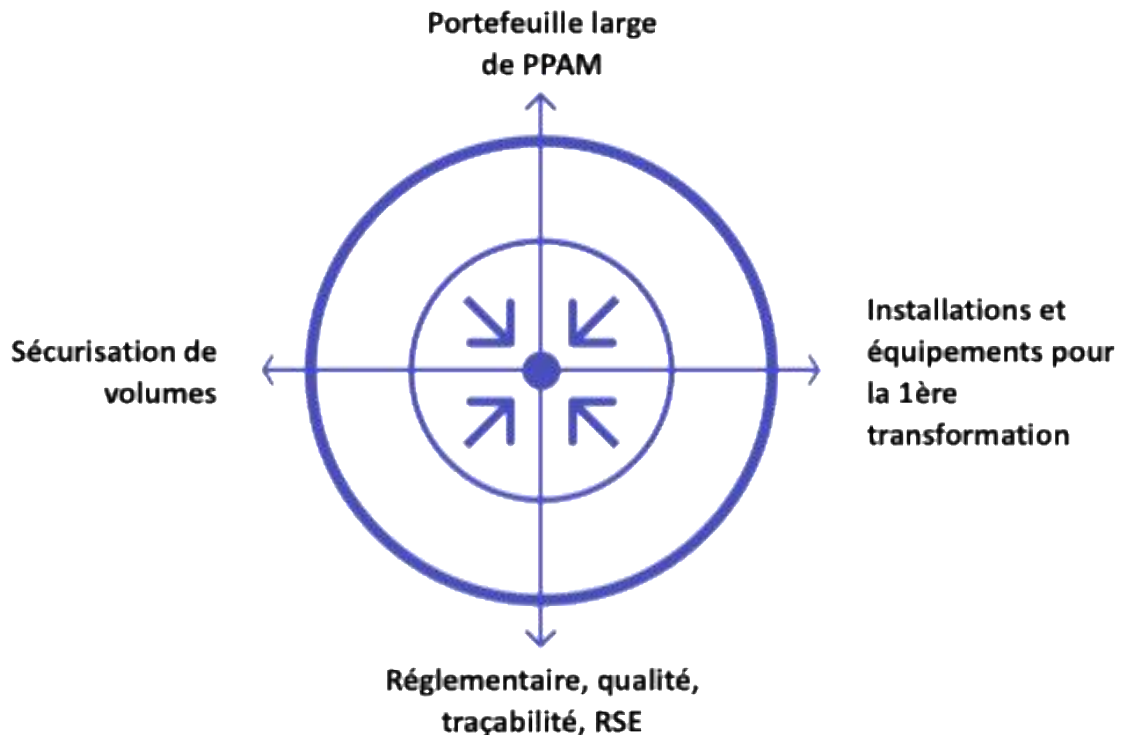


Figure 6 : fonctions-clé des collecteurs dans le processus d'approvisionnement de la filière

Les actifs nécessaires pour effectuer toutes les opérations de ce maillon de la première transformation sont nombreux et intensifs en capital :

- installations, équipements et machines pour le séchage (à l'air libre, sous abri, sous serre, séchoir électrique, séchoir à gaz) avec des capacités individuelles allant de quelques kg à plusieurs tonnes par opération de séchage ;
- machines pour broyer ;
- installations et machines pour trier et tamiser ;
- installations, équipements et matériels de stockage (entrepôts, conteneurs, futs, big box, bidons, etc.) ;
- équipements de congélation ;
- systèmes d'information pour la gestion des flux et des stocks ;
- compétences réglementaires et dans les systèmes d'assurance qualité.

Le développement progressif de la filière des plantes sauvages jusqu'aux années 2020 s'est traduit par une augmentation des contraintes, des normes et des prescriptions. L'accès au marché est fortement conditionné par la capacité à répondre à toutes ces attentes. La place des collecteurs, déjà centrale aujourd'hui dans les circuits d'approvisionnement, ne devrait pas décroître à l'avenir, étant donné le niveau de capital requis. La liste des collecteurs est relativement courte, en comparaison avec le nombre de cueilleurs potentiels (plus de 1 000 structures certifiées bio dans l'annuaire de l'agence bio dans la catégorie cueillette PPAM). Ils ont tous été interviewés dans le cadre de l'étude qualitative, sauf Vivaplantes : Alp'erbo, Comptoir de l'herboristerie, Herbarier du Diois, ORIANE Nature, PAM Ardèche, Promoplantes, SICARAPPAM, Vivaplantes.

Les petites entreprises individuelles de cueillette, si elles peuvent être plus compétitives sur les prix, auront du mal à s'aligner sur le niveau de qualité des collecteurs, en termes de conformité aux cahiers des charges des industriels.

D'autres positionnements existent d'ores et déjà, selon les marchés. Ainsi, dans l'homéopathie ou les cosmétiques moyen-haut de gamme, les entreprises ont, pour la plupart de leur portefeuille de plantes sauvages, des besoins dans des volumes tout à fait assurables par des « petits » cueilleurs (kg, dizaines de kg, parfois en centaines de kg pour une plante donnée).

3.2.3 Les revendeurs s'inscrivent souvent dans des circuits de vente très spécialisés

« On est sur le négoce. Quand on est confronté aux prix internationaux, c'est quand même très compliqué. »

— Association de producteurs-transformateurs (huiles essentielles)

Les revendeurs regroupent les grossistes et les négociants. Le grossiste est une structure spécialisée dans le commerce des PPAM. Il dispose souvent d'un catalogue de plusieurs centaines de références (combinaison plante x partie x forme x origine). Les plantes sauvages constituent une partie très minoritaire de leur activité, voire infime, en termes de volumes, comparées aux plantes issues de la culture. Les plantes sauvages origine France représentent des volumes encore plus petits. Les plantes sauvages sont référencées au catalogue, le plus souvent, car elles n'existent qu'à l'état sauvage ; les grossistes ont une préférence pour les plantes de la filière culture, pour des raisons de sécurisation de l'approvisionnement avec des volumes importants (plusieurs centaines de kg, plusieurs tonnes). Le grossiste se distingue du négociant par les opérations de transformation de la matière première. Tout comme le collecteur, le grossiste peut faire une première transformation de la plante de manière à la préparer pour les étapes ultérieures de transformation et valorisation.

Le négociant, lui, achète et revend en l'état, sans intervention sur le produit. Le négoce couvre un portefeuille de produits plus étendu, qui va de la plante déjà transformée et conditionnée, aux ingrédients comme les extraits, les actifs, des produits semi-industriels ou semi-finis comme les huiles essentielles ou les hydrolats. Aucun négociant « pure player », c'est-à-dire une entreprise qui ne fait que du négoce, n'a été interviewé. En revanche, plusieurs entreprises classées comme collecteurs ou grossistes ont une activité de négoce plus ou moins développée (Oriane, Herbarier du Diois, Comptoir de l'Herboristerie, Cevenat).

3.3 L'aval est assis sur une base industrielle robuste, diversifiée, complète, sur laquelle les marques peuvent s'appuyer pour se projeter à l'international

L'aval de la filière désigne les entreprises utilisatrices de plantes sauvages sous toutes les formes et conditionnements, qu'il s'agisse de matières premières brutes ou transformées en ingrédients. La filière aval des plantes sauvages n'est pas distincte de la filière aval des plantes cultivées.

3.3.1 Les transformateurs français sont compétitifs au niveau international et peuvent augmenter leurs capacités de production si les marchés repartent à la hausse

« Il y a une vraie surcapacité industrielle, énorme. [...] On pourrait distiller dix fois plus facilement. »

— Distillateur, Sud-Ouest

« Produire en France c'est pas facile et il faut avoir un peu des marchés de niche. »

— Distillateur, Sud-Ouest

« Sur le sauvage, je vois un gros aspect de biodiversité et c'est peut-être les orientations du marché futur. »

— Distillateur, Sud-Ouest

« [...] qui trouvent la meilleure période pour récolter, la meilleure façon de sécher [...] ça c'est vraiment un point positif pour les producteurs français. »

— Aromatique-parfumerie, grand groupe

On désigne comme « transformateur » les industries qui valorisent les plantes sauvages dans des produits intermédiaires ou des produits finis, sans aller jusqu'à la commercialisation finale des produits sur les marchés (vente à un distributeur, à un consommateur du produit fini).

La France dispose d'un écosystème artisanal et industriel complet sur la filière aval des PPAM. Toutes les compétences et capacités industrielles sont présentes sur le territoire, avec un tissu industriel compétitif, capable de produire les volumes demandés par les marchés. À la question « est-il facile de trouver un prestataire pour vous faire l'extraction d'une plante, sa distillation, un façonnier ou un fabricant ? », toutes les entreprises de l'aval rencontrées ont répondu par l'affirmative.

Les transformateurs peuvent se regrouper en quatre grandes catégories.



Figure 7 : regroupement des transformateurs de plantes en 4 grandes catégories

Les extracteurs sont des entreprises qui extraient les principes actifs d'une plante. Un extrait est le produit de l'opération d'extraction. Un actif est un concentré d'extrait avec une teneur en principe actif plus élevée que l'extrait d'origine. Les acteurs français ont développé et maîtrisent un grand éventail de technologies d'extraction, des plus classiques et traditionnelles, telle la macération hydroalcoolique ou glycinée, à des technologies de pointe comme l'extraction rapide utilisant des micro-ondes, l'extraction à base de plantes congelées ou de nombreux autres process développés en interne.

Les extracteurs transforment principalement des plantes sèches et des plantes congelées. Certains extracteurs achètent des lots de plantes sèches, qu'ils préparent eux-mêmes (coupe, tamisage) pour alimenter le processus d'extraction. D'autres extracteurs achètent des lots de plantes déjà préparées par le fournisseur. Ce fournisseur est souvent un collecteur ou un grossiste, rarement un cueilleur individuel, parfois une entreprise de cueillette d'une taille suffisante pour investir dans l'équipement de broyage et de coupe.

Les extracteurs ont deux grandes lignes de produits :

- Une première ligne qu'on qualifiera de « commodité », où le critère prix est déterminant pour un produit relativement standardisé. Le marché est international (ainsi que la concurrence). Même si le coût matière de la plante pèse pour une part relativement faible par rapport au coût complet du produit, on se situe ici dans une industrie de masse où les marges de manœuvre sont très faibles ; chaque centime compte. L'essentiel des volumes se fait sur cette ligne « commodité ».
- Une deuxième ligne qu'on nommera « à façon » correspond aux projets qui ont été conçus et développés sur mesure pour un client. Ce sont des produits à plus forte valeur ajoutée, impliquant de la R&D et avec un objectif de différenciation du produit final grâce à cet ingrédient. L'innovation peut être de nature technique (procédé d'extraction, formulation). Elle peut également être de nature organisationnelle : traçabilité de la plante, imaginaire marketing, responsabilité sociale et environnementale, etc. Les plantes de cueillette alimentent les deux lignes de produits d'extraction. Les plantes sauvages origine France sont plus compétitives sur la ligne de produits à façon, avec des marges de négociation entre cueilleurs et utilisateurs des plantes en meilleure adéquation avec la réalité des coûts de chacun et un partage de la valeur créée plus discuté.

Les extracteurs sont présents dans tous les marchés de produits intégrant des plantes sauvages. Ils produisent des ingrédients qui sont utilisés dans quasiment tous les processus de fabrication de produits à base de plantes sauvages.

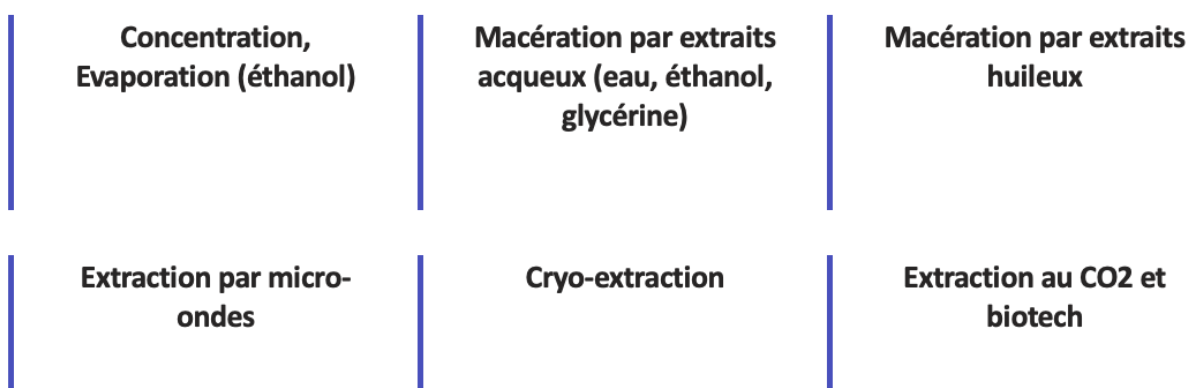


Figure 8 : les technologies les plus courantes en France pour l'extraction de plantes sauvages (frais, sec, congelé)

Les distillateurs produisent les huiles essentielles et hydrolats. Si chaque distillateur a sa propre installation « maison », le procédé de distillation est assez proche, à l'aide d'un ou plusieurs alambics (ou caissons), de différentes tailles, alimentés au gaz ou à l'électricité. Toutes les opérations de distillation s'effectuent à partir de plantes fraîches, souvent le jour ou soir même de la cueillette et sous 48 heures maximum, ce qui fait que les sites artisanaux et industriels de distillation sont implantés dans les principaux bassins géographiques de cueillette et de production de PPAM.

L'opération de distillation est une opération requérant un grand savoir-faire du distillateur. Elle se rapproche à ce titre plus d'un travail artisanal que d'une opération industrielle, en tout cas appliquée à la distillation de plantes sauvages en France. La distillation des huiles essentielles est une opération d'une grande précision, pour obtenir les bons chémotypes et viser les niveaux de principe actif recherchés. Ce savoir-faire s'acquiert avec l'expérience ; aucun raccourci n'est réellement possible. Chaque plante est différente, ce qui fait que chaque lot de plantes est en quelque sorte unique. Le distillateur va savoir qu'avec ce lot de plantes, de ce cueilleur ou fournisseur, il va devoir ajuster la température et la durée de la distillation. Pour la même plante, mais venant d'un autre fournisseur, un ajustement différent devra être fait. Chaque distillation se ressemble et est unique à la fois, tout comme l'huile essentielle qui en est issue.

Cette variabilité est un enjeu pour le distillateur. L'huile essentielle produite doit-elle être standardisée ? Le client exige-t-il que l'huile essentielle soit toujours la même d'un point de vue chimique ? Ou cette huile essentielle peut-elle avoir des variations infimes ou réelles, en fonction de l'origine des plantes, leur qualité, l'opération de distillation ?

Le positionnement sur cette question débouche sur deux grands modèles. Un premier modèle qu'on qualifiera de « processus maîtrisé » où le but est de réussir à produire un produit qui soit toujours le même. Un deuxième modèle qu'on désignera comme un modèle de « processus artisanal » pour lequel chaque distillation est singulière et va déboucher sur un produit aux caractéristiques uniques (dans une plage de variations).

Le premier modèle « processus maîtrisé » cherche à coller aux attentes et prescriptions du marché en matière de normes qualité. Or, la distillation de plantes sauvages induit toujours une part de variation, qui est difficile à intégrer dans ce « processus maîtrisé ». De nombreux distillateurs font alors le choix de bâtir leur modèle d'approvisionnement sur des plantes cultivées exclusivement. Ce critère de variabilité de la « qualité » de la plante sauvage est souvent invoqué comme un frein pour les distillateurs, en plus des risques de rupture d'approvisionnement. Les volumes de plantes nécessaires à la distillation sont en effet très importants. Quelques exemples pour illustrer cette variabilité : 100 kg pour 1 litre pour l'angélique, 750 en moyenne pour l'immortelle, 500 à 1 000 pour la livèche.

Situation économique : le secteur de la distillation de PPAM, qu'elles soient cultivées ou sauvages, est en crise profonde en raison d'une surcapacité industrielle liée à une chute du marché après le boom des années COVID. Pour autant, l'outil de production est performant, moderne et compétitif ; les investissements sont récents (moins de cinq ans). La capacité de production est très importante, ce qui assure une capacité à répondre rapidement à une nouvelle demande si le marché des huiles essentielles repartait à la hausse.

Les façonniers produisent des composants qui incorporent des plantes sauvages ou des ingrédients à base de plantes sauvages, composants qui seront ensuite eux-mêmes assemblés pour produire le produit fini. Le façonnier suit « une recette » ; le composant ou produit est ensuite intégré au processus de fabrication du produit fini par le fabricant. La distinction entre les opérations de façonnage et de fabrication n'est pas toujours évidente. Le façonnage peut être simple, par exemple, produire une poudre avec telle précision, ou bien être complexe, c'est-à-dire incorporer des ingrédients de différente nature dans la formulation du produit (composant). Le produit obtenu peut être assez proche du produit fini qui sera mis sur le marché mais il ne sera pas conditionné dans le format de la commercialisation finale.

Les fabricants finalisent la production des produits qui seront mis sur le marché. C'est la dernière étape du processus de production. Ces fabricants peuvent être des entreprises industrielles indépendantes, souvent avec leur marque propre également, qui travaillent pour des marques (metteurs sur marché) autres. Ces dernières peuvent internaliser cette étape de fabrication (gérer des usines et ateliers) ou, phénomène assez fréquent dans cette filière de plantes sauvages, sous-traiter cette étape de fabrication.

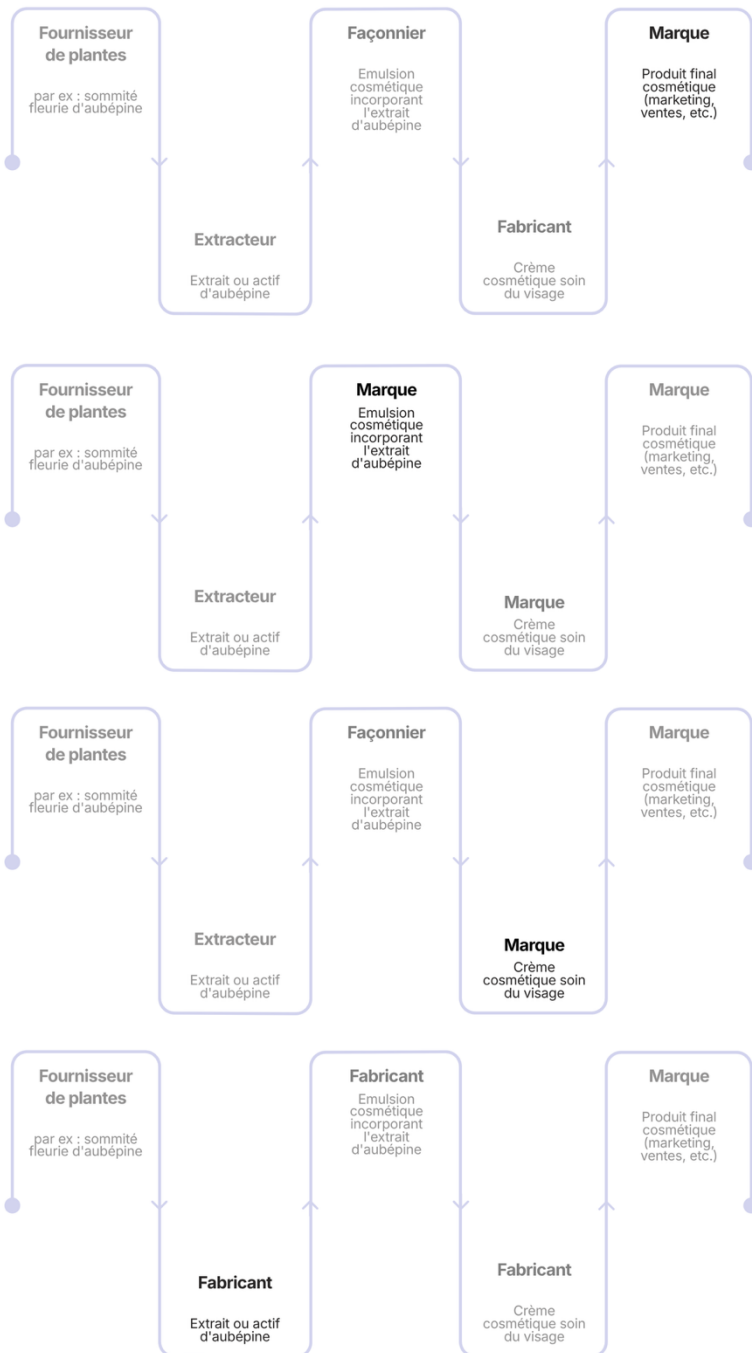
Ces quatre catégories — extracteurs, distillateurs, façonniers et fabricants — s'appliquent davantage aux types d'activité qu'aux entreprises elles-mêmes. En effet, il est très courant d'avoir une entreprise qui opère plusieurs activités de transformation.

Un façonnier peut sous-traiter l'extraction d'une plante en extrait ou actif, pour ensuite l'intégrer dans son produit, une crème par exemple, une gélule, un comprimé, une poudre. Ce même façonnier peut également avoir la capacité industrielle d'extraction. L'arbitrage d'internaliser la production ou de la sous-traiter est fait produit par produit, projet par projet, en fonction du niveau de charge de l'outil de production, la proximité du sous-traitant par rapport à l'approvisionnement de la plante, le coût comparé, l'historique du produit, etc.

On observe une grande perméabilité de ces activités de transformation au sein des entreprises de la filière. Cela s'explique en partie par une volonté de diversification du portefeuille des activités, afin de limiter les risques économiques liés aux fluctuations des marchés. De ce fait, les entreprises de la filière sont relativement imbriquées dans les flux de matières et les relations commerciales. Un fabricant de compléments alimentaires par exemple, peut avoir sa marque propre et également produire en marque blanche pour un metteur sur marché. Ce même fabricant peut aussi offrir une prestation de façonnier pour un autre fabricant, ou faire une prestation de préparation d'une plante avec une macération ou une distillation pour un autre industriel qui va incorporer ce macérât, hydrolat ou cette huile essentielle dans son produit.

Dès lors, dans la filière aval, les transformateurs sont à la croisée des différents marchés des produits intégrant des plantes sauvages. C'est une sorte de grand hub artisanal, industriel et logistique des plantes sauvages, avant qu'elles n'aboutissent à leur marché final, structuré par les marques (metteurs sur marché).

Les transformateurs sont en pratique les acheteurs et utilisateurs de plantes sauvages. Les marques, quand elles se concentrent sur les opérations de conception, de pilotage et de commercialisation, n'achètent pas de matières premières ; c'est tout leur écosystème de production qui assure ces opérations. Et quand les marques achètent des plantes, elles les font souvent livrer directement à leurs fournisseurs qui se chargent des opérations de transformation.



Le schéma ci-contre présente quatre organisations de la chaîne de valeur pour un même produit. On prend comme exemple fictif la fabrication d'une crème cosmétique soin du visage dont la formule contient un extrait d'aubépine.

Dans le premier circuit (en haut), chaque étape et opération de transformation est effectuée par une entreprise différente. La chaîne de valeur n'est pas intégrée et la marque se concentre sur les fonctions de pilotage, de R&D et de commercialisation ; c'est un industriel sans usine.

Dans les 2^e et 3^e circuits, la marque remonte vers l'amont dans la chaîne de valeur, soit au niveau des opérations de façonnage ou de fabrication du produit fini.

Dans le 4^e circuit (en bas), c'est le fabricant qui intègre les fonctions d'extraction, de façonnage et de fabrication du produit fini.

Il est courant que les entreprises de l'aval assurent plusieurs de ces fonctions de production. L'organisation de la chaîne de valeur est relativement spécifique à chaque produit.

Figure 9 : différentes organisations de la chaîne de valeur de l'aval

3.3.2 Les metteurs sur marché des produits issus de plantes sauvages sont très largement communs à la filière des PPAM cultivées

« Dans les plantes sèches, c'est quatre-vingt-dix-huit pour cent cultivé. Dans les bourgeons, c'est cent pour cent cueillette sauvage. »

— Metteur sur marché compléments alimentaires

Les marques sont les entreprises qui commercialisent des produits intégrant des plantes sauvages dans leur composition. Elles sont au contact direct des canaux de distribution. Pour la filière des plantes sauvages, on considère que les marques sont les metteurs sur le marché, car ce sont elles qui commercialisent en premier les produits finis sur le marché français.

La définition du metteur sur marché dans cette étude ne reprend pas les notions de la Responsabilité Elargie du Producteur (filière REP). Pourtant, sans le formalisme et les aspects réglementaires, certaines pratiques des marques peuvent faire écho à cette notion de REP, avec l'attention portée à la gestion écologique de la ressource. Toutefois, aucun mécanisme de financement n'existe ; les marques ne s'acquittent d'aucune redevance.

Aussi, le concept de recyclage d'un produit contenant des plantes sauvages pour réutiliser ou valoriser les plantes sauvages après l'utilisation du produit fini, n'est pas du tout pertinent (ni opérant).

Les marques sont spécialisées par grand marché, professionnels et consommateurs. Ainsi, la filière aval se divise progressivement en sous-filières spécialisées ou marchés, au fur et à mesure des opérations de transformation et de fabrication, jusqu'aux marques, qui elles, se positionnent sur des marchés bien identifiés, qu'on décrit plus loin et dont voici une première liste : parfumerie, compléments alimentaires, aromathérapie, arômes alimentaires, cosmétiques, hygiène grand public, tisanes, herboristerie, herbes aromatiques, pharmacie, homéopathie, produits vétérinaires, produits de biocontrôle pour l'agriculture, produits d'alimentation, alcools et liquoristerie (liste non exhaustive).

Entre le cueilleur et la marque, une multitude de circuits existe. Des circuits directs, où le cueilleur connaît l'utilisation de la plante qu'il vend à la marque. Des circuits avec beaucoup d'intermédiaires, où le cueilleur n'a aucune idée de la destination de la plante après l'avoir vendu à un collecteur. Les collecteurs ont une connaissance tacite de la première transformation de la matière première vendue (extraction, distillation, façonnage, fabrication). En fonction de l'entreprise cliente, ils ont une idée du marché de destination (tisanes, compléments alimentaires, etc.), mais ils disposent rarement de certitudes sur le produit final qui intégrera les ingrédients fabriqués à partir des plantes vendues.

Si les collecteurs constituent un véritable pivot entre l'amont et l'aval de la filière, ce sont les marques qui donnent le « LA » de toute la filière. Ce sont les marques qui fixent les exigences du marché, qui vont ensuite se répercuter sur leurs fournisseurs (les transformateurs) de proche en proche, jusqu'aux collecteurs et aux cueilleurs in fine.

Les marques assurent les fonctions support de conception, pilotage et commercialisation :

- conception, R&D, marketing ;
- pilotage : pilotage de la production, achats, RH, logistique, réglementaire, qualité, financier, administratif ;
- commercialisation : logistique, ventes.

Selon leur modèle économique, les marques peuvent internaliser les opérations de production ou sous-traiter tout ou partie de ces opérations. Le modèle d'une marque sans usine et sans entrepôt est possible, tout comme le modèle d'une marque qui intègre verticalement la totalité de la chaîne de valeur depuis la production des plantes (culture) jusqu'à la fabrication et commercialisation des produits finis.

À part quelques exceptions, pour une marque donnée, les plantes sauvages origine France représentent une part très faible du portefeuille de produits (nombre, volume et valeur). Cela ne signifie pas nécessairement que ces produits incorporant des plantes sauvages ne sont pas importants pour cette marque. En effet, pour se faire référencer par un distributeur, une marque doit être capable de proposer une gamme large de produits. Certaines références sont incontournables (tisane avec du tilleul, crème à base d'arnica) ou sont liées à effet de mode (gemmothérapie avec une forte variation sur l'attrait des consommateurs pour certains « bourgeons »). Or, certaines plantes ne sont « disponibles » qu'en sauvage. Le sauvage, s'il est très minoritaire, voire marginal dans la gamme des produits mis sur le marché par une marque, occupe toutefois une place à part, permettant à la marque de se différencier et d'offrir une gamme suffisamment complète pour intéresser le distributeur.

Les marques sont de taille très hétérogène et cela pour tous les marchés. On y retrouve des entreprises individuelles, des TPE et PMI, des entreprises de taille internationale et mondiale, des entreprises appartenant à des grandes multinationales. Il n'y a pas vraiment de règles. Les marchés ne sont pas concentrés au niveau des marques ; mais ils peuvent l'être d'une certaine manière au niveau des transformateurs sur certains marchés (parfumerie, huiles essentielles).

3.4 Autour de l'amont et l'aval, des acteurs incontournables

3.4.1 Une grande diversité de circuits de commercialisation des produits finis

« *Vente directe à des particuliers, vente à la ferme, vente sur les marchés — c'est essentiellement ça, c'est la vente directe.* »

— Association de producteurs-transformateurs

Si les distributeurs ne sont pas usuellement englobés dans la notion de filière, leur rôle et influence sur la filière des plantes sauvages et des PPAM de manière plus large sont majeurs, sinon déterminants.

Les produits issus ou intégrant des plantes sauvages sont vendus dans une grande diversité de canaux de distribution et de points de vente, dont un aperçu est donné dans la figure ci-après.



Figure 10 : les principaux canaux de commercialisation et de distribution des produits intégrant des plantes sauvages

Les canaux de distribution sont nombreux, variés et assez spécifiques, car les entreprises sont plutôt positionnées sur des marchés et segments de niche et de spécialité. Pour toucher leurs cibles de clientèle (pro et particulier), les metteurs sur marché font souvent le choix d'une stratégie de distribution tournée vers les circuits spécialisés.

3.4.2 Les prestataires assurent des fonctions de ré-assurance et de tiers de confiance

« Il y a les cueilleurs et il y a ceux qui gravitent autour de la filière mais qui tirent une grande valeur ajoutée, notamment tout ce qui est laboratoire d'analyses, les certifications. »

— Façonnier / fabricant, Sud-Est

« Au bout d'un moment, sous la pression de leurs clients, eux aussi, ils ont besoin d'avoir le label. »

— Laboratoire

La filière des plantes sauvages est une filière évoluant dans un environnement très réglementé et formalisé. Les produits intégrant des plantes, qu'elles soient sauvages ou cultivées, doivent respecter des règles strictes pour pouvoir être commercialisés. Dès lors, les entreprises font appel à des tiers de confiance pour attester du respect des règles et engagements et rendre compte de la conformité des produits.

Les laboratoires d'analyse se sont imposés comme des acteurs incontournables de la filière. Beaucoup d'entreprises (la très grande majorité des entreprises interrogées) font appel à des prestataires pour effectuer les analyses biochimiques des lots de plantes : recherche de contaminants (pesticides), mesure des alcaloïdes pyrolizidiniques, vérification ADN, MOSH-MOAH, métaux lourds, analyse microbiologique pour E. coli, perchlorates.

Toutes ces analyses ne sont pas contractuellement réglementaires, cela dépend des produits et du référentiel qualité de l'entreprise acheteuse.

Le budget d'analyse est forfaitisé pour un lot donné et représente quelques centaines d'euros pour les analyses de base (pesticides et micro-bio, jusqu'à 1500-2000 euros). Le coût associé à ces analyses incite les entreprises (vendeuses et acheteuses) à privilégier des lots de taille suffisamment importante pour amortir ces coûts.

Une entreprise voulant acheter quelques kg ou dizaines de kg a plutôt intérêt à se fournir auprès d'un collecteur, qui aura effectué ces analyses « en amont » de la commercialisation. Une entreprise achetant des volumes ou des lots de valeur suffisante pour amortir ces coûts pourra acheter à un cueilleur directement ou un collecteur qui n'aura pas effectué les analyses en amont.

Tous les marchés des plantes sauvages sont concernés par ces pratiques et exigences de l'analytique. Seuls les marchés des produits d'alimentation et de la liquoristerie n'effectuent pas ces analyses de manière courante ou systématique (par ex. : confiture, tartinade, apéritifs, liqueurs, etc.).

Les organismes de certification sont incontournables, au premier rang desquels les organismes pour la norme BIO (10 certificateurs et une association CEBIO qui les regroupe). Selon notre estimation, plus de 90 % des volumes de plantes sauvages cueillies en France le sont par des entreprises certifiées BIO ou sous mention collective.

3.4.3 Les organisations collectives posent des bases solides de fédération des acteurs de la filière

« La seule société en France et peut-être en Europe à avoir cet historique : un collectif de cueilleurs et de botanistes. »

— Collecteur structuré, Massif Central

Deux grands types d'organisations de coopération sont présents dans la filière :

- Les labels bio et équitables : Biopartenaire, Nature et Progrès, Fairwild, Fair for life, COSMOS ;
- Les associations professionnelles et syndicats professionnels : Association Française des Cueilleurs (AFC), syndicat des simples et la marque collective « SIMPLES ».

Ces organisations de coopération sont très actives dans leur rôle de structuration et de fédération de la filière. Pour autant, les entreprises utilisant des plantes sauvages relèvent de plusieurs secteurs et marchés différents, ce qui fait qu'aucune structure ne rassemble l'ensemble des entreprises de la filière.

L'AFC et le syndicat des SIMPLES font un travail remarqué et reconnu par tous pour organiser, professionnaliser et défendre le métier de cueilleur. Leur rayonnement est ciblé sur l'amont de la filière, avec peu d'influence sur les entreprises de l'aval. De même, les entreprises de l'aval sont regroupées dans leur syndicat respectif, mais les liens avec les entreprises de l'amont sont ténus.

Ce qui relie l'amont et l'aval, ce sont les référentiels qualité pour les normes BIO et les labels environnementaux et équitables. C'est le champ de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE) qui sert d'une certaine manière de fil conducteur à l'harmonisation des pratiques au sein de la filière. En effet, à partir du moment où une marque (metteur sur marché) opte pour un certain référentiel, cela déclenche un alignement de toute sa chaîne d'approvisionnement sur ce référentiel. En pratique, quand ARCADIE adopte le label biopartenaire, tous ses fournisseurs doivent répondre aux prescriptions du référentiel. De même pour Léa Nature, qui impulse une dynamique RSE avec le label Fair For Life (FFL) auprès de tous ses fournisseurs ; dans le secteur des cosmétiques, la norme COSMOS joue ce rôle.

3.4.4 Les organismes publics jouent un rôle majeur dans la structuration de la filière

« Il y a trop d'instances ! »

— Fabricant de tisanes et infusions

De nombreux acteurs publics sont impliqués dans le pilotage des politiques publiques concernant la filière des plantes sauvages. Les administrations et opérateurs appartiennent à trois grands champs de compétence : la transition écologique, l'agriculture et l'économie.

Nous listons ci-après les principaux acteurs qui ont été évoqués lors des entretiens : ministère de l'Agriculture, MSA, ministère de l'Écologie (DREAL/DDT), FranceAgriMer, OFB, l'Agence Bio, CNPMAI, ITEPMAI, Conservatoires botaniques régionaux, DGCCRF, Douanes, ADEME.

Ces organismes publics sont responsables ou contribuent notamment aux fonctions réglementaires (environnement, douanes, qualité), de régulation économique (subventions) et d'acquisition de connaissances (état écologique des milieux, inventaires botaniques, données économiques, études sociologiques...).

3.5 Cartographie des marchés aval : des plantes sauvages « incognito » mais tellement présentes dans le quotidien des consommateurs

« Vous parlez que du monde visible. Mais il y a beaucoup de monde invisible, et je pense que c'est pour ça que c'est compliqué d'avoir une vision assez exhaustive de ce qui se passe. »

— Metteur sur marché cosmétique

« L'Asie, qui est le moteur de la cosmétique parce qu'en fait ce sont nos clients qui exportent chez eux. »

— Transformateur aval, cosmétique

« Vivre décevement de ses récoltes et de ses productions. »

— Collecteur-transformateur

Les PPAM se retrouvent un peu partout sur les marchés de produits de grande consommation, de la santé et du bien-être. Pourtant, le consommateur ignore le plus souvent la présence des plantes sauvages dans les produits qu'il achète couramment. Le tableau ci-dessous répartit les entreprises de l'aval, qui ont été rencontrées lors de l'étude, selon les principaux marchés finaux.

<p>Herboristerie, tisanes et infusions</p> <p>Pajes, Altaïr Plantes, Le Bénéfique, Comptoir de l'Herboristerie, Sanglier Philosophe, le Jardin et la Recette, Arcadie, Plantivore, Le Dauphin, Le Bénéfique</p>	<p>Cosmétique</p> <p>On the Wild Side, Florame, Altho, L'Occitane et Melvita, Essenciagua, Distillerie Bel Air, Clarins</p>	<p>Parfumerie</p> <p>LMR/IFF, Givaudan, L'Occitane et Melvita</p>
<p>Compléments alimentaires</p> <p>Pileje, Acanthis/Herbiolys, Helpac, Arkopharma, Fleurance Nature</p>	<p>Huiles essentielles, aromathérapie</p> <p>Erboressens, Essenciagua, Helpac, Cevenat, Aprohec,</p>	<p>Pharmacie</p> <p>Pierre Fabre, Lehning</p>
<p>Homéopathie</p> <p>Lehning, Boiron, Sevene</p>	<p>Arômes</p> <p>Givaudan, Golgemma, Nateva</p>	<p>Produits alimentaires</p> <p>Le Jardin et la Recette, Plantivore, Sanglier Philosophe</p>
<p>Herbes aromatiques</p> <p>Niro et Fille, McCormick</p>	<p>Biocontrôle</p> <p>Antoféno, Acanthis</p>	<p>Vétérinaire</p> <p>Antoféno, Acanthis</p>
<p>Alcools et spiritueux</p> <p>Distillerie de Provence, Champimousse, Le Plantivore</p>		

Figure 11 : répartition des entreprises de l'aval rencontrées lors de l'étude selon les principaux marchés finaux

3.6 Panorama des modèles d'approvisionnement : une grande agilité des industriels

« On évite les grossistes parce que ça nous permet de sécuriser le cahier des charges et la qualité du produit. »

— Metteur sur marché agro-alimentaire

Un modèle d'approvisionnement est caractérisé par trois grands critères :

- le type de marchandises : matière première brute, matière première avec 1^{ère} transformation, ingrédient, produit fini,
- le choix du fournisseur : achat direct au cueilleur/collecteur, achat via un intermédiaire,
- les relations contractuelles : planification de la commande, commande spot, existence d'un contrat, liens capitalistiques.

Les modèles d'approvisionnement s'appliquent plutôt plante par plante. Cela signifie qu'en fonction de la plante recherchée, l'entreprise utilisatrice va adapter son modèle d'approvisionnement, ce qui s'explique par la spécificité de chaque plante en termes de disponibilité, qualité, bassin géographique, type de cueillette, etc. Certaines entreprises tentent de rationaliser ces modèles d'approvisionnement avec un modèle principal, qui s'ajusterait selon les plantes, mais les particularités sont trop importantes et limitent la capacité à rationaliser.

On constate une vraie flexibilité des entreprises dans leur approvisionnement en plantes sauvages. Le travail de l'acheteur va bien au-delà de la recherche de fournisseur et de la négociation des achats : **l'enjeu central est celui de la sécurisation des approvisionnements, tant en volume qu'en qualité.** Acheter une plante sauvage, c'est toujours une opération particulière ; cela requiert un dialogue réel entre l'acheteur et le fournisseur.

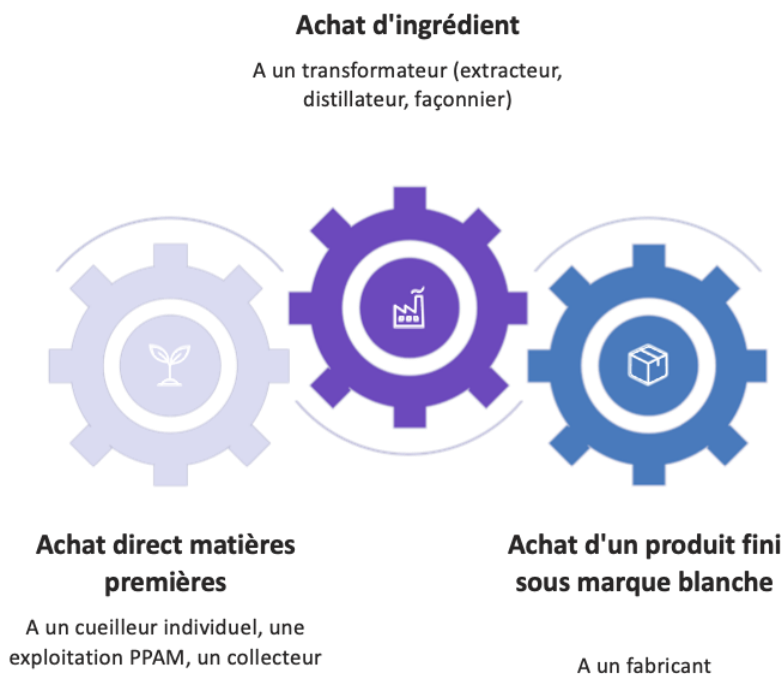


Figure 12 : trois grandes familles de modèles d'approvisionnement du point de vue d'une marque / metteur sur marché

On peut regrouper les modèles d'approvisionnement en trois grandes familles (voir figure ci-avant).

Pour **l'achat direct de matières premières**, une entreprise utilisatrice peut par exemple acheter des plantes sauvages à divers fournisseurs :

- Achat direct d'une matière première à un cueilleur individuel, par exemple pour des bourgeons ou pour des plantes présentes à proximité du site de transformation,
- Achat direct d'une matière première à une entreprise agricole auprès de laquelle sont achetées des plantes cultivées, la cueillette pouvant parfois venir compléter des lots,
- Achat direct d'une matière première à un collecteur de PPAM (cueillette et culture) pour des plantes difficiles à trouver (volume ou qualité) ou à cueillir dans des zones éloignées du site de transformation. L'avantage du collecteur de PPAM porte sur la taille du catalogue de plantes, la délégation de la sécurisation de la ressource à ce collecteur qui va travailler avec plusieurs cueilleurs pour fiabiliser l'approvisionnement et très souvent, la possibilité de lui confier une première transformation de la matière première et le contrôle qualité (tri, tamisage, broyage, coupe).

Un autre modèle d'approvisionnement est **l'achat d'un ingrédient** issu d'une transformation de plantes sauvages. Dans ce cas, l'entreprise utilisatrice veut intégrer la fonctionnalité de la plante (principe actif, caractéristiques organoleptiques, etc.) à son produit fini. Dans le secteur de l'agro-alimentaire, c'est souvent ce modèle qui est adopté, avec des industriels qui achètent des arômes, plutôt que des plantes.

Hormis le marché de l'herboristerie (infusions), les plantes sauvages se retrouvent rarement à l'état brut dans le produit fini mis sur le marché. L'achat d'ingrédients issus d'une ou plusieurs plantes sauvages est un modèle d'approvisionnement très courant pour les industries d'aval.

L'achat d'un ingrédient optimise le processus de fabrication (incorporation à une formule). Cela évite de devoir investir dans des installations de transformation des plantes, qui seraient plus difficiles à amortir que pour une entreprise (collecteur ou transformateur) spécialisée sur cette opération. De même, les volumes en jeu sont trop restreints pour qu'un fabricant ou une marque investisse dans des installations de transformation des matières premières brutes. On parle en effet ici de quelques kg par an pour un produit homéopathique, quelques dizaines de kg par an pour un extrait destiné à la cosmétique ou à un complément alimentaire.

Un autre modèle d'approvisionnement pour une marque consiste à **acheter un produit fini** sous marque blanche, c'est-à-dire à sous-traiter la totalité des opérations de production et de fabrication du produit à un fabricant ou à un ensemble de fournisseurs qui travaillent en réseau. C'est un modèle courant dans la filière, notamment sur les marchés des compléments alimentaires et de la cosmétique. C'est le modèle de l'industrie sans usine ou sans atelier.

Les modèles d'approvisionnement varient selon le niveau d'anticipation et de planification de l'achat des plantes sauvages.

Cinq grandes pratiques sont observées :

La première, la « commande spot » est la commande d'un lot de plantes sans aucun accord commercial plus large, c'est une commande simple et ponctuelle. La commande spot est souvent utilisée pour compléter un lot de taille insuffisante, en cas d'augmentation du besoin en cours de campagne ou si le fournisseur habituel n'arrive pas à fournir les volumes attendus. La commande spot est plutôt une pratique d'appoint ; aucune entreprise rencontrée dans le cadre de l'étude n'a choisi ce modèle comme son modèle de référence.

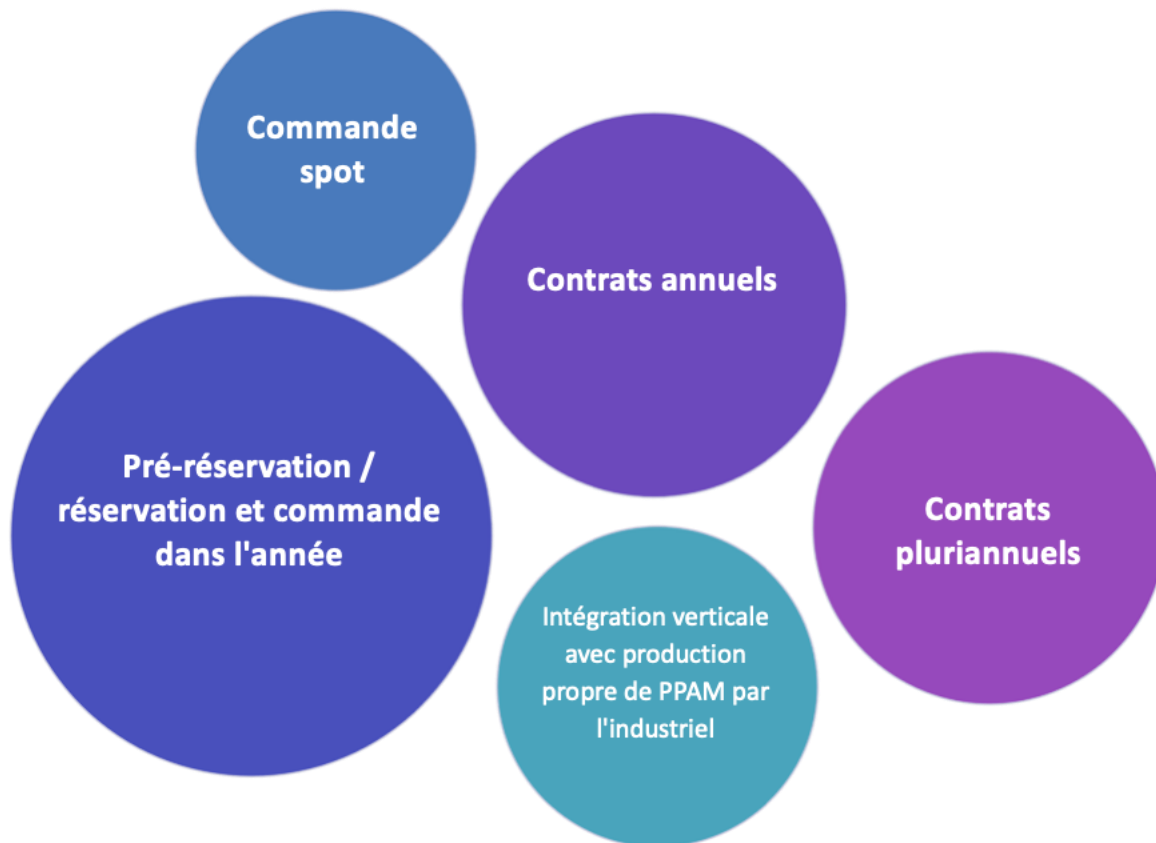


Figure 13 : cinq pratiques principales d'achat de plantes sauvages comme matières premières

Une deuxième pratique est la réservation ou pré-réservation de plantes avant le début des campagnes de cueillette (février-mars). Les relations entre fournisseurs de plantes et industries utilisatrices sont en général assez stables et inscrites dans une histoire partagée, qui peut remonter à plusieurs dizaines d'années (entre les structures et parfois les personnes). Ainsi, un dialogue s'établit en fin d'année entre l'acheteur et le cueilleur (collecteur, grossiste) pour indiquer les besoins de l'année qui s'ouvre. Les commandes se passent ensuite au fil de l'eau, en fonction du calendrier des cueillettes et des cycles de production du transformateur. La réservation se comprend comme une option d'achat sur un volume donné. L'acheteur s'engage « moralement » à prendre les volumes réservés qui seront cueillis, même s'il n'y est pas obligé d'un point de vue contractuel. La pré-réservation, elle, est plutôt une intention d'achat, une indication du volume annuel que l'acheteur pourrait prendre, une sorte de droit de priorité, mais il ne s'engage pas à prendre le produit de la cueillette. La pré-réservation ou la réservation avec une mention du prix, couplée à des commandes au fil de l'eau, est le modèle majoritaire d'approvisionnement dans la filière. Les habitudes étant souvent bien connues de part et d'autre, cette pré-réservation ou réservation peut paraître très informelle, via un simple email de l'acheteur au cueilleur (collecteur), parfois un coup de fil, rarement une réunion ou un rendez-vous dédié pour préparer l'année suivante.

Une troisième pratique est celle du contrat annuel. Les deux parties s'entendent sur un volume et un prix. L'acheteur s'engage à prendre tous les volumes consentis au prix fixé. Le cueilleur (collecteur) s'engage à fournir les volumes attendus aux conditions fixées (délais, qualité, prix). L'établissement de contrat pour couvrir les besoins d'une année est une pratique qui tend à se diffuser.

Une quatrième pratique est celle du contrat pluriannuel, principalement lorsqu'un référentiel ou une norme RSE ou de commerce équitable est en jeu, par exemple, Biopartenaire, Fairwild ou Fair For Life. Ces référentiels comprennent tous un volet portant sur l'achat écoresponsable, qui comprend des critères pour garantir des conditions équitables aux fournisseurs : limitation de la dépendance économique du fournisseur, calcul du prix en fonction des coûts de revient ou avec une prime en sus des prix de marché (10 %), visibilité avec engagement sur 3 ans (le plus souvent). Les volumes sont estimés sur la durée totale du contrat, avec des clauses de révision et réajustement chaque année, principalement sur les volumes, mais aussi les prix, si une variation des coûts de production est constatée dans l'intervalle. Les contrats pluriannuels sont très minoritaires dans la filière pour les plantes sauvages. Ils pourraient progressivement s'étendre sous l'impulsion du développement de la RSE. Plusieurs entreprises de la filière en ont fait un axe majeur de différenciation comme les Tisanes - Le Dauphin, Arcadie, Léa Nature (pour certains produits), Clarins (pour certains produits).

La cinquième pratique n'en est pas à proprement dite une, car elle ne concerne pas la cueillette, mais la production de PPAM. Pour sécuriser leur approvisionnement en PPAM et mettre en place des cycles d'innovation plus courts, des industries et metteurs sur marché ont choisi d'intégrer verticalement l'amont agricole, avec l'exploitation en direct d'activités de culture de PPAM. C'est le cas par exemple de Pierre Fabre, de SEVENE, du Comptoir de l'Herboristerie, du Sanglier Philosophe, du laboratoire Altho, de Py'still, de la distillerie Bel Air, Acanthis, LMR (liste non exhaustive). Toutes ces entreprises cultivent des PPAM, mais elles sont loin d'être auto-suffisantes, ni même d'en avoir l'ambition (sauf une entreprise qui vise clairement l'autonomie totale sur ses approvisionnements). Si aucun industriel n'a franchi le pas de recruter un cueilleur pour faire lui-même la cueillette, l'enjeu de la sécurisation de l'amont est particulièrement fort pour les industriels.

Cet enjeu de sécurisation des approvisionnements s'affiche de manière concrète au travers des cahiers des charges très précis sur la cueillette : gestes de cueillette, période de cueillette, protocoles de suivi, techniques de séchage et de conservation. Un peu comme on peut définir un itinéraire technique pour une plante cultivée, des industriels ont établi des guides précis voire des référentiels à suivre précisément par les cueilleurs.

Cela est perçu de manière très hétérogène par les cueilleurs eux-mêmes. Certains se sentent heurtés dans leur métier, leur expertise, car ce sont eux, les cueilleurs, qui sont selon eux détenteurs du savoir sur la manière de cueillir les plantes. D'autres l'acceptent sans faire trop d'histoire. Et d'autres l'ont totalement intégré dans leurs pratiques.

Encadré / Un cas d'innovation dans les modèles d'approvisionnement : corrélérer le prix d'achat de la matière première à la teneur en principe actif de la plante

Pour accompagner ce mouvement, un industriel a changé les modalités de fixation des prix des plantes brutes. Au lieu d'acheter les plantes au poids (frais, sec, congelé), le prix est fixé en fonction de la teneur en principe actif.

La logique est la suivante : en tant qu'industriel utilisateur de plantes sauvages, il a constaté que certains lots (de certains cueilleurs) avaient une concentration des molécules recherchées plus importante que d'autres lots. En essayant d'en comprendre le pourquoi, il a mis en évidence des pratiques différentes de cueillette (milieux, période/saison, geste, séchage, partie de plante, sec, frais). Cet industriel a donc conçu un guide pratique pour que la cueillette se fasse autant que possible dans ces conditions observées. Comme les cueilleurs peuvent être sceptiques sur ces changements, il leur a proposé de baser le prix d'achat sur la teneur en principe actif, pour à la fois les rassurer sur la prise de risque et les encourager à suivre les prescriptions.

Sur la cinquantaine d'entreprises rencontrées, une seule entreprise a adopté ce modèle de fixation des prix. Cela témoigne de la place croissante des compétences scientifiques et techniques dans les activités de la filière. On assiste à une transition entre un modèle traditionnel de cueillette-transformation et un modèle piloté par la science (analyses biochimiques), pour optimiser les processus industriels, dont le choix et la préparation des matières premières à utiliser.

Un autre paramètre du modèle d'approvisionnement est celui des liens capitalistiques entre le fournisseur de plantes, celui d'ingrédients ou celui de produits intégrant des plantes sauvages. Comme on l'a vu plus haut, certains industriels ont en effet choisi d'intégrer verticalement la production de PPAM pour la contrôler (investissements dans des fermes, des exploitations agricoles). Sans aller jusqu'à là, des marques du secteur de la cosmétique (metteurs sur marché) ont pris des participations financières dans plusieurs de leurs fournisseurs d'ingrédients (investissement dans des entreprises de la transformation).

3.7 Formation des prix et marges pour les matières premières : un partage de la valeur conditionné par les liens entre cueilleurs et collecteurs et par le niveau de transformation des plantes par le collecteur

« Ils rémunèrent l'agriculteur aux principes actifs parce que sinon ils étaient réticents à modifier leurs pratiques. »

— Cueilleur-producteur, Sud-Est

La structure des coûts de production de l'amont est relativement simple. Pour un cueilleur individuel ou entreprise (hors collecteur), les principaux postes de coûts sont la masse salariale, les coûts de transport liés au repérage des sites et aux opérations de cueillette, les installations pour les opérations de séchage et stockage. Le coût horaire brut d'un cueilleur se situe autour de 20-25 euros (rémunération d'un saisonnier par exemple).

Pour un collecteur, la structure des coûts inclut en plus les opérations de première transformation et un poste plus important pour le stockage.

Les liens économiques entre les collecteurs et les cueilleurs sont très spécifiques à chaque collecteur.



Figure 14 : des liens économiques différenciés entre cueilleurs et collecteurs

Le collecteur peut être une entité issue du regroupement de cueilleurs : coopérative (SICARAPPAM, Viva Plantes), GIE (Erboressens), entreprise commerciale avec toutes les formes juridiques (PAM Ardèche, entreprise qui fournit Acanthis).

Dans ce cas, le collecteur est davantage la structure de commercialisation de la cueillette. Les prix d'achat des plantes sont déterminés en recherchant une répartition équitable de la valeur, avec une volonté de rémunérer au mieux les cueilleurs (qui sont souvent les associés de la structure juridique du collecteur). Dans ce cas, le coût matière dans le coût de revient du produit plante qui est vendu est de loin le premier poste de coût, pouvant aller jusqu'à 40 %-50 % du coût de revient total. Les 60 % ou 50 % restants servent à financer toutes les opérations de commercialisation, stockage, transformation, systèmes d'information, normes, gestion administrative.

Dans d'autres cas, le collecteur est une entreprise indépendante des cueilleurs. Le collecteur peut lui-même compter des cueilleurs (salariés) dans ses équipes ; il achète également à des cueilleurs indépendants, comme Oriane.

Le collecteur peut aussi acheter la totalité des plantes sauvages qu'il va revendre (brut ou transformé), comme l'Herbier du Diois, le Comptoir de l'Herboristerie, Helpac.

Les structures de coût sont alors différentes de celles des collecteurs du premier type, avec un coût matière qu'on cherche à maîtriser et des charges liées aux fonctions productives et supports plus importantes. La plupart des collecteurs qui sont totalement indépendants des cueilleurs opèrent également des activités de transformation des plantes sauvages ; certains ont développé leur marque propre de produits finis.

Les tarifs des collecteurs sont plus élevés que ceux obtenus auprès des cueilleurs en direct, mais la valeur ajoutée est également différente. Difficile de dire si les marges sont plus intéressantes côté cueilleur ou collecteur. L'analyse des marges peut éventuellement s'effectuer plante par plante, mais chaque lot de plantes étant unique, comparer des prix au kg a une certaine limite de pertinence, car on n'achète pas la même chose.

3.8 État des circuits d’approvisionnement : la place centrale et quasi incontournable des collecteurs

« On travaille régulièrement avec des entreprises qui achètent auprès de collecteurs et qui revendent par lot complet. »

— Aromatique-parfumerie, grand groupe

Les plantes sauvages représentent une part infime des PPAM transformées en France. Pour de nombreuses entreprises de l’aval interrogées dans le cadre de l’étude, les plantes sauvages origine France pèsent moins de 1 % des approvisionnements en matières premières PPAM.

Malgré cette taille réduite, il existe un marché des plantes sauvages en France. L’amont (cueilleurs et collecteurs) est structuré ; l’aval dispose de capacités industrielles, d’innovation et d’un accès au marché, avec un potentiel de développement intéressant.

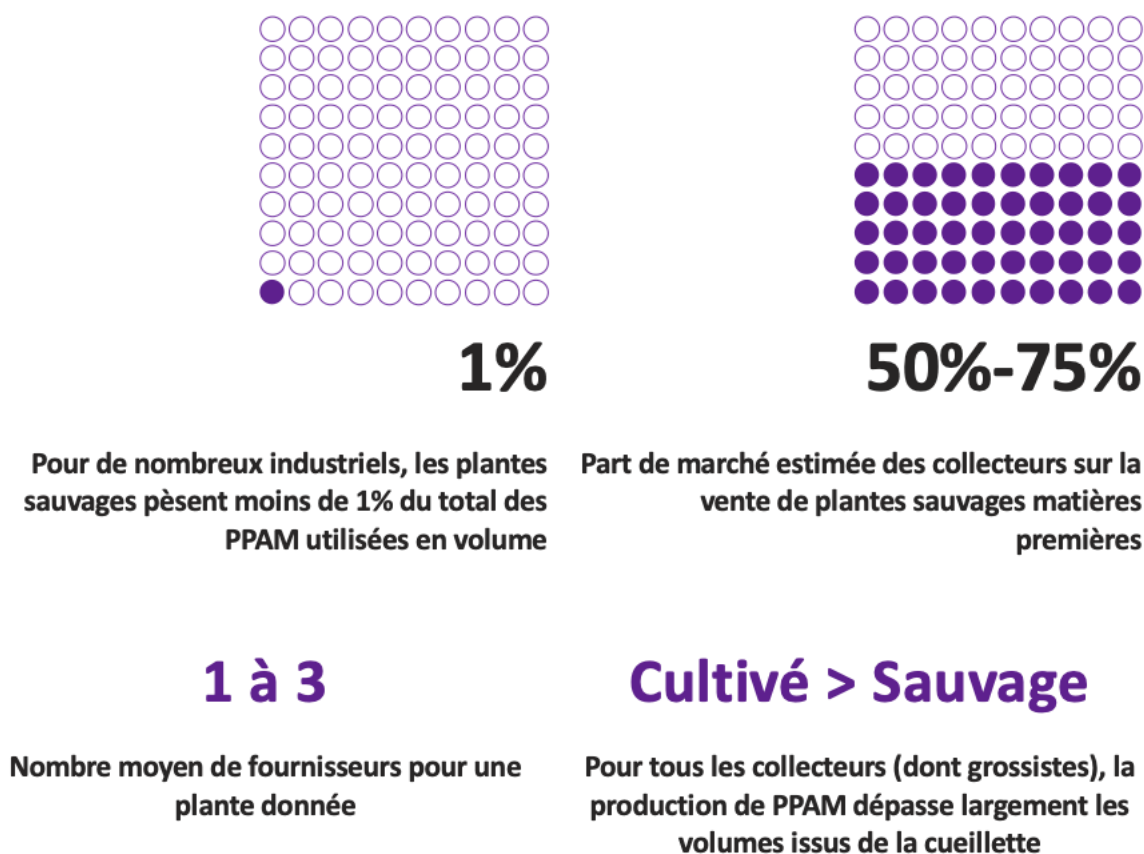


Figure 15 : 4 indicateurs-clé sur les circuits d’approvisionnement en plantes sauvages

Le premier circuit d’approvisionnement en volume est celui qui passe par les collecteurs. On estime à environ 75 % la part des plantes vendues par les collecteurs dans le total des plantes origine France. Un collecteur entretient des liens avec plusieurs dizaines, voire plus d’une centaine de cueilleurs ; ce même collecteur aura plusieurs dizaines et souvent plusieurs centaines de clients. Les collecteurs sont clairement le *hub* commercial et logistique de la filière des plantes sauvages. Les raisons de ce modèle de massification-éclatement sont nombreuses.

Tout d'abord, ces collecteurs sont souvent bien identifiés sur le marché. Quand un industriel recherche des fournisseurs, il aboutit assez vite à la liste des 8-10 collecteurs qui font le marché. Trouver un cueilleur individuel est aussi assez simple, mais moins facile qu'un collecteur (via l'AFC, l'annuaire de l'agence bio).

Ensuite, le catalogue produits du collecteur est plus complet que celui d'un cueilleur individuel, ce qui permet à l'industriel de s'approvisionner en plusieurs plantes chez un même fournisseur. Cela limite les frais de transaction ; la relation commerciale est également plus fluide, car les interactions sont plus fréquentes.

Pour une plante donnée, un collecteur peut travailler avec plusieurs cueilleurs. Cela lisse les aléas liés à la cueillette (variabilité météo, des sites moins fournis que prévus, plan de charge du cueilleur). Pour l'acheteur, c'est un facteur de sécurisation de la ressource. Les cas où les industriels travaillent directement avec un cueilleur individuel sont plutôt les cas où la plante recherchée se situe à proximité du site de transformation. C'est notamment observé pour la filière du tilleul dans la Drôme, où des entreprises comme Golgemma, Nateva ou l'Herbier du Diois, ont structuré des réseaux (collectifs) de cueilleurs. Alp'erbo suit également cette logique. Alp'erbo, tout comme Golgemma participent à la structuration de l'amont de la filière tilleul, avec le portage de la mention collective bio ; cela évite aux cueilleurs individuels d'être eux-mêmes certifiés bio pour que le produit de leur cueillette soit reconnu comme du bio. Ce type de modèle est également présent pour la filière du narcisse en Lozère, avec l'entreprise LMR, qui a également structuré le travail de la cueillette (cueilleurs salariés et cueilleurs individuels).

Enfin, comme abordé précédemment, les investissements nécessaires pour produire des lots conformes sont tels que les cueilleurs individuels ne disposent pas de la capacité financière suffisante pour les réaliser et les amortir, à partir d'un certain volume.

Pour ces différentes raisons, l'approvisionnement se fait très majoritairement via ces 8-10 collecteurs historiquement implantés depuis plusieurs décennies dans la filière. Ce sont toutes des entreprises de petite taille.

Pour le quart des plantes qui ne passent pas par les collecteurs, les deux principaux circuits d'approvisionnement sont le cueilleur indépendant ou l'entreprise agricole spécialisée dans les PPAM. Des configurations diverses sont constatées.

Les cas où une industrie repose tout son approvisionnement en plantes sauvages sur un cueilleur individuel sont rares, mais peuvent exister, la plante étant alors un marqueur de différenciation pour des produits haut de gamme.

Ainsi, le plus souvent, l'industriel va mixer un approvisionnement auprès d'un ou plusieurs collecteurs avec un approvisionnement direct auprès de cueilleurs individuels. Le facteur prix ne semble pas être le plus déterminant. L'enjeu est et reste celui de la sécurisation de la ressource. Une rupture sur une plante pose des difficultés majeures à l'industriel, qui ne peut pas modifier sa formule en si peu de temps. Lorsque le besoin est important, l'acheteur peut rarement obtenir le volume nécessaire chez un seul fournisseur, d'où l'importance de diversifier les sources. Sur le plan industriel, cela soulève une question de gestion de la variabilité de la matière première dans le process de transformation. Si les lots proviennent de cueilleurs différents, ce ne sera pas exactement la même plante.

4 Résultats – étude quantitative sur la cueillette

4.1 Définitions

Collecteur : entreprises, coopératives ou autres structures qui utilisent la force de travail de cueilleurs salariés ou indépendants et qui commercialisent ces plantes cueillies à des entreprises. Le collecteur peut effectuer quelques opérations de 1^{ère} transformation (séchage, congélation, coupe, mondage...). Attention : l'association française des professionnels de la cueillette de plantes sauvages (AFC) n'utilise pas exactement cette définition du collecteur¹.

Entreprise : fabricant qui utilise des plantes issues de cueillette.

La vente directe n'est pas prise en compte dans ce rapport.

4.2 Méthodologie

L'enquête a été conduite au moyen d'un questionnaire en ligne interrogeant les opérateurs sur les volumes et les valeurs de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) cueillies en France en 2021, 2022 et 2023.

Elle a débuté en juillet 2024 et s'est poursuivie jusqu'à fin 2025 au travers des entretiens avec les entreprises, menés par le cabinet Stratys, de sorte que dans certains cas, les données relatives à 2024 ont été disponibles.

Afin d'obtenir des volumes de plantes, il a été distingué, pour chaque plante, différents produits : plante / partie de la plante (feuille, fleur...) / état de la plante (sec, frais...).

Outre le faible taux de réponse, les résultats obtenus doivent être relativisés compte tenu d'importants manques dans les réponses apportées par les entreprises et du traitement des données, réalisé en conséquence.

Ainsi :

- lorsque les données n'ont été renseignées que pour une seule année, elles ont été copiées sur les deux autres années ;
- lorsque les parties de plantes n'ont pas été renseignées, elles ont été supposées au cas par cas à dire d'expert ;
- lorsque les termes utilisés pour les parties de plantes ne correspondaient pas aux termes proposés, ils ont été remplacés au cas par cas pour avoir un vocabulaire plus uniforme, et réduire le nombre de catégories (exemple : sommités remplacées par feuilles, sommités fleuries remplacées par fleurs, graines de marron d'inde remplacées par fruits) ;
- lorsque, pour une même plante, les entreprises ont indiqué qu'elles se fournissaient à la fois en sec et congelé, ou en frais et congelé, les volumes de sec et congelé ou frais et congelé ont été divisés par deux ;
- lorsque seul le genre ou nom vernaculaire générique était mentionné (bouleau, épilobe, tilleul), les volumes n'ont pas pu être affectés à l'espèce adéquate (exemple : volume de bouleau

¹ Définition de l'AFC : Le collecteur, appelé également leveur dans certains territoires, réunissait des petites cueillettes réalisées plus ou moins ponctuellement par des cueilleurs le plus souvent occasionnels, en vue de constituer un volume important de plantes qui puisse répondre aux demandes des industriels. Cette pratique du monde paysan permettait aux familles d'agriculteurs, aux jeunes des villages, aux retraités... de se constituer un revenu d'appoint par le ramassage à "temps perdu" de quelques plantes, lichens ou champignons. Les collectes variaient en fonction des territoires, des traditions locales et de la demande des industriels. Cette pratique du collectage dans le milieu paysan perdure même s'il a connu des mutations importantes. Aujourd'hui, le collecteur organise et rassemble un ensemble de productions de cueilleurs individuels pour répondre à une demande. Le profil des ramasseurs s'est diversifié avec des cueilleurs professionnels, des journaliers venant de la ville ou de main d'œuvre temporaire souvent étrangère. Cette fonction peut prendre de multiples formes. Autrefois limitée à un petit nombre d'espèces, l'AFC observe que la pratique du collectage tend à élargir son champ d'intervention sur de plus en plus de plantes.

comptabilisé à part des volumes de bouleau blanc et pubescent), ce qui a pu conduire à créer du secret statistique pour les espèces. De ce fait, dans certains calculs, toutes les espèces ont été regroupées au sein d'un même genre (notamment lorsque seule une partie de plante concernait l'espèce en question) ;

- lorsque le fournisseur n'était pas précisé, les plantes ont été considérées comme achetées en direct auprès de cueilleurs ;
- lorsque les volumes étaient exprimés au moyen d'une fourchette, la valeur moyenne de cette fourchette a été appliquée ;
- lorsque les volumes de cueillette étaient déclarés avec ceux de la culture, les volumes ont été divisés par 2 ;
- lorsque le(s) fournisseur(s) de l'entreprise étai(en)t un ou des « collecteurs » dont les données étaient disponibles, les chiffres n'ont pas été comptabilisés du point de vue de l'entreprise. Cependant il peut rester des doublons.

De ce fait, et compte tenu des traitements réalisés, il est convenu de communiquer sur la donnée moyenne des 3 années enquêtées, ce qui permet d'appréhender la structure des volumes en cause. Toutefois elle ne permet pas d'analyser la variabilité des volumes cueillis selon les années, qui aurait pu mettre en évidence plusieurs facteurs (climat de l'année, raréfaction de la ressource, demande du marché, etc.).

Pour toutes ces raisons, il est important de considérer les chiffres présentés ci-après comme des ordres de grandeur, comportant des marges d'erreur pouvant être importantes.

Les données concernant la gentiane ne seront pas publiées dans ce rapport, en effet celles-ci sont trop partielles. L'association Gentiana Lutea, disposant de plus d'informations, plus légitime pour communiquer des chiffres, a estimé le volume de racines fraîches arrachées à 1 500 à 2 000 tonnes par an.

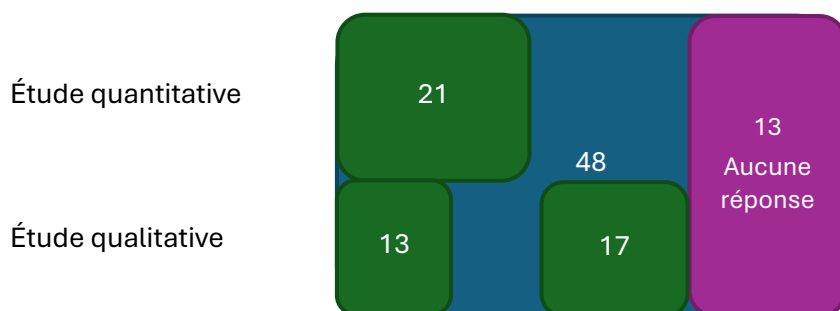
4.3 Définition de l'échantillon

145 acteurs ont été identifiés comme étant entreprises de collecte de plantes sauvages ou entreprises utilisatrices de plantes sauvages :

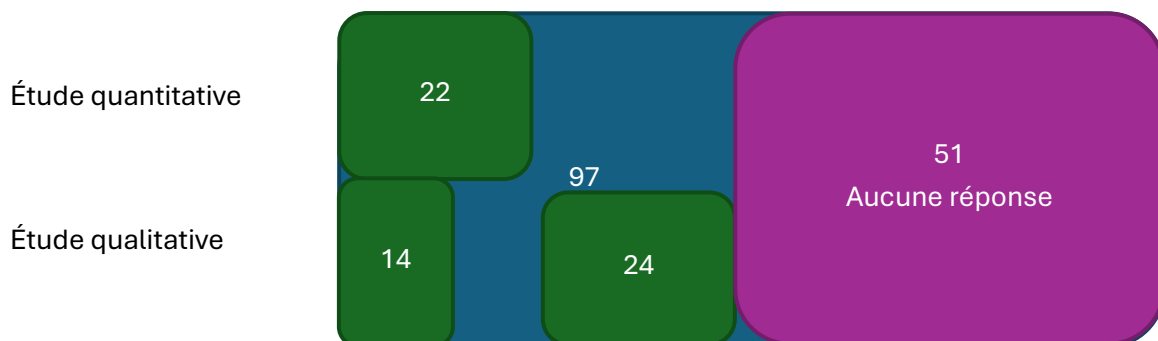
- 48 collecteurs, dont 5 organisations de producteurs (OP) ;
- 97 entreprises (fabricants de produits finis).

Sur ces 145 acteurs :

- 21 **collecteurs** sur 48 ont répondu à l'enquête quantitative (représentativité de 43 %) dont 13 ont été sollicités pour l'enquête qualitative ;
- 17 ont été sollicités pour l'enquête qualitative mais n'ont pas répondu à l'enquête quantitative ;
- 13 n'ont ni répondu à l'enquête quantitative ni été interrogés pour l'enquête qualitative.



- 22 **entreprises** sur 97 ont répondu à l'enquête quantitative (représentativité 22 %) dont 14 ont été sollicités pour l'enquête qualitative ;
- 24 ont été sollicités pour l'enquête qualitative mais n'ont pas répondu à l'enquête quantitative ;
- 51 sur 97 n'ont ni répondu à l'enquête quantitative ni été interrogés pour l'enquête qualitative.



De plus, 10 entreprises utilisatrices qui ne s'approvisionnent pas en PPAM de cueillette « en direct » ont été interrogées, pour leur connaissance des filières.

Sur les 145 acteurs plus les 10 entreprises supplémentaires, 74 acteurs au total ont été sollicités pour l'étude qualitative dont 30 collecteurs et 44 entreprises. 50 sollicitations, soit 67,5 %, ont abouti à un entretien.

4.4 Liste des 60 plantes étudiées

Nom vernaculaire	Nom latin	Résultats globaux (collecteurs + entreprises)
Absinthe	<i>Artemisia absinthium</i> L., 1753	Données partielles
Achillée millefeuille	<i>Achillea millefolium</i> L., 1753	Données partielles
Ail des ours	<i>Allium ursinum</i> L., 1753	Secret statistique ²
Airelle	<i>Vaccinium vitis-idaea</i> L., 1753	Données partielles ³
Alchémille	<i>Alchemilla acutiloba</i> Opiz, 1838	Secret statistique
Armoise à fleurs laineuses	<i>Artemisia eriantha</i> Ten., 1831	Absence données
Arnica	<i>Arnica montana</i> L., 1753	Données partielles
Aspérule odorante	<i>Galium odoratum</i> (L.) Scop., 1771	Secret statistique
Aubépine laevigata	<i>Crataegus laevigata</i> (Poir.) DC., 1825	Mq précision espèce
Aubépine monogyna	<i>Crataegus monogyna</i> Jacq., 1775	Mq précision espèce
Bouleau blanc	<i>Betula pendula</i> Roth, 1788	Données partielles
Bouleau pubescent	<i>Betula pubescens</i> Ehrh., 1791	Données partielles
Bruyère cendrée	<i>Erica cinerea</i> L., 1753	Secret statistique
Buis	<i>Buxus sempervirens</i> L., 1753	Secret statistique
Busserole	<i>Arctostaphylos uva-ursi</i> (L.) Spreng., 1825	Secret statistique
Callune	<i>Calluna vulgaris</i> (L.) Hull, 1808	Données partielles
Carotte	<i>Daucus carota</i> L., 1753	Secret statistique
Chaga	<i>Inonotus obliquus</i> (Fr.) Pilát, 1942	Secret statistique
Colchique	<i>Colchicum autumnale</i> L., 1753	Secret statistique
Cynorrhodon	<i>Rosa canina</i> L., 1753	Données partielles
Épilobe à petites fleurs	<i>Epilobium parviflorum</i> Schreb., 1771	Mq précision espèce
Épilobe en épi	<i>Epilobium angustifolium</i> L., 1753	Mq précision espèce
Figuier	<i>Ficus carica</i> L., 1753	Données partielles
Fragon petit houx	<i>Ruscus aculeatus</i> L., 1753	Secret statistique
Framboisier	<i>Rubus idaeus</i> L., 1753	Données partielles
Frêne	<i>Fraxinus excelsior</i> L., 1753	Données partielles
Génépi	<i>Artemisia genipi</i> Weber, 1775	Secret statistique
Genévrier cade	<i>Juniperus oxycedrus</i> L., 1753	Secret statistique
Genévrier commun	<i>Juniperus communis</i> L., 1753	Données partielles
Gentiane	<i>Gentiana lutea</i> L., 1753	Données partielles
Hêtre	<i>Fagus sylvatica</i> L., 1753	Données partielles
Immortelle	<i>Helichrysum italicum</i> (Roth) G.Don, 1830	Secret statistique
Joubarbe des toits	<i>Sempervivum tectorum</i> L., 1753	Secret statistique
Lavande aspic	<i>Lavandula latifolia</i> Medik., 1784	Secret statistique
Lavande officinale	<i>Lavandula angustifolia</i> Mill., 1768	Secret statistique
Lierre terrestre	<i>Glechoma hederacea</i> L., 1753	Secret statistique
Marron d'inde	<i>Aesculus hippocastanum</i> L., 1753	Données partielles
Millepertuis	<i>Hypericum perforatum</i> L., 1753	Données partielles
Mousses et lichens		Secret statistique
Myrtille	<i>Vaccinium myrtillus</i> L., 1753	Données partielles
Narcisse	<i>Narcissus poeticus</i> L., 1753	Secret statistique
Ortie piquante	<i>Urtica dioica</i> L., 1753	Données partielles

² Il y a secret statistique lorsque les données d'un répondant représentent plus de 85 % du chiffre ou lorsque l'on a moins de 3 réponses.

³ Données partielles : nous avons des données diffusables pour ces plantes, mais elles sont considérées comme partielles car nous n'avons pas toujours toutes les informations (partie de plante, état, etc.).

Pensée sauvage	<i>Viola tricolor</i> L., 1753	Données partielles
Petite Euphrase	<i>Euphrasia officinalis</i> L., 1753	Secret statistique
Pin sylvestre	<i>Pinus sylvestris</i> L., 1753	Données partielles
Plantain majeur	<i>Plantago major</i> L., 1753	Secret statistique
Prêle des champs	<i>Equisetum arvense</i> L., 1753	Données partielles
Reine-des-prés	<i>Filipendula ulmaria</i> (L.) Maxim., 1879	Données partielles
Rhodiola rose	<i>Rhodiola rosea</i> L., 1753	Secret statistique
Romarin	<i>Rosmarinus officinalis</i> L., 1753	Données partielles
Ronce	<i>Rubus fruticosus</i> L., 1753	Données partielles
Sarriette des montagnes	<i>Satureja montana</i> L., 1753	Secret statistique
Saule blanc	<i>Salix alba</i> L., 1753	Secret statistique
Solidage verge d'or	<i>Solidago virgaurea</i> L., 1753	Secret statistique
Sureau	<i>Sambucus nigra</i> L., 1753	Données partielles
Tamier commun	<i>Dioscorea communis</i> (L.) Caddick & Wilkin,	Secret statistique
Thym	<i>Thymus vulgaris</i> L., 1753	Données partielles
Tilleul à grandes feuilles	<i>Tilia platyphyllos</i> Scop., 1771	Mq précision espèce
Tilleul à petites feuilles	<i>Tilia cordata</i> Mill., 1768	Mq précision espèce
Tilleul argenté	<i>Tilia tomentosa</i> Moench, 1785	Données partielles

4.5 Résultats

Sur les 60 PPAM étudiées, le tableau suivant dénombre les plantes dont les données sont exploitables.

	Nombre de plantes aux données diffusables (mais partielles)	Nombre de plantes en secret statistique	Manque de précision sur l'espèce	Absence de données
Collecteurs	21	24	9	6
Entreprises	12	39	4	5
Collecteurs + entreprises	27	26	6	1

Au vu de ces éléments, il est convenu de présenter les résultats globaux, qui somment les données des collecteurs et des entreprises :

Volume total Plante Origine France = Volume déclaré par collecteur + (Volume déclaré par entreprise utilisatrice - volumes déclarés fournis par un collecteur dont nous avons les données).

4.5.1 Résultats globaux

Les volumes de plantes fraîches, sèches et congelées ont pu être comptabilisés.

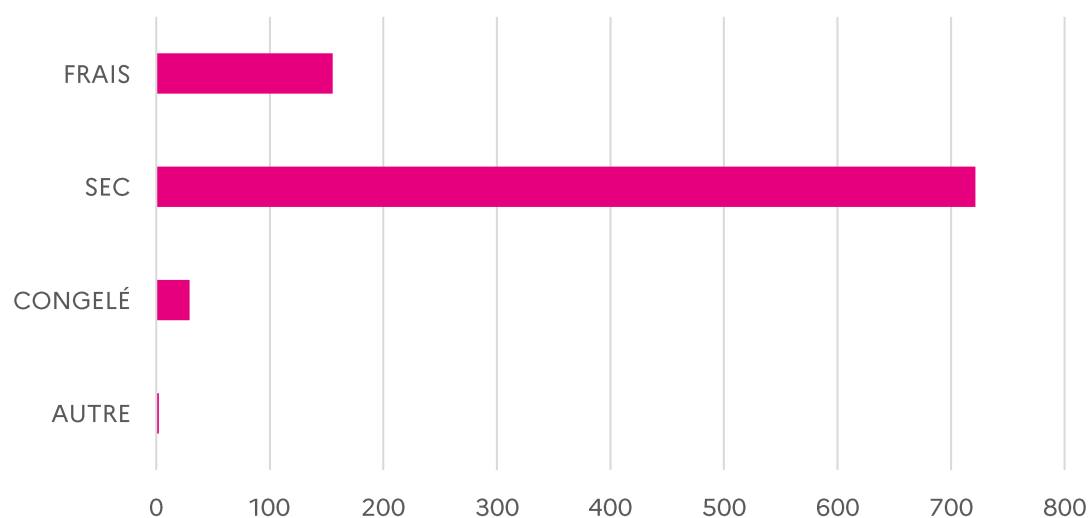


Figure 16 : volume de plantes cueillies hors gentiane⁴ en équivalent frais (tonnes) - Moyenne 2021-2023

En appliquant le ratio moyen de 3,5 entre le frais et le sec, et après traitements selon les critères cités plus haut, on estime qu'entre 2021 et 2023, le volume des 59 PPAM étudiées (hors gentiane) déclaré par les collecteurs et entreprises ayant répondu à l'enquête représenterait 930 tonnes de plantes fraîches par an.

En équivalent sec le volume de ces 59 PPAM avoisinerait 275 tonnes/an.

⁴ Gentiane écartée dans cette étude

Les collecteurs sont ceux qui cueillent le plus :

- **Volume moyen cueilli par les collecteurs** : 640 tonnes équivalent frais/an (70 %), soit 180 tonnes sec ;
- **Volume moyen cueilli par les entreprises** : 290 tonnes équivalent frais/an (30 %), soit 95 tonnes sec.

Dans le détail, les données sont accessibles pour 52 produits sur 395 (13 %)⁵.

Volumes en kg	2021	2022	2023
Absinthe - PARTIE AÉRIENNE - FRAIS	279	262	
Achillée millefeuille - PARTIE AÉRIENNE - SEC	698	962	965
Achillée Millefeuille - SOMMITÉS FLEURIES - SEC	3 755	3 824	3 406
Airelle - BOURGEONS - FRAIS		116	
Arnica - FLEURS - SEC	156	135	241
Arnica - PARTIE AÉRIENNE - CONGELÉ	3 955	4 233	
Arnica - PLANTE ENTIÈRE - FRAIS	12 757	14 388	3 153
Aubépine - FEUILLES ET FLEURS - SEC	6 171	6 100	3 972
Aubépine - FEUILLES ET FLEURS - SEC	15 710	6 100	4 033
Bouleau blanc - FEUILLES - SEC	8 078		
Bouleau pubescent - BOURGEONS - CONGELÉ	61		
Callune - SOMMITES FLEURIES - SEC	153	154	107
Cynorrhodon - FRUITS - SEC	2 744	1 590	2 356
Épilobe - PARTIE AÉRIENNE - SEC	3 437	808	766
Figuier - BOURGEONS - CONGELÉ	140	259	
Framboisier - FEUILLES - SEC	10 173	7 253	7 755
Frêne - BOURGEONS - CONGELÉ		64	93
Frêne - BOURGEONS - FRAIS		72	71
Frêne - FEUILLES - SEC	8 514	11 866	8 556
Genévrier commun - BOURGEONS - FRAIS	133	137	118
Gentiane - RACINES - SEC	18 430	18 627	20 430
Hêtre - BOURGEONS - CONGELÉ	4 779	6 964	4 379
Marron d'inde - BOURGEONS - CONGELÉ			61
Marron d'inde - FRUITS - CONGELÉ	1 461		
Marron d'inde - FRUITS - SEC	6 732	5 876	7 546
Millepertuis - PARTIE AÉRIENNE - FRAIS	3 900	3 350	3 840
Millepertuis - SOMMITES FLEURIES - FRAIS			1 788
Millepertuis - SOMMITES FLEURIES - SEC	1 020	1 005	1 005
Myrtille - FEUILLES - SEC			222
Myrtille - FRUITS - SEC		34	
Ortie piquante - FEUILLES - SEC	892	1 150	856
Ortie piquante - PARTIE AÉRIENNE - SEC	19 260	19 356	19 433
Pensée Sauvage - PARTIE AÉRIENNE - SEC	48	47	
Pin sylvestre - BOURGEONS - FRAIS	415	621	459
Pin sylvestre - BOURGEONS - SEC	311	351	75

⁵ Afin de minimiser l'impact du secret statistique, les aubépines, les épilobes et les tilleuls ont été regroupés.

Prêle des champs - PARTIE AÉRIENNE - CONGELÉ		723	
Prêle des champs - PARTIE AÉRIENNE - FRAIS	741	801	707
Prêle des champs - PARTIE AÉRIENNE - SEC	55	235	
Reine-des-prés - FLEURS - SEC	17 364	15 438	10 379
Reine-des-prés - PARTIE AÉRIENNE - SEC	11 358	9 792	12 728
Reine-des-prés - SEC	260	260	260
Romarin - FEUILLES - SEC	140	3 272	14 298
Ronce - FEUILLES - SEC		116	
Sureau - FLEURS - FRAIS	1 301		1 142
Sureau - FLEURS - SEC	1 513	2 595	1 666
Sureau - FRUITS - CONGELÉ	1 261	2 468	
Thym - FEUILLES - SEC	3 157	6 137	3 102
Tilleul argenté - BOURGEONS - CONGELÉ		221	199
Tilleul - FLEURS - FRAIS	195	228	20
Tilleul - FLEURS - SEC/ CONGELÉ	1 500	1 500	1 500
Tilleul - FLEURS - SEC	9 498	9 150	9 487

Figure 17 : volumes de plantes cueillies dont les données sont diffusables⁶

De ce tableau, nous pouvons retenir 20 principaux produits cueillis par les collecteurs et les entreprises pour un volume supérieur à 1 tonne par an.

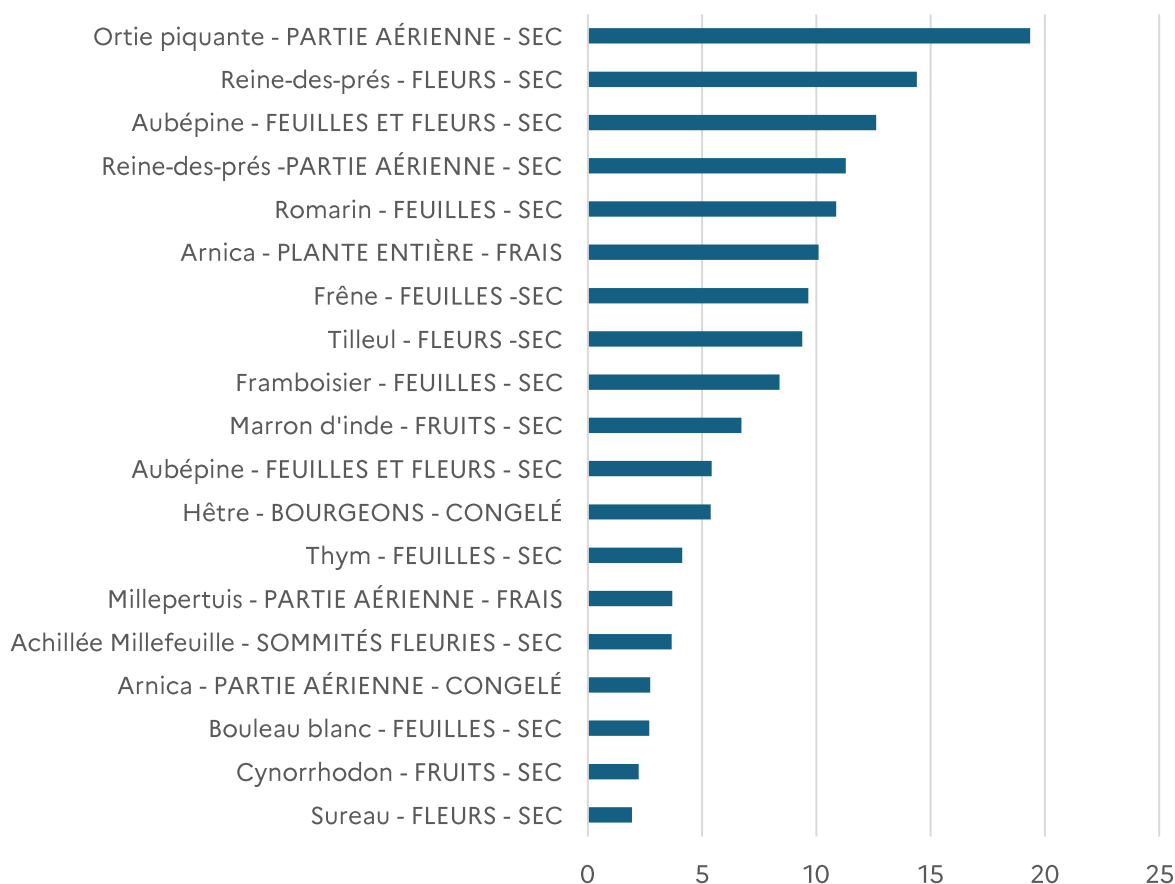


Figure 18 : 20 principaux produits de cueillette collectés (> 1 tonne/an) - Moyenne 2021-2023

⁶ Chiffres à lire avec les précautions mentionnées dans la partie méthodologie.

Les feuilles sèches d'ortie sont en tête. La reine des prés passe toutefois devant l'ortie si on additionne les fleurs et les parties aériennes.

4.5.2 Bourgeons

En moyenne, près de 10 tonnes de bourgeons frais sont cueillis par les acteurs interrogés. 71 % de ces bourgeons sont commercialisés congelés, 25 % en frais, les 4 % restants étant secs.

22 bourgeons ont été recensés, dont 17 ont des données publiables sans secret statistique. Les données du bourgeon de figuier, incohérentes, ne sont pas présentées.

C'est le bourgeon de hêtre qui est, de loin le plus cueilli avec en moyenne de 5,4 tonnes/an, puis le pin sylvestre (1,5 tonne/an), le tilleul argenté (400 kg/an), l'aubépine (375 kg/an), le sureau (360 kg/an) et le bouleau pubescent (330 kg/an). Les autres bourgeons sont cueillis pour un volume inférieur ou égal à 200 kg/an.

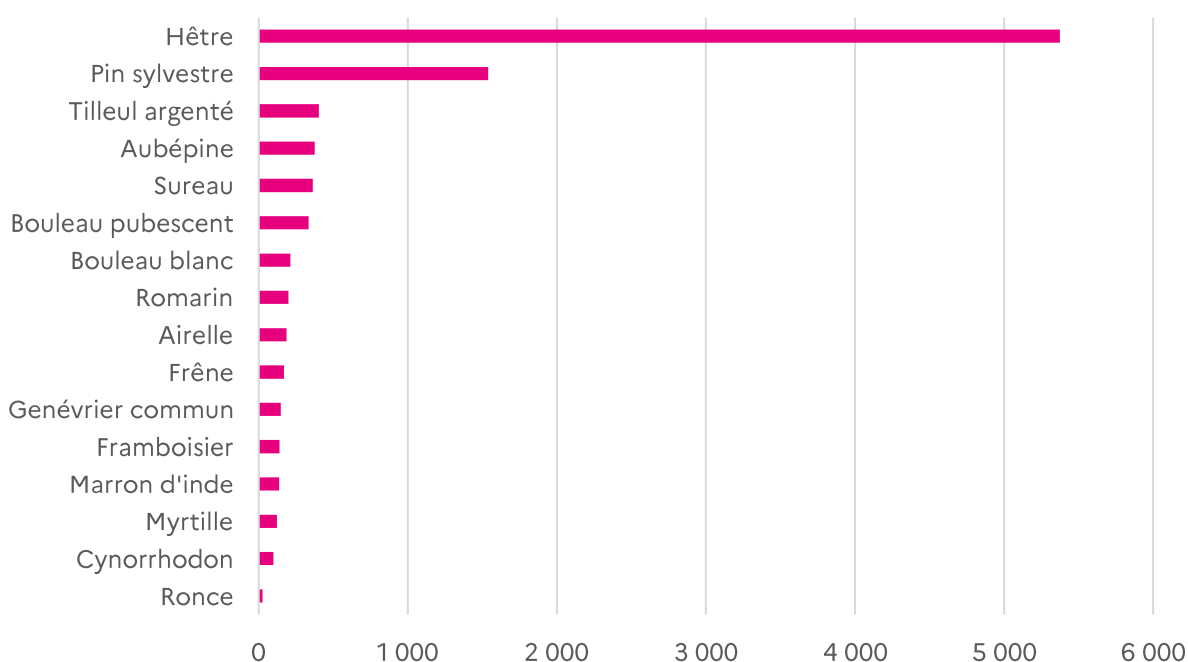


Figure 19 : volumes de bourgeons cueillis frais (kg) - Moyenne 2021-2023

4.5.3 Part des plantes labellisées bio majoritaire

Une très large majorité (94 % des volumes) sont enregistrés comme étant issus de l'agriculture biologique. En effet, les plantes issues de cueillette peuvent avoir le label agriculture biologique.

Environ 3 % ont un label supplémentaire (Fair for Life, Bio Solidaire, Démeter, FiABLE (Filières Attestées Biologiques, Loyales et Équitables), système de garantie de commerce équitable de l'association Biopartenaire).

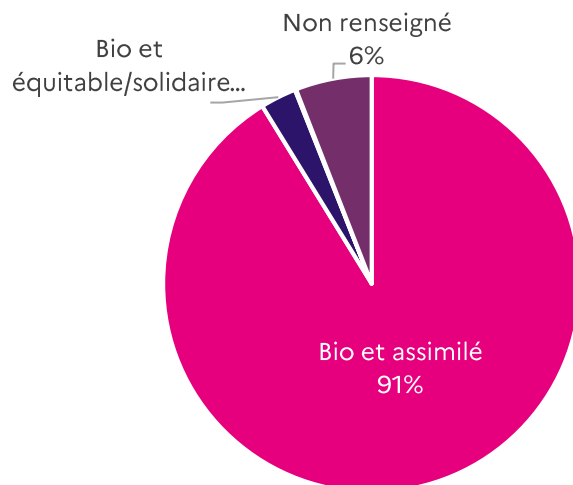


Figure 20 : part du bio dans les volumes de plantes - Moyenne 2021-2023

4.5.4 Résultats collecteurs

54 plantes sur la liste des 60 ont été mentionnées.

Les 6 PPAM qui n’ont pas de données chez les collecteurs sont : l’alchémille, l’armoise à feuilles laineuses, le génépi, l’immortelle, la rhodiole, le tamier commun. Les joubarbes ont été citées mais pas la joubarbe des toits.

La majorité des plantes cueillies par les collecteurs sont fraîches, mais nous ne pouvons pas communiquer de chiffre pour cause de secret statistique lié à la cueillette de racine de gentiane.

Hors gentiane, le volume total de plantes cueillies puis commercialisées en frais se situe autour de 135 tonnes par an, le volume de plantes sèches autour de 135 tonnes, et le volume de plantes congelées (bourgeons) autour de 20 tonnes. En équivalent frais, cela représente respectivement 485 tonnes de plantes séchées, 135 tonnes laissées en frais, 20 tonnes de plantes congelées.

La forme sèche est majoritairement commercialisée.



Figure 21 : type de commercialisation - volume moyen de plantes cueillies en équivalent frais par les collecteurs - Moyenne 2021-2023

Volumes cueillis

262 produits ont été recensés et 22 sont exploitables avec des données sans secret statistique (seulement 9 %).

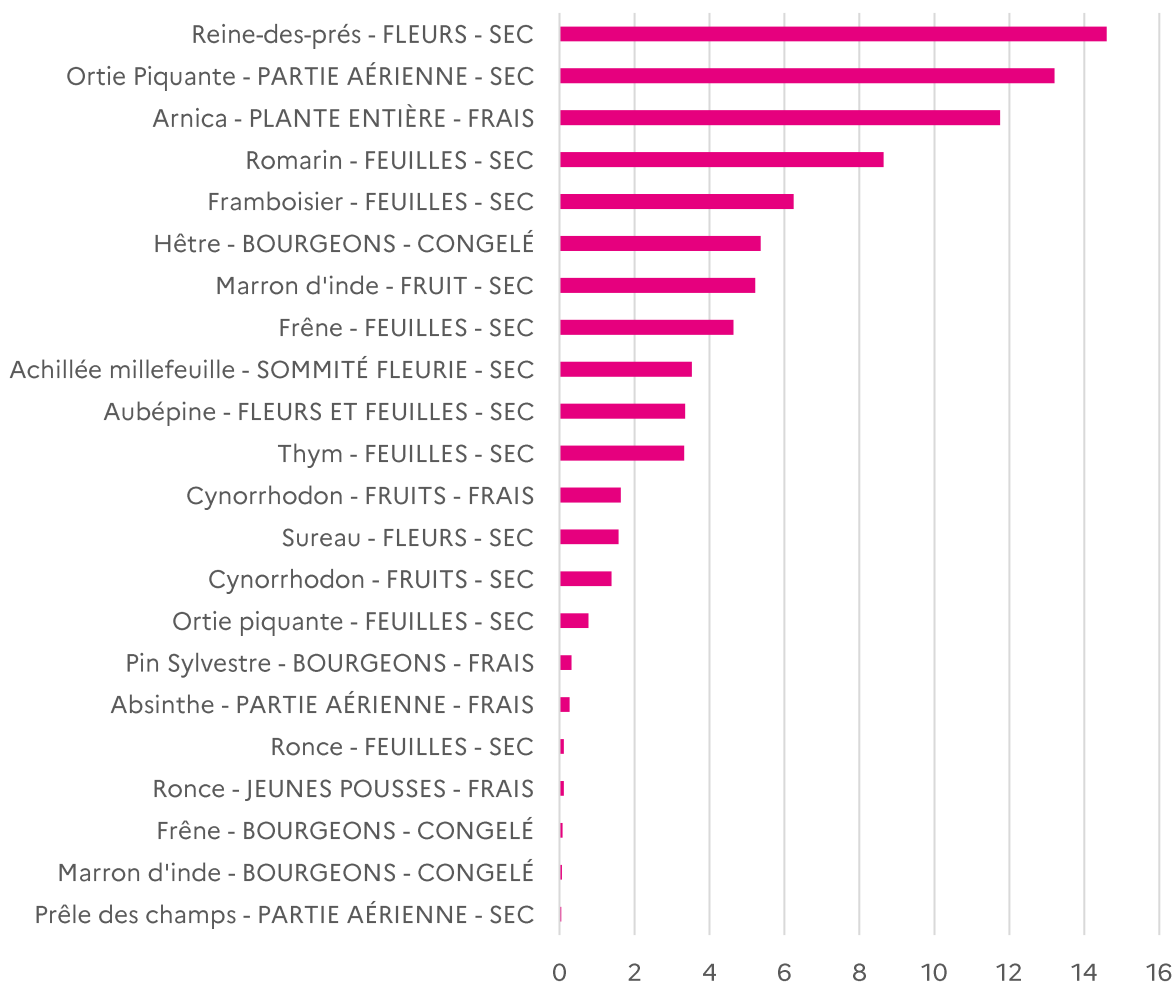


Figure 22 : volumes des produits cueillis (tonnes) - données diffusables - Moyenne 2021-2023

4.5.5 Résultats entreprises

55 PPAM de la liste des 60 étaient mentionnées.

Les 5 PPAM qui n'ont pas été répertoriées sont : l'armoise à fleurs laineuses, la bruyère cendrée, le buis, le chaga, le genévrier cade.

Les plantes sont achetées en majorité en sec et le volume total moyen des entreprises ayant répondu à l'enquête sur les années 2021 à 2023 est d'environ 100 tonnes.

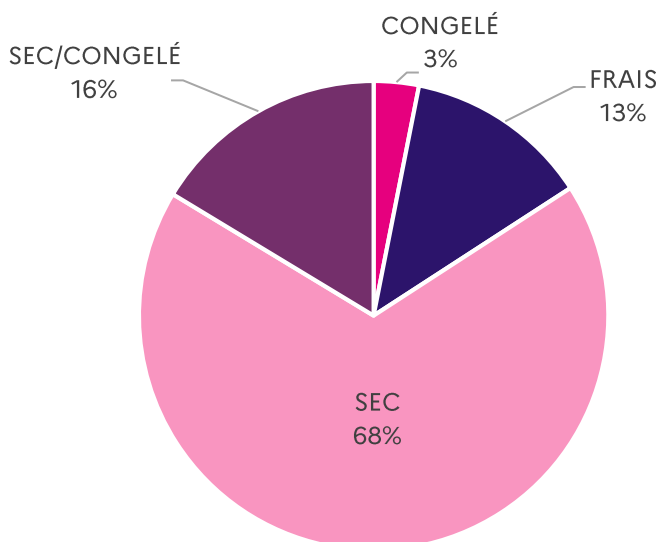


Figure 23 : état des plantes de cueillette achetées par les entreprises - Moyenne 2021-2023

224 produits ont été recensés, dont 12 ont des données diffusables, soit 5 %.

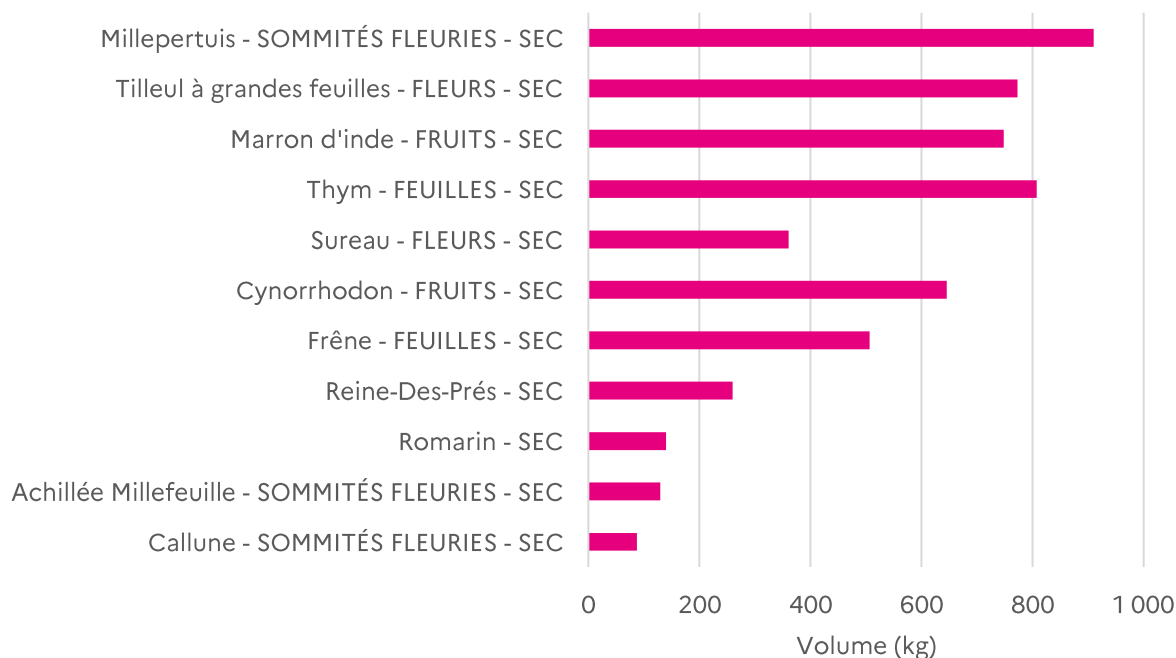


Figure 24 : volumes de plantes cueillies à destination des entreprises - Moyenne 2021-2023

Selon un tri sur l'année 2023, les volumes majoritaires sont pour les plantes sèches.

Les plantes majoritaires sont le millepertuis, le tilleul à grandes feuilles, le marron d'Inde, le thym, la gentiane, pour des volumes entre 700 et 900 kg.

4.6 Conclusion

Cette étude aura permis de cerner les plantes, parties de plantes et état des plantes les plus importantes en volume parmi une sélection de 60 PPAM cueillies en sauvage.

Il aurait été intéressant de mieux visualiser les variations d'une année sur l'autre, cependant le caractère très partiel des données recueillies ne l'a pas permis, en raison des traitements qui ont été appliqués pour pouvoir exploiter au mieux les résultats.

Les résultats concernant les bourgeons, à l'exception du figuier, semblent les plus représentatifs.

Cette enquête a confirmé la très large prédominance du label bio dans la cueillette sauvage.

Un travail serait à mener sur le long terme avec la collaboration des cueilleurs, des collecteurs et des entreprises pour effectuer un suivi national des cueillettes de PPAM sauvages.

Partie 2 : Enjeux

5 Enjeux-clé sur les relations fournisseurs de plantes - acheteurs

À l'ère du tout numérique, l'achat de plantes sauvages demeure un acte relativement peu automatisé et peu automatisable. Il n'est pas si simple pour un acheteur de trouver le « bon » ou les « bons » fournisseurs de plantes sauvages, tout comme il n'est pas non plus aisé pour un cueilleur ou collecteur de trouver des débouchés pérennes sur plusieurs années. La filière est petite, au plus quelques centaines d'entreprises côté aval, quelques dizaines d'entreprises vraiment organisées côté amont.

La concurrence existe évidemment, mais les fournisseurs de plantes ne sont pas facilement interchangeables. Le transformateur a plutôt intérêt à nouer des relations suivies dans le temps avec ses fournisseurs, pour optimiser son processus de fabrication de l'ingrédient. Un changement de fournisseur entraîne une variation de la matière première et un ajustement potentiel du processus de fabrication de l'ingrédient (pour obtenir l'ingrédient conforme).

La relation fournisseur de plantes - utilisateur constitue un pivot du fonctionnement de la filière et de son développement. Cette relation se caractérise à travers les principes indiqués ci-après, dont l'importance et la perception peuvent varier selon la position de l'acteur dans la chaîne de valeur.



Figure 25 : caractérisation de l'enjeu des relations fournisseurs de plantes - acheteurs en 6 principes

5.1 Une visibilité des besoins sur 3 années

« Il y a des fournisseurs qu'on a quasiment depuis le début [...] c'est limite un point prioritaire par rapport à l'équitable. »

— Metteur sur marché agro-alimentaire bio

C'est le maître-mot de la relation.

D'un côté, les cueilleurs cherchent à obtenir une visibilité de la demande sur plusieurs années. Le suivi des sites de cueillette et l'identification de nouveaux sites sont des activités chronophages et non rémunérées. Le cueilleur a besoin d'amortir cet investissement sur plusieurs années, ce qui n'est plus garanti en raison de la volatilité de la demande qui peut passer de plusieurs centaines de kg voire plusieurs tonnes pour une plante une année à quasiment plus rien l'année suivante, ou le contraire, en raison souvent d'effets de mode, d'arrêt de la commercialisation d'un produit, etc. La modalité la plus fréquente est celle d'une visibilité annuelle, annoncée en général en amont de la campagne de cueillette durant l'hiver, de manière que le cueilleur puisse s'organiser et optimiser le travail sur site, selon les saisons et stades phénologiques des différentes plantes.

D'un autre côté, les acheteurs rencontrent des difficultés à garantir des volumes aux cueilleurs français dans la durée. Les transformateurs ont eux-mêmes des clients en aval, qui offrent peu de visibilité sur l'évolution des commandes qu'ils vont passer aux transformateurs. Des contrats pluriannuels, sur trois ans le plus souvent, commencent à se mettre en place en lien avec les référentiels de commerce équitable (Fair for Life, Bio partenaire, Fairwild), mais cela reste encore très minoritaire dans les pratiques et ne concerne que de faibles volumes.

Cet enjeu d'une visibilité pluriannuelle sur les besoins en plantes sauvages semble partagé des deux côtés (cueilleurs et utilisateurs). Les producteurs de PPAM cultivées partagent également cet enjeu.

5.2 Une traçabilité effective de la plante du site de cueillette au produit mis sur le marché

« Notre travail derrière (...) et poussés aussi par les CSRD, on est beaucoup plus sur améliorer nos exigences de traçabilité sur tous nos ingrédients biosourcés et faire des analyses de risques sur les pays d'origine. »

— Groupe pharmaceutique

« C'est difficile de s'engager, de s'engager aussi bien pour nous que pour les fournisseurs sur des contrats parce que des petits volumes. »

— Laboratoire pharmaceutique homéopathique

« Quand on achète un extrait, ce qui compte c'est le dosage en actif et la forme galénique — on n'a pas de vision sur l'origine de la plante. »

— Laboratoire phytothérapie / pharmacie

Les exigences de traçabilité sont claires et bien intégrées tout au long de la chaîne de valeur. En principe, pour chaque produit fini, il doit être possible de connaître la provenance de la plante (brute ou transformée) intégrée dans sa composition.

Néanmoins, cette traçabilité se révèle de plus en plus théorique et administrative à mesure qu'on se dirige vers l'aval. Les fabricants qui achètent uniquement des ingrédients effectuent un contrôle de conformité de leurs fournisseurs directs mais rarement des cueilleurs ou collecteurs qui ont approvisionné ces fournisseurs d'ingrédients. C'est très souvent le certificat Bio du cueilleur (collecteur) qui sert de justificatif pour la traçabilité de la plante.

Or, les entreprises de certification Bio attribuent une certification pour l'entreprise auditée et non pour un produit ou pour un lot de plantes. De plus, les données relatives au site de cueillette, au cueilleur, à la date de prélèvement, etc. ne sont pas conservées par le certificateur ; seule l'entreprise certifiée détient ces informations.

Dès lors, la fiabilité de la traçabilité repose en très grande partie sur la codification des plantes aux différents stades du processus de cueillette - transformation - mise sur le marché. En pratique, chaque entreprise dispose de son propre système d'information, qui n'est ni connecté ni inter-opérable sur le plan informatique avec ceux des fournisseurs et des clients.

Prenons en exemple un processus pour l'aubépine : Pour une commande de 10 kg de fleurs d'aubépine, un cueilleur doit se rendre sur plusieurs sites de cueillette et vraisemblablement pendant plusieurs jours. Plusieurs choix s'ouvrent à lui pour constituer ses lots : soit il cumule toute sa cueillette pour constituer un lot unique de 10 kg, soit il constitue des lots au fur et à mesure en considérant qu'un lot contient uniquement des plantes d'un même site, ou qu'un lot contient les plantes provenant de tous les sites d'une même journée. On voit ainsi que, dès ce stade initial du processus, on peut selon le cas soit tracer jusqu'au site de cueillette soit remonter uniquement jusqu'au cueilleur.

Puis ce lot de 10 kg est vendu directement à un transformateur, qui va produire un actif optimisé d'aubépine, qui sera ensuite intégré dans la formule du produit fini. Quand l'extracteur reçoit les 10 kg de fleurs d'aubépine, en général, il les réceptionne dans un conditionnement unique, en vrac. Dès qu'il entre le lot dans son système, il va lui attribuer un numéro unique de lot, qui est quasiment toujours différent du numéro attribué par le fournisseur, de sorte qu'à partir ce moment, seul le transformateur a l'information qui permet de faire le lien avec le numéro de lot d'origine ; il détient la table de passage.

Pour produire son actif d'aubépine, l'extracteur prélève de la matière première dans un lot de son stock et, pour des raisons industrielles, il produit un certain volume d'actifs « à l'avance » conservés dans un contenant, par exemple un flacon, qui se verra attribuer, lui aussi, un code unique. Là encore, seul l'extracteur sait faire le lien entre le lot qui a fourni les plantes servant à produire ce flacon d'actifs.

Enfin, l'extracteur vend une dose d'actif d'aubépine, prélevée dans le flacon, à un fabricant (marque) qui va fabriquer le produit fini destiné à être mis sur le marché. Cette dose d'actif (dans son conditionnement) aura son propre code également, que le fabricant enregistrera dans son système d'information. Dans la liste des ingrédients du produit fini, l'actif d'aubépine sera mentionné.

Ce cas, pourtant simplifié, illustre la complexité de traçabilité d'une plante depuis le site de cueillette jusqu'au produit fini lorsque plusieurs étapes de transformation ont lieu.

Cette complexité est alimentée par une diversité de pratiques de l'amont dans la définition et constitution des lots de matières premières, et renforcée par les deux paramètres suivants, récurrents :

- Le premier paramètre est celui de la distinction entre sauvage et cultivé : Quand le cueilleur (collecteur) produit ou fournit également des plantes cultivées, il arrive qu'il mélange les plantes sauvages et les plantes cultivées pour réussir à faire un lot de taille suffisante. La traçabilité au cueilleur/producteur est maintenue, mais plus l'origine exacte de la plante. De même, lorsque l'utilisateur achète pour une même plante, du sauvage et du cultivé, il ne les distingue pas forcément dans son système d'information ; Il détient ainsi l'information dans la fiche plante (fiche lot), mais l'information qu'il renseigne dans son système ne rentre pas toujours dans ce niveau de détail.
- Le deuxième paramètre est celui de la taille des lots et du nombre de « sous-lots » pour constituer un lot d'une taille suffisante : Au niveau du collecteur, un lot par exemple d'une tonne d'ortie sec, peut provenir d'un seul cueilleur ou de plusieurs cueilleurs. Lorsqu'il livre son fabricant de complément alimentaire ou l'herboriste-tisanier, il indique à son client que son lot est constitué de plusieurs sous-lots mais en pratique, tout étant mélangé, il est impossible de

savoir si le prélèvement de 100 kg dans le lot de 1000 kg, qui va alimenter le processus de production, provient de tel ou tel sous-lot d'origine. Le même raisonnement s'applique au niveau du transformateur. Il est très possible, qu'il ait besoin de « piocher » dans un autre lot pour compléter le lot de départ. Idem, l'ingrédient ou le produit (tisane par exemple) a été fabriqué ou composé à partir de plantes provenant de plusieurs lots.

Les multiples statuts d'une plante aux différents stades de production du produit fini et les nombreuses combinaisons dans la constitution des lots de matières premières complexifient la traçabilité effective du site de cueillette au produit fini. L'enjeu de traçabilité, prérequis de l'accès aux marchés finaux, est pourtant partagé par tous les acteurs de la filière. Un doute sur la traçabilité met en péril tout le circuit d'approvisionnement du metteur sur marché, voire du distributeur ou revendeur. Toutefois, on constate que la traçabilité se raisonne plutôt à l'échelle de l'entreprise, où le suivi d'une plante, entreprise après entreprise, est possible, mais rarement jusqu'au site de cueillette. À l'inverse, les cueilleurs et collecteurs connaissent rarement le point d'arrivée de leurs plantes sur les marchés finaux. Ils savent à qui ils vendent les plantes mais ils ignorent globalement le devenir des ingrédients.

5.3 Des produits « stabilisés » et prévisibles

« Il y a un projet historique [...] qui passait de 100 % en plantes fraîches à 100 % en plantes sèches. »

— Transformateur aval, cosmétique

Dans les circuits longs, les plantes sauvages sont rarement vendues à l'état brut. Ces matières premières végétales s'insèrent dans un processus de fabrication d'un produit final, un produit que le metteur sur marché va chercher à homogénéiser, à en réduire au maximum la variabilité et lorsque cela est possible, la standardisation sera visée. Quand le consommateur final achète une huile de massage, une infusion, un mélange d'herbes aromatiques, une crème soin du visage, des granulés d'homéopathie, il s'attend à ce que le produit soit exactement celui « promis » par la marque et il s'attend également à retrouver le même produit, « fidèle » au premier achat, s'il l'achète à nouveau. Le parfum doit avoir exactement la même odeur ; le pistou doit avoir le même goût ; on doit pouvoir apercevoir les mêmes reflets d'une liqueur dans son flacon de verre.

Cette attente du consommateur final d'un produit fini « invariant » confère à la filière des plantes sauvages un caractère industriel, par distinction d'une filière artisanale.

La variabilité du sauvage est en quelque sorte totalement lissée et canalisée dans un processus industriel dont l'enjeu est la maîtrise, afin de fiabiliser la reproductibilité à l'identique des produits. Le sauvage est ici « dompté », ramené à l'état d'artefact de l'homme, un ingrédient singulier et précieux, mais un ingrédient avant tout, dans une recette industrielle (formule).

Ce modèle de consommation structure toute la chaîne industrielle des marchés de produits intégrant des plantes sauvages. L'enjeu pour les transformateurs est de réussir à fabriquer des ingrédients standardisés qui pourront être incorporés de manière fluide dans le processus de fabrication du produit final. Pour cela, les transformateurs ont besoin de connaître parfaitement les caractéristiques des matières premières qu'ils achètent, de manière à paramétrer au plus juste leurs outils de production (extracteur, alambic, coupe, broyeur, etc.). Cela explique en partie pourquoi les industriels ont des relations commerciales relativement stables avec leurs fournisseurs de plantes. À chaque

changement de fournisseur, un travail d'ajustement est nécessaire du fait de la variabilité introduite par le changement de sourcing, qui induit très souvent des modifications, mêmes légères, des caractéristiques des plantes achetées.

On peut également faire l'hypothèse qu'un collecteur a plutôt intérêt à maintenir des relations suivies avec les cueilleurs indépendants pour avoir une (pré) visibilité des plantes qui lui seront vendues et parvenir à une certaine stabilité des lots de plantes que lui-même vendra aux transformateurs. Les entretiens n'ont pas permis de l'établir, mais il semblerait plausible que certains collecteurs destinent certains lots (provenant de certains cueilleurs, zones ou sites de cueillette) à certains clients fidèles, qui espèrent des lots assez homogènes d'une année sur l'autre.

Un enjeu de la filière est donc de réussir à produire des produits « stabilisés » et prévisibles à tous les stades de transformation de la plante et des produits qui s'ensuivent. L'enjeu, essentiel pour optimiser l'outil de production, est incontournable dans les relations fournisseurs-clients à toutes les étapes de la chaîne de valeur.

5.4 Une filière méconnue du grand public avec une réputation à bâtir et à défendre

« Les gens ne savent pas, ne savent même pas quand ils achètent un produit phyto si ça vient d'une cueillette. »

— Laboratoire pharma / phyto

La cueillette comme activité économique n'est pas réellement identifiée par le grand public et les consommateurs. Quant au métier de cueilleur, à part les acteurs de la filière, il y a fort à parier qu'une très grande majorité de Français en ignore l'existence et que la quasi-totalité des consommateurs n'ait aucune conscience de la présence d'un cueilleur dans le paysage qui entoure le produit qu'ils ont acheté.

Il est donc difficile de parler de la « réputation » de la filière des plantes sauvages. Il semble plus pertinent de parler de la réputation des secteurs économiques qui sont raccordés à cette filière : Le secteur de l'homéopathie jouit d'une réputation, tout comme celui de la pharmacie, des compléments alimentaires, des parfums, des infusions, des herbes aromatiques, des parfums, de la cosmétique, etc. et de ce fait, les entreprises qui les composent ont une réputation à défendre.

Cet enjeu structure les relations entre fournisseurs et client et englobe tous les acteurs de la chaîne de valeur, du distributeur ou revendeur final tout en aval, en remontant tout en amont jusqu'au cueilleur qui a prélevé la plante dans son milieu naturel.

Ces entreprises sont confrontées à trois grands risques réputationnels : sanitaire, environnemental et social.

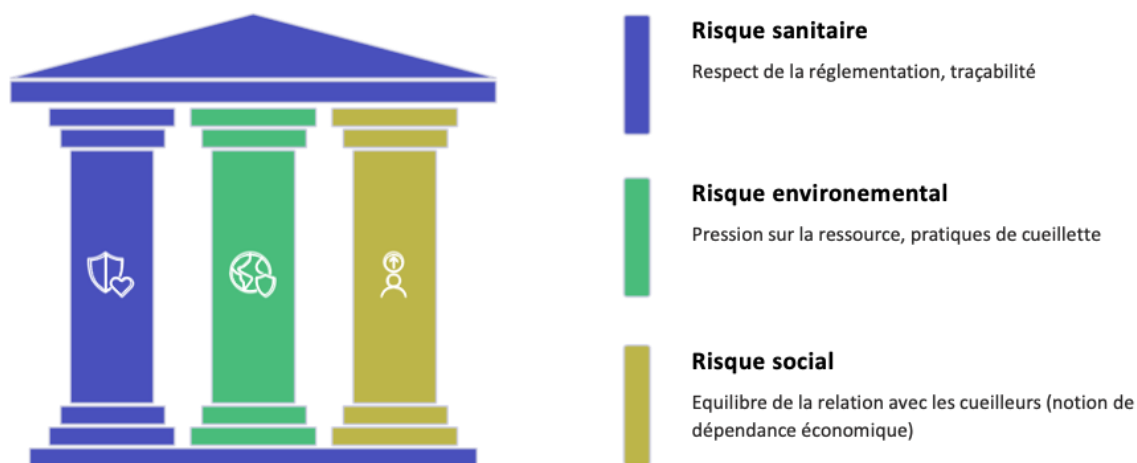


Figure 26 : trois composantes du risque réputationnel pour les entreprises de l'aval

Le risque sanitaire est le risque le plus critique. Sur ce sujet, la réglementation française est en général perçue par les entreprises comme une réglementation sur-prudente, en particulier en comparaison avec les partenaires et concurrents des autres États-membres de l'Union Européenne. Ce risque est par conséquent très bien couvert par les procédures en place dans la filière qui sont principalement de nature réglementaire. Cela se traduit, dans les relations entre fournisseurs de plantes et utilisateurs, par une application stricte des seuils de conformité pour les contaminants. La norme Bio s'est généralisée chez les fournisseurs de plantes sauvages, même si quelques exceptions historiques demeurent (le respect de la pharmacopée prime sur la Bio pour les acheteurs). Les effets des mesures de gestion de ce risque sanitaire sont facilement monitorables, même si coûteux, car nécessitant des analyses en laboratoire.

Le risque environnemental est pris très au sérieux par les industriels. La gestion de ce risque passe notamment par l'adoption des pratiques de type « Responsabilité Sociale des Entreprises » (RSE), pouvant aller jusqu'à des labellisations et certifications sur des référentiels reconnus (BCorp par exemple, Fair for Life, Biopartenaire, Fairwild). Ce risque environnemental est multiple.

Le premier facteur de risque est celui de la pression sur la ressource : la cueillette d'une plante donnée est-elle compatible avec la préservation de la ressource et de sa biodiversité associée ? Ce risque est difficile à gérer et à mesurer.

Si les interdictions ou restrictions de cueillette sont assez claires et réglementées, résultent du dépassement d'un seuil de danger sur la ressource (arnica, rhodiole rose, génépi, gentiane dans une moindre mesure), et peuvent par ailleurs se traduire par l'inscription sur la liste de l'UICN (aucune des plantes citées juste avant), il n'en va de même lorsqu'une plante n'est classée sur aucune liste ou registre de protection ou de vigilance, qu'ils soient de nature réglementaire ou scientifique. Elle reste ainsi autorisée. Or, le fait que, pour une plante donnée, aucune pression particulière n'est constatée aujourd'hui ne signifie pas que sa ressource est suffisamment abondante pour alimenter une filière industrielle de manière pérenne avec un haut-niveau de gestion écologique. Les effets de mode et la volatilité de la demande sur les plantes sauvages peuvent entraîner des tensions conjoncturelles (une

saison) qui peuvent devenir des tensions structurelles si les industriels maintiennent des seuils trop élevés de volumes par rapport à la capacité des écosystèmes à régénérer cette ressource.

Le deuxième facteur de risque porte sur les pratiques de cueillette. L'AFC a fait de ce sujet un axe majeur de son intervention, visant à promouvoir un ensemble de bonnes pratiques de cueillette, en symbiose avec la nature. Les cueilleurs (et collecteurs) interrogés dans le cadre de l'étude déclarent tous respecter, appliquer, suivre ou connaître les recommandations de l'AFC. L'importance accordée à ces bonnes pratiques est plus disparate du côté des transformateurs, non pas qu'ils n'adhèrent pas aux principes, mais ils expriment moins clairement l'intégration du respect des recommandations de l'AFC dans leurs pratiques d'achat et de référencement de leurs fournisseurs, certainement du fait du manque de connaissance de l'AFC et de ses publications.

Sans que l'on puisse objectiver le respect des bonnes pratiques de cueillette telles qu'établies par l'AFC, il est aussi très difficile, voire techniquement infaisable, de mesurer l'étendue réelle des pratiques « agressives » de cueillette. Ces pratiques recouvrent les dommages causés aux milieux naturels des sites de cueillette, qu'il s'agisse de sur-prélèvement (laissant moins de 30 % de la ressource sur site) ou de pillage, et incluent les gestes inappropriés de cueillette (par exemple, le fait d'arracher la plante entière pour aller plus vite alors que seule la sommité fleurie est recherchée). La prédation des milieux naturels existe et de nombreux témoignages de cueilleurs documentent ces pratiques : untel se rend sur un de ses sites habituels et se rend compte que tout a été déjà cueilli (sans autorisation du propriétaire), un autre constate que le site a été saccagé, etc.

Si ces pratiques sont interdites, il semblerait qu'elles existent encore. Elles posent un double enjeu, environnemental sur la préservation de la biodiversité, et économique sur la régénération de la ressource. Le risque environnemental impacte ici directement la viabilité économique à long terme de l'utilisation d'une plante pour la filière, et si on élargit la focale, il grève également la viabilité globale de la filière.

La question est cependant complexe à traiter. D'un point de vue pratique, comment exercer les missions de police de l'environnement de manière efficace face à ces pratiques de prédation au vu de l'immensité des zones à surveiller (et leur accessibilité parfois ou souvent très ardue) ? Comment sont écoulées ces plantes cueillies illégalement dans les circuits économiques conventionnels ? Est-ce que les volumes obtenus via ces pratiques agressives de cueillette menacent les équilibres de la filière ou est-ce surtout une affaire de principe ? La fraude existe dans toutes les filières, il est illusoire de penser qu'elle pourra être éradiquée, mais est-elle aujourd'hui devenue résiduelle ou reste-t-elle une pratique encore courante ?

Pour un industriel, ce risque environnemental est une composante majeure du risque réputationnel. Comment s'assurer du respect des bonnes pratiques par ces fournisseurs ? Si la police de l'environnement n'est pas en mesure de contrôler et réprimer les pratiques agressives, un industriel a-t-il les moyens de vérifier si son fournisseur est « dans les clous » ? L'audit sur place du fournisseur est une pratique d'achat courante, mais tous les audits (annuels ou bisannuels) ont leurs limites : le jour J, tout se passe bien et les documents prouvent que tout a été mis en œuvre durant l'année, mais l'audit repose le plus souvent sur des éléments déclaratifs. Pour un industriel, la fiabilité des audits reste un sujet très suivi.

Un troisième facteur de risque est le risque social. Pour un industriel, le risque est d'apparaître comme un acteur dominant profitant d'un rapport de forces pour imposer ses conditions aux cueilleurs. Les cueilleurs étant le plus souvent des travailleurs indépendants, il existe peu de garde-fou sur des

pratiques subies de dumping social ou de ventes à perte. Le cueilleur n'est rémunéré que par les produits de la vente des plantes : qu'il ait travaillé 1h ou 10h pour 1 kg de plantes, il sera payé en fonction du kg vendu. En période de ralentissement économique ou de crise, la pression sur les prix peut se traduire par une dégradation des conditions sociales des cueilleurs. La culture du milieu étant plutôt discrète, voire taiseuse, aucun grand scandale n'a éclaté à ce jour, ce qui ne veut pas dire que « tout est en ordre ».

Les pratiques de la RSE cherchent à pallier ce risque social en prescrivant des relations équilibrées entre fournisseurs et industriels. Cela se décline notamment par des modalités de fixation des prix qui partent des coûts de production (label Biopartenaire) ou supérieurs aux prix de marché (label Fair for life).

L'enjeu de la dépendance économique des fournisseurs à un client est également abordé, les deux parties étant sensibilisées au risque de dépendance économique : le poids d'un client est tel que la perte de ce client (changement de fournisseur, déclin/arrêt du produit, faillite du client) menacerait la viabilité économique du fournisseur. Si cette dépendance est un critère courant dans l'analyse des stratégies d'achat, tous secteurs économiques confondus, il est très parlant et très réel pour la filière des plantes sauvages. En effet, il est courant qu'un cueilleur ne vende qu'à un seul collecteur ou à un seul industriel quand il travaille en direct. Il est également courant qu'un industriel se source, pour une plante donnée, auprès d'un à trois fournisseurs en moyenne. Il arrive enfin qu'un industriel n'ait qu'un seul fournisseur de plantes pour tout son portefeuille de matières premières issues de plantes sauvages.

Les marques installées et insérées dans des marchés internationaux ont plutôt tendance à encourager les fournisseurs de plantes à diversifier leurs débouchés et clients. Cela peut créer une friction avec leur besoin de sécuriser des volumes suffisants pour leurs approvisionnements. Cette tension entre contrôle de la dépendance économique des fournisseurs et besoin de sécurisation des approvisionnements des marques semble appelé à s'inscrire comme un paramètre structurant des relations fournisseurs-clients dans les prochaines années.

Le risque réputationnel est aujourd'hui un moteur dans la relation fournisseur - industriel - marque, triptyque dorénavant courant. La réputation d'une marque est son capital le plus précieux, et tout particulièrement dans des marchés qui touchent à la santé, au bien-être ou au luxe. Ce sont donc les marques qui impulsent ces changements dans la filière et les exemples sont nombreux : la filière française des tisanes semble en pointe dans ce domaine avec des acteurs qui sont engagés dans des démarches RSE très poussées (avec souvent une labellisation) ; les entreprises du secteur de la cosmétique ont également investi ces sujets de manière structurée.

5.5 Vers un partage des risques qui encourage les investissements productifs sur l'amont ?

« Un contrat pluriannuel permet de poser les éléments de base : un prix plancher, des volumes prévisionnels minimum à respecter. Et tous les ans, il y a une réservation annuelle qui redéfinit en début de campagne avec le producteur. »

— Metteur sur marché agro-alimentaire bio

Dans toutes les filières économiques, y compris les filières agricoles et agro-industrielles, le partage des risques constitue un enjeu récurrent des relations entre fournisseurs et industriels. C'est évidemment le cas pour la filière des plantes sauvages.

On désigne par « partage des risques » le système, tacite ou formalisé, qui module et régit les investissements économiques des acteurs et fixe les règles de partage des bénéfices générés par le développement (rendu possible par les investissements) ou de partage des pertes (lorsque les investissements se sont révélés infructueux).

Ainsi, le partage des risques se raisonne à l'échelle individuelle de l'agent économique (ici le cueilleur, collecteur, transformateur, marque) et à l'échelle macro (de l'amont à l'aval) ou meso (entre cueilleurs, entre collecteurs, entre transformateurs, entre marques) de la filière.

Aujourd'hui, le partage des risques n'est pas une réalité ou une pratique institutionnalisée à l'échelle de la filière. Il n'existe par exemple pas de contrat de filière ni de convention explicite à l'échelle de la filière pour mettre en commun des moyens ou mener des initiatives communes.

En revanche, à l'échelle individuelle, il existe de très nombreuses initiatives et pratiques qui relèvent du partage des risques. Ainsi par exemple :

- un cueilleur-producteur ayant perdu quasiment toute sa production de l'année pour raison climatique a été soutenu par un de ses clients industriels pour passer ce cap difficile (commande anticipée et lissée) ;
- un extracteur met à disposition de ses fournisseurs-cueilleurs des équipements pour le séchage des plantes (un séchoir a une valeur de plusieurs dizaines de milliers d'euros), pratique surtout déployée pour les cueilleurs dans les pays du Sud ;
- une marque de compléments alimentaires modifie le principe de fixation des prix en fonction de la teneur en principe actif pour encourager ses cueilleurs (et producteurs) à modifier leurs pratiques (cueillette, itinéraires techniques) ;
- quand les volumes demandés dépassent la capacité d'un seul cueilleur (ou collecteur), les acheteurs veillent à répartir leurs commandes de manière « équitable » entre leurs fournisseurs, pour garantir un minimum viable à chacun et éviter aussi le risque de « surchauffe » pour un fournisseur qui devrait fournir plus que le volume habituel ;
- les contrats pluriannuels sont aussi des instruments du partage des risques, même si une clause annuelle de révision des volumes et des prix est usuellement incluse.

Cependant, toutes ces initiatives restent quasi systématiquement individuelles et totalement circonstanciées selon les relations entre l'acheteur et son fournisseur. On ne peut donc pas vraiment parler de modèle de partage des risques, mais plus certainement, vu la multiplicité de ces démarches, d'une prise de conscience de cet enjeu entre l'amont et l'aval.

Au-delà de ces initiatives ad hoc, deux types d'action pourraient structurer des stratégies de partage des risques.

Face à la difficulté structurelle de planifier à moyen terme les besoins de plantes (et de matières premières en général), les industriels sont peu enclins à inscrire dans le marbre des mécanismes visant à garantir des volumes annuels moyens. Les incertitudes sur leurs propres débouchés sont trop grandes pour qu'ils prennent le risque d'augmenter leurs volumes ou même de s'engager sur des volumes d'achat de plantes.

Pour contourner ce problème, **certains transformateurs (et marques) ont fait le choix d'investir eux-mêmes dans la production de PPAM et dans l'activité de cueillette**. Ce premier type d'action accentue l'inter-dépendance entre l'amont et l'aval, et de ce fait, acte un plus grand partage des risques. Cet investissement dans la production peut être limité, pour simplement avoir un pied dans la production, mieux en comprendre les enjeux et conduire sa R&D de manière plus agile. Il peut aussi être un choix d'entreprise avec la volonté d'être totalement autonome sur sa fourniture de matières premières « plantes » (production de 100 % des besoins de l'industriel).

Cette tendance s'observe aussi chez les cueilleurs-producteurs et les collecteurs. En effet, très peu de fournisseurs de plantes sauvages avec des volumes dépassant quelques tonnes sont exclusivement cueilleurs. Quasiment tous mènent les deux activités — cueillette et culture — en parallèle ou en combinaison, avec les mêmes équipes et les mêmes installations. Le séchoir sert pour les plantes de cueillette et les plantes cultivées. Un travailleur agricole (saisonnier ou salarié) peut alterner entre le travail sur la parcelle et des journées de cueillette en renfort du chef d'exploitation (ou un membre historique de l'exploitation qui possède la culture de la cueillette, l'expertise des gestes et la connaissance des sites).

Sans aller jusqu'à l'intégration verticale en amont, l'industriel peut également déployer une stratégie de prise de contrôle des entreprises productrices, en entrant au capital de ces entreprises ou en négociant des contrats d'exclusivité auprès de producteurs pour certaines plantes stratégiques.

L'autre type d'action qui peut s'apparenter à une forme de partage des risques est **l'investissement des entreprises de l'aval dans les actions collectives de l'amont** ou de certaines sous-filières comme la gentiane, l'arnica ou les huiles essentielles. Le soutien financier aux actions de l'AFC comme l'édition et la publication des guides de bonnes pratiques est en quelque sorte une action de partage des risques. Il s'agit dans ce cas d'une dépense d'investissement sans contrepartie matérielle, mais avec une contrepartie immatérielle en termes d'image et de relation. Un autre exemple réside dans l'investissement des entreprises des alcools, spiritueux et liqueurs dans la structuration de la filière gentiane, à travers les activités de l'association Gentiana Lutea : la cotisation (minime) à l'association finance des actions collectives ; l'engagement à s'approvisionner auprès de fournisseurs respectant le cahier des charges prescrit par l'association envoie un signal fort à l'amont sur la monétisation de leurs investissements et efforts pour améliorer les pratiques de cueillette sur le plan environnemental. Le soutien de certains industriels aux expérimentations de domestication de l'arnica comme une plante cultivée peut également être qualifié de forme de partage des risques entre l'amont et l'aval.

Au-delà de ces pratiques, **les industriels expriment une interrogation** quant à la capacité de l'amont à s'organiser et à monter en puissance pour fournir avec fiabilité et à des prix maîtrisés des volumes de plantes sauvages à hauteur des besoins des transformateurs implantés en France. Ce questionnement explique en partie le choix structurel d'un approvisionnement en plantes sèches depuis l'étranger.

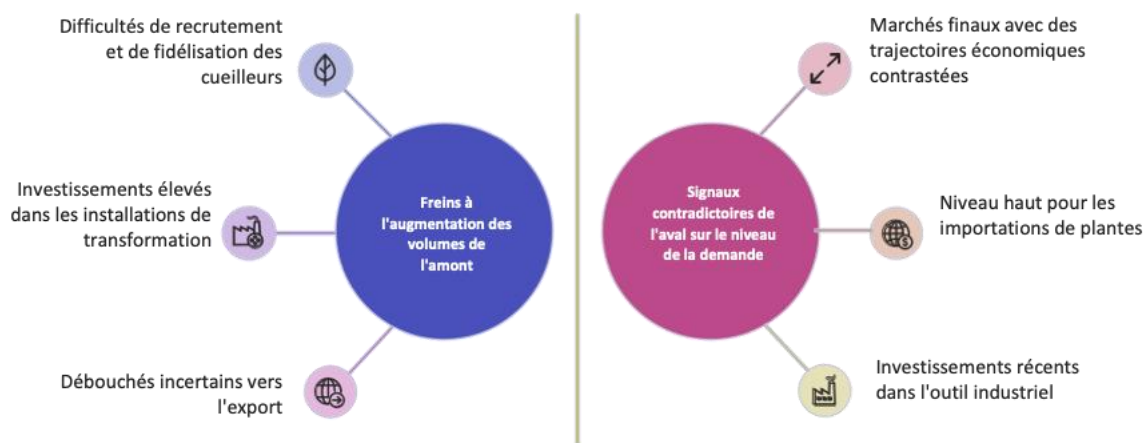


Figure 27 : dans l'hypothèse d'un objectif de forte augmentation des volumes, un hiatus difficile à surmonter pour les cueilleurs/collecteurs

En parallèle, les cueilleurs français (et collecteurs) hésitent à investir pour augmenter les volumes cueillis. Le frein n'est pas lié, sauf sur certaines plantes, à une pression sur la ressource mais surtout au fait que la prise de risque repose entièrement sur le cueilleur (collecteur), sans aucune (ou peu) d'indication par les entreprises de l'aval qu'elles « prendraient » les volumes supplémentaires. Le marché export des plantes sauvages à l'état brut ou semi-transformé origine France n'est pas suffisamment large et dynamique pour motiver les cueilleurs à investir. Seuls les acteurs français de l'aval disposeraient de cette influence.

Pour un cueilleur, le risque est important car les montants d'investissement en jeu le sont tout autant (une machine « coupe infusette » coûte environ 500 000 euros, un séchoir électrique, + de 100 000 euros...), impliquant des durées d'amortissement des équipements et installations sur au moins dix ans (et plutôt quinze) avec des hypothèses élevées sur les volumes à écouler. Pour illustrer cette réalité, un cueilleur interviewé soulignait la course aux volumes qu'engendrerait l'investissement dans un séchoir électrique : cet investissement serait amorti à la condition de doubler le volume annuel de plantes (sauvages et cultivées) pendant dix ou quinze ans.

La pénurie de cueilleurs formés, compétents et prêts à s'inscrire dans la durée est un autre frein majeur aux investissements des cueilleurs installés et des collecteurs. La rémunération fluctuante liée aux aléas du marché, parmi d'autres facteurs plus sociologiques attribués au monde rural, affecte l'attractivité du métier de cueilleur professionnel. Une génération de cueilleurs est en train de tourner la page, mais le passage de relais aux générations suivantes n'est ni garanti, ni réellement organisé.

L'entreprise fournisseur de plantes sauvages est confrontée à un hiatus difficile à surmonter.

En effet, d'une part, l'aval émet des signaux contradictoires sur l'évolution à moyen et long terme des besoins : le secteur des huiles essentielles est en crise, les marchés historiques de la cosmétique et de l'homéopathie traversent un ralentissement de leur croissance mondiale, mais dans le même temps, les investissements productifs des transformateurs sur les sites français sont conséquents et dynamiques (Crodarom, Essenciagua, Comptoir de l'Herboristerie, Antofénol, Acanthis, Pileje, pour n'en citer que quelques-uns), ce qui témoigne d'une confiance ou a minima d'un pari des acteurs de l'aval sur leurs débouchés.

D'autre part, cette entreprise fournisseur de plantes sauvages n'est pas certaine de réussir à structurer un collectif de cueilleurs suffisamment impliqués dans le temps pour fournir les volumes nécessaires permettant d'honorer les hypothétiques commandes et amortir les investissements dans les machines, les installations, le système informatique, la démarche qualité, etc.

Le partage des risques se révèle être un enjeu central des relations cueilleurs - industriels, car il va déterminer le niveau des investissements productifs propres à relever les défis de la filière, comme la domestication d'un nombre croissant de plantes sauvages, la généralisation des démarches qualité et leur développement, l'affirmation des modèles d'économie régénérative pour permettre à la cueillette de doubler, tripler, ou augmenter encore plus les volumes à horizon 5-10 ans.

Compte tenu des particularités, notamment locales, de l'approvisionnement en plantes sauvages, il est peu probable et très peu plausible qu'un acteur, à lui seul, puisse assurer les volumes supplémentaires pour toute la filière aval. Dit autrement, une entreprise de l'amont qui prendrait les risques d'investir pour augmenter ses volumes de plantes sauvages ne sera pas en mesure de couvrir les dizaines/centaines de plantes demandées par l'aval aux volumes attendus. On reste par conséquent dans une activité très dépendante du travail des cueilleurs, des spécificités de chaque site et des contingences logistiques de chaque type de transformation. Le marché de la fourniture de plantes sauvages comme matières premières a donc peu de chances de se transformer en un monopole ou oligopole de quelques entreprises.

Le maillage territorial assuré par les collecteurs à l'échelle nationale est partiel, avec un fort prisme géographique sur le Massif Central et les Alpes. De grandes zones comme les Pyrénées, les façades littorales Manche-Mer du Nord, le Bassin parisien, le Nord et le Grand Est n'ont pas de collecteur vraiment structurant ou installé pouvant organiser des filières locales de cueillette.

Cette structuration du marché de la fourniture de plantes sauvages laisse plutôt penser qu'un effort collectif, ou au moins de plusieurs acteurs de manière concomitante même sans coordination, est nécessaire pour orienter les volumes à la hausse. Un partage des risques plus assumé par l'aval pourrait impulser ou contribuer à cette dynamique d'investissement porté par l'amont.

5.6 Un nécessaire rééquilibrage dans le partage de la valeur

« Ce qu'on propose, c'est une rémunération qui est juste. [...] Plutôt plus que moins — et avec une sécurité, des contrats. »

— Collecteur structuré, Massif Central

« Beaucoup de clients ne sont pas prêts à mettre le prix pour une plante qui va être cueillie sauvagement dans la montagne à la main. »

— Cueilleur-producteur-transformateur, Drôme

C'est un enjeu difficile à objectiver à partir des éléments uniquement qualitatifs recueillis au travers des entretiens et des visites. On tentera cependant ici de dresser quelques lignes de force, tout en exposant les points de vue contrastés selon la position des différents acteurs dans la chaîne de valeur.

Tout en amont, au niveau des propriétaires des terrains accueillant des sites de cueillette, le partage de la valeur générée par les activités de la filière ne semble pas être un enjeu prioritaire. Dans la plupart des cas, les propriétaires ne perçoivent pas de revenus liés à la cueillette sur leurs parcelles. Les bénéfices sont davantage de nature non monétaire et liés à l'entretien et à la gestion des espaces

naturels, forestiers et agricoles, le cueilleur prélevant des plantes « invasives » sur les prairies support d'une activité d'élevage, taillant les haies et les arbres, entretenant les bords de chemins et de route, etc. La seule filière réellement organisée et rémunérant les propriétaires est celle de la gentiane. Les montants peuvent être importants ; cependant, sauf cas exceptionnel, le propriétaire en tirera un revenu complémentaire certes très bienvenu mais rarement au niveau d'un revenu principal ou d'une rente de grand propriétaire terrien.

Au niveau des cueilleurs individuels, on peut distinguer les cueilleurs-producteurs-transformateurs, qui valorisent les plantes le plus souvent en circuits courts, des cueilleurs professionnels qui vendent la matière première brute à des collecteurs ou des industriels :

- pour les premiers, le partage de la valeur est un enjeu-clé, puisqu'ils ont choisi un modèle 100 % intégré pour maximiser la valorisation de leur cueillette (ou production de PPAM). La valeur « faciale » du prix théorique du kg de plante peut aller dans des multiples très élevés (x5, x10, x20) mais on parle de tous petits volumes (quelques kg, quelques dizaines de kg, parfois des centaines de kg, en cumulé sur l'année, qui sont transformées dans des tisanes, des liqueurs, des confitures, des produits vétérinaires, des huiles essentielles, etc.) ;
- les seconds ont plutôt une perception d'être dans une position défavorable dans le partage de la valeur, avec des collecteurs qui achètent à des prix les obligeant à faire du volume pour couvrir leurs coûts et se dégager un revenu décent, souvent autour du SMIC, parfois jusqu'à 2 000 euros par mois. Les cueilleurs cotisant solidaire à la MSA sont nombreux, ce qui atteste de la précarité de cette activité.

Les collecteurs et grossistes ont en général tendance à négocier les prix « au plus juste » des matières premières, poste qui est, et de loin, le premier poste de dépense du collecteur (grossiste) et se situe autour de 40 % dans le coût total de revient. C'est aussi un poste sur lequel il a une petite marge de manœuvre, les autres postes étant beaucoup moins flexibles et composés de charges assez fixes (amortissement et coûts d'exploitation liés aux machines, installations et infrastructures). La marge est dégagée en fonction du coût des matières premières et de la capacité à négocier les prix de vente avec les industriels.

Néanmoins, les situations individuelles sont très contrastées. Dans le cas de petits volumes pour une plante donnée (5, 10, 20, jusqu'à 100 kg), les cueilleurs (et industriels) ont souvent déclaré que les prix n'étaient pas négociés. Le cueilleur « donne son prix » et l'acheteur ne le discute pas, ou à la marge. Ce cas se présente lors d'un achat direct par l'industriel pour qui le coût de la plante sauvage comme matière première n'est pas le poste principal dans son coût de revient mais où ce sont les coûts de production industrielle et des fonctions supports représentent les postes de dépenses à enjeu.

Le volume est un critère déterminant de la négociation des prix.

Pour les petits volumes, le gain financier réel est marginal. Gagner 1 euro par kg pour une commande de 50 kg présente peu d'intérêt pour l'industriel au regard du bénéfice tiré de la qualité de la relation avec son cueilleur. Pour un cueilleur, avoir un client qui ne négocie pas son prix est signe de reconnaissance de la qualité du travail fourni, du produit livré et une marque de confiance significative.

Pour les volumes moyens (100 kg) et importants (plusieurs tonnes) pour une plante donnée, la négociation sur les prix est plus marquée. Les critères de négociation sont assez classiques et reflètent le pouvoir de négociation de chaque partie. Ainsi, pour les plantes abondantes sur le marché, le

cueilleur s’aligne sur le prix supposé de marché et pour les plantes plus difficiles à trouver, l’acheteur négocie plutôt les conditions comme la fiabilité, les caractéristiques du produit, le procédé de séchage, les délais, etc. Lorsqu’une plante médicinale est inscrite dans l’autorisation de mise sur le marché d’un médicament, le fournisseur doit être référencé dans les Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF) du laboratoire, ce qui confère le pouvoir de négociation au fournisseur car changer de fournisseur nécessiterait une démarche administrative d’inscription aux BPF, possible mais complexifiant l’acte d’achat pour l’industriel. Pour les appels d’offres, c’est clairement le prix qui détermine le choix du ou des fournisseurs.

Poursuivant le défilement de la chaîne de valeur vers l’aval, au niveau des collecteurs et les grossistes, le partage de la valeur avec les industriels apparaît un peu moins déséquilibré que dans la relation cueilleurs individuels — industriels. Les collecteurs proposent une solution qui conjugue un produit (la plante) et une prestation (1ère transformation de la plante). La valeur ajoutée, au sens économique du terme, est beaucoup plus élevée pour un collecteur, comparé au cueilleur, et il en est de même pour le transformateur en ingrédient, qui a une valeur ajoutée plus grande que le collecteur (grossiste). Les collecteurs français de plantes sauvages proposent tous des prestations de coupe aux différentes tailles, le tri, le broyage, du façonnage. Le prix inclut cette valeur ajoutée ; le prix de la plante vendue par un collecteur est bien davantage que le prix d’achat de cette plante auquel s’ajoute une marge.

Le prix reflète la valeur de l’offre, qui inclut donc la valeur ajoutée liée à la transformation et à la préparation de la plante en vue de sa transformation en ingrédient ou incorporation dans le produit fini (herboristerie). Autour de cette valeur ajoutée industrielle, la valeur de l’offre comprend la sécurisation de l’approvisionnement au sens quantitatif (avoir les volumes) et qualitatif (absence de contaminants, traçabilité, respect des normes et labels). Le collecteur propose également un service et un savoir-faire en appui de la R&D des industriels, avec un sourcing des plantes les plus adéquates et répondant au procédé de fabrication de l’industriel. La valeur de l’offre du collecteur est assise autant sur le produit (la matière première) que sur tous les services associés à cet approvisionnement et notamment sur toutes les activités visant à couvrir les risques précédemment énoncés (audit des cueilleurs, structuration de la filière amont, 1ère transformation, sécurisation de la ressource).

Dès lors, **le partage de la valeur entre les collecteurs et les industriels se pose dans des termes plus équilibrés**. En passant par un collecteur, le coût de revient pour un industriel d’un lot de plantes (sec et congelé) est très compétitif, comparé à un modèle où il traiterait en direct avec un cueilleur et devrait ensuite effectuer les différentes opérations de transformation et de réassurance. Les industriels qui passent en direct achètent plutôt des plantes fraîches (pour la distillation ou l’homéopathie) et, s’ils achètent en direct également des plantes sèches sans que ni eux-mêmes ni les cueilleurs ne disposent des équipements nécessaires à la première transformation (coupe, broyage), ils ont recours à des collecteurs (ou grossistes) pour ces prestations de service.

Les collecteurs français ont des structures de portefeuille de clientèle assez hétérogènes. Certains collecteurs ont relativement peu de clients, moins d’une cinquantaine, d’autres collecteurs en ont plusieurs centaines jusqu’à un millier. Quand chaque client est un grand compte pouvant faire basculer l’année, les négociations sur le partage de la valeur sont différentes, comparée à une situation où le portefeuille de clients est assez diversifié, voire un peu indifférencié. « Perdre un client » parmi d’autres n’a pas le même impact.

Certains collecteurs ne vendent qu’à des industriels de la transformation des plantes (y compris laboratoire et marque).

D'autres collecteurs vendent à des industriels de la transformation des plantes, à d'autres industriels qui incorporent les plantes à l'état brut ou avec une première transformation dans leurs produits finis, et à toute une série d'artisans (boucherie, boulangerie, restaurants, ateliers de fabrication de produits alimentaires, etc.).

Les transformateurs (de plantes en ingrédients) occupent une place centrale dans la filière. Si les collecteurs sont la plaque tournante de l'amont, **les transformateurs sont le moteur du système**. Rien ne peut se faire sans eux. Cependant, la concurrence entre eux est forte, à l'échelle nationale et internationale. Les transformateurs fournissent des ingrédients que les marques (fabricants) ne sont pas capables le plus souvent de produire eux-mêmes.

Les transformateurs distinguent les marchés dits de « commodités », des marchés de « spécialités ». Dans le marché des commodités, le partage de la valeur est plutôt au bénéfice du client, qui fait jouer les volumes pour obtenir les meilleurs prix. L'enjeu du transformateur est d'atteindre une taille critique suffisante pour prétendre à ces commandes et proposer le prix le plus compétitif possible.

Dans le marché des spécialités et encore plus particulièrement lorsque le transformateur a été associé dès le développement du produit dans un projet « à façon », le partage de la valeur est plus équilibré entre le transformateur et la marque (ou fabricant). Le prix vient payer le service de R&D, l'expertise et les atouts distinctifs du transformateur.

Dernier maillon, **les marques (metteurs sur marché) peuvent être considérées comme les acteurs dominants de la filière**, qui impulsent le développement (ou le déclin) des plantes et, à travers cela, l'organisation des activités de toutes les entreprises en amont.

Les marques ont un rapport plutôt distant avec les fournisseurs de plantes. Le plus souvent, elles ne traitent pas en direct avec les cueilleurs (collecteurs) mais avec les transformateurs. Le partage de la valeur avec le cueilleur n'apparaît donc pas comme un enjeu ni même comme un sujet identifié. Toutefois, le résultat du partage de la valeur avec les transformateurs impacte directement les marges de manœuvre que ces transformateurs auront avec leurs fournisseurs de plantes. Si la marque exerce une forte pression sur les prix des ingrédients, cette pression se répercutera mécaniquement en amont.

Lorsque les marques ont des relations directes avec les cueilleurs, soit parce qu'elles achètent des plantes à ces fournisseurs, soit parce qu'elles cherchent à nouer un genre de partenariat avec les cueilleurs, le partage de la valeur est une composante-clé de la relation.

La marque cherche souvent à s'associer les « services » du cueilleur pour bénéficier d'un retour sur image. Le **droit à l'image** du cueilleur n'est pas monétisé en tant que tel mais on peut considérer que sa valorisation économique est réelle. En effet, dans ces cas-là, le cueilleur renforce la relation avec son client, ce qui débouche à minima sur une pérennité des ventes, voire sur un développement à moyen terme.

Dans les relations entre les acteurs de la filière, **l'enjeu du partage de la valeur se concentre sur l'amélioration de la rémunération des cueilleurs indépendants**. Ce sont très souvent des cueilleurs individuels qui disposent d'un pouvoir de négociation limité. Or, la précarisation des cueilleurs pose des questions à la fois éthiques, dans le cadre de leurs politiques RSE et pragmatiques, sur l'attractivité du métier.

5.7 Le poids de l'analytique, des normes, des démarches qualité, du réglementaire et de la gestion administrative

« On va faire un espèce de vide où les petites structures n'ont plus droit d'exister parce qu'elles ne pourront plus financer [...] le coût de mise sur le marché. »

— Metteur sur marché compléments alimentaires

La filière des plantes sauvages est devenue progressivement une filière dont les activités sont extrêmement administrées. Tout doit être monitoré, documenté, contrôlé, traçable, auditable et à certifier.

Les raisons de cette formalisation sont connues : les exigences de conformité sur la traçabilité et par rapport aux contaminants requises par la réglementation et les conditions d'accès aux marchés ont en effet généralisé et systématisé le recours à l'analytique.

Ces analyses, opérées en interne ou externalisées à des laboratoires spécialisés, sont des coûts supplémentaires et surtout, leurs résultats génèrent un risque nouveau pour le fournisseur de plantes, tout comme le transformateur. En cas de dépassement du seuil de tolérance d'une molécule classée, le lot de plantes est refusé pour non-conformité ; il en est de même pour l'ingrédient si des traces de contaminants (pesticides) sont mesurées dans des quantités non autorisées. Le caractère décisif de ces analyses a profondément modifié le fonctionnement de la filière, qui a dû s'organiser et piloter l'approvisionnement pour respecter ces contraintes.

Le poids économique de l'analytique est renforcé par les progrès des sciences et techniques (chromatographie) qui permettent de mesurer avec fiabilité les teneurs en principe actif des plantes. D'une pratique ancestrale dont l'école de l'herboristerie française est l'héritière, la cueillette est devenue peu à peu une activité pilotée par la science et la technique, donc par les industriels.

L'accès aux marchés est entièrement conditionné à l'obtention des normes des secteurs correspondants (COSMOS, HACCP par exemple). Les metteurs sur marché ont besoin que toute leur chaîne de fournisseurs soit certifiée pour pouvoir valider leur propre certification.

Les démarches qualité se sont généralisées, avec les certifications ISO correspondantes (ISO 9001 systématiquement, ISO 14000 souvent).

Les compétences sur les démarches qualité, l'analytique et le réglementaire sont des compétences activement recherchées par les entreprises de la filière tant en amont qu'à l'aval.

Le cumul des normes et obligations se traduit par un formalisme administratif vécu comme pesant par les cueilleurs. Les divers questionnaires RSE pour se faire référencer auprès d'un industriel sont devenus l'usage. La fourniture d'une fiche plante détaillée est également une charge administrative conséquente.

À l'échelle de la filière, l'enjeu de la professionnalisation sur ces fonctions administratives, au sens large, est important. De manière plus ciblée, les enjeux de conformité légale, liés à la réglementation, et contractuelle, relevant des cahiers des charges, reposent en partie sur le rôle donné à l'analytique et les marges d'interprétation des résultats issus de ces analyses.

6 Enjeux de développement de la filière

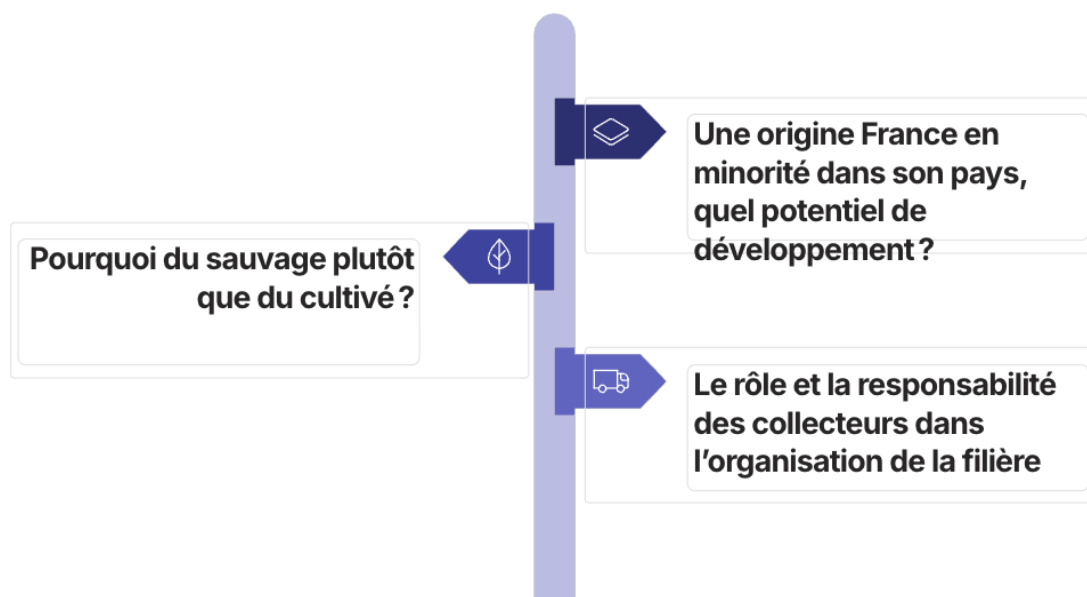


Figure 28 : mise en avant de 3 enjeux-clé pour la filière

6.1 Une origine France en minorité dans son pays, quel potentiel de développement ?

« Si on veut du volume, si on veut de l'origine France, si on veut de la traçabilité, il faut payer tout ça. C'est un service qu'il faut payer. »

— Collecteur structuré, Sud-Est

« Ce qui va orienter le client sur une origine France, c'est globalement des choses de qualité. »

— Collecteur-producteur

« Parce que juste dire c'est sauvage et c'est France, c'est pas suffisant dans l'esprit du client. »

— Transformateur-metteur sur marché

Malgré l'absence de données vérifiables et complètes, les entretiens avec les entreprises de la filière corroborent **l'hypothèse d'une part de marché estimée à 20 % pour les plantes sauvages origine France dans l'approvisionnement des entreprises de l'aval (transformateurs, marques).**

Les principaux pays concurrents de la France sont la Pologne, la Bulgarie, la Roumanie, l'Albanie et les pays du pourtour méditerranéen. Ces pays fournissent les plus gros volumes de plantes sèches, avec notamment des filières de cueillette bien organisées en Roumanie et Bulgarie, et une filière PPAM importante en Pologne. La concurrence étrangère se concentre sur les plantes sèches en vrac, qui est la catégorie principale en volume du marché du vrac en France.

Dans le panorama PPAM 2024 édité par FranceAgriMer⁷, la Pologne ressort comme un pays fournisseur important comptant pour 3,2 % des importations de plantes à usages non alimentaire (en valeur) ; l'Allemagne représente 8,3 % des importations des plantes aromatiques (en valeur).

⁷ https://www.franceagrimer.fr/sites/default/files/2025-12/Panorama_PPAM_2024_0.pdf

On relèvera que les pays fournisseurs diffèrent un peu entre les filières de plantes sauvages et les filières de PPAM cultivées.

La filière amont dispose d'atouts réels pour faire face à la concurrence étrangère, notamment des fournisseurs d'Europe de l'Est. Dans la figure suivante, nous en listons au moins quatre, qui sont exposés ci-dessous.

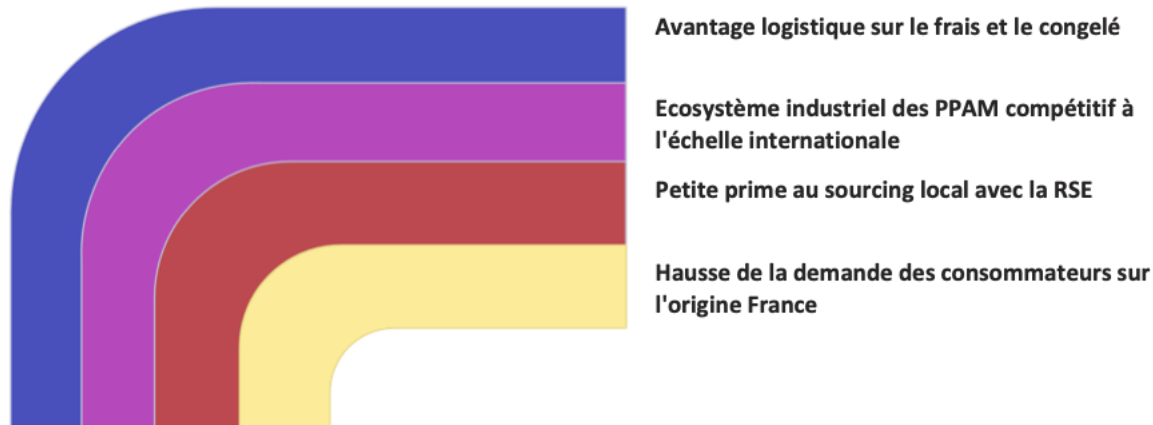


Figure 29 : les atouts de l'amont français face à la concurrence des fournisseurs de plantes sauvages d'Europe de l'Est

Les fournisseurs français de plantes sauvages bénéficient d'un avantage comparatif sur les plantes fraîches et les plantes congelées. Les surcoûts et les contraintes logistiques liés à la chaîne du froid sont en effet trop importants pour que les entreprises étrangères puissent être compétitives. En outre, plusieurs extracteurs basés en France maîtrisent les technologies de transformation de plantes congelées (dépôt de brevet).

L'origine tire également profit des liens historiques entre les transformateurs et les cueilleurs (collecteurs) et de la proximité géographique entre les cueilleurs/collecteurs et les industries en aval (transformateurs et marques). La forte densité industrielle de la filière aval en France est un facteur positif pour les cueilleurs français ; sur ce point, l'Allemagne est également connue pour la puissance des secteurs industriels d'aval, tels ceux de la cosmétique et de l'hygiène grand public, avec des groupes internationaux comme Nivea, Weleda ou Schwarzkopf.

L'aval français présente une palette large et complète de compétences industrielles. Les marques trouvent aisément les fournisseurs (partenaires) pour effectuer les opérations de transformation des plantes (sauvages et cultivées). L'écosystème industriel français est innovant et compétitif sur la scène internationale.

En outre, la France présente quelques atouts comparatifs pour certaines plantes dont la cueillette est fortement régulée à l'étranger. C'est le cas de la gentiane par exemple, dont la cueillette est très encadrée voire interdite en Italie et en Espagne. A contrario, l'Allemagne a réussi à structurer une filière cultivée de l'arnica (frais), avec des volumes annuels de production en dizaines de tonnes, suffisant pour approvisionner l'aval allemand et exporter vers les transformateurs français qui rencontrent des difficultés pour s'approvisionner en arnica frais en volume suffisant chaque année chez les fournisseurs français.

Par ailleurs, la prise en compte des enjeux RSE par les marques et les acteurs de la filière aval de manière plus globale redonne de la valeur au sourcing local et au lien avec les territoires dans lesquels sont implantées les entreprises de l'aval. C'est donc un atout pour l'amont français même s'il est difficile de dire si c'est un atout important, décisif, ou un petit plus par rapport à la concurrence étrangère.

Enfin, les marques constatent une hausse de la demande des consommateurs sur le made in France ou l'origine France. McCormick identifie clairement un intérêt des consommateurs français pour des herbes de Provence qui soient réellement produites en France. Pajes a créé une gamme spécifique pour promouvoir des tisanes 100 % françaises. L'origine France apporte une valeur au produit pour le marché français sur le segment des herbes aromatiques et des tisanes. Cependant, si l'origine France est bien accueillie par les consommateurs, ce n'est qu'un critère d'achat parmi d'autres. Les critères principaux restent les valeurs et revendications autour de la naturalité, le bien-être, la santé, les fonctionnalités du produit, et bien entendu le prix. À l'international, notamment en Asie du sud-est, la « marque » France offre un pouvoir d'attraction, mais cela n'est pas lié aux plantes sauvages. C'est l'image et la réputation de la France dans certains domaines qui comptent, comme dans les cosmétiques et les produits de luxe, l'épicerie et les tisanes haut de gamme, les vins et spiritueux, etc.

6.2 Pourquoi du sauvage plutôt que du cultivé ?

« On a cultivé parce que, vu la demande de nos clients, il fallait quand même assurer la demande. [...] Nous, on a cultivé les lavandes qu'on a développées à partir des graines qu'on a récoltées du sauvage. »

— Producteur-distillateur d'huiles essentielles

« Il y a une alternative cultivée / sauvage, le sauvage, c'est un choix de positionnement. »

— Metteur sur marché cosmétique

« Il y a quelques clients qui ont ce raisonnement où ils pensent que le sauvage est plus riche que la culture. »

— Cueilleur-producteur, Sud-Est

« Il n'y a pas un prix sauvage et un prix cultivé. »

— Metteur sur marché compléments alimentaires

« Nous préférons le cultivé mais lorsque la variété est typiquement sauvage, pas cultivable ou difficilement, nous n'avons pas le choix. »

— Grossiste herboriste, Maine-et-Loire

Les marques et les industries de l'aval ne sont pas spécialisées dans la transformation de plantes sauvages et la fabrication de produits finis à partir de plantes sauvages. C'est avant tout une filière des PPAM et le choix d'une plante sauvage se fait parmi toutes les plantes, qu'elles soient considérées comme sauvage ou issues d'une production agricole.

Dans cette optique, plusieurs schémas mènent au choix d'une plante sauvage. **Le premier schéma évident est celui où la plante recherchée n'existe que dans le milieu naturel.** Cette plante n'a pas été domestiquée ou la production de cette plante est insuffisante en volume pour alimenter les besoins de l'industriel et de l'aval. Cela a été longtemps le cas de l'arnica et cela reste valable encore aujourd'hui. Un autre exemple est celui de la rhodiola rosa, dont la culture est très difficile à maîtriser

et pour laquelle les volumes de production sont très faibles en France (dizaines de kg, voire centaines ?).

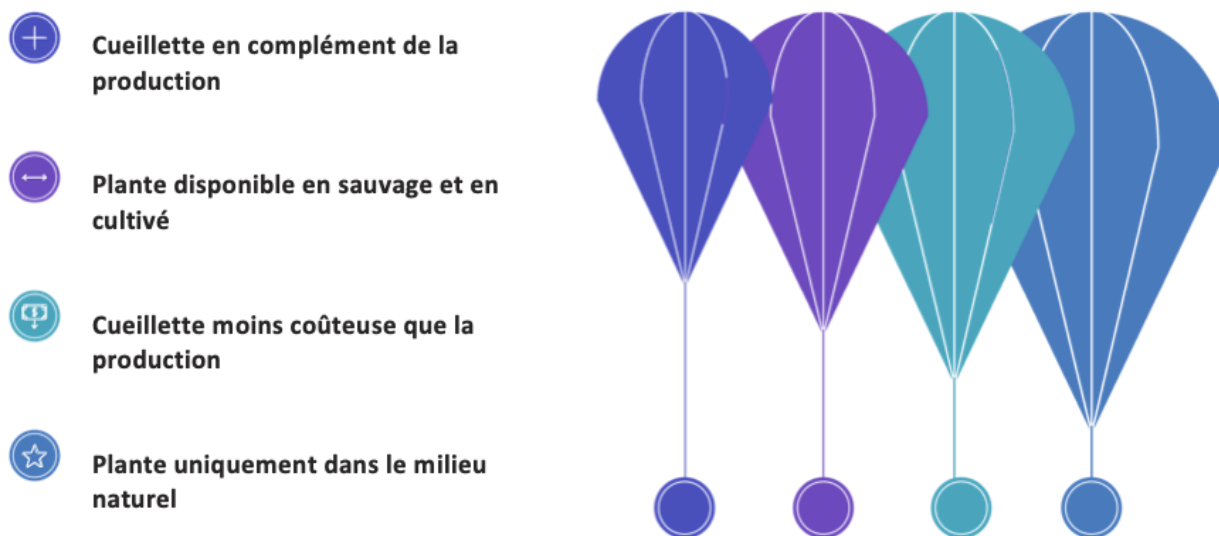


Figure 30 : quatre schémas favorables à la cueillette vs cultivé

Un deuxième schéma est celui d'une plante « disponible » à la fois en sauvage et en culture. Le choix de la plante sauvage est ici bien plus volontaire dans le premier schéma puisque l'industriel a le choix. On retrouve ce schéma pour certaines plantes à parfum, comme le narcisse, la lavande, le mimosa, ou l'immortelle. Les utilisateurs de ces plantes constatent que les plantes sauvages ont des propriétés olfactives, beaucoup plus marquées par rapport aux mêmes plantes cultivées. Une hypothèse scientifique à valider est que le stress lié aux conditions de croissance dans certains milieux naturels forcerait la plante à adopter certaines stratégies de survie ou de développement, que cette plante n'aurait pas besoin de déployer dans un itinéraire technique de culture. C'est un axe de recherche et développement pour certains industriels qui ont des activités de culture de plantes. Ils cherchent à mieux comprendre et parfois à reproduire certains mécanismes naturels, observés en milieu sauvage, au travers de nouveaux itinéraires techniques conduits sur des parcelles test.

Ce schéma est aussi présent dans le secteur de la cosmétique et des compléments alimentaires. La direction de la R&D de Pileje a établi et a documenté de nombreux cas où les conditions de développement de la plante selon les différents milieux et saisons avaient un impact sur la teneur en principes actifs. L'entreprise de cosmétique « On the wild side » a déposé un brevet sur l'association de deux plantes sauvages — la sève de bouleau et le bourgeon de hêtre — qui forment la base de la formule de leurs produits visant à favoriser la régénération cellulaire de la peau.

Un troisième schéma découle d'un arbitrage économique sur les coûts de revient comparés entre une plante cultivée et une plante de cueillette. Lorsque la plante sauvage se trouve en abondance dans des sites naturels faciles d'accès et avec un fort rendement de la cueillette, le coût de revient de la plante sauvage peut être inférieur au coût de revient de cette même plante cultivée. Le cas de l'ortie, abondante dans le milieu naturel et parfois considérée comme invasive, illustre ce schéma : cueillir l'ortie, malgré la pénibilité, est plus rentable que de la cultiver. Il peut s'appliquer également à la prêle des champs ou encore à des herbes aromatiques, comme le thym et le laurier, présentes en abondance dans certains massifs.

La famille des bourgeons s'inscrit totalement dans ce schéma : s'il est possible de ramasser les bourgeons d'une plantation d'arbres pour une essence donnée, il est peu vraisemblable qu'un producteur puisse rentabiliser une exploitation spécialisée sur la production de bourgeons. La rotation nécessaire est souvent d'au moins trois ans pour laisser le temps à l'arbre de se régénérer. Le besoin en surfaces pour ce type de plantation est important, ce qui complique la diversification des essences. La volatilité de la demande en gemmothérapie n'aide pas non plus (grosse demande pour un bourgeon une année et plus rien l'année d'après). Ainsi, la cueillette de bourgeons sauvages semble présenter le meilleur compromis entre investissement, travail et production. La cueillette offre également l'avantage d'une offre très large de bourgeons, de plusieurs dizaines d'essences, comparée à une offre cultivée qui serait plutôt spécialisée sur une essence ou tout au plus quelques-unes.

Le **quatrième schéma** qui porte à privilégier la cueillette au cultivé suit également une logique économique, assise sur la flexibilité relative qu'offre la première par rapport au second. Les producteurs de PPAM ont peu de marges de manœuvre pour ajuster à la hausse comme à la baisse les volumes de production à partir d'un certain stade de l'itinéraire technique. Quand « une commande non prévue tombe pour cette saison », la production suit difficilement. **La cueillette peut alors venir en complément de la production** pour honorer cette nouvelle commande. Il en est de même dans le cas où le rendement de la production est inférieur aux hypothèses de départ. La cueillette offre la possibilité d'aller prélever les volumes nécessaires dans le milieu naturel, avec une forte réactivité (à condition de connaître les sites). La cueillette est dans ce schéma une variable d'ajustement de la culture.

6.3 Le rôle et la responsabilité des collecteurs dans l'organisation de la filière

« Il faut prendre son bâton de pèlerin et expliquer pourquoi. »

— Collecteur structuré, Sud-Est

La filière est impulsée par les stratégies de différenciation des marques. Les exigences, attentes et objectifs des marques sont répercutés de proche en proche, vers les fabricants, les transformateurs, les collecteurs puis les cueilleurs. Toutefois, les marques n'ont ni les moyens ni la volonté de structurer, d'organiser, d'animer et de développer des réseaux de cueilleurs individuels. Les transformateurs n'ont pas non plus cette intention. Aucun acteur de l'aval n'aurait actuellement la taille critique (les volumes suffisants) pour fixer les règles du jeu avec l'amont, en particulier avec les cueilleurs individuels qui constituent la première force de travail.

Les collecteurs, de leur côté, ont déjà une fonction de plaque tournante des plantes sauvages entre l'amont et l'aval. Ils disposent d'une taille critique, individuellement et collectivement, et d'une position centrale sur le marché qui leur donnent, en théorie, un pouvoir d'influence significatif auprès des cueilleurs et un pouvoir de négociation réel avec les industriels.

Les collecteurs possèdent une expertise sur la cueillette que n'ont pas les entreprises de l'aval. Ils entretiennent des relations historiques avec les cueilleurs. Sur le papier, ils ont donc des atouts indéniables pour jouer un rôle plus important et être moteur dans l'organisation de la filière. Est-ce souhaitable ? Est-ce aussi possible, compte tenu des relations de concurrence entre eux ?

Pour la filière des plantes sauvages, c'est un enjeu important de gouvernance. Qui peuvent être les interlocuteurs des pouvoirs publics et des industriels dans la structuration de la filière ? L'AFC et le syndicat des SIMPLES sont reconnus comme des partenaires avec lesquels il est possible de dialoguer et coopérer. Cependant, ces deux acteurs ont des liens beaucoup moins entretenus avec les industriels que ceux que peuvent avoir les collecteurs.

Un des leviers de l'organisation de la filière serait d'agir sur les pratiques d'achats et d'approvisionnement. Les collecteurs, en tant que premier client des cueilleurs individuels, disposent d'un pouvoir direct sur ces pratiques d'achat. Quel intérêt les collecteurs auraient-ils à s'impliquer davantage dans l'organisation de la filière ? Quelles sont les conditions pour que les cueilleurs leur reconnaissent ce rôle ?

7 Quelle articulation des différents modèles économiques présents dans la filière ?

On peut définir de manière simplifiée un modèle économique (ou modèle d'affaires, « business model » en anglais) par trois composantes :

- la proposition de valeur : quelle est l'offre de l'entreprise, les bénéfices qu'elle apporte à ses clients, à la société ?
- l'architecture de valeur : quelles sont les ressources, moyens, compétences, leviers, qui sont mobilisés par l'entreprise pour produire la proposition de valeur ?
- l'équation de profit : comment l'entreprise compte-elle tirer un bénéfice financier de ses activités ?

Schématiquement, la proposition de valeur génère des revenus, alors que les dépenses sont liées à l'architecture de la valeur. L'équation de profit consiste à trouver la formule qui permet de maximiser le différentiel entre proposition de valeur et architecture de valeur.

La filière des plantes sauvages comprend des entreprises avec une grande diversité de modèles économiques. On les regroupe ci-après selon leur proposition de valeur principale.

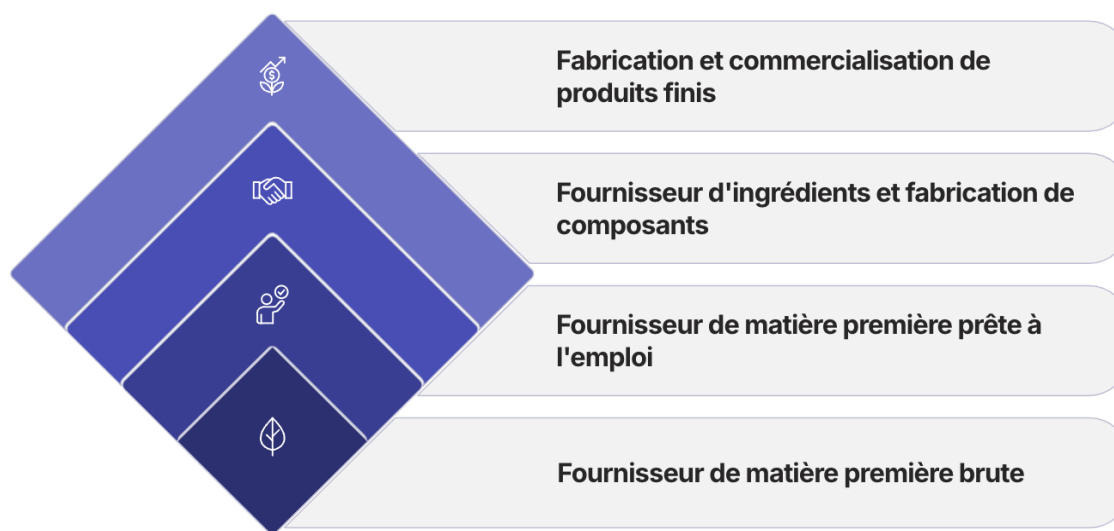


Figure 31 : typologie de proposition de valeur des entreprises de la filière des plantes sauvages

7.1 La fourniture de matière première brute : « payé au poids »

C'est le modèle économique quasiment adopté par tous les cueilleurs indépendants (cueilleurs individuels et entreprises spécialisées dans la cueillette).

L'offre consiste à fournir des plantes sauvages à l'état brut, en sec et en frais. La différenciation de l'offre se fait sur le portefeuille des plantes cueillies, la qualité des plantes liées aux gestes de cueillette, les parties de plante, la réactivité et les délais, les prix.

Le premier poste de coût est la rémunération du cueilleur (prospection et cueillette) et les frais de déplacement. Pour les plantes fraîches, la livraison se fait en général à la fin de la journée de cueillette. Pour le sec, le séchage utilise plutôt des techniques lentes nécessitant peu de matériel (à l'air libre, dans un box, un conteneur). Le stockage se fait habituellement dans un local attenant à l'habitation principale, pour un coût marginal minime.

Le modèle économique repose sur la capacité du cueilleur à offrir une grande palette d'essences, pour pouvoir travailler la plus grande partie de l'année, optimiser son calendrier de cueillette (éviter de faire deux plantes à cueillir au même moment dans des endroits différents). Ce portefeuille diversifié de plantes lisse les risques liés à la variabilité de la ressource dans le milieu naturel ; cela permet aussi de viser un prix moyen des plantes plus intéressant, avec certaines plantes en petits volumes (quelques kg) à des prix plus élevés et d'autres plantes avec des volumes plus conséquents (centaines de kg) à des prix mécaniquement plus bas.

7.2 La fourniture de matière première prête à l'emploi : « simple, pratique et économique »

« Nous, c'est prêt à l'emploi, on met dans la cuve, voilà. »

— Transformateur-distillateur

C'est le modèle des collecteurs, des grossistes et de quelques cueilleurs indépendants ayant atteint une taille critique suffisante pour amortir les équipements de première transformation.

La proposition de valeur est axée sur la fourniture d'un produit optimisé pour être intégré facilement et efficacement dans le processus de production du transformateur. Plus que la matière première elle-même, c'est sa préparation qui présente une valeur pour le transformateur, ainsi que toute la réassurance garantie par le collecteur (contrôle qualité, conformité réglementaire, traçabilité, normes, etc.).

De nombreuses ressources sont nécessaires pour produire cette proposition de valeur, comme les installations industrielles et logistiques, les compétences réglementaires ou l'animation de réseaux de cueilleurs indépendants. La matière première peut être préparée sous des formes très variées : sec, frais ou congelé, plante entière ou partie de plante, en poudre (différentes précisions), coupe herboristerie ou coupe Infusette (et d'autres tailles de coupe),...

Les charges fixes sont importantes dans ce modèle, ce qui impose d'atteindre une taille critique pour rentabiliser l'outil de production et les fonctions support. Les revenus sont diversifiés, avec des segments de produits orientés volume et d'autres segments orientés différenciation et valeur (plantes en tension d'approvisionnement comme l'arnica, la gentiane, ou identifiés par le consommateur comme le sureau, le tilleul, la reine-des-prés).

7.3 Les cueilleurs-producteurs-transformateurs : « je valorise ce que je cueille »

« On arrive à travailler les extraits de plantes fraîches directement sur les lieux de cueillette. »

— Collecteur structuré, Massif Central

C'est le modèle des adhérents et sympathisants du syndicat des SIMPLES. Ces cueilleurs font le choix de transformer eux-mêmes les plantes cueillies pour améliorer leur valorisation économique, avec une offre de produits artisanaux, vendue souvent en direct à des particuliers sur les marchés et auprès d'une clientèle professionnelle (vétérinaire, restaurants, épicerie). Certains (peu) vendent des plantes en demi-gros. Les gammes de produits sont très diversifiées, allant des tisanes et infusions, aux produits alimentaires (liqueurs, gelées...) huiles essentielles, cosmétiques, etc. Des entreprises implantées dans des zones touristiques peuvent bénéficier également de cette dynamique, la vente

aux touristes et visiteurs pouvant représenter 40 % à 50 % de leur chiffre d'affaires, parfois plus en fonction des saisons.

À la structure du coût d'un cueilleur, ce modèle doit intégrer les coûts liés aux équipements de transformation, les coûts liés au respect de la réglementation (plus importante selon les produits) et les coûts de commercialisation.

Ce modèle économique est souvent porté par un cueilleur individuel (qui peut être aussi producteur) qui parvient à dégager un revenu régulier de cette activité. Certaines entreprises ont réussi à structurer cette activité et à la développer suffisamment pour recruter et croître (cas d'une entreprise avec 3 associés, une autre entreprise avec 11 salariés).

Ce modèle économique s'apparente à une branche artisanale de la filière des plantes sauvages à laquelle font écho les dénominations de métiers « paysans-herboristes », « artisan-cueilleur ».

7.4 La fourniture d'ingrédients : « un savoir-faire historique qui est resté à la pointe »

« *Origine France en général n'est pas un point différenciant pour nous puisque nos clients sont mondiaux. Ce qui nous intéresse, c'est la qualité de la plante et son rapport qualité-prix.* »

— *Aromatique-parfumerie-cosmétique, grand groupe*

C'est le modèle économique des transformateurs (extracteurs, distillateurs et façonniers). On bascule ici dans un modèle économique à dominante technique et industrielle.

L'offre consiste à fournir des ingrédients optimisés et standardisés aux fonctionnalités reconnues, en vue d'être intégrés dans la fabrication du produit fini. Les trois principaux types de produits sont les extraits (dont macérations) et actifs, les huiles essentielles et les hydrolats.

Les techniques de transformations sont très variées, allant des techniques les plus simples (macération hydroalcoolique) à des techniques d'extraction par micro-ondes, à partir de plantes congelées, etc.

La valeur ajoutée de ces ingrédients est très importante. Le modèle économique repose sur deux piliers : des marchés de commodités (ou de volumes) pour amortir les installations et des marchés de spécialités pour monétiser l'expertise du transformateur.

7.5 La fourniture de composants : « fournisseur, prestataire et client »

« *C'est un service pour l'industrie, le service de traitement des poudres. On a commencé avec la micronisation et le broyage.* »

— *Façonnier*

On retrouve dans cette catégorie les façonniers et les fabricants. Ces entreprises produisent les « briques de base » qui seront assemblées pour fabriquer les produits finis. Les fabricants peuvent aller jusqu'à la fabrication des produits finis.

Ce modèle économique consiste à mettre à disposition d'une marque une capacité industrielle qui complète la capacité industrielle de cette marque. Dans la filière des plantes sauvages, peu d'entreprises ont choisi de se positionner exclusivement sur ce modèle économique. On rencontre en effet plus souvent des entreprises couvrant tout le spectre de la transformation, des ingrédients aux

produits finis, et qui proposent des prestations de façonnage et de fabrication de produits finis sous marque blanche. Cela contribue à amortir l'outil de production et à lisser les risques commerciaux.

7.6 La fourniture de produits finis : « dernière étape avant la commercialisation sur les marchés finaux »

« La marque est à destination du grand public, exclusivement distribuée dans les magasins bio et dans les pharmacies. »

— Producteur-distillateur cosmétique, Sud

Situé en bout de chaîne, juste avant la distribution des produits dans les points de vente, ce modèle économique est spécifique au marché de ces produits (tisanes, herbes aromatiques, homéopathie, etc.).

Les plantes sauvages ne semblent pas jouer un rôle particulier dans le modèle économique de l'entreprise, qui remplissent les mêmes fonctions que les plantes de culture sauf pour quelques sociétés ayant choisi de bâtir leur modèle économique sur une offre de produits mettant en avant leur composante « plante sauvage ».

C'est par exemple le cas de la marque « Le Bénéfique » qui commercialise des infusions haut de gamme (tige entière) à base de plantes de cueillette uniquement (origine France et origine Turquie). C'est aussi le choix de la marque « On The Wild Side » qui met en avant les plantes sauvages de ces produits cosmétiques. Pour certains produits emblématiques, l'Occitane s'appuie sur des plantes sauvages (reine des prés, aubépine, cade, ...) pour construire un narratif marketing autour du produit. Le GIE Erboessens localisé dans le Larzac différencie également dans sa gamme d'huiles essentielles, les produits à base de plantes sauvages des produits à base de plantes de culture.

La place des plantes sauvages dans le modèle économique des marques est toutefois mineure, aux quelques exceptions mentionnées ci-dessus près.

Certains produits phare d'une marque peuvent être totalement dépendant d'une plante sauvage ; cependant le discours marketing autour de ces produits met en avant la plante, ses fonctionnalités, sa naturalité, le processus d'élaboration et très rarement son caractère sauvage.

7.7 Une filière des plantes sauvages irriguant une grande diversité de secteurs et de marchés

« On travaille sur tous les secteurs industriels, donc la chimie, l'alimentaire, le minéral. »

— Façonnier

La filière des PPAM, sauvages et cultivées, débouche sur des marchés très différents, qui n'ont quasiment rien en commun, mis à part, et ce n'est pas un détail, que ces marchés reposent sur la capacité à valoriser les fonctionnalités des plantes dans les produits finis. En effet, quel point commun entre Chanel et Arcadie ? Entre Altho et Altaïr plantes ? Entre le marché des huiles essentielles origine Corse et la liqueur de Généri du Plantivore dans le Queyras ? Entre les mélanges d'herbes de Provence de Niro et Fille, les solutions homéopathiques de Sevene et les parfums de Givaudan ?

Pourtant, toutes ces entreprises et ces marchés ont besoin des plantes. C'est vital pour leur modèle économique. Il existe un enjeu de maintien d'une diversité de modèles économiques de l'amont de la filière et chez les transformateurs.

7.8 Une émergence de nouveaux concepts économiques

« C'est un déchet qui demain va le revaloriser en le revendant. »

— Façonnier

Jusqu'à présent, le concept économique dominant pour les filières agricoles et l'économie en général est celui de l'économie extractive, certains diront extractiviste. Des ressources naturelles sont prélevées pour alimenter des processus industriels sans se préoccuper de manière sérieuse des impacts sur les milieux et par voie de conséquence sur la ressource.

Dans la filière des plantes sauvages, cela a pu se traduire par des pratiques de prédation et de pillage ; les cas de l'arnica et de la gentiane sont les plus connus. En réaction, les acteurs publics et privés ont mis en place des mesures de restriction et d'encadrement pour préserver ce qui pouvait encore l'être.

L'engagement et les travaux de l'AFC visent à sortir de ce modèle d'économie extractive pour s'orienter vers d'autres modèles comme ceux inspirés par le concept d'économie régénérative. Ce concept est particulièrement pertinent pour les plantes sauvages puisqu'il s'agit de concevoir et mettre en œuvre des modes d'exploitation qui préservent la capacité du vivant à se régénérer.

Si le concept est simple à comprendre et difficile à réfuter, sa mise en pratique est plus complexe. Comment savoir à l'avance si les volumes et les pratiques de cueillette d'une plante sauvage vont impacter sa capacité des milieux à renouveler cette ressource ? Les temporalités de la nature et les rythmes économiques sont difficiles à synchroniser.

L'action la plus fréquente relève de la réaction plus que de l'anticipation. Si on identifie une pression trop forte, menaçant la régénération de la ressource, des mesures de régulation peuvent être prises. L'enjeu est de s'entendre sur le moment et le seuil à partir duquel cette régulation doit être plus contraignante.

De même, comment savoir si la cueillette d'une plante ne va pas déstabiliser d'autres milieux, habitants et écosystèmes ? Comment va évoluer la biodiversité du site avec une baisse de 50 % des spécimens d'une plante en une journée ?

Le développement de la RSE au sein des entreprises de l'aval tend vers cette économie régénérative. Dans le cas de la filière des PPAM, on pourrait aussi renvoyer au concept de bioéconomie.

Certaines entreprises comme Antofénol par exemple ont construit leur modèle autour du concept d'économie circulaire. L'antoférine, leur solution de bio-contrôle est issue de la transformation de co-produits non valorisés par les exploitations viticoles. L'entreprise se met en relation avec des filières de valorisation des co-produits agricoles et agroalimentaires, qui sont encore trop peu recyclés.

Les activités de cueillette peuvent participer à la gestion des espaces naturels, agricoles et forestiers. Certaines plantes sont considérées comme invasives par les exploitations agricoles, les communes, les gestionnaires d'espaces naturels. Or, ces plantes peuvent présenter un intérêt économique pour la filière, de sorte que leur prélèvement contribue à gérer les milieux qui les accueillent. Ainsi, la synergie entre cueillette et gestion des milieux est déjà une réalité et un domaine à consolider.

L'initiative du Plantivore dans le Queyras fournit un autre exemple, par le soutien apporté aux agriculteurs dans leur projet de restauration, de développement ou de création de haies. Le soutien peut prendre en charge l'élagage, la plantation des pieds, l'entretien. En contrepartie, l'entreprise dispose d'un droit prioritaire pour cueillir les fruits et les plantes présents dans les haies. Avec ce système gagnant-gagnant, le cueilleur gère sa ressource et l'agriculteur profite des services écosystémiques liés à la haie (gestion de l'eau, ombrière, rafraîchissement, biodiversité, etc.).

Cette initiative est un exemple de déclinaison pratique des concepts économiques d'échanges non monétaires. La cueillette du tilleul peut aussi s'apparenter à ce type de modèle, lorsque le cueilleur effectue la taille et l'entretien des arbres et récupère en même temps le tilleul. La coupe des rameaux de genévrier, la cueillette de l'ortie le long des chemins communaux, ce type de pratiques est courant dans l'amont de la filière.

Dans ces services non monétaires, les cueilleurs jouent également un rôle de vigie du monde rural et de la nature. Ils constituent progressivement une connaissance fine des milieux, de leur état écologique, connaissance qui est relativement actualisée. Par leurs interactions avec les propriétaires, les riverains, les passants, les acteurs du monde rural, ils participent au lien social dans la ruralité. Cela a une vraie valeur économique, même si cette valeur n'est pas monétisée aujourd'hui.

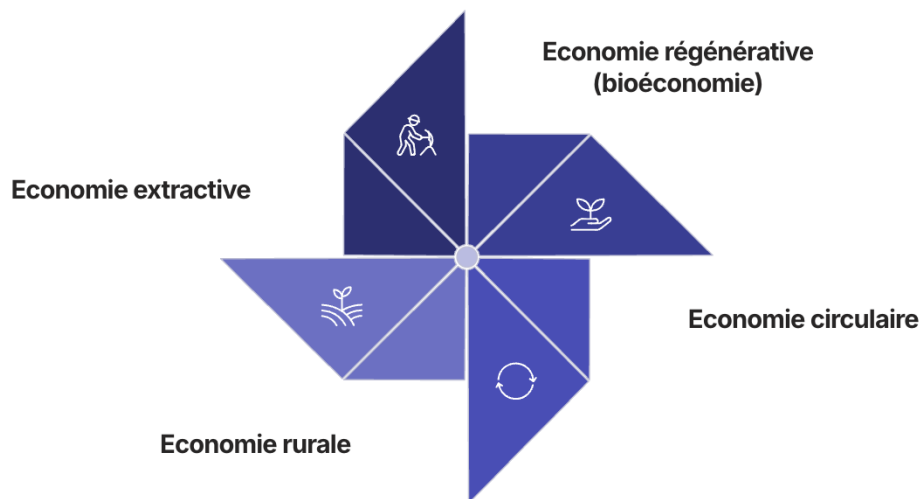


Figure 32 : quatre concepts économiques en concurrence - coexistence

Partie 3 : Prospective et recommandations

Cette dernière partie du rapport propose des axes de réflexion ou de projet, ainsi que des questions sur les futurs possibles de la filière des plantes sauvages.

À partir des entretiens réalisés, l'exercice consiste ici à prolonger certaines idées ou visions. En cela, cette partie diffère de la partie 1 sur l'état des lieux et de la partie 2 sur les enjeux, dont le contenu cherche à rendre compte de manière fidèle et complète de la matière qualitative collectée lors des entretiens avec les entreprises.

8 Tendances et bifurcations — À quoi pourrait ressembler la filière des plantes sauvages dans 5, 10, 15 ou 20 ans ?

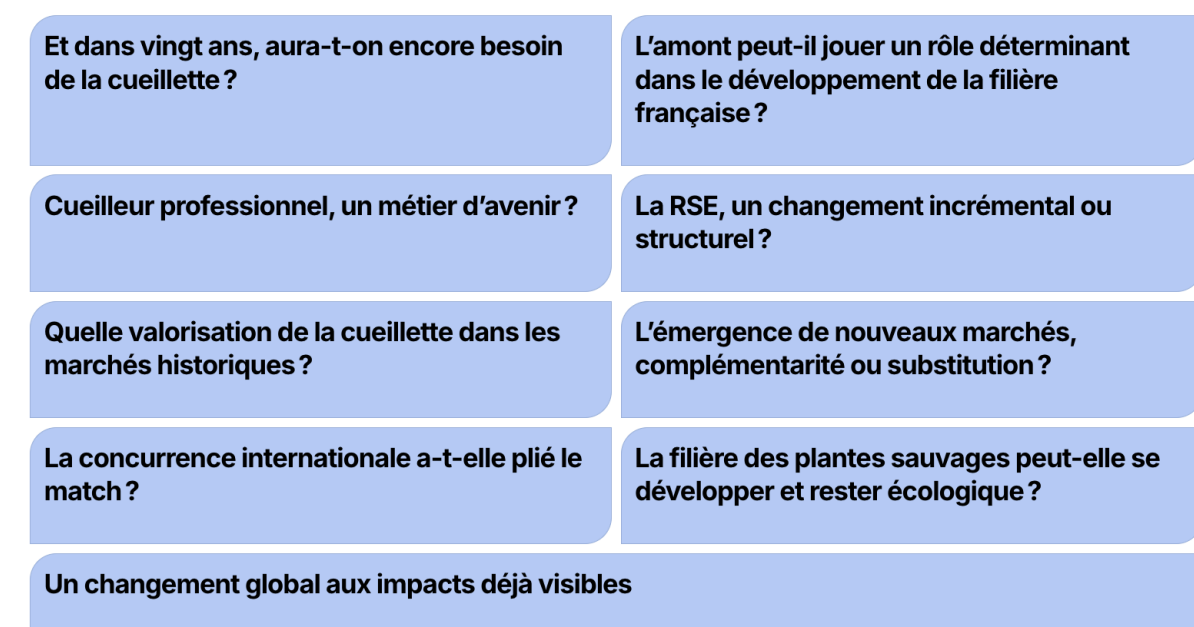


Figure 33 : synoptique des questions prospectives pour la filière

8.1 Et dans vingt ans, aura-t-on encore besoin de la cueillette ?

« Le sauvage, dans vingt ans, va être lié à l'évolution de l'agriculture. Aujourd'hui, on a des agriculteurs qui entretiennent les champs, qui entretiennent les haies. Si demain il n'y a plus cet entretien, ça va être plus compliqué de faire du sauvage. »

— Cueilleur-producteur, Cévennes

« Il y a clairement une pression sur l'arnica sauvage [...] une vraie demande du marché qui va partir d'un coup. »

— Laboratoire pharma / phyto

« Le sauvage, en fait, c'est peut-être mineur ou assez même, voire parfois marginal dans mon activité, mais pour moi c'est important. »

— Parfumeur-aromatique, grand groupe

« Je regrette de ne pas en faire plus. [...] Il y a du romarin, de la ciste, du thym qui pousse partout à l'état sauvage, directement dans les Alpilles. On pourrait vraiment valoriser ces produits [...] en faisant de la cueillette et avec des partenariats avec des distillateurs. »

— Producteur-distillateur cosmétique, Alpilles

Sur le plan économique, les plantes sauvages origine France représentent une part très faible de l'économie globale des marchés en aval. Si, du jour au lendemain, pour quelque raison, les industriels ne pouvaient plus s'approvisionner en plantes sauvages, leur pérennité économique ne serait pas menacée. Le niveau d'exposition aux plantes sauvages est certes très variable selon les secteurs et les entreprises, mais, même dans un cas comme celui de la gentiane, l'industrie des spiritueux devrait pouvoir amortir ce choc. Des entreprises pourraient mettre la clé sous la porte, mais aucun secteur n'est gravement dépendant de l'activité de cueillette.

Cela est en revanche faux si on élargit la focale à toutes les PPAM. Des secteurs entiers sont en effet très dépendants de l'accès aux PPAM, comme la pharmacie, les compléments alimentaires et les cosmétiques.

Si le poids économique de la cueillette est très limité, pourquoi cette dernière suscite-t-elle autant d'attention et d'intérêt de la part des industriels ? La richesse de sa biodiversité ne peut en aucune mesure être comparée à l'offre du marché des PPAM cultivées et le champ d'exploration du sauvage est encore largement à parcourir. Non pas que des milliers de plantes vont être découvertes sous nos latitudes car les plantes sont en très grande partie répertoriées, mais connaît-on vraiment leurs propriétés ? Les industriels l'ont bien compris ; la recherche sur les plantes devrait avoir de beaux jours devant elle.

De plus, la cueillette renvoie un miroir à toute la filière des PPAM. Le simple fait que des plantes sauvages soient valorisées dans des produits relie la filière des PPAM à la nature, au vivant. Sur le plan symbolique, c'est très différent d'une situation où seules des plantes cultivées seraient transformées. Cela rend la filière singulière dans le paysage agricole. Aucune autre filière végétale n'incorpore des matières premières prélevées dans le milieu naturel. Cette singularité peut se monétiser, car le bénéfique en termes d'image sur la naturalité, l'authenticité, le lien au monde rural ou à une certaine culture héritée peut nourrir un discours positif pour l'ensemble des produits, qu'ils intègrent des plantes sauvages ou non.

La cueillette devrait rester un phénomène très minoritaire sur le marché des PPAM. Pour autant, toutes les personnes interviewées lors de cette étude, même celles qui travaillent pour des entreprises qui tentent de réduire au strict minimum leur utilisation de plantes sauvages, croyaient à la longévité de la cueillette ; beaucoup d'entre elles voient un avenir à cette filière et la plupart ont exprimé un attachement à cette vision du monde, un monde relié directement à la nature et aux sociétés rurales.

8.2 L'amont peut-il jouer un rôle déterminant dans le développement de la filière française ?

« J'ai développé un maillage territorial de culture, de plantes aromatiques, de distilleries. J'ai formé des agriculteurs. »

— Distillateur, Sud-Est

Les acteurs de l'aval — les transformateurs et les marques — disposent de capacités industrielles diversifiées et compétitives à l'échelle internationale. L'approvisionnement en plantes sauvages en vrac sec se fait déjà très largement par des importations.

Dans l'hypothèse d'une capacité des acteurs de l'aval à développer et conquérir de nouveaux marchés en France et à l'international, une incertitude existe sur le potentiel supplémentaire d'approvisionnement de la cueillette française. Sera-t-elle capable de doubler, tripler ou plus les

volumes pour alimenter les acteurs de l'aval ? Les grossistes français et les transformateurs devront-ils continuer à structurer des filières d'importation pour sécuriser leurs approvisionnements en plantes sauvages ?

Les collecteurs parviendront-ils à structurer et fidéliser des réseaux de cueilleurs indépendants ? Et avec quel partage de la valeur ?

8.3 Cueilleur professionnel, un métier d'avenir ?

« Les collectrices sont plutôt vieillissantes. Il y a peu de jeunes qui travaillent dans ces filières-là, parce qu'elles [les jeunes femmes] quittent les territoires ruraux. »

— Metteur sur marché cosmétique

« Le cueilleur peut jouer une sorte de rôle de vigie de l'espace naturel. »

— Herboristerie traditionnelle, Massif Central

Si les tensions de recrutement devaient servir d'étalon au caractère essentiel ou non d'un métier, les cueilleurs seraient assurément classés comme un métier essentiel. Les entreprises ont souvent déclaré rencontrer des difficultés pour trouver suffisamment de cueilleurs et les fidéliser. Plusieurs collecteurs ont fait part d'une certaine appréhension sur le renouvellement des générations, notamment, mais c'est un exemple parmi d'autres, pour la cueillette du tilleul.

Cette étude confirme l'existence d'une demande robuste en plantes sauvages. Elle indique un potentiel important de développement, tant en volume qu'en valeur. Mais, avec quels cueilleurs ?

Difficile de dire si le nombre total de cueilleurs professionnels en France est à la hausse, à la baisse ou stable. Les variations peuvent être très locales et biaiser la représentation qu'on peut s'en faire quand on raisonne à l'échelle nationale.

Cependant, les témoignages sont nombreux, de la part de cueilleurs indépendants et de collecteurs, relatant la baisse de la cueillette comme revenu d'appoint pour les actifs. Si cette tendance se vérifie et se prolonge, cela signifie-t-il que la cueillette sera de plus en plus professionnelle, et par conséquent, plus « organisable » ?

Est-ce que les cueilleurs indépendants vont vouloir apporter leurs volumes aux collecteurs et respecter un cahier des charges ? Ou allons-nous également observer des cueilleurs indépendants s'organiser et atteindre une taille critique pour travailler en direct avec les transformateurs ?

Le parallèle avec la filière des plantes cultivées est intéressant à cet égard. En effet, les deux modèles d'approvisionnement y cohabitent : le couple exploitations agricoles — coopératives d'une part, la vente directe d'une exploitation ayant une taille critique suffisante à une entreprise de l'aval (par exemple une centrale GMS) d'autre part.

Certaines entreprises indépendantes de cueillette continuent de travailler en direct avec les « laboratoires ». Le pourront-elles encore demain ? Ce phénomène va-t-il prendre de l'ampleur ?

En parallèle, certaines chambres d'agriculture « poussent » à l'installation de nouveaux agriculteurs dans la filière des PPAM. Ces agriculteurs auront-ils besoin de compléter leur production par de la cueillette ?

8.4 La RSE, un changement incrémental ou structurel ?

« Biodiversité et durabilité, là effectivement, on a tout un sujet au niveau environnemental, une taxe sur la biodiversité, et on travaille aussi avec un outil, le Bio Score, pour essayer d'identifier le niveau de biodiversité des filières. »

— Metteur sur marché agro-alimentaire bio

Les marchés en aval sont tous concernés de près ou de loin par la montée des exigences ou revendications liées à la RSE.

Ces évolutions vont-elles se traduire par des transformations des modèles économiques et un nouveau partage de la valeur ? Par exemple, comment fixer le « bon » niveau d’approvisionnement à l’échelle de la filière compatible avec la régénération de la ressource ? Les entreprises de l’aval vont-elles contribuer financièrement aux politiques et programmes de gestion des espaces naturels ? Les impacts sur la biodiversité apparaissent de manière générale comme un sujet très actuel et montant dans les obligations et préoccupations des entreprises.

Si la pression se révèle trop forte sur la ressource française, les collecteurs et les entreprises de l’aval résisteront-ils à la tentation des importations ? En France, on n’a pas de pétrole, mais on a des raffineries. Point de comparaison, mais en France, on a (beaucoup) d’usines de transformation de plantes ; la question des importations se posera avec acuité.

Cette RSE change-t-elle vraiment le business ou est-ce juste un coup de peinture pour verdir l’image de l’entreprise ? À côté des plantes sauvages, les ingrédients non naturels sont nombreux ; à quelle vitesse seront révisées les formules des produits cosmétiques ?

L’enjeu des émissions de carbone liées à la logistique et au transport plaident plutôt vers une relocalisation des filières industrielles. Cela est aussi valable pour la filière des plantes sauvages. Comment accompagner les cueilleurs dans le renouvellement de leur véhicule ? Comment les soutenir dans leur transition énergétique plus générale (séchoirs, espaces réfrigérés de stockage, équipement de congélation) ?

La RSE est avant tout un support, un cadre pour aligner le fonctionnement d’une entreprise aux principes de développement durable. Sa mise en œuvre peut rester relativement formelle sans grand impact ou s’inscrire dans une dynamique de transformation réelle. La gouvernance de cette transformation est une des clés, tant au niveau de l’entreprise qu’à une échelle plus macro comme celle de la filière.

8.5 Quelle valorisation de la cueillette dans les marchés historiques ?

« Cette cueillette, dans l’imaginaire et dans la tête des gens, elle est réputée de ne rien coûter. »

— Herboristerie traditionnelle, Massif Central

La filière des PPAM dans laquelle est contenue la filière des plantes sauvages débouche sur de nombreux marchés, qui n’ont souvent en commun que le seul fait d’utiliser cette matière première dans le processus de fabrication du produit fini.

Ces marchés sont bien installés, identifiés, organisés et régulés, en France et à l’international : herboristerie, tisanes, pharmacie, homéopathie, cosmétiques, hygiène grand public (savons, etc.), parfums, herbes aromatiques, arômes alimentaires, compléments alimentaires, alcools-liqueurs-spiritueux, épicerie sucrée (confitures, gâteaux, etc.), épicerie salée, usages vétérinaires. Certains marchés (ou usages) sont ancestraux comme celui de l’herboristerie et des tisanes.

Pour ces marchés, la cueillette ou le caractère sauvage des produits n’est pas un critère d’achat pour les consommateurs. Cela explique en partie le choix des marques de ne pas mettre en avant ces aspects. Quelques marques comme le Bénéfique (tisanes) et On the Wild Side (cosmétiques) ont fait du « sauvage » un élément-clé de leur stratégie marketing. Le choix de ces entreprises est-il à interpréter comme un signal faible, c’est-à-dire un cas en apparence mineur, qui annonce un changement plus global ?

Lors d'un entretien, le directeur d'une marque de cosmétiques bio faisait remarquer que le plus gros succès commercial de la parfumerie homme était le « Sauvage » de Dior⁸ (qui n'a rien de sauvage) et ses millions de flacons vendus chaque année. Est-ce une coïncidence ou le signe que cet imaginaire du « sauvage » attire, séduit et fait vendre ?

Quelle importance les consommateurs accordent-ils à l'origine du produit, à sa composition, à la manière dont il a été fabriqué ? Quelle hybridation gagnante entre le sauvage et l'origine France ? Le concept de terroir est intéressant à ce regard ; quelques plantes sont fortement associées à leur territoire : tilleul des Baronnies, immortelle de Corse, lavande des Alpes-Maritimes, thym de Provence, pour n'en citer que quelques-unes.

Une autre question a trait aux réseaux de distribution et de revendeurs. Le modèle dominant, tous marchés confondus, reste celui de la distribution physique (GMS, réseaux spécialisés). Les centrales d'achats exigent des fournisseurs une gamme suffisamment large pour référencer leurs produits et cela est aussi valable à l'échelle d'un magasin (Naturalia ou BIOCOOP par exemple). Les marques de la filière des plantes sauvages ont-elles une carte à jouer en termes de différenciation par rapport à des produits issus de plantes de culture, peut-être plus banalisés ou plus faciles à trouver dans le commerce ? Une marque seule a-t-elle une offre suffisamment large pour pouvoir être référencée ou a-t-elle intérêt à se regrouper avec d'autres marques pour proposer un assortiment plus large et complet ?

Sur certains marchés, la vente par internet commence à se démocratiser. Par exemple, la moyenne du secteur de la cosmétique et des produits « bien-être » serait autour de 10 % à 20 % du chiffre d'affaires via la boutique en ligne ; lors d'un entretien, la gérante d'une marque qui réalise déjà environ 30 % de son CA via internet a fait de la vente sur internet sa priorité commerciale. Quelle place la vente en ligne va-t-elle prendre à l'avenir ? Quelle diffusion des codes et usages du numérique à l'ensemble de la filière des plantes sauvages, qui est encore très largement une filière du lien social où « on sait avec qui on fait affaire » ?

Le cas du Ravintsara qui a fait l'objet d'un buzz sur les réseaux sociaux est peut-être anecdotique. Le cas du chocolat de Dubaï, un phénomène mondial sur ces mêmes réseaux, s'est lui traduit par des ventes très tangibles chez les artisans-chocolatiers, très vite copiés par les grandes marques agro industrielles (Lindt par exemple) qui n'ont pas voulu passer à côté de cette tendance. L'engouement était si fort que les fournisseurs de pistaches ont augmenté nettement leurs prix pour éviter une pénurie, voyant leurs stocks diminuer rapidement.⁹

Ces marchés historiques pour la filière des plantes sauvages sont traversés par des bouleversements majeurs du commerce, comme tous les secteurs de l'économie. Quel marketing du « sauvage » dans ce contexte ? Les acteurs français, notamment en amont, sauront-ils ou plutôt voudront-ils prendre ce virage d'une société encore plus numérique et ubiquitaire ? Comment concilier les aspirations des acteurs de la cueillette et les réalités d'une économie capitaliste et mondialisée, de plus en plus volatile et dont le rythme est fixé par les réseaux sociaux ?

8.6 L'émergence de nouveaux marchés, complémentarité ou substitution ?

« Quand on fait du sauvage, c'est plus pour l'image parce qu'en fait [...] on est obligé d'acheter du cultivé pour avoir le droit d'utiliser le sauvage. »

— Metteur sur marché compléments alimentaires

Le marché des compléments alimentaires est un des marchés les plus dynamiques en termes de débouchés pour la filière des plantes sauvages. Les PPAM sont au cœur de la proposition de valeur des marques ; les plantes sauvages recherchées sont celles qui sont décrites dans la pharmacopée. Ce

⁸ <https://investir.lesechos.fr/conseils-boursiers/conseils-actions/lvmh-le-parfum-sauvage-de-dior-est-le-plus-vendu-au-monde-2097237>

⁹ https://www.franceinfo.fr/economie/commerce/chocolat-dubai-le-prix-de-la-pistache-victime-de-son-succes_7210659.html

marché va-t-il « absorber » les plus gros volumes, à tel point qu'il concurrencerait, voire menacerait l'approvisionnement pour les autres usages ?

L'incapacité à sécuriser l'approvisionnement en plantes sauvages peut amener ces marques de compléments alimentaires à accélérer leur virage vers le cultivé. Dans cette hypothèse, la pression sur l'amont resterait contenue. Une autre hypothèse serait d'élargir le portefeuille des plantes de cueillette qui sont intégrées dans la formule des produits. L'industrie parviendrait alors à ventiler ses besoins d'approvisionnement de manière à ne pas inciter à sur-cueillir une plante ?

Jusqu'à présent, la répartition des plantes cueillies vers les différents marchés en aval n'est pas vraiment discutée, ni posée comme un enjeu, ce qui contribue à relativiser la crainte d'une pénurie globale de l'approvisionnement en plantes sauvages.

Néanmoins, à l'avenir, si les marchés historiques restent stables ou connaissent une légère croissance, quel est le gisement réellement mobilisable pour alimenter de nouveaux marchés en aval ?

Deux grands types de marchés sont susceptibles de constituer des relais de croissance pour la filière. Le premier type de nouveau marché est le marché international vers l'Europe et le grand export. Les cueilleurs (indépendants et collecteurs) ont déjà des clients à l'étranger (États-Unis, Italie, Corée du Sud, Japon pour ne citer que quelques pays). Quant aux transformateurs, ils sont déjà pour la plupart insérés sur les marchés mondiaux. Quel impact sur la structuration économique de la filière si les relais de croissance se situent plutôt à l'étranger ?

Le deuxième type de nouveau marché recouvre des utilisations de sous-produits de l'agriculture ou de la foresterie. La cueillette des rameaux (épinés) du pin sylvestre ou des baies du genévrier (commun ou cade) sont deux cas existants qui illustrent ce type de marché.

L'entreprise Antofénol valorise des sous-produits de la viticulture ; elle cherche également à valoriser des sous-produits issus des filières fruits et légumes comme le café, cacao, le bois des plantations et des vergers (pommiers, figuiers, framboisier, etc.). Le recyclage de cette matière première végétale alimente un processus de fabrication de produits de bio-contrôle et de bio-stimulants destinés à l'agriculture. Des solutions à destination du marché de la cosmétique sont également développées.

La proposition de valeur de l'entreprise est de proposer une alternative naturelle aux intrants ou ingrédients chimiques. Les objectifs de baisse de l'utilisation des pesticides et l'application du règlement européen REACH, qui publie une feuille de route des interdictions de substances chimiques, sont des facteurs favorables au développement d'un marché de solutions alternatives. La taille de ce marché est considérable.

Quels seraient les nouveaux équilibres de la filière des plantes sauvages, tenant compte de cette redistribution possible des marchés, entre marché domestique et export, marchés historiques et nouveaux marchés, gisements traditionnels des plantes sauvages et nouveaux gisements issus des sous-produits de l'agriculture et la foresterie ?

8.7 La concurrence internationale a-t-elle plié le match ?

« Concurrencer sur les prix et sur la quantité, ça ne sera jamais possible. Mais sur la qualité, il faut expliquer aux gens, il faut expliquer au marché. »

— Cueilleur-producteur-transformateur, Cévennes

« Mais en termes de prix entre l'étranger et la France, on est quand même sur un rapport de douze treize. »

— Distillateur-producteur, Sud

« Il y a une pression sur les huiles essentielles [...] parce qu'il y a l'étranger qui arrive, il y a la Croatie, il y a tous les pays de l'Est, il y a les pays asiatiques qui fournissent. »

— Producteur-distillateur d'huiles essentielles, Sud

« *Le problème de la plante sèche, c'est qu'ils sont très rapidement en compétition avec des marchés d'Europe de l'Est.* »

— *Distillateur-négociant*

« *Trois cents tonnes d'herbes de Provence [...] on ne peut pas cueillir trois cents tonnes en Provence.* »

— *Metteur sur marché agro-alimentaire*

Dans cette étude, on estime à environ 80 % des volumes la part de marché des grossistes et collecteurs étrangers sur le marché des plantes issues de la cueillette, toutes formes confondues (frais, sec, congelé). Tous les marchés s'approvisionnent en majorité à l'étranger, mis à part la branche des huiles essentielles.

Le différentiel de prix est largement en faveur des plantes provenant de l'Europe de l'Est, avec un ratio le plus resserré qui va du simple au double : un kg français vendu 4 euros versus un kg bulgare à 2 euros, sans que le surcoût lié au transport routier ne fasse pencher la balance côté français.

De nombreux acheteurs de plantes à des fournisseurs d'Europe de l'Est affirment que l'argument d'une meilleure qualité des plantes origine France est très largement exagéré. Ces pays ont su en effet conserver et transmettre, de génération en génération, une culture de la cueillette et ont réussi à structurer des filières bien organisées pour alimenter le marché européen.

Alors, que resterait-il aux cueilleurs français ? Sur quels segments de marchés pourraient-ils se positionner ?

Certains cueilleurs ont choisi de se spécialiser sur la fourniture de plantes fraîches ou congelées. Pour des raisons de délai et de coût, les acteurs de l'Europe de l'Est ne sont pas compétitifs sur ces types de produits.

Des transformateurs cherchent à développer les activités de production à façon en se positionnant comme des partenaires des marques et des fabricants. Ce processus de R&D s'appuie évidemment sur l'expertise technique du transformateur mais aussi sur la qualité des relations qu'il a su nouer avec son écosystème d'approvisionnement, dont font partie les cueilleurs. La proximité géographique du cueilleur, et surtout le partenariat entre cueilleur (collecteur) et industriel, offrent une réactivité et un dialogue propices à l'innovation. Cela est plus difficile avec un grossiste ou collecteur implanté à 2 000 km, même si cela existe.

Les transformateurs ont un enjeu fort d'optimisation biochimique de la matière première végétale, en l'occurrence les plantes sauvages. Comme cela a été développé dans la partie Enjeux du présent rapport, une partie de la réponse repose sur l'optimisation, voire le changement, des pratiques de cueillette et de première transformation. Cette forme de pilotage de la production, devenue courante dans la filière des PPAM de culture se diffuse peu à peu à la partie sauvage. Les cueilleurs vont-ils se convertir à ces nouvelles pratiques de cueillette dictées par les industriels ? Le marché de ces matières premières va-t-il s'homogénéiser avec un catalogue de produits ou rester éclaté et très cueilleur-dépendant ?

La concurrence internationale est dominante sur le marché de gros du vrac sec, mais l'amont français dispose d'atouts singuliers sur les marchés du vrac frais avec des projets à façon ou l'intégration plus forte au système de production. Le match n'est pas plié, même s'il est loin d'être gagné.

8.8 « La nature, j'en vis, la respecter et en prendre soin, c'est vital pour moi » - la filière des plantes sauvages peut-elle se développer et rester écologique ?

La très grande majorité des plantes sauvages origine France sont commercialisées avec la certification BIO ; le non-BIO est devenue l'exception sur ce marché.

Cela atteste d'une prise en compte réelle des enjeux liés aux impacts des activités de la filière sur l'environnement. Les entreprises de l'aval sont également très largement engagées dans des démarches de RSE, pouvant aller jusqu'à une certification ou labellisation, BCorp et Ecovadis notamment.

Le lien entre la cueillette et l'environnement est évident. La problématique n'est pas d'ordre scientifique, ni vraiment d'ordre technique (pour preuve le guide des bonnes pratiques de cueillette) mais plutôt de nature politique et organisationnelle.

Le sujet organisationnel est complexe. Comment assurer efficacement les missions de police de l'environnement face à l'éclatement des sites de cueillette, leur accessibilité très variable, la mobilité et l'agilité des personnes qui ont décidé de ne pas respecter les règles, d'abîmer les milieux et de menacer la pérennité de la ressource ?

Comment lutter contre la fraude et l'écoulement de ces volumes, prélevés illégalement, dans les circuits classiques, en passant par un intermédiaire de l'amont ou directement par l'industriel ?

L'histoire récente de l'arnica montre une relative impuissance des pouvoirs publics à réguler le niveau de pression de la cueillette pour éviter de menacer l'état de la ressource. L'histoire de la gentiane sera peut-être différente, avec une filière qui se structure sous l'impulsion de l'association Gentiana Lutea et se mobilise pour éviter et contenir la récolte abusive de gentiane. Est-ce que cela sera suffisant ? L'engagement collectif tiendra-t-il bon s'il devient difficile, voire très difficile, de s'approvisionner en gentiane à plus ou moins long terme ?

Quelles sont les plantes qui basculeraient dans la catégorie des plantes rares, voire en danger, si le niveau des prélèvements augmentait ?

Cet enjeu de l'adéquation entre le niveau de la cueillette et la capacité des milieux à régénérer la ressource est absolument central dans le devenir de la filière. Il n'existe pas de plan B, facile, rapide et bon marché, si la ressource est abîmée et incapable de se régénérer.

Or, la gestion de la ressource sauvage est difficilement optimisable ou pilotable. On sait favoriser la régénération d'une population en améliorant l'état écologique des milieux, mais on ne peut pas assigner un objectif de rendement à une parcelle naturelle.

Aussi, la croissance économique des marchés de produits issus de plantes sauvages peut-elle se faire à prélèvements constants, ou même à prélèvements décroissants ? Cueillir moins de plantes et produire plus de valeur ?

Certains usages sont plus gourmands en plantes, comme les huiles essentielles. Si l'état de la ressource ne permet plus de satisfaire tous les usages, quelle clé de répartition des plantes prévaudra entre les usages ?

Cette filière industrielle puise une grande partie de sa valeur et de ses ressources dans les espaces naturels. Est-il possible d'envisager un fonctionnement du marché qui s'autorégule en fonction de la capacité des écosystèmes à se régénérer ? Partir à la conquête du monde est-il compatible avec les défis écologiques de protection et de préservation de la biodiversité ?

8.9 Un changement global aux impacts déjà visibles

« Cette année, c'est très sec. L'année dernière, c'était très pluvieux. Donc si j'ai lancé un projet avec un client, cette année je ne peux pas le servir. »

— Industriel

Les acteurs de la cueillette ont souvent mentionné les impacts du changement climatique sur l'évolution de la ressource et des sites de cueillette.

Sans pouvoir l'objectiver, l'observation est faite d'une baisse globale de la ressource pour certaines plantes sans la relier à un phénomène de sur-cueillette. C'est le cas notamment du thym dans la Drôme ou dans les Alpilles.

Lors des épisodes de sécheresse ou à la suite de ces épisodes, les cueilleurs ont pu constater des sites de lavande très dégarnis ou entièrement brûlés. La météo a toujours été un facteur déterminant de la cueillette ; il le deviendrait encore plus avec l'augmentation des événements extrêmes liés au dérèglement climatique.

La migration des écosystèmes et des agro-systèmes aura un impact sur l'état de la ressource et sa distribution spatiale. Cette modification probable des aires de répartition des espèces va-t-elle déséquilibrer les écosystèmes existants, au point de menacer certaines populations ? Des plantes vont-elles disparaître tandis que d'autres apparaîtront ?

Les différences de temporalités entre les impacts du changement climatique et les impacts des mauvaises pratiques de cueillette posent un double cadre de réflexion et d'action. Comment valoriser la connaissance des cueilleurs, ce rôle de sentinelle de la nature, dans la documentation et le suivi des évolutions de la biodiversité ? Et comment protéger cette filière, la rendre plus résiliente, face aux impacts du changement global ?

9 Recommandations — Fédérer les initiatives et reconnaître la singularité de la filière des plantes sauvages

L'étude a mis en évidence de nombreuses pistes d'action, que nous organisons en neuf points. L'idée maîtresse tourne autour d'une volonté commune de poursuivre le développement de la filière, qui passe par la mise en place de règles du jeu stables, claires et équitables. De nombreuses initiatives individuelles ou sectorielles sont en cours. Le défi est de réussir à construire un cadre commun de gouvernance qui soit reconnu par tous les acteurs, de l'amont à l'aval.

Note de lecture :

Ces recommandations sont formulées par le cabinet Stratys, en grande partie sur la base des échanges avec les entreprises, mais pas uniquement. Elles n'engagent évidemment pas les personnes interviewées, ni ne cherchent à refléter l'exhaustivité des propositions recueillies au cours de l'étude. Ces recommandations doivent se lire avant tout comme des propositions à affiner et à opérationnaliser par les acteurs s'ils jugent certains points pertinents.

→ Gouvernance partagée	→ Statut du cueilleur	→ Réglementation sur les contaminants
→ Visibilité sur les volumes prélevables	→ Homogénéisation des pratiques d'achat	→ Typicité et singularité du sauvage
→ Information du consommateur	→ Organisations collectives pour investir	→ Soutien à l'export
→ Différenciation de l'origine France		

Figure 34 : panorama des recommandations

9.1 Pour une gouvernance partagée de la filière et une structuration de la filière fondée sur des relations équilibrées entre l'amont et l'aval

Les relations entre cueilleurs et industriels ne sont pas, aujourd'hui, organisées au niveau collectif. L'interprofession Plantes Actives aura certainement un rôle majeur à jouer pour proposer un cadre de discussion commun. En attendant, la situation actuelle est plutôt une situation dans laquelle les relations sont régies par un rapport de forces commercial, sans chercher à partager une vision commune de ce que devrait être la filière. Chaque partie poursuit ses intérêts ; l'équilibre qui en résulte est celui dicté par le pouvoir de négociation des différentes parties.

Or, les enjeux auxquels fait face la filière dans son ensemble ne peuvent pas se traiter à l'échelle bilatérale de la relation fournisseur-client.

Ce n'est pas à cette échelle micro qu'une gestion de la pression sur la ressource peut être envisagée. De même, les enjeux sur la conformité des lots de plantes au regard des contaminants, l'application de la réglementation, la défense des intérêts français dans le cadre européen, gagneraient à être abordés à l'échelle de la filière, tous maillons de la chaîne de valeur confondus et tous secteurs confondus.

Rester à une échelle de la relation fournisseur-client, c'est accepter que l'aval fixe ses règles. Au contraire, élargir la réflexion, c'est reconnaître explicitement et formellement la place et le rôle des cueilleurs dans le pilotage de la filière ; c'est sortir d'une approche exclusivement économique et intégrer les dimensions sociales, environnementales et territoriales.

La question de la représentativité de la filière est à regarder avec lucidité. À notre avis, elle ne doit pas constituer un préalable pour continuer à avancer sur l'organisation d'une gouvernance à l'échelle de la filière. L'historique et les activités de l'AFC constituent un repère et un atout pour la filière dans son effort de reconnaissance et de structuration.

De nombreux sujets et enjeux ont été mis sur la table à travers cette étude. Cette base peut alimenter un programme de travail, que nous esquissons ci-après sans chercher à ordonnancer le travail dans le temps, ni envisager les moyens pour conduire ce programme de travail.

9.2 Pour un statut du métier de cueilleur

La question du statut pour les cueilleurs ne doit pas être comprise comme une affaire de principe. Cette activité est aujourd'hui très peu réglementée : aucune formation préalable n'est exigée, ni aucune déclaration administrative spécifique à la cueillette. Une grande diversité de profils sociologiques et de situations sociales parcourt le monde de la cueillette. Cette étude ne se risquera pas à dresser un portrait-robot du cueilleur. Au contraire, nous pensons que la richesse du monde de la cueillette tient justement à cet imaginaire de liberté et de proximité avec la nature qui lui est propre.

Alors, pourquoi la filière devrait-elle étudier sérieusement la création d'un statut pour les cueilleurs ? Trois motivations peuvent justifier la création d'un statut.

La première motivation est symbolique. Créer un statut, c'est reconnaître un métier, c'est organiser une profession. Le statut accorde des droits, notamment sociaux, ce qui est actuellement un des angles morts pour de nombreux cueilleurs. Le statut oblige également à respecter un certain nombre de règles, qui seraient à définir, comme un référentiel de bonnes pratiques de cueillette, la déclaration des sites de cueillette, les volumes prélevés, etc. Ceux qui auraient le statut seraient distingués de ceux à qui le statut a été refusé.

La deuxième motivation est organisationnelle. Le statut pose un cadre collectif d'action. Si ce cadre peut aussi exister sans statut, nous faisons ici l'hypothèse que l'existence d'un statut favorise l'implication des cueilleurs (sous statut) dans le fonctionnement et le développement de la filière.

La troisième motivation est politique et administrative. Sous statut, les cueilleurs pourraient être plus facilement associés aux instances de gouvernance de la filière et du monde rural. Ils participeraient à ces instances en tant que cueilleur et non en tant qu'agriculteur ou entreprise commerciale. Le statut reconnaît le rôle des cueilleurs dans la gestion des espaces ruraux.

Néanmoins, si statut il y a, ce ne sera pas une baguette magique, qui harmoniserait toutes les pratiques et ferait des cueilleurs des acteurs reconnus par tous. C'est un instrument qui peut servir de socle à un ensemble de mesures dont le but est d'organiser l'activité de cueillette en France. Cet instrument n'a de poids que si l'intérêt à entrer dans le statut dépasse les contraintes et obligations qui lui sont liées.

Plus encore, si le statut n'est évidemment pas la raison pour laquelle des personnes choisiraient le métier de cueilleur, son existence pourrait être accueillie positivement et redonner un peu d'attractivité à ces métiers. Par exemple, l'existence d'un statut faciliterait l'identification et le référencement des cueilleurs, ce qui rend possible la création d'outils de mise en relation entre cueilleurs et acheteurs, comme une carte des cueilleurs pour favoriser l'approvisionnement local, un annuaire plus complet des cueilleurs, l'esquisse d'une place de marché pour que les cueilleurs puissent entrer en contact avec des entreprises.

9.3 Contre les incertitudes liées à l'application de la réglementation sur les contaminants

L'analytique s'est imposé comme le passage obligé de tous les contrôles de conformité des lots de plantes sauvages, mais aussi des produits issus de plantes sauvages. En cas de doute, le lot de plantes est refusé. Lorsque le doute se situe au niveau du produit (ingrédient ou produit fini), le lot incriminé est mis au rebut et une recherche des causes probables est engagée.

Cette règle du jeu, les fournisseurs de plantes sauvages tout comme les industriels l'ont parfaitement intégrée.

Le problème se situe ailleurs et porte sur la détection de contaminants naturels, comme les Alcaloïdes Pyrrolyzidiniques (AP)¹⁰. La contamination des sites de cueillette par ces AP pourrait se faire par le pollen ou par transfert latéral dans le sol. Dans ces conditions, comment garantir qu'un lot de plantes sur une parcelle répondant aux critères de la norme BIO, ne contienne pas d'AP ? Le règlement européen 2020/2040 du 11 décembre fixe des limites maximales pour onze catégories de produits végétaux.

Or, plusieurs cueilleurs nous ont fait part de lots refusés par l'industriel car les analyses avaient révélé des traces d'AP, trop faibles pour être quantifiées avec précision mais en quantité suffisante pour se situer dans les marges de détection.

Ce sujet des AP préoccupe fortement les acteurs de filière, confrontés à un risque qu'ils ne sont pas en mesure de gérer par anticipation.

Le problème n'est pas tant la réglementation sur les AP, mais leur interprétation par les industriels ou les certificateurs BIO, qui ne veulent prendre aucun risque.

Une recommandation de bonne pratique sur la recevabilité ou non d'un lot au regard des contaminants peut contribuer à poser des bases partagées entre cueilleurs et industriels et éviter de devoir statuer au cas par cas. Dans ce protocole, un mécanisme de compensation ou assurantiel pourrait être étudié pour sécuriser les fournisseurs de plantes et compenser les pertes occasionnées, en cas de non-conformité, alors que les bonnes pratiques de cueillette auraient été respectées.

9.4 Pour une visibilité sur les volumes prélevables et contre un régime généralisant les autorisations de cueillette

Les enjeux liés à la biodiversité sont très largement intégrés par les acteurs de la filière, mais de manière différente. Pour les industriels, cet enjeu est surtout abordé sous l'angle de la gestion des risques : risque de rupture d'approvisionnement si la ressource est menacée, risque légal si la plante est interdite, risque réputationnel si l'entreprise est perçue comme appartenant à un système de prédation de la nature. Pour les cueilleurs, l'enjeu de biodiversité porte davantage sur l'état écologique des milieux et la disponibilité de la ressource ainsi que sur les impacts des pratiques de cueillette sur l'état écologique de ces milieux et écosystèmes.

À ce jour, il n'existe pas de système annuel de quotas ni d'objectifs chiffrés en termes de volumes pouvant être cueillis à l'échelle de chaque plante ou à l'échelle d'une zone. Cette étude visait d'ailleurs également (cf. Partie 1 – Résultats Enquête quantitative) à estimer les volumes qui sont cueillis en moyenne chaque année pour chaque plante de la liste des 60 plantes retenues pour l'étude.

La régulation se fait plutôt par le raisonnement inverse, à savoir que l'observation d'une ressource menacée ou en danger amène à des restrictions sur la cueillette et des mesures de protection.

Cette réflexion sur les volumes annuels « cueillables » n'est pertinente qu'à l'échelle de la filière. En effet, les règles garantissant la liberté d'entreprise et une concurrence libre et non faussée empêchent de raisonner à l'échelle individuelle d'une entreprise ou d'un agent économique. En outre, une même

¹⁰ https://www.franceagrimer.fr/sites/default/files/rdd/documents/20220907_Etude_disparition_herbicide_PPAM_2.PDF

plante ayant très souvent plusieurs usages et marchés de destination, comment arbitrer entre les différents marchés ?

En cas de volume fixé à l'échelle nationale, comment tenir compte de la variabilité de l'état de la ressource selon les différents grands bassins de cueillette ? Comment répartir les volumes entre les bassins géographiques ?

Si, sur le plan conceptuel, ce mécanisme de régulation par un plafond annuel de volumes prélevables, plante par plante, semble simple, il ne l'est pas sur le plan pratique. Pourtant, la régulation par le marché a montré des limites par le passé (arnica, rhodiole). Et on ne parle pas ici des plantes qui sont cueillies dans les pays du Sud.

De nombreuses conditions sont nécessaires au déploiement effectif d'un tel instrument. Il faut tout d'abord disposer d'une connaissance partagée et fiable de l'état de la ressource à une échelle territoriale suffisamment fine puis recenser avec précision les volumes effectivement cueillis. Comment procéder ? Enfin, dans l'hypothèse probable d'un cumul des intentions de cueillette qui dépasserait le plafond annuel, quel mécanisme de régulation établir entre les entreprises ?

Si la faisabilité d'une telle démarche est loin d'être acquise, un consensus des acteurs de l'amont existerait contre une sur-administration de la cueillette qui se traduirait notamment par une généralisation du régime d'autorisation préalable, comme c'est déjà le cas pour certaines plantes classées en danger, comme l'arnica ou le génépi.

Un compromis est à rechercher entre un pilotage global de la filière qui intègre ces enjeux de biodiversité et une déclinaison pratique qui laisse suffisamment de liberté et de marges de manœuvre aux agents économiques pour qu'une concurrence libre et non faussée soit respectée sur ce marché des plantes sauvages.

9.5 Pour une homogénéisation des pratiques d'achat

Gouvernance de la filière, statut du cueilleur, règle partagée sur la conformité au regard des contaminants naturels, système de régulation de la cueillette avec un plafond annuel sur les volumes, ces quatre premières recommandations dessinent un cadre collectif d'action dans lequel les entreprises de la filière accepteraient de s'inscrire. Ce cadre reste global et ne s'immisce pas dans le domaine réservé de chaque entreprise.

Cette cinquième recommandation est à mi-chemin entre le cadre collectif et un choix d'entreprise. Elle concerne les pratiques d'achat des plantes sauvages en tant que matières premières brutes ou ayant subi une première transformation.

En lien avec les recommandations précédentes, les cueilleurs formulent le souhait d'une plus grande clarté dans les règles du jeu du commerce de gros et demi-gros. Une piste pratique est celle de l'élaboration d'outils communs entre les fournisseurs et les acheteurs : fiche plante harmonisée avec les informations sur la traçabilité, cahier des charges type, questionnaire et fiche fournisseur type, contrat type. Ces outils seraient mis à disposition des entreprises, qui seraient bien sûr libres de les réutiliser et de les adapter selon leurs propres usages.

Les cueilleurs ont souvent mis en avant la charge administrative relative aux nombreux renseignements et informations à fournir pour chaque client. Ce sont en effet souvent les mêmes informations, mais dans des formats de documents différents. Certains industriels incluent certaines questions dans les formulaires, d'autres non...

Au-delà de ce bénéfice non négligeable en faveur d'une moindre lourdeur administrative, l'enjeu de ces outils est surtout la formalisation de règles claires. Dans le partage des risques et le partage de la valeur, la contractualisation, lorsqu'elle a été mise en place, offre un cadre de négociation plus équitable que les transactions de gré à gré d'une année sur l'autre.

Les réticences sont ici plutôt du côté des industriels, qui craignent la lourdeur administrative de ce processus s'il devait se généraliser à tous les achats de plantes, y compris aux tous petits volumes de quelques kg ou dizaines de kg. Une certaine hésitation a également été perçue envers les contrats pluri-annuels.

Certains sujets émergents pourraient être inclus dans ces outils partagés, comme le droit à l'image des cueilleurs.

L'intérêt d'un outil commun élaboré au niveau de la filière est de ré-équilibrer un peu le rapport de forces entre cueilleur et industriel. Dans la relation bilatérale, le pouvoir de négociation est plutôt en faveur de l'industriel, tout comme l'expertise et les compétences juridiques. Un outil élaboré au niveau de la filière permettrait aux cueilleurs, pris au sens collectif, de mieux défendre leurs intérêts dans cette négociation.

9.6 Contre la banalisation du sauvage et la sauvegarde d'un modèle axé sur la typicité et singularité du sauvage

L'origine « sauvage » ou « cultivée » des plantes est aujourd'hui très rarement mentionnée pour le consommateur final du produit intégrant cette plante. Il est encore plus rare de faire du sauvage un argument marketing et un élément de différenciation du produit. Le choix des industriels s'explique aisément par les risques d'approvisionnement liés aux plantes sauvages. Une autre raison encore plus importante est l'absence de réel intérêt du consommateur pour le « sauvage » ; les valeurs et attributs prêtés à la naturalité sont bien plus présents dans les critères de consommation.

Cette non mise en avant du sauvage amène une sorte de banalisation de la plante sauvage, qui serait une plante comme les autres. Or, une plante sauvage est bien unique en son genre ; on pourrait même dire que chaque spécimen est unique. Cette valeur du sauvage a un potentiel réel de monétisation à condition de développer un modèle économique mettant au cœur de la proposition de valeur la composante sauvage du produit.

La régulation de la filière doit veiller à ne pas faire trop converger les différents modèles économiques, aux différentes étapes de la chaîne de valeur. La gouvernance, le statut et les outils communs comme les fiches fournisseurs et contrats-type doivent façonner un cadre dans lequel une diversité de modèles économiques puisse s'exprimer et se développer.

Un autre point de vigilance est celui de la domestication des plantes sauvages, avec le développement d'itinéraires techniques pour la culture des espèces et variétés qu'on retrouve à l'origine dans le milieu naturel. La carotte sauvage et l'hélichryse qui sont cultivées sont-elles vraiment semblables à leurs cousines poussant spontanément dans le milieu naturel ? L'association des producteurs d'huiles essentielles de Corse (APROHEC) défend un mode de culture de l'immortelle en Corse à partir des graines cueillies dans le milieu naturel et interdit la sélection variétale.

Il existe une volonté de certains industriels de généraliser le modèle de la culture pour l'approvisionnement des PPAM. Les plantes sauvages qui auront été domestiquées garderont-elles leur dénomination d'espèce sauvage ?

Le risque d'amalgame entre le sauvage « spontané » prélevé dans le milieu naturel, agricole ou forestier, et le sauvage « domestiqué » peut brouiller les cartes et conduire à une certaine banalisation du sauvage.

Un enjeu de communication réside dans la valorisation de la singularité des plantes sauvages, qui dépasse l'enjeu de reconnaissance de la cueillette. Cet enjeu est à relier à un enjeu beaucoup plus large, celui de l'information du consommateur.

9.7 Pour une information complète, éclairée et utile du consommateur

Comme cela a été exposé précédemment, le consommateur a très rarement l'information sur le caractère sauvage ou non des plantes qui sont présentes dans le produit qu'il consomme. La mention de l'origine géographique est loin d'être systématique et gagnerait à être portée à la connaissance du consommateur. Mais cela constitue presque un détail au regard de la connaissance qu'un consommateur peut avoir des produits. En effet, aux informations réglementaires qui sont déjà très nombreuses sur l'emballage, la marque ou le distributeur ajoute d'autres informations relevant davantage du marketing. On observe une prolifération des labels bio et des labels équitables. Comment s'y retrouver et comment faire la différence entre ces labels ?

Même à l'intérieur du label bio, certains cueilleurs ou agriculteurs contestent l'amalgame fait entre les différentes formes de bio, soit entre le bio qu'ils qualifient de bio « industriel », car produisant des gros volumes, et le bio plus proche de la paysannerie.

Pour eux, le label générique bio masque ces différences au consommateur. Ils plaident ainsi pour un label ou une norme qui irait plus loin que le cahier des charges actuel de la BIO. La marque associative « Nature & Progrès » est une initiative qui incarne cette orientation¹¹. Dans le secteur des cosmétiques, le label Cosmébio¹² propose un repère au consommateur sur le caractère réellement bio ou naturel du produit cosmétique. Le site internet présentant le label indique le chiffre de 16000 produits certifiés COSMOS.

À l'échelle des entreprises (et non des produits), des labels existent pour attester d'une démarche d'écoresponsabilité. On peut notamment citer le label PME+ qui réunit 270 entreprises françaises à taille humaine, dont l'entreprise PAGES. Les « Tisanes, le Dauphin » ont quant à eux opté pour le label BIOPARTENAIRE.

À travers ces quelques exemples, on devine le foisonnement des labels et mentions. Est-il raisonnable d'attendre du consommateur qu'il soit capable de reconnaître la valeur de chaque label ?

L'information du consommateur sur les produits contenant des PPAM est aujourd'hui très éclatée, parcellaire et fortement noyée dans un argumentaire commercial de sorte que même les plus motivés des consommateurs éprouveraient des difficultés majeures s'ils voulaient vraiment savoir comment sont fabriqués les produits et les impacts réels de ces activités sur l'environnement, les hommes et les territoires.

Cependant, une information fiable, objective et accessible à tous est une condition indispensable au bon fonctionnement de tout marché. Les marchés des PPAM et produits issus des PPAM n'y font pas exception.

Cette dimension gagnerait à être bien prise en compte dans le centre de ressources CIRCEE qui sera lancé courant 2026.

9.8 Pour des organisations collectives capables de porter les efforts d'investissement

Les chantiers de mise à niveau de la filière des plantes sauvages par rapport aux exigences des marchés finaux et des enjeux environnementaux et sociaux sont nombreux et vont exiger des investissements conséquents dans les process, les infrastructures, les équipements et les compétences. Aussi, à partir d'une certaine échelle commerciale, il sera difficile pour un cueilleur indépendant de rester autonome sur l'ensemble du processus amont.

Cette barrière à l'entrée sur le marché peut dissuader des nouveaux cueilleurs de s'installer ou finir de convaincre des cueilleurs déjà actifs de basculer dans la culture de PPAM. En effet, ce mur d'investissements auquel font face les cueilleurs indépendants les place dans une position de dépendance totale par rapport aux collecteurs qui, eux, ont investi dans des outils de première

¹¹ <https://natureetprogres.org>

¹² <https://www.cosmebio.org/fr/le-label/>

transformation, de stockage, de respect des normes, ainsi que dans l'analytique, la RSE et la traçabilité.

Dans la sous-filière des huiles essentielles, des initiatives collectives tentent de mutualiser certains investissements dans les outils de production, la démarche qualité, les labels, le développement commercial. C'est notamment le cas du GIE Erboressens, dont les membres sont situés dans le Larzac. Le GIE met en commun un site internet, un animateur pour le développement commercial, des fiches ressources sur la distillation, une complémentarité dans les productions et cueillettes. L'association APROHEC en Corse fédère des cueilleurs, producteurs et distillateurs, qui partagent un cahier des charges commun. Les cueilleurs et producteurs qui n'ont pas d'alambic en propre peuvent accéder aux installations des membres de l'association.

Cette mutualisation des alambics pourrait faire sens dans d'autres bassins de production de PPAM en offrant un maillage du territoire national pour offrir des débouchés à la production locale de PPAM.

9.9 Pour la différenciation de l'origine France

Avant-dernière recommandation de cette liste en dix points, la différenciation de l'origine France pour les plantes sauvages cristallise les défis de la filière.

Compte tenu de la part minoritaire, voire très minoritaire, des plantes origine France dans les volumes totaux de plantes sauvages transformées en France, la mise en avant de l'origine France ne concernerait qu'une petite partie des volumes et des produits qui en découlent. Sa portée dépend alors très fortement de la capacité à convaincre et à rassembler le plus grand nombre d'entreprises possible de manière à atteindre une taille critique en termes de visibilité. Si seules quelques entreprises s'engagent dans cette voie, l'impact risque d'être mesuré.

Le défi est alors de trouver un accord collectif sur ce que recouvre l'origine France. La définition doit à la fois être précise, pour garantir l'origine, mais pas trop ciblée, pour ne pas exclure trop d'entreprises et atteindre une taille critique.

Un autre défi est celui du partage de la valeur de ces plantes origine France. Quels sont les types d'acteurs économiques qui vont capter cette valeur potentielle de l'origine France ? Dans des marchés finaux hyper concurrentiels, les distributeurs sont-ils prêts à faire une vraie place à des produits dont le prix moyen est plus élevé que la moyenne du marché ? Dans le cas contraire, quel intérêt y a-t-il à pousser l'origine France si la rémunération est similaire ?

Gouvernance, partage de la valeur, un autre défi est celui de l'information du consommateur. Quelle confiance le consommateur accorderait-il à cette revendication de l'origine France ? En creux, cela signifie-t-il qu'on devrait indiquer l'origine des plantes de manière systématique ?

9.10 Pour une stratégie de développement à l'export

Le marché français est de loin le premier marché des fournisseurs de matières premières. Le marché des transformateurs est déjà très internationalisé, surtout pour des secteurs comme les cosmétiques et parfums ou l'homéopathie.

Dans les chiffres-clé 2023 du marché cosmétique publié par la Fédération des entreprises de la beauté (FEBEA), on peut lire que plus de la moitié des productions sont vendues à l'international ; on relève également le chiffre de +30 % qui est l'augmentation moyenne de la valeur d'un produit cosmétique avec la marque « France ».¹³

La filière française dispose d'atouts réels pour se positionner sur des marchés de niche à forte valeur ajoutée à l'international. Les États-Unis, la Chine, la Corée du Sud et le Japon sont des pays vers

¹³ <https://www.febea.fr/le-secteur-cosmetique/chiffres-cles-du-marche-cosmetique>

lesquels des relations commerciales entre entreprises françaises de la filière et importateurs existent déjà.

Le savoir-faire français et la qualité écologique de la ressource sont reconnus à l'international. La proximité avec l'aval est également un atout. La distance géographique n'est pas un critère éliminatoire à condition d'offrir une qualité de plante et surtout une singularité.

À notre connaissance, il n'existe pas aujourd'hui de stratégie collective de conquête des marchés extérieurs, ni de soutien clair à l'export.

10 Conclusion

Cette étude économique sur la filière aval des plantes sauvages en France souligne à la fois la singularité de cette filière cueillette et les nombreux points communs avec l'économie des filières agricoles françaises.

La singularité tient très largement à la nature du métier de cueilleur, son histoire, sa géographie, sa sociologie, ses valeurs et ses réalités. Structurer et organiser la filière est non seulement nécessaire et aussi souhaité par l'ensemble des acteurs interrogés dans le cadre de l'étude, de l'amont à l'aval, et cela pour tous les marchés, les différentes tailles d'entreprises et la diversité des territoires. Cette intention, cette volonté et ce principe font l'objet d'un consensus très fort.

Pour autant, comme souvent, le diable se situera dans les détails, dans les modalités de mise en œuvre, dans la définition d'une gouvernance davantage formalisée et stabilisée.

Les nombreux points communs sont eux le fait d'une filière cueillette totalement intégrée à la grande filière des PPAM. Le pouvoir de marché est en grande partie concentré sur les acteurs de l'aval et en particulier les metteurs sur marché. Cette relation inégale pourrait compliquer la volonté de structurer la filière, mais les entreprises de l'aval ont conscience de la fragilité de l'amont ; ils la constatent de manière très concrète dans leurs difficultés ou fluctuations d'approvisionnement de plantes sauvages.

À travers cet état des lieux de la filière, des ordres de grandeur quantitatifs ont été partagés. Ils indiquent une première estimation des volumes échangés entre l'amont et l'aval pour les plantes origine France. Les volumes en jeu sont faibles en proportion dans le total des PPAM. Cependant, malgré ces petits volumes, les entreprises interrogées ont toutes manifesté leur attachement à la cueillette, dont l'importance est plus grande que le chiffre d'affaires directement associé aux plantes sauvages. S'il est difficile de monétiser les bénéfices en termes d'image ou le fait d'être capable de proposer une offre complète et différenciée de produits pour un industriel, ces bénéfices n'en restent pas moins tangibles et vraiment reconnus par les entreprises.

Le sauvage est valorisé, recherché et défendu par les acteurs de la filière. Cette étude le montre de manière très claire. Cette étude pointe aussi les inquiétudes de ces mêmes acteurs ; l'avenir de la filière est questionné. Cela ne signifie pas que l'horizon soit nécessairement sombre ou radieux. Cela témoigne davantage d'un diagnostic partagé du besoin d'impulser une dynamique collective pour tirer la filière vers le haut et se donner les chances d'un développement conciliant performance économique, robustesse sociale et soutenabilité environnementale. Le potentiel de marché n'a ni plancher, ni plafond. La croissance est possible, car la demande sociétale et de marché est solide. La récession est elle aussi plausible, car la volatilité des marchés est forte et surtout l'approvisionnement origine France est fortement concurrencé par les importations.

C'est sur ce dernier enjeu que cette conclusion se termine. La marque France peut être compétitive, principalement sur un positionnement sur des marchés à plus grande valeur ajoutée. Mais, dans le cas de la filière des plantes sauvages, volume et valeur ne s'opposent pas du tout, bien au contraire. Les entreprises de l'aval ont clairement placé le critère de sécurisation des volumes comme un critère premier dans leur stratégie industrielle. La filière de la cueillette aussi diverse soit-elle sur l'amont a des débouchés qui suivent tous des logiques industrielles. Ne pas le comprendre ou l'admettre, c'est prendre le risque de d'accentuer la fragmentation de l'offre française et de ce fait sa vulnérabilité dans un marché très internationalisé et concurrentiel.

La filière française a de réels atouts. Une tradition, des compétences, des acteurs innovants porteurs d'une vision et d'une ambition et des territoires exceptionnels. L'ingrédient à renforcer est cette volonté de coopérer et se fédérer à la bonne échelle et au bon niveau.

11 Annexes

11.1 Liste des entreprises rencontrées

Par ordre chronologique de l'entretien :

1. Distillerie de Provence (aval)
2. Alp'erbo (amont)
3. L'Occitane/Melvita (aval)
4. Acanthis (aval)
5. Pileje (aval)
6. Bourgogne Nature (amont)
7. Essenciagua (aval)
8. Helpac (aval)
9. Oriane (amont)
10. Greentech (aval)
11. Crodarom (aval)
12. Champimousse (amont)
13. Pierre Fabre (aval)
14. Py'still (amont-aval)
15. Altho (amont-aval)
16. PAM Ardèche (amont)
17. SD Tech (aval)
18. Arcadie (aval)
19. Distillerie Bel Air (amont-aval)
20. SEVENE (aval)
21. CEVENAT (aval)
22. SCP Rivier Buffière (amont)
23. EARL du Patuet (amont)
24. Eric Darley / GIE Erboressens (amont)
25. Plantes du Mas (amont)
26. Plantivore (amont-aval)
27. Sanglier Philosophe (amont-aval)
28. LMR / IFF (aval)
29. Cailleau Herboristerie (amont)
30. Golgemma (aval)
31. Nateva (aval)
32. Herbier du Diois (amont)
33. Antofénol (aval)
34. Altaïr Plantes (aval)
35. On the wild side (aval)
36. Promoplantes (amont)
37. Pajes (aval)
38. APROHEC (amont-aval)
39. Lehning (aval)
40. Le Bénéfique (aval)
41. McCormick (aval)
42. Boiron (aval)
43. Le Comptoir de l'Herboristerie (amont-aval)
44. Florame (aval)
45. Le Jardin et la Recette (amont-aval)
46. Le Dauphin (aval)
47. Herbes Grand Ouest (amont)
48. Fleurance Nature (amont)
49. Niro et Fille (amont)
50. Givaudan (aval)

11.2 Trame simplifiée d'entretien

Trame d'entretien proposée

Notre trame d'entretien est conçue pour recueillir des informations complètes tout en respectant la sensibilité des données commerciales. Elle couvre plusieurs aspects essentiels de l'activité des entreprises liées aux PPAM.



11.3 Composition du comité de pilotage

Organisme	Activité	Participant	Fonction
FranceAgriMer	Administration	Gisèle Guicheteau	Responsable DN Volx
FranceAgriMer	Administration	Sonia Stimmer	Déléguée filière productions végétales spéciales
FranceAgriMer	Administration	Alix Courivaud	chargée de mission PPAM
CNPMAI	Organisme technique filière	Agnès Le Men	Directrice - siège social de l'AFC A fait la pré-étude économique
CNPMAI	Organisme technique filière	Ludivine Courson	Directrice par intérim
AFC	Association	Jean Paul Lescure	Secrétaire, chercheur écologue honoraire
AFC	Association	Julien Martre	Cueilleur distillateur
AFC	Association	Émilie Pascal	Coordination
AgroParisTech	Recherche	Florence Pinton	Professeure de socio-anthropologie UMR SADAPT (INRA/AgroParisTech) Université Paris Saclay
CBNPMP	Organisme technique filière	Mickaël Douette	Directeur
CBNPMP	Organisme technique filière	Raphaëlle Garreta	Ethnologue

CBNPMP	Organisme technique filière	Christelle Pineau	Responsable pôle ethnologie
Syndicat SIMPLES	Organisation de producteurs	Yohan Musseau	Délégué Massif Aquitaine, Cueilleur distillateur : HE Produits à base d'HE et Hydrolats
Syndicat SIMPLES	Organisation de producteurs	Claude Chahinian	Cueilleur, Ardèche plantes séchées en vrac (demi-gros), macérats huileux sur demande, sirops de plantes, pesto...
SICARAPPAM	Coopérative	William Marotte	Président
ORIANE Nature	collecteur	Freddy Vogt	Contrôleur de gestion
Agribio 04	Organisme technique filière	Mégane Vechambre	Conseillère PPAM
CPPARM / association Gentiana lutea	Organisme technique filière	Stéphanie Flahaut	animatrice de l'Association Interprofessionnelle de la Gentiane jaune
Pierre Fabre	Entreprise	Alexandre Panel	Responsable Pole Agriculture durable, Qualité et Expertise Botanique
Clarins	Entreprise	Lucie Dejouhanet	
PRODAROM	Syndicat entreprises parfumerie	Philippe Massé	Président
SYNADIET	Syndicat fabricants compléments alimentaires	Claire Guignier	Directrice des affaires publiques et de la communication
COSMED	Syndicat PME cosmétique	Jean Marc Giroux	Président
COSMED	Syndicat PME cosmétique	Caroline BASSONI	
DGPE	Administration	Chantal Troussieux	Bureau Fruits et légumes et produits horticoles
Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires	Administration	Frédéric VINCQ	Chargé de mission Flore, Fonge et Milieux Direction de l'Eau et de la Biodiversité
Office français de la biodiversité	Administration	Johan GOURVIL	Service Conservation et Gestion des espèces à enjeux Direction Recherche et Appui Scientifique Direction Générale déléguée Police, Connaissance, Expertise

11.4 Document de présentation de l'étude « information aux professionnels »



Étude « état des lieux économique de la cueillette commerciale de PPAM en France métropolitaine »

Information aux professionnels

Contexte

La cueillette commerciale des plantes sauvages est un sujet qui a une portée écologique et économique non négligeable. En effet, de nombreuses plantes, telles la gentiane, l'arnica ou encore le génépi, sont très prisées car elles permettent de fabriquer des produits tout à fait intéressants, que ce soit pour la santé ou au niveau aromatique. Par ailleurs, elles génèrent de la valeur ajoutée sur des filières entières, depuis la cueillette jusqu'aux produits finis. Il en résulte que certaines plantes sont cueillies sur le territoire français de manière trop importante, ce qui peut conduire à devoir prendre des mesures pour éviter l'extinction de l'espèce. Cependant, les données relatives à ce marché de la cueillette restent insuffisamment connues, ce qui rend difficile la bonne gestion ou organisation des ressources et des filières.

En effet, si un certain nombre de listes des espèces cueillies en France ont été élaborées, la filière cueillette de PPAM est complexe, concurrentielle et manque parfois de visibilité. Il est de ce fait difficile d'obtenir des données chiffrées (nombre de cueilleurs, volumes cueillis, part de l'import, prix, pression sur la ressource, débouchés...). De même, le métier de cueilleur n'est pas officiellement reconnu en tant que profession, ce qui rend son recensement difficile ; les cueillettes de plantes sauvages sont multiples tant au niveau des plantes cueillies que des territoires de collecte ou des acteurs en jeu, très différents, ce qui rend irréaliste une comptabilisation exhaustive ; enfin, les filières utilisatrices sont très variées, ajoutant de la complexité à la connaissance du devenir des cueillettes.

Plusieurs travaux conduits depuis quelques années ont permis d'établir des listes de plantes à parfum, aromatiques et médicinales cueillies dans le milieu naturel pour les besoins des activités économiques. Deux travaux récents ont tenté de définir les contours d'un observatoire de la cueillette de PPAM, comportant un volet économique et un volet écologique :

- En 2019, FranceAgriMer, avec le concours d'AgroParisTech, a financé un travail préalable à la constitution d'un recueil de données économique sur la cueillette ;



- En 2022, un groupe de travail institutionnel coordonné par le Conservatoire botanique national des Pyrénées et Midi Pyrénées (CBNPMP) et réunissant 5 partenaires - Association française des professionnels de la cueillette (AFC), Ministère de la Transition écologique, Comité des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (CPPARM), Conservatoire national des plantes à parfum, médicinales et aromatiques (CNPMAI) et AgroParisTech – a réalisé une étude de faisabilité d'un observatoire national des cueillettes. Dans ce cadre, le CNPMAI a commencé à identifier les entreprises de l'aval utilisatrices de PPAM cueillies.

L'observatoire national des cueillettes

Dans une démarche écologique de protection de la ressource en PPAM sauvages et dans l'objectif de mesurer les poids économiques des filières qui utilisent ces PPAM sauvages (phytothérapie, compléments alimentaires, cosmétique, herboristerie, alimentaire, etc.), un comité de suivi de l'observatoire des cueillettes s'est constitué.

Ce comité a défini trois axes de travail : la mise en place d'observatoires ciblés sur certaines plantes (thym dans l'Aude, Arnica), la réalisation d'une étude aval et la constitution d'un centre national de ressources.

FranceAgriMer, en tant que spécialiste du suivi économique des filières, s'est positionné sur la réalisation de l'étude aval, qui permettra de poursuivre le travail amorcé à titre exploratoire par le CNPMAI dans le cadre de l'étude de faisabilité de l'observatoire des cueillettes.

Enquête FranceAgriMer

Cette étude aval a pour objet d'enquêter, via formulaire en ligne et entretiens, les entreprises acheteuses et utilisatrices de PPAM sauvages sur des éléments de marché (volumes, valeurs) et des éléments qualitatifs pouvant permettre d'expliquer à la fois leurs choix d'approvisionnements et l'état du marché actuel. Les données obtenues devront permettre d'élaborer une base de données économique.

L'enquête comporte deux volets :

- un volet prenant la forme d'un questionnaire quantitatif à compléter en ligne par un nombre suffisamment important d'opérateurs ;
- un volet consacré à la réalisation d'entretiens individuels approfondis, chez les opérateurs, afin de compléter les données quantitatives par des éléments qualitatifs.

FranceAgriMer conduit en interne l'enquête quantitative ; le volet entretiens sera confié à un prestataire.



La liste des entreprises enquêtées par FranceAgriMer sera établie après consultation des structures regroupant et représentant les entreprises de l'amont et de l'aval telles que : AFC, Simples, Synadiet, Phytolia, Cosmed, Febea, Alliance 7 (STEPI), Prodarom, Pôle Innov'Alliance, Cosmetic Valley, Vitagora, Valorial, Clubster NSL, Vegepolys Valley, Biovallée, etc.

Le questionnaire établi pour la collecte quantitative de données, validé en comité de pilotage, a été mis en ligne via une application FranceAgriMer dédiée et sécurisée, de manière à garantir une confidentialité maximale aux opérateurs économiques. Il porte sur 50 plantes, validées en comité de pilotage et sélectionnées selon des critères tels que volumes cueillis, volumes importés, valeur ajoutée, tensions sur la ressource,...

Une fois les formulaires renseignés, FranceAgriMer exploitera statistiquement les données.

FranceAgriMer définira un protocole et des indicateurs dans la perspective de pouvoir actualiser et améliorer les données ultérieurement, de manière à ce qu'elles soient valorisables :

- par FranceAgriMer dans le cadre de ses suivis économiques,
- par les partenaires de FranceAgriMer (AFC, CBNPMP, CNPMAI, OFB, MTES...) dans le cadre du projet d'observatoire national des cueillettes.

Si vous achetez des PPAM issues de cueillette directement à des cueilleurs ou des entreprises de collecte¹, il nous paraît important que vous puissiez vous mobiliser pour participer à cette enquête.

Pour tout apport à cette étude ou besoin d'informations complémentaires, n'hésitez pas à vous manifester pour auprès de Alix Courivaud, 04 92 79 33 23, alix.courivaud@franceagrimer.fr.

Nous vous remercions par avance.

¹ Entreprise qui embauche ses propres cueilleurs, transforme éventuellement les plantes (séchage, distillation, macération...) avant de les revendre à un négociant, une entreprise de 2^e transformation.



LES ÉTUDES

État des lieux économique de la cueillette des Plantes à Parfum, Aromatiques et
Médicinales en France métropolitaine / Rapport
édition juin 2026

Directeur de la publication : Martin Gutton
Rédaction : Stratys pour FranceAgriMer
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial


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

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 FranceAgriMer FR