

# PHYTEUROP, une entreprise agro-responsable

*Parce que demain se prépare aujourd'hui, Phyteurop, dans une démarche agro-responsable, veut ouvrir avec l'ensemble de ses partenaires, une réflexion sur l'avenir des métiers liés à la phytopharmacie. A un moment où des changements majeurs sur un plan sociétal, réglementaire et économique interviennent.*

**A**vec certains distributeurs, Phyteurop entretient un partenariat qui dure depuis plus de 25 ans. « Cela a été possible parce que Phyteurop est une entreprise à taille humaine. Il est essentiel pour nous de garder le contact avec les distributeurs, d'échanger, de réfléchir ensemble à l'avenir dans une démarche agro-responsable », indique Xavier Cannesson, directeur marketing et commercial de Phyteurop. Et pour confirmer encore cette volonté de construire un partenariat vrai et surtout durable, Phyteurop a convié, le 27 mai, les distributeurs du Sud-Est, du Sud-Ouest et du Centre-Est aux pieds des arènes de Nîmes, à une conférence sur le thème des perspectives et réalités dans l'évolution des techniques viticoles. « En choisissant cette approche agro-responsable, nous nous plaçons résolument dans le long terme », affirme Jean-Marc Saurel, chef produit fongicides vignes et insecticides de Phyteurop. « Aussi, il est important pour nous d'ouvrir une réflexion sur le futur de nos métiers et de préparer ainsi l'arrivée de nouveaux produits dans un cadre dont les contours auront au préalable été établis. Nous ne voulons pas proposer de simples solutions marketing mais bien lancer des produits qui auront été validés, qui se révéleront réellement utiles pour

le viticulteur. Des produits pérennes sur un plan technique, mais aussi réglementaire, répondant aux enjeux économiques de demain et acceptables socialement. » Si le métier de vigneron est appelé à évoluer notamment sur l'aspect commercialisation et gestion de son exploitation, il n'en demeure pas moins que 80 % de la qualité de son vin dépendra des soins qu'il apportera à sa vigne, souligne François Alin, consultant en marketing du vin au cabinet Via Vinorum à Fixin (Côte-d'Or). « Ce qui constitue pour le vigneron

## La solution passera par la lutte raisonnée

le premier des défis à relever à savoir se préoccuper de la qualité de son raisin et le préserver des maladies et des insectes. La solution passera par la lutte raisonnée. C'est d'ailleurs la seule solution technico-économique compatible avec les exigences du marché. » Le vigneron, d'ailleurs n'aura pas d'autres choix que de faire évoluer ses pratiques. « La société le lui impose », constate Thierry Coulon, directeur technique à l'IFVV (Institut français de la vigne et du vin). « Il n'est plus possible de vendre le vin, produit de fête, s'il est entaché par des méthodes de production défectueuses. Il faut évoluer vers des méthodes respectueuses de l'environnement. » L'IFVV s'est ainsi fixé des priorités en matière de recherche. « Sauf que les produits phytosanitaires se sont révélés des outils remarquablement efficaces et qu'il n'est pas évident de réinventer des systèmes alternatifs aussi performants. » Le séquençage du génome ouvre des perspectives mais à long terme et il n'est pas possible de tout miser sur cet outil, estime Thierry Coulon. L'IFVV travaille également au développement des outils d'aide à la décision, à la mise au point d'un pulvérisateur intelligent et aux techniques de viticulture de précision. Les SDN constituent une autre piste. « Mais pour l'instant, cela ne marche qu'en laboratoire. » L'heure est donc à l'optimisation des doses. « Ce qui permet néanmoins de les diminuer d'au moins 30 %. Certains conjuguent déjà les phytosanitaires à l'imparfait. La pression sociétale et politique est là mais elle n'est pas toujours facile à vivre quand elle ne place pas les vignerons dans une situation concurrentielle difficile. Mais il faut en tenir compte. » Le Grenelle de l'environnement n'a d'ailleurs pas manqué de le rappeler en fixant un objectif de réduction

Guido Cima, directeur général de Phyteurop

## « La force de Phyteurop, ce sont ses distributeurs »



« Phyteurop veut être une société agro-responsable. C'est pour nous une priorité car elle garantit notre futur. Mais la force de Phyteurop, ce sont nos distributeurs. Etant une entreprise à taille humaine, cela assure une compréhension réciproque, un contact rapide et direct. C'est une chance pour nous d'avoir pu construire ce partenariat. Aujourd'hui, Phyteurop occupe la sixième place en France. 2008 a été pour nous une très bonne année, avec une croissance supérieure à celle constatée sur le marché. Ces résultats financiers vont être réinvestis dans le futur afin de renouveler notre gamme et renforcer la recherche. Cela s'est traduit cette année par le lancement d'une nouvelle

molécule, le Kiralaxyl grâce à notre coopération avec Isagro. Notre objectif est bien, en tant que fournisseur, de trouver les solutions les meilleures pour garantir la compétitivité des vignerons français et défendre leur revenu. »



## Xavier Cannesson, directeur marketing et commercial « La vigne est un secteur stratégique »

Pour Phyteurop, la vigne est un secteur stratégique, représentant 25 % du chiffre d'affaires total de la société, rappelle Xavier Cannesson, directeur marketing et commercial. « Nous investissons de manière significative sur ce secteur en développant notamment un maillage d'expertise (42 essais en 2008, 43 en 2009) dans tous les bassins viticoles. Nous avons également des projets en cours de développement, en phase de préparation de lancement ou en cours d'examen toxicologiques et écotoxicologiques dont six concernent

le contrôle des maladies, deux l'entretien du sol et deux autres encore axés sur la lutte contre les ravageurs. Notre volonté est bien de continuer à investir dans cette activité vigne. Nos objectifs marketing et commerciaux s'appuient d'ailleurs sur quatre piliers : l'innovation en proposant de nouvelles offres (molécules, formulation, packaging) ; l'expertise quant à la connaissance du marché et des besoins des distributeurs et des vignerons ; la compétence acquise grâce à de l'expérimentation, des outils techniques, des programmes de recherche adaptés régionalement et enfin la stratégie à bâtir avec les distributeurs dans la reconnaissance et le respect de leur savoir-faire. »

de 50 % des phytosanitaires en dix ans, si possible, comme le souligne Jacques Grosman du ministère de l'Agriculture et de la Pêche. Trente matières actives ont d'ores et déjà été retirées du marché, au nom de ce Grenelle. D'autres molécules pourraient également faire l'objet d'un retrait en vertu d'un règlement européen qui impose la révision de l'ensemble des molécules actuellement disponibles. « Mais ceci va être long et ne se fera pas avant 2018 ou 2020, ce qui laisse du temps pour trouver des solutions », indique Jacques Grosman. Sauf que, « la thématique anti-phytosanitaire monte en viticulture », comme le fait remarquer Jean-Charles Bocquet, directeur de l'UIPP (Union des industries de protection des plantes). « Le vin est devenu pour certains le support de leur com-

munication anti-phytos. Alors c'est à nous d'aller expliquer au consommateur pourquoi on traite et comment, que cela n'est pas systématique, que l'on raisonne à la parcelle, que les techniques d'application ont évolué et donc que la viticulture durable existe déjà. Ainsi, les doses utilisées à l'hectare sont passées en 50 ans d'1,3 kg de matière active à 150 grammes (sur le marché français, toutes cultures confondues) avec des profils tox. et écotox. de plus en plus favorables. Il faut valoriser cette viticulture durable et communiquer dessus, accompagner la demande sociétale, ne pas s'opposer aux bios ou au Grenelle et plutôt que de parler de méthodes alternatives, parler de complémentarité des méthodes. Nous devons tous nous y mettre pour ramener du réalisme sur le terrain. » ■



## La nouvelle offre fongicide Phyteurop

Bientôt un programme complet anti-mildiou, un élargissement de l'offre anti-oidium : pour Phyteurop, « demain commence aujourd'hui », comme le souligne Jean-Marc Saurel, chef produits fongicides vigne et insecticides. Phyteurop lance Fantic F WG, un anti-mildiou et le premier produit à base de kiralaxyl, un produit systémique associé au folpel assurant une efficacité sur une base de 14 jours. « Ses mots clés sont sérénité, efficacité et équilibre. » Sous réserve d'homologation, une deuxième nouvelle molécule anti-mildiou pourrait être lancée. Pour l'instant connue sous le nom de code IR 5885, celle-ci présente une action translaminaire et assure une action à la fois préventive, curative et anti-sporulante. Cette molécule sera également associée à du folpel. Toujours sous réserve d'homologation, Phyteurop devrait proposer deux nouveaux produits anti-oidium à base de tétraconazole associé à d'autres molécules.

FANTIC® F WG - AMM N° 2090063 - Détenteur de l'AMM : ISAGRO SpA - 3,5 g/kg Kiralaxyl® (nom ISO : béalaxyl-M) - 490 g/kg folpel - Xr-N - FANTIC® - Kiralaxyl® : marques déposées ISAGRO SpA - « Dangereux - Respecter les précautions d'emploi - Lire attentivement l'étiquette avant toute utilisation » - Distribué par PHYTEUROP - 06/2009



François Alin, consultant en marketing du vin au cabinet Via Vinorum à Fixin (Côte-d'Or).



Thierry Coulon, directeur technique de l'IFVV (Institut français de la vigne et du vin).



Jacques Grosman du ministère de l'Agriculture et de la Pêche.



Jean-Charles Bocquet, directeur de l'UIPP (Union des industries de protection des plantes).



Jean-Marc Saurel, chef produit fongicides vigne et insecticides de Phyteurop.