



Mission en France dans le domaine de la transformation des plantes médicinales



Filière des
PLANTES MÉDICINALES



biologiques du Québec

Rapport de mission

17 au 25 septembre 2007

Rédaction : Alain Rioux, Groupe PGP inc.
Magog, mars 2008

La production de ce rapport a été rendu possible grâce à la participation financière du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, dans le cadre du programme de soutien au développement de l'agriculture biologique.

Recherche et rédaction

Alain Rioux, Groupe PGP inc.

Coordination

Camille Dufresne, Filière des plantes médicinales biologiques du Québec

Collaborateurs et participants

Philippe Dusser, Aromatik

Aline Hébert, Coop de solidarité Rocher-Percé

Pierre Lafontaine, Centre de valorisation des plantes

Francis Mainguy, Aliksir

Marie Provost, La Clef des champs

Alain Rioux, Groupe PGP inc.

Nicolas Turgeon, MAPAQ

Mise en page

Comma Imagination

Révision

Sylvie Petitpas, consultante en communication

Utilisation du document

La Filière des plantes médicinales biologiques du Québec décline toute responsabilité liée directement ou indirectement à l'utilisation de l'information fournie dans le présent ouvrage.

La reproduction totale ou partielle du présent document, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, ou par photocopie, est autorisée à la condition d'en mentionner la source.

La source des données doit être citée dans tous les documents et toutes les communications de la façon suivante :

Source : RIOUX, Alain (2008). Mission en France dans le domaine de la transformation des plantes médicinales, Magog, Filière des plantes médicinales biologiques du Québec, 46 p.

Le document est disponible sur le site Internet de la Filière à l'adresse suivante : www.plantesmedicinales.qc.ca

Dépôt légal

Bibliothèque nationale du Québec, mars 2008

Table des matières

Introduction.....	4
Entreprise 1	
Archimex.....	5
Entreprise 2	
Promoplantes	10
Entreprise 3	
Anjou Plantes.....	15
Entreprise 4	
Nat'innov.....	19
Entreprise 5	
Laboratoire Alvend.....	23
Entreprise 6	
ITEIPMAI	28
Entreprise 7	
L.A.P.H.T. Phytofrance.....	33
Entreprise 8	
Fytosan	38
Entreprise 9	
Cherry Rocher.....	42
Annexe 1	
Documents sur les entreprises visitées.....	45
Annexe 2	
Carte de la France	46

Introduction

Lors de l'élaboration du plan stratégique de développement du secteur des plantes médicinales biologiques, les consultations menées auprès de plusieurs intervenants et entreprises ont fait ressortir très clairement une lacune majeure en ce qui a trait au maillon de la transformation.

Les éléments mis en lumière par les consultations étaient le manque d'outils et de méthodes de contrôle de la qualité, le manque d'équipements et d'infrastructures de transformation, la faiblesse de l'expertise au point de vue du conditionnement et de la transformation des plantes médicinales et le manque d'accessibilité à l'expertise scientifique.

Le projet de la mission en France, axée sur des visites d'entreprises de transformation, est en lien direct avec le plan stratégique de développement du secteur des plantes médicinales biologiques du Québec. Il touche plus particulièrement l'axe 2 sur le développement de la transformation et se rattache aux cibles stratégiques suivantes :

- Trouver les moyens d'assurer la première transformation des produits en encourageant la mise en place d'équipements de conditionnement et d'extraction dans les régions productrices.
- Évaluer la possibilité d'établir une usine de transformation multifonctionnelle de type coopératif au Québec, en tenant compte du fait que ce projet doit à la fois répondre aux besoins des petits producteurs et des producteurs spécialisés ou à grand volume.

C'est la première fois qu'une mission québécoise porte essentiellement sur la transformation de plantes médicinales, ce qui devrait permettre de recueillir de nouvelles informations et d'offrir de nouvelles possibilités de développement économique.

De plus, il est nécessaire de faire le point sur les procédés de transformation et d'extraction dans le domaine des plantes médicinales, puisque ces derniers ont évolué très rapidement au cours des dernières années. Les entreprises françaises ciblées pour des visites ont d'ailleurs, pour la plupart, fait des investissements récents dans ce domaine.

La participation à la mission de producteurs et de transformateurs québécois dans le cadre des travaux de la Filière et non à titre personnel donne une occasion privilégiée de jeter un regard d'ensemble sur les récents développements en transformation. De cette façon, il sera davantage possible de répondre aux besoins collectifs du Québec en cette matière.

L'objectif général de la mission est de bénéficier de l'expertise française en matière de transformation de plantes et de connaître les procédés de transformation qui pourraient être adaptés au Québec et convenir aux besoins du secteur des plantes médicinales biologiques.

Les objectifs spécifiques de la mission sont les suivants :

- Planifier et réaliser des visites d'entreprises françaises spécialisées dans la transformation de plantes médicinales;
- Recueillir des renseignements sur différents procédés et équipements de transformation de plantes;
- Établir des liens d'affaires avec des entreprises et des ressources françaises;
- Obtenir des renseignements sur les besoins en extraits des différents marchés en France et en Europe;
- Énoncer des recommandations pour élaborer un projet d'usine de transformation au Québec.

Le présent document contient l'essentiel des échanges avec les représentants et représentantes des neuf entreprises visitées dans le cadre de la mission.



Entreprise I Archimex



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Archimex

www.archimex.com

Parc d'innovation de Bretagne Sud-C.P.31
56038 Vannes Cedex, France,

Contact :

M. Bernard Mompon,
directeur général
Noras Monthuis,
responsable des Enseignements

Courriel :

bernard.mompon@archimex.com
archimex@archimex.com

Téléphone :

011 33 2 97 47 0600

Télécopieur :

011 33 2 97 47 5690

I.2 Nature de l'entreprise

Archimex regroupe des spécialistes en procédés d'extraction et de purification des extraits naturels. Archimex peut soutenir le développement d'équipements d'extraction sur mesure et des procédés de purification de produits selon les besoins de différents clients. L'entreprise offre également de la formation sur mesure sur différents sujets touchant l'utilisation d'équipements liée à différents procédés d'extraction.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique

Archimex est une entreprise située à Vannes, dans la région de Nantes, en Bretagne. Le territoire de localisation de l'entreprise a une longue histoire, liée à la valorisation de produits et de sous-produits agricoles, ce qui explique en grande partie le choix de localisation d'Archimex. En effet, un projet de valorisation de produits agricoles, mis en place il y a longtemps, a eu des retombées significatives pour la région de Nantes, en générant une concentration élevée de laboratoires et d'entreprises d'extraction dans un rayon de 50 km autour de la ville de Vannes. Une vision commune de développement, basée d'abord sur la valorisation de produits agricoles et, par la suite, de sous-produits agricoles, de même que des orientations claires du milieu soutenues par les leaders régionaux, sont à la base de cette réussite.

2.2 Principales activités

M. Bernard Mompon, le contact et la personne-ressource principale des participants à la mission, est le directeur général d'Archimex et le gérant de l'entreprise. L'entreprise fonctionne grâce à un financement qui provient, à parts égales, de trois sources différentes : une première part provient d'une participation personnelle de M. Mompon, une deuxième part provient d'institutions financières et une dernière part provient de 22 industriels de la région, qui ont à cœur le développement de projets régionaux dans ce secteur d'activité.



Archimex agit dans le domaine des ingrédients, c'est-à-dire que l'entreprise met au point des produits qui ne sont pas destinés aux marchés mais qui sont plutôt utilisés par des fabricants. Archimex n'a donc pas à convaincre directement le consommateur et le grand public de la légitimité de ses produits mais doit répondre aux besoins des fabricants qui, pour leur part, subissent de plus en plus les contraintes des consommateurs.

Les activités d'Archimex touchent principalement le marché de la pharmacie et de la cosmétique. La répartition des revenus d'Archimex est la suivante : 70 % proviennent des entreprises, 15 % de la recherche interne et 15 % des mandats confiés par le secteur public.

En ce qui concerne le volet « entreprises », Archimex explique qu'elle offre des services qui vont de la recherche appliquée jusqu'à la réalisation industrielle, pour la production d'extraits secs ou liquides. Cette offre de services s'articule autour de trois étapes. La première étape vise à établir la faisabilité du projet en prenant en compte les brevets et les droits des tiers, de même que la réglementation et l'aspect économique du projet.

La deuxième étape de la démarche consiste à mettre au point les premiers milligrammes de produits pour l'entreprise, ce qui pose généralement peu de problème. Toutefois, la partie analytique du projet est souvent la plus longue et la plus coûteuse, surtout si les méthodes de dosage des produits actifs n'existent pas.

Quant à la troisième étape, elle consiste en ce qu'on appelle en France le « process », ce qui correspond à la phase des essais qui visent à faire des volumes commercialisables du produit souhaité par l'entreprise, avec tous les équipements et les opérations afférentes. Au cours de cette phase, il doit y avoir l'élaboration d'un cahier des charges et une évaluation des coûts de production dans un contexte industriel.

Archimex présente aux participants à la mission des exemples de projets qu'elle a soutenus, notamment la mise en place au Maroc d'unités d'extraction de basalmi, à partir de noyaux d'abricots, la mise en place en Grèce d'unités d'extraction de la réglisse et la mise en place au Kenya d'unités d'extraction de l'artémisia.





Les activités d'Archimex ont également permis de mettre en place ITEX, une industrie de façonnage de fluides supercritiques. Le travail de l'entreprise dans ce projet consistait à gérer un patrimoine de brevets qui ont été revendus par la suite à l'entreprise américaine 3M.

En ce qui regarde le volet « recherche interne », Archimex a accès à 700 bases de données en ligne et à un réseau important d'experts pour documenter les différents projets qui lui sont soumis pour étude. Pour le volet formation, Archimex reçoit environ 450 personnes par année, pour des formations dont la durée varie de quelques jours à quelques semaines.

Quant au volet « secteur public » d'Archimex, il consiste en un mandat précis qui est d'aider les entreprises à former des cadres pour qu'ils soient mieux en mesure d'agir dans le secteur de l'extraction et de la purification des extraits naturels.



3. Faits saillants des échanges

3.1 Conditions gagnantes

Les échanges avec les représentants d'Archimex ont eu trait à l'industrie pharmaceutique, cosmétique et alimentaire.

Selon l'expérience d'Archimex, l'approche gagnante dans la production d'extraits consiste d'abord à avoir une bonne information sur l'état de la science, les différentes techniques et la réglementation. En ce sens, M. Mompon croit que, dans un projet d'extraction, il faut toujours trouver le meilleur compromis entre la science, l'économie et la réglementation.

L'entreprise évalue qu'environ 80 % des projets d'extraction ne peuvent se rendre à terme et que cela est rarement dû à un problème lié à la science ou à la technologie mais plutôt à un problème réglementaire. Par exemple, lors d'un changement de matière première dans un projet, la réglementation applicable au nouveau produit peut faire en sorte d'augmenter substantiellement les coûts de ce projet.

3.2 Développement des marchés

Que les extraits soient destinés à l'industrie pharmaceutique ou à l'industrie alimentaire, les façons d'obtenir ces extraits ne sont pas très différentes. Cependant, le fait que la valeur ajoutée par l'industrie pharmaceutique est généralement très élevée (plus que la valeur ajoutée par l'industrie alimentaire) permet de soutenir davantage la recherche et développement dans le segment de marché pharmaceutique.

L'entreprise attire aussi l'attention sur le fait que le marché des extraits qui se démarque sur la base d'un produit avec le titrage le plus élevé semble révolu. Cette situation est due au fait que les effets d'une concentration élevée se sont souvent révélés être négatifs dans l'utilisation faite par le consommateur.

Par ailleurs, le marché qui est à maturité actuellement est celui de l'extraction par des solvants liquides en continu, sur la base des connaissances du génie chimique.

Les marchés demandent présentement des solutions de rechange à l'utilisation de solvants. En effet, les fabricants tentent actuellement de se distinguer par la formulation de produits de plus en plus sophistiqués. Il y a donc un bon nombre de produits utilisés sous des formes intermédiaires (comme ceux à l'étape galénique) qui sont mariés à l'aide de processus adaptés.

3.3 Procédés d'extraction

En ce qui concerne l'extraction au CO₂, la réglementation française serait tellement complexe actuellement que la plupart des entreprises doivent se restreindre à des produits déjà connus, puisque l'enregistrement de ces derniers est beaucoup plus facile. Il n'y aurait donc pas beaucoup d'innovation possible avec ce type d'extraction. De plus, l'extraction au CO₂ est très onéreuse. L'acquisition de ce procédé par une entreprise se fait souvent dans le but de bénéficier d'un coût d'entrée par cette acquisition, ce qui peut offrir une sécurité sur le plan commercial à l'entreprise, pour une période donnée. Cependant, pour que ce procédé soit rentable, l'entreprise doit disposer d'une quantité considérable de matières premières à transformer et avoir accès à des marchés importants.



Si l'entreprise peut remplir les conditions de rentabilité au regard de l'acquisition d'un procédé au CO², elle pourra bénéficier d'un avantage important si elle veut prendre de l'expansion. En effet, chaque fois que l'entreprise voudra multiplier par deux les quantités transformées, elle n'aura qu'à multiplier les investissements par racine de deux, soit par 1,4.

Comme il devient de plus en plus difficile d'obtenir un produit original uniquement sur la base de la matière première, c'est de plus en plus la recherche de la qualité des extraits à partir d'un nouveau procédé qui fera l'objet des nouveaux développements. Dans ce contexte, la qualité du produit devra être soutenue par la grande qualité du «process».

Pour illustrer l'innovation liée à la qualité du «process», M. Mompon explique que, par le passé, on procédait à la constitution d'une soupe avant de procéder à la distillation des huiles essentielles. Avec cette technique, plusieurs entreprises avaient du mal à circonscrire les protocoles pour arriver à une bonne reproductibilité du processus, notamment pour les produits destinés au marché de la parfumerie. L'innovation dans les procédés a permis que les entreprises commencent à travailler avec le procédé à microondes en continu, accompagné d'un vide pulsé par la suite. Avec ce procédé, l'obtention d'un produit est beaucoup plus rapide et plus facilement reproductible. On fait en effet référence ici à un nouveau processus d'une durée de quelques minutes au lieu de quelques heures avec le processus traditionnel.

Par ailleurs, le secteur des procédés d'extraction et de purification des extraits naturels doit prendre en compte actuellement l'arrivée de nouveaux solvants fluorés sur les marchés. Ces solvants ont des caractéristiques assez uniques. Ils sont incolores, inodores, ininflammables et possèdent un point d'ébullition à 60°C. On peut les utiliser en extraction mais également en formulation. Ces solvants ont la caractéristique appréciable de ne pas générer de toxicité : ils n'abîmeraient pas la couche d'ozone et, comme ils sont plus denses que l'eau, ils ne généreraient pas de toxicité aqueuse. La tension superficielle de ce type de produits, qui a pour conséquence une évaporation rapide, présente aussi un intérêt certain pour les entreprises.

Les produits obtenus à partir de ce nouveau procédé sont souvent vendus avec une mention «produits issus d'un procédé utilisant des hyperfréquences et du vide qui protège l'intégrité du produit», dans leur publicité.

Finalement, Archimex parle d'un autre procédé d'extraction, qui consiste à faire un cocktail enzymatique capable de détruire les membranes et ainsi d'extraire la substance désirée. Cette approche demande beaucoup de connaissances mais elle peut se révéler très efficace pour certains produits.

3.4 Certification biologique

Dans l'industrie française, les procédés reposant sur l'utilisation des membranes et la vapeur d'eau dans toutes ses formes, le CO², les microondes et les enzymes, sont tous acceptés en mode de production biologique. Les alcools biologiques sont également acceptés mais les alcools faits à partir de matières premières non biologiques ne le sont pas. Pour leur part, les nouveaux solvants (solvants fluorés) ne sont pas acceptés en mode de production biologique, car ils sont d'origine pétrolière.



4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier chaleureusement M. Mompon pour son accueil et sa générosité dans l'échange d'information. Ils considèrent que son approche pédagogique a permis un bon transfert d'information, ce qui est appréciable pour les participants du Québec, qui ne sont pas nécessairement des experts dans le domaine des procédés d'extraction et de purification des extraits naturels.



- Le choix de cette entreprise pour débiter la mission est considéré comme ayant été très judicieux puisque cette rencontre a permis aux participants de faire le tour de plusieurs technologies existantes et de leurs diverses utilisations.
- La rencontre est aussi considérée comme très pertinente en ce qui a trait à la compréhension des différents procédés d'extraction et à leur évolution au regard des marchés. Les participants sont aussi satisfaits d'avoir eu des renseignements concernant la complexité des démarches à faire dans ce secteur d'activité ainsi que des informations générales sur les investissements nécessaires à l'adoption de technologies.
- Archimex a mis en place une offre de formation pour laquelle l'industrie du Québec pourrait manifester de l'intérêt. Les participants proposent, dans un premier temps, de faire venir un formateur de l'entreprise au Québec pour permettre à quelques membres de la Filière d'explorer davantage les possibilités de collaboration.
- La Filière devrait aussi évaluer la possibilité de devenir membre d'Archimex, ce qui lui permettrait, pour un an, de bénéficier d'un coût privilégié pour avoir accès à l'offre de services offerte aux membres par l'entreprise. La Filière pourrait de cette façon continuer à développer des liens avec cette entreprise.
- Les participants estiment qu'on devrait faire une recherche plus poussée au Québec en ce qui concerne la compatibilité des procédés d'extraction au regard des exigences de la certification biologique québécoise. Ils sont également d'avis qu'Archimex représente une bonne source de référence sur les aspects techniques et les équipements de même que sur les possibilités de formation.

Entreprise 2 Promoplantes

I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Sarl Promoplantes

Le Vau Gallard 49750
Chanzeaux

Contact :

M. Laurent Martineau

Courriel :

promoplantes@wanadoo.fr

Téléphone :

011 33 2 41 78 32 30

Télécopieur :

011 33 2 41 78 47 11

I.2 Nature de l'entreprise

Promoplantes est une entreprise de production d'envergure qui conditionne ses plantes et qui agit également comme agent de mise en marché pour d'autres producteurs de la région. L'expertise de l'entreprise repose sur les observations et l'expérience de deux générations de producteurs de plantes médicinales, ce qui représente un savoir-faire considérable.



2. Historique et principales activités



2.1 Historique

Promoplantes est implantée dans la région de Chemillé où, il y a une quarantaine d'années déjà, plusieurs agriculteurs produisaient de 10 à 40 ha de plantes médicinales en diversification des activités de leur ferme. La camomille a été la plante phare du développement du secteur et elle est même encore aujourd'hui la plante emblème de cette région. Cependant, la situation dans la région a évolué de telle sorte que, tout comme au Québec, la plupart des entreprises agricoles font maintenant référence à une seule production spécialisée.

Dans le contexte d'antan, Promoplantes s'était donnée comme vision de développement de spécialiser la ferme familiale uniquement dans la production des plantes médicinales. L'entreprise est demeurée fidèle à son objectif de départ et, en 2007, elle se consacre maintenant entièrement à la production de plantes médicinales.



2.2 Principales activités

Promoplantes produit près de 70 ha de plantes médicinales, dont environ 30 ha sont produites sous régie biologique. Selon les années, l'entreprise cultive entre 60 et 70 espèces différentes de plantes.

L'entreprise fait également la première transformation sur place, c'est-à-dire le séchage, le broyage et la réduction en poudre. De plus, l'entreprise fait partie d'une coopérative de



producteurs et est engagée dans Phytolia, une filière de plantes de santé, de beauté et de bien-être du pays de la Loire, qui a pour mission de représenter l'ensemble des partenaires de la filière auprès des pouvoirs publics, des professionnels et des consommateurs.

En ce qui concerne les exigences de la production et de la transformation, de même que les exigences en matière de principes actifs, l'entreprise utilise directement les cahiers de charge des laboratoires, avec les caractéristiques et les critères de la pharmacopée française.



2.3 Marchés

Promoplantes approvisionne quatre marchés différents, soit le marché des produits pharmaceutiques, celui des produits d'herboristerie, celui de la cosmétique et celui des compléments alimentaires. L'entreprise produit dans les créneaux de la plante séchée et de la plante fraîche.

La production de plantes fraîches de l'entreprise est évaluée à plus de 50 tonnes et elle est destinée en majeure partie au marché très spécialisé de l'homéopathie.

En ce qui a trait à la mise en marché, Promoplantes assure actuellement la mise en marché de ses produits, des produits de son réseau de producteurs, ainsi que des plantes de cueillette sauvage. Par le passé, c'est un courtier qui assurait la vente des plantes mais l'entreprise a développé, avec les années, un réseau très diversifié de clients acheteurs, ce qui lui permet de faire maintenant sa propre mise en marché. Le dirigeant de l'entreprise est d'ailleurs en discussion avec d'autres partenaires et courtiers dans le but d'améliorer encore ses possibilités de mise en marché.

2.4 Réseau d'approvisionnement

Promoplantes travaille aussi avec un réseau d'environ huit producteurs, qui produisent plus de 10 ha de plantes pour l'entreprise. Depuis plusieurs années déjà, les producteurs de plantes médicinales de la région ne veulent plus s'engager dans la production sans avoir la garantie de vendre leur récolte. Le positionnement de Promoplantes, qui transige une grande diversité de plantes, permet à l'entreprise d'assumer ce risque pour les producteurs.

L'entreprise s'approvisionne également par des plantes issues de la cueillette en milieu naturel, grâce à la contribution d'un réseau de cueilleurs régionaux.

2.5 Recherche

Sur le plan de la recherche, Promoplantes travaille de pair avec l'ITEIPMAI, un institut de recherche sur les plantes aromatiques et médicinales, pour la mise au point de nouvelles cultures, l'analyse des récoltes et l'analyse des conditions de croissance. L'entreprise accumule des données et des observations sur la culture et la récolte de façon continue. Pour les

nouvelles cultures, elle fait des essais de variétés différentes, à la fois pour augmenter la qualité des produits et pour isoler les variétés les plus stables.

Les exigences du marché de l'homéopathie demandent à Promoplantes une recherche permanente de nouvelles espèces. C'est ainsi que, chaque année, l'entreprise doit faire des travaux de recherche sur une douzaine de nouvelles espèces. À cette fin, l'entreprise fait, chaque année, des travaux sur des parcelles d'expérimentation de 1,2 m².

3. Faits saillants des échanges

Les échanges avec Promoplantes font ressortir le fait que la filière des plantes fraîches demande le respect intégral d'une chaîne de froid. La plante récoltée est expédiée la journée même par camion réfrigéré. Elle est généralement congelée en entrepôt réfrigéré afin d'approvisionner les laboratoires, qui sont souvent obligés de transformer les plantes en hiver.

En ce qui concerne le marché de l'homéopathie, qui est un marché très spécialisé, il est accessible seulement à quelques entreprises en France, comme Promoplantes. Il s'agit en effet d'un marché très exigeant pour les entreprises, en ce qu'il demande des espèces de plantes bien définies et qu'il faut maintenir une activité de recherche constante dans l'entreprise.



Sur le plan du séchage, Promoplantes utilise actuellement un séchoir à air chaud pulsé. Cependant, dans ses nouvelles installations, les séchoirs seront fermés (séchoirs caisson) avec une récupération d'énergie. L'entreprise adoptera donc le principe du séchoir à tabac avec recirculation d'air.

Pour établir la méthode de séchage d'un nouveau lot de plantes ou d'une nouvelle plante, l'entreprise se base avant tout sur son expertise



en la matière et ajuste son processus à partir d'un échantillon du produit visé. Comme le produit séché reprend toujours un peu d'humidité, l'entreprise le repasse systématiquement dans le séchoir avant de l'expédier. Une fois que le produit est sec et conditionné en sac, il est alors possible de le retravailler en fonction de la demande finale. La deuxième transformation est beaucoup plus facile à faire à partir de la matière sèche. Par ailleurs, en ce qui concerne la conception du séchoir, il est important que la grosseur des grilles tienne compte de la réduction parfois spectaculaire du produit au séchage afin d'éviter des pertes importantes.

Pour le désherbage, il semble que la clef du succès réside dans le fait d'intervenir juste à temps et au bon stade de levée, ce qui pose un défi continu à une entreprise de production de plantes. C'est d'autant plus important que l'entreprise doit faire face au retrait de plusieurs produits dans le contrôle des adventices.

Promoplantes, qui a mis en place dernièrement une nouvelle usine, fait remarquer qu'un tel aménagement doit bien prendre en compte les problématiques de contamination qui résultent des poussières, notamment de celles générées par la coupe et le broyage des plantes.



Le contrôle des insectes dans l'entrepôt présente aussi un défi important pour l'entreprise, surtout pour les racines, car les portes extérieures sont fréquemment ouvertes en saison de production.

En ce qui concerne la mécanisation, malgré une concentration d'entreprises de production,

l'industrie n'est pas intéressée à développer des équipements pour ce secteur d'activité, car elle considère qu'il est trop petit pour soutenir une activité rentable pour eux.

Sur le plan de la certification, il semble qu'il y ait des complications administratives pour certains produits qui doivent répondre aux normes de la pharmacopée française. Cette situation fait en sorte que les entreprises françaises doivent parfois avoir recours à des dérogations.



L'organisation régionale pour ce secteur est importante et permet de soutenir efficacement le partage d'expertise et d'équipements, ainsi que les analyses de laboratoire. La localisation de l'entreprise présente également un avantage certain car plusieurs entreprises qui travaillent dans le secteur des plantes médicinales sont situées à proximité l'une de l'autre.

M. Jacques Gagnon, premier conseiller aux affaires économiques à la délégation générale du Québec à Paris a participé à cette rencontre et a offert les services de délégation pour faciliter de nouvelles rencontres entre des industriels de la France et du Québec. La présence de M. Gagnon a été fort appréciée.

4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier M. Martineau. Il s'agit d'une rencontre exceptionnelle avec le dirigeant de Promoplantes, qui a fait preuve d'une grande ouverture pour répondre aux questions des participants et pour envisager des collaborations éventuelles avec le Québec.
- Cette entreprise est avant tout un beau modèle d'entreprise qui pourrait inspirer des avenues de développement pour le Québec.
- Les facteurs clefs de la réussite de cette entreprise sont une très bonne connaissance des plantes et de leur production, une bonne lecture du marché, une diversification de production et un volume qui leur permet d'absorber les fluctuations du marché.
- La façon de développer la mécanisation dans l'entreprise est des plus intéressantes car elle se base sur des observations « terrain », ce qui assure une adaptation efficace des équipements et des investissements très justifiés.
- La Filière des plantes médicinales du Québec pourrait sûrement évaluer des possibilités d'échanges de stagiaires entre Promoplantes et certaines entreprises québécoises.
- Promoplantes est un exemple d'entreprise qui a su non seulement faire face aux contraintes de cultures de plantes médicinales mais également répondre efficacement au défi posé par la première transformation des plantes en fonction des différents marchés.
- Promoplantes a aussi développé de bons liens d'affaires avec les producteurs de la région, et cette façon de faire donne une piste de réflexion intéressante pour soutenir le développement d'un modèle d'affaires au Québec.
- Il faudrait évaluer les possibilités de collaborations dans la vente de produits français au Québec par l'intermédiaire de cette entreprise et dans la vente en Europe de plantes du Québec.
- M. Martineau est une personne de marque que la Filière aurait avantage à inviter lors d'un prochain colloque annuel du secteur des plantes médicinales. De plus, une collaboration avec l'entreprise Promoplantes est assurément à maintenir et à développer.



Entreprise 3 Anjou Plantes



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Anjou Plantes

Les Frèches, 49120
Saint-Lézin

Contact :

M. Bernard Poinel

Courriel :

bernard.poinel@wanadoo.fr

Téléphone :

011 2 41 64 30 97

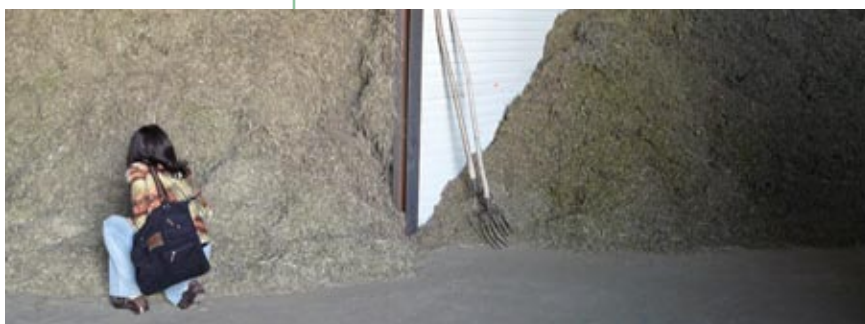
I.2 Nature de l'entreprise

Anjou Plantes est une coopérative de production de plantes médicinales qui assure également des services de séchage et de broyage pour des gros volumes de plantes.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique

La mise en place de la Coopérative Anjou Plantes repose sur l'achat par des producteurs, en 2005, des activités d'une société à laquelle ils vendaient des plantes par le passé. Cette société intégrait des producteurs qui n'avaient pas à effectuer la récolte des plantes, puisque la société prenait la charge du produit dès la récolte et qu'elle s'occupait de toutes les activités par la suite. La société possédait aussi une distillerie dont elle gérait les activités.



À la suite de difficultés financières de l'entreprise, neuf producteurs se sont regroupés, en 2005, pour en faire l'acquisition. La coopérative de producteurs a obtenu en location-achat sur 15 ans : 2000 m² de bâtiments, 1000 m² d'entreposage et environ 1000 m² pour le séchage et le conditionnement des plantes, ainsi qu'un certain nombre d'équipements de récolte et un camion pour les livraisons. Au moment de la mission, la Coopérative venait de compléter sa deuxième année d'exercice.

De 2005 à 2007, le nombre de producteurs membres a augmenté, passant de neuf à quinze producteurs. L'entreprise continue de faire des démarches de recrutement auprès d'autres candidats, de jeunes producteurs mais aussi de personnes qui ont exercé d'autres métiers et qui ont maintenant le désir de faire de la production agricole.

2.2 Principales activités

La Coopérative Anjou Plantes est donc maintenant composée de quinze producteurs de plantes aromatiques et médicinales et cinq d'entre eux produisent sous régie biologique. L'entreprise doit, par conséquent, assumer la ségrégation des stocks. Le plan de transformation est également certifié biologique. Toutes les entreprises qui font partie de la coopérative sont localisées dans un rayon de 20 km des installations de transformation.

La Coopérative totalise maintenant 150 ha en culture, qui sont dédiés aux plantes médicinales. Les entreprises membres produisent près de trente-cinq variétés de plantes, et il s'agit surtout de plantes séchées pour la vente en vrac.

Parmi les trente-cinq variétés de plantes produites par la coopérative, les cinq plantes suivantes sont produites en grand volume : le mélilot officinal, la chrysanthemum, la mélisse, la camomille et la petite absinthe.

L'entreprise fait aussi de la prestation de services pour des clients. En effet, la Coop fait le séchage des drèches de légumes dont on a préalablement extrait les jus pour d'autres utilisations. Ce séchage est fait dans le but d'obtenir des poudres pour l'alimentation des animaux domestiques.



Les producteurs de la coop peuvent compter sur des fabricants d'extraits locaux dans un rayon de 300 km. Les membres préfèrent développer la synergie entre les entreprises régionales, au lieu de s'orienter dans la vente de produits bruts dans d'autres pays. Les producteurs étudient les différentes possibilités de collaborations entre entreprises afin de maximiser les revenus.

La coopérative fait faire ses extractions et ses poudres à l'extérieur et une petite distillerie régionale assure la production de leurs huiles essentielles. L'entreprise fait également partie d'une Coopérative d'utilisation de machineries agricoles (CUMA) dédiée spécifiquement aux plantes médicinales.

2.3 Fonctionnement de la coopérative

Pour devenir membre de la Coopérative, un producteur doit d'abord remplir des exigences financières en faisant l'achat de parts sociales pour l'équivalent de 500 euros par ha en production. Ce capital de base lui sera remboursé à l'intérieur d'une période de trois ans.

Un producteur membre doit également déboursier 1000 euros par hectare cultivé chez lui, afin de soutenir le fonctionnement de la coopérative. Étant donné qu'il y a peu de fonds pour l'embauche de personnel salarié, la coopérative s'attend aussi à ce que les producteurs membres participent activement à la vie coopérative. Pour l'instant, les membres s'acquittent bénévolement de toutes les tâches administratives et commerciales mais reconnaissent qu'ils auront besoin, sous peu, d'avoir recours à des services professionnels à l'extérieur de l'entreprise.

En retour, la Coopérative soutient ses membres en prenant en charge l'achat des semences, puisque certaines d'entre elles coûtent très cher. Il s'agit là d'une première péréquation qui évite aux producteurs d'engager trop d'argent au démarrage d'une production.

L'entreprise fournit également les machines de récolte et elle s'occupe du séchage et de la mise en marché des produits. En fin d'année, les comptes sont faits et il y a une ristourne des compléments. En 2007, cette ristourne équivalait à 4,5% du chiffre d'affaires de la Coop.

Pour assurer un bon fonctionnement de la Coop sur le plan de la gestion financière, les membres

doivent s'assurer d'avoir accès à un financement qui correspond au moins aux ventes de la récolte d'une année.

En 2007, la Coop pouvait compter sur deux salariés sur une base permanente. Pendant la période de pointe, soit de mai à septembre, l'entreprise a toutefois eu recours à quatre salariés. Les membres de la coopérative ont effectué le reste du travail.

2.4 Organisation de la mise en marché

Le choix des plantes à produire est fait par la coopérative. L'entreprise reçoit les appels des acheteurs et organise sa production en conséquence.

Afin de bien orienter la mise en marché, les membres se réunissent tous les quinze jours pour faire le point et choisir les productions de plantes, en fonction des terres disponibles et en tenant compte de la volonté et du goût de chaque membre.

La Coop poursuit l'objectif d'obtenir 33% du prix du produit brut sur le marché. Pour l'instant, elle n'obtient cependant que 25 à 30% de ce prix cible.

Deux membres de la Coop sont responsables de la mise en marché. Ils peuvent faire appel aussi à deux courtiers qui sont payés à la commission, selon le chiffre d'affaires généré par les ventes. Les membres connaissent les courtiers et ces derniers connaissent également bien les produits de la Coop. D'ailleurs, la Coop a déjà récupéré plusieurs clients de l'ancienne entreprise.

Les principaux marchés de l'entreprise sont l'herboristerie et le marché de la fabrication d'extraits, de même que le marché des huiles essentielles pour la cosmétique.

Le principal problème que connaît l'entreprise sur le plan financier est lié au fait qu'il y a parfois un délai, qui peut aller jusqu'à deux ans, pour écouler un stock pas assez concentré en principes actifs ou ne répondant pas tout à fait aux conditions du marché.

L'entreprise a comme priorité d'embaucher une personne d'expérience dans le domaine de la mise en marché, qui pourrait assurer la commercialisation des produits.



3. Faits saillants des échanges

Les échanges font ressortir que les difficultés de maîtrise technique au champ sont d'ordre occasionnel. Le nettoyage des produits, que ce soit pour les produits biologiques ou les produits conventionnels, demeure encore le plus grand défi posé à la Coopérative.

En ce qui concerne la mise en marché, la plus grande vigilance s'impose pour assurer la qualité et la crédibilité des produits. En effet, si un client trouve, dans un produit, certaines molécules d'un désherbant qu'il ne désire pas, le produit peut être déclassé par le fait même.

Les clients les plus importants veulent de plus en plus connaître les produits et intrants utilisés et même, dans certains cas, la localisation des parcelles. Ces exigences du marché représentent des contraintes additionnelles pour les producteurs.

Le fait de pouvoir compter sur une base d'équipements disponibles localement dans une CUMA améliore grandement les chances de viabilité d'une entreprise dans le secteur des plantes médicinales. Par ailleurs, la viabilité d'une CUMA demande aussi une certaine concentration de producteurs.

La Coop juge qu'il est très difficile d'avoir accès à des personnes compétentes sur le plan de la mise en marché. En effet, peu de ressources humaines dans ce domaine pourraient allier l'intérêt et la connaissance des plantes avec une expertise en mise en marché et avoir le goût de s'investir pleinement dans ce travail.

Les motivations qui font en sorte que les producteurs adhèrent à la coopérative sont les suivantes : une plus grande maîtrise de l'orientation des entreprises, une plus grande autonomie, une plus grande compréhension des besoins des différents marchés et une prise de conscience de l'importance de la qualité du produit.

La région de Chemillé offre une caractéristique importante qui favorise l'implantation de nouveaux agriculteurs. Elle donne en effet la priorité aux nouveaux agriculteurs qui désirent s'installer sur des terres par rapport aux producteurs existants qui désirent prendre de l'expansion.

4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier M. Poinel, qui a été très généreux de son temps malgré ses nombreuses occupations. Les participants veulent également souligner le courage et la détermination du groupe de producteurs de la Coopérative.
- L'expérience de cette entreprise démontre le principe coopératif appliqué au séchage, à l'entreposage et à la mise en marché des plantes, ce qui pourrait sûrement inspirer des regroupements de producteurs au Québec.
- La gestion de la production en coopérative offre l'avantage d'une attribution des cultures, en fonction des sols et des aptitudes des producteurs. Cette façon de fonctionner permet également un contrôle des semences et des plants utilisés, de même qu'un partage des équipements de récolte et une utilisation optimale des habiletés des membres.
- Ce modèle ne peut cependant être applicable qu'à des producteurs demeurant à proximité des lieux, à moins que la Coop prenne éventuellement la décision d'augmenter la valeur ajoutée des plantes et d'obtenir une marge de manœuvre financière plus substantielle pour soutenir son développement.



Entreprise 4 Nat'inov



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Nat'inov

www.nat-inov.com

13, rue Belle Vue
49120 Saint Lezin (près de Nantes)

Contacts :

Mme Hélène Hachet
M. Gabriel Grellier

Courriel :

contact@nat-inov.com

Téléphone :

33 (0)2 41 64 21 81

I.2 Nature de l'entreprise

Nat'inov France a été fondée en 2001. L'entreprise développe et fabrique des extraits végétaux sur mesure, à partir des spécifications des clients.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique

Plusieurs entreprises d'extraction existaient déjà en France lors de la fondation de Nat'inov, en 2001. L'entreprise a donc pris naissance avec un besoin de déterminer les aspects sur lesquels elle pourrait se démarquer des entreprises concurrentes. Elle a choisi, dans sa vision d'entreprise, de se différencier en produisant des extraits biologiques personnalisés pour les fabricants.

Les débuts de l'entreprise ont été plutôt difficiles car, dans la période de 2001 à 2003, la demande pour des extraits biologiques n'était pas encore assez substantielle pour créer une nouvelle demande en produits et services. Heureusement, en 2003, l'arrivée des cahiers de charges dans différents secteurs de fabrication a eu un effet déclencheur positif. Le marché cosmétique s'est alors mis à la recherche de produits biologiques et, par la suite, le marché de la diététique a emboîté le pas.

Ce contexte a favorisé le développement de Nat'inov, qui gère, en 2007, une importante croissance. L'entreprise a encore une forte identité biologique mais elle a étendu ses activités à d'autres secteurs. La proportion de ses activités en produits biologiques est maintenant de 50% et elle est toujours en croissance.

L'entreprise possède deux sites de production et un laboratoire de recherche et développement. Nat'inov a aussi comme projet de construire une nouvelle unité et de s'y installer à la fin de l'année 2008.

2.2 Maillage d'affaires

Nat'inov est membre de l'ITEIPMAI, qui a aussi été visité par les membres de la mission et qui fera l'objet d'une présentation dans ce document. L'entreprise fait également partie de Végépolys, un pôle d'excellence qui regroupe huit filières du secteur végétal spécialisé : horticulture et maraîchage, arboriculture, semences, viticulture, plantes médicinales et aromatiques, champignons, cidriculture et tabac. Le pôle regroupe les entreprises qui travaillent dans le secteur végétal, les syndicats et organismes de développement, de même que les chambres consulaires. Il a pour objectif de devenir une référence mondiale de l'innovation dans le végétal.

2.3 Produits et services

Nat'inov travaille prioritairement sur des formes de produits tels les concentrés (extraits fluides) et sur des formes plus concentrées, jusqu'à l'extrait. L'entreprise se situe comme partenaire de projets des utilisateurs d'ingrédients.

Nat'inov fait des préparations d'extraits végétaux sur mesure, qu'il s'agisse d'extraits conventionnels ou biologiques, titrés en principes actifs. L'entreprise offre aussi à ses clients un service de conseils réglementaires. Pour le moment, elle ne vend pas encore de technologies.

La plupart du temps, les clients que Nat'inov accompagne ne lui fournissent pas la matière première. Il arrive même parfois que les clients aient seulement une idée d'extraction à proposer, sans aucune correspondance avec les plantes qui pourraient servir au projet.

2.4 Parts de marchés de l'entreprise

Les parts de marché de Nat'inov sont évaluées actuellement de la façon suivante : 30 à 40% dans les compléments alimentaires et diététiques, 20% dans le marché de la cosmétique, 20% dans le marché pharmaceutique et le résiduel dans l'alimentation animale, notamment dans le marché des produits en substitution des antibiotiques traditionnels. En 2007, le chiffre d'affaires de l'entreprise était évalué à plus de 2,5 millions d'euros.

2.5 Main d'œuvre et équipements

Nat'inov compte plus d'une vingtaine d'employés en 2007, alors qu'elle en comptait seulement huit en 2001. La répartition du personnel se fait ainsi : sept personnes travaillent en production, une personne est attitrée au laboratoire, deux personnes font du développement et plusieurs autres travaillent dans les conseils réglementaires et autres services. En ce qui concerne la gestion de l'entreprise, Nat'inov a fait appel à un programme afin de dynamiser davantage l'entreprise et faciliter le recrutement du personnel.

L'entreprise est équipée pour le broyage, la préparation des végétaux, de même que pour l'extraction classique, de la phase solide à la phase liquide.



2.6 Procédés d'extraction

Nat'inov ne fabrique pas des huiles essentielles mais uniquement des eaux florales. L'entreprise travaille avec un rapport plante-extrait qui lui permet d'obtenir des caractéristiques olfactives désirées par certains clients.

Nat'inov a aussi développé une technologie d'émulsion d'huile essentielle uniquement dans l'eau, sans adjuvant, et elle possède un brevet concernant ce procédé. Plus spécifiquement, ce procédé d'émulsion d'huile essentielle et d'eau lui permet d'atteindre des concentrations de 0,5% au lieu de 0,02%, dans un hydrolat naturel. Ce système présente l'avantage de faire un produit beaucoup plus concentré, sans problème de contamination bactériologique. L'intérêt de ce projet est d'arriver à obtenir de l'huile essentielle sans émulsifiant, reconnu comme produit biologique.

En ce qui concerne le séchage des extraits, l'entreprise mise sur une autre technologie, soit celle du séchage sous vide à basse température (entre 50 et 62°C). La comparaison de ce système avec d'autres procédés a été faite et il en ressort qu'il offre une meilleure conservation des principes actifs. Le fait de tout sécher sous vide sans support peut mener à un extrait natif pur à 100%.

Nat'inov a également développé de nouvelles techniques pour les extraits biologiques, dont la technique de l'extraction à l'eau subcritique, pour laquelle l'entreprise a aussi déposé un brevet. C'est une initiative qui provient directement de l'entreprise. L'objectif de départ était d'éviter tout autre solvant que l'eau, pour répondre aux besoins du secteur biologique. Ce procédé permet d'obtenir des équivalences d'extraction comparables à l'usage d'une solution alcoolique. Il y a déjà des clients intéressés par ce procédé et l'entreprise a déjà fait des essais, avec de petits échantillons d'extraits, qui se sont révélés concluants.

Nat'inov fait également des extraits de bourgeons biologiques de cassis, qui sont récoltés par des ramasseurs en Auvergne. Il existe une pharmacopée pour ce type d'extraction et l'entreprise a développé une technique qui fait en sorte que l'extrait est plus riche que lorsqu'il est fait par les procédés d'extraction traditionnelle.

L'entreprise maîtrise à la fois la stérilisation à froid par filtration sur membrane et la stérilisation à chaud.

3. Faits saillants des échanges

Dans le domaine des extraits, le vocabulaire évolue rapidement et il semble qu'on utiliserait de moins en moins l'expression plantes médicinales. Dans le secteur pharmaceutique, l'expression plante médicinale est encore utilisée mais en complément alimentaire et en cosmétique, on parle plutôt de plantes de santé, de bien-être, voire de compléments alimentaires. Pour ce type de produits, la recherche des actifs se fait de plus en plus souvent sur des fruits et des légumes, ce qui n'était pas le cas auparavant.

Dans ce contexte, l'ouverture à l'utilisation d'extraits de fruits et d'autres produits génère de grandes possibilités d'innovation à exploiter.

Nat'inov est d'avis qu'un des plus grand défis dans la fabrication biologique est la conservation des produits par un mode de stérilisation acceptable en certification biologique.

Par ailleurs, il semble que le marché des «prémixes» pour l'alimentation animale est très régi en Europe et donc très difficile à aborder.



Une nouveauté en France : sur les spécifications des extraits, il y a de plus en plus de produits qui font mention d'un titrage d'actifs. Même les gens de la diététique demandent maintenant que le titrage d'actifs soit indiqué sur les produits.

Il ressort aussi des échanges que le marché pharmaceutique français s'intéresse encore peu aux extraits biologiques.



4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier Mme Hélène Hachet et M. Gabriel Grellier, pour le partage d'information. Nat'inov se révèle un modèle d'entreprise intéressant, qui a su se différencier dans un marché saturé et mettre à la disposition de l'industrie des procédés innovants, adaptés aux besoins des différents marchés.
- Par ailleurs, la complémentarité entre les profils de Mme Hachet et de M. Grellier (recherche et production) donne des résultats plus que significatifs sur le plan de l'innovation. Leur alliance démontre l'efficacité d'une jonction entre des connaissances en production et des connaissances en recherche orientées sur une recherche constante de différenciation.
- L'expertise de Nat'inov dans la fabrication d'extraits biologiques est assez exceptionnelle.
- La flexibilité de l'entreprise dans ses opérations et son ouverture à évaluer tout type de demande lui permet de stimuler l'innovation dans l'entreprise.
- L'évolution du procédé d'extraction par eau subcritique devrait faire l'objet d'un suivi de la part de la Filière des plantes médicinales biologiques du Québec, étant donné son intérêt pour le développement de nouveaux produits biologiques.
- En encourageant grandement l'innovation, un modèle d'entreprise comme Nat'inov peut permettre de devancer la concurrence, en prévoyant les besoins futurs des clients.



Entreprise 5 Laboratoire Alvend

I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Laboratoire Alvend

www.alvend.fr

2A Des Donets jaunes,
49360 Somloire

Contact :

M. Samuel Gaborit

Courriel :

labo.alvend@wanadoo.fr

Téléphone :

33 (0)2 41 55 66 75

I.2 Nature de l'entreprise

Le Laboratoire Alvend est une entreprise familiale spécialisée dans la fabrication des produits cosmétiques et de nettoyage, sur des bases végétales renouvelables et des actifs végétaux issus de l'agriculture biologique.



2. Historique et principales activités

2.1 Historique de l'entreprise

Le Laboratoire Alvend est actuellement constitué de trois sociétés : Fleurs des Mauges, Laboratoire Alvend et Comptoir des Lys. La société Fleur des Mauges est à la base du développement des deux autres entreprises. Depuis 25 ans, Fleurs des Mauges fait la vente à domicile d'une gamme de produits, sous le nom de la compagnie. Dans un premier temps, cette entreprise contractait la fabrication de ces produits. Puis, le Laboratoire Alvend a été fondé pour assurer la fabrication des produits pour la vente à domicile et il a, par la suite, fabriqué une gamme de produits pour la vente en magasin. Cette nouvelle orientation a donné lieu à son tour à la constitution d'une troisième entreprise, qui porte le nom de Comptoir des Lys.

2.2 Principales activités

En 2007, la Société Fleurs des Mauges a un chiffre d'affaires d'environ 1,5 million d'euros et compte une dizaine d'employés et plus de 150 à 160 représentantes qui s'occupent de la vente à domicile.



Le Laboratoire Alvend, pour sa part, embauche 25 personnes et génère un chiffre d'affaires d'environ 3 millions d'euros. Le Laboratoire Alvend a la capacité de formuler ses produits car il peut compter sur un chimiste et sur une personne responsable du contrôle de la qualité. Un contrôle de qualité méthodique et une traçabilité de tous les ingrédients, de même qu'une maîtrise de tous les niveaux de réglementation, sont à la base du développement de l'entreprise. Le Laboratoire Alvend utilise beaucoup d'huiles essentielles et d'hydrolats biologiques et est toujours à la recherche de nouveaux produits tensioactifs.

Le Comptoir de Lys, qui s'occupe de la distribution des produits dans les magasins spécialisés, a un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros et embauche près de 15 personnes. Cette entreprise affiche une croissance des ventes de près de 35% par année.

2.3 Éthique de production

Le Laboratoire Alvend exige des approvisionnements avec un certificat qui confirme que la matière première est exempte d'OGM et qu'elle n'a pas été testée sur les animaux.

Dans les années 2000, le secteur était confronté à un grand nombre d'entreprises qui disaient faire de la cosmétique *naturelle*. Le secteur s'est donc retrouvé dans l'obligation de définir ce qu'était une *cosmétique naturelle*. Deux ans après le début des travaux, l'industrie, de concert avec l'entreprise de certification Écocert, produisait un cahier des charges pour le secteur des cosmétiques biologiques.

Les résultats de cette action sont significatifs puisqu'en 2007, on comptait en France plus de

5000 produits cosmétiques certifiés pour environ 140 entreprises participantes. Ce cahier des charges est également utilisé en Italie et en Angleterre. Les grands noms de la cosmétique n'ont pas tous adhéré à la certification mais tous s'assurent maintenant que, dans leurs procédés, il n'y ait pas de polluants. Ils manifestent maintenant un meilleur respect du produit à l'origine.

L'arrivée du cahier des charges a donc contribué à redynamiser le secteur de la production cosmétique et à redistribuer les cartes sur le plan commercial, tout en assurant une meilleure transparence sur la composition des produits



auprès des consommateurs. Le cahier des charges stipule que les matières premières d'origine agricole doivent être biologiques à 95% et qu'on doit retrouver au moins 10% d'ingrédients biologiques dans le produit final.

En choisissant de se donner des règles aussi rapidement, l'industrie a évité de se faire imposer les vues de l'administration publique. Elle a choisi de répéter l'expérience en établissant dernièrement un autre cahier de charges, toujours avec Ecocert, destiné cette fois au secteur de la détergence.

Alvend a son éthique personnelle, qui lui fait choisir d'utiliser des ingrédients locaux, sauf dans de rares exceptions. Dans ses opérations, l'entreprise utilise des sacs en maïs biodégradables et d'origine végétale.

L'avenir de ce secteur d'activité reposera en grande partie sur l'utilisation d'ingrédients provenant de rejets végétaux. Par exemple, l'entreprise peut utiliser des résidus de la distillation ou encore des polyphénols provenant des résidus de la vigne, qui présentent encore beaucoup de possibilités d'innovation.

2.4 Particularités des produits

Les produits du Laboratoire Alvend présentent une caractéristique importante : leurs fonctions nettoyantes sont optimisées par l'utilisation de produits tensioactifs moussants d'origine végétale.

En ce qui concerne l'entretien ménager, l'entreprise a opté pour le rapport qualité-prix de leurs produits nettoyants. Ce qui distingue leurs produits de ceux de la grande distribution, c'est qu'ils comprennent un pourcentage de 30% de matière active, comparativement à 8% pour les autres.

Il existe trois familles de tensioactifs : ceux des années 80 qui sont d'origine synthétique, ceux des années 90 qui sont des dérivés de produits d'origine agricole, comme la paille et le son, et les plus récents qui sont dans la catégorie des savons et des huiles.

L'entreprise a pu combiner ses produits tensioactifs avec des huiles essentielles, afin de leur donner des propriétés désodorisantes, désinfectantes, parfumantes et même solvantes. Elle a ainsi pu offrir des produits différents de ceux qui étaient déjà disponibles en magasin.

Du côté de la gestion des produits, une traçabilité est assurée par numéro de lot, par matière première et par produit fini. L'entreprise a terminé récemment des travaux de près de deux ans sur un logiciel qui va lui permettre d'assurer une gestion intégrée de l'ensemble de ses produits.



2.5 Mise en marché

Le Laboratoire Alvend a mis en place son propre réseau de distribution, essentiellement pour répondre à une préoccupation éthique. En effet, l'entreprise déplorait le fait que les magasins traditionnels ne transmettaient pas correctement les valeurs de l'entreprise aux consommateurs. Or, comme les produits de l'entreprise présentent un rapport dosage/efficacité qui justifie le coût plus élevé des produits, il est important de bien informer le consommateur sur la dose à utiliser.

En ce qui concerne la mise en marché des cosmétiques, l'entreprise peut compter sur un réseau de distribution qui comprend les pharmacies, la vente à domicile et les magasins de produits naturels.

L'entreprise a un positionnement assez important en France concernant l'achat de matières premières. Elle doit cependant faire face à une compétition grandissante pour des matières premières reconnues, comme celles dérivées du concombre ou de l'aloès, qui peuvent être validées par un système de certification.

Le Laboratoire Alvend a commencé à faire des approches commerciales sur le marché américain. L'entreprise a réalisé que les Américains avaient encore peu d'intérêt pour le « packaging » français et qu'il leur faudrait revoir complètement cet aspect pour augmenter la pénétration des marchés. Ces démarches leur ont fait également constater que, pour leur entreprise, les États-Unis avaient la réglementation la plus sévère à satisfaire.



2.6 Contrôle de qualité

Au regard du contrôle de la qualité des produits, l'entreprise a mis en place ce qu'elle nomme une échantillothèque de sa production. Les différents produits subissent un nouveau contrôle après 3 à 6 mois de leur cycle de vie. L'entreprise doit également garder un échantillon de chaque lot de produits pour une durée de trois ans, afin de pouvoir en tester notamment l'odeur et la microbiologie.

En ce qui regarde le rappel de produits, l'entreprise a mis en place une procédure qui permet de gérer les retraits dès l'arrivée du produit en magasin.



L'évaluation de la durée de vie des produits se base sur les expériences passées. Par ailleurs, la réglementation française stipule que, si un produit a plus de trois ans d'existence, l'entreprise doit écrire une date de péremption après ouverture. Dans le cas où un produit a une durée de conservation de moins de 30 mois, l'entreprise n'est pas obligée d'inscrire une date de péremption.

2.7 Concurrence

Sur le plan de la concurrence, l'entreprise l'Oréal s'est lancée récemment dans les produits naturels nettoyants avec extraits de plantes, en rachetant Sanoflore, et peut ainsi devenir un concurrent important. L'expertise en formulation et le maillage en filière, ainsi que l'éthique de production de Laboratoire Alvend, devraient toutefois constituer des atouts pour l'entreprise et faire en sorte qu'il y ait des parts de marché pour chaque entreprise dans les créneaux visés.

3. Faits saillants des échanges

En France, la mission du Laboratoire Alvend s'inscrit dans la filière des plantes de santé et bien être.

Les échanges font ressortir deux défis majeurs à relever pour le marché des cosmétiques : la durabilité des parfums et la constance des odeurs ainsi que la conservation des produits. Également dans le secteur des cosmétiques, la qualité des plantes est déterminante dans la fabrication du produit fini.

En France, pour assurer la reconnaissance publique d'un nouveau cahier des charges, celui-ci doit être déposé au ministère de l'industrie et à deux organismes de certification indépendants.

L'entreprise fait valoir que la présence d'intermédiaires présente souvent de nombreux problèmes dans un système de traçabilité.

Actuellement, le secteur de la détergence naturelle présente de nombreuses opportunités en matière de recherche et d'innovation en France. La chimie dite *verte* sera désormais à la base du développement de nouvelles technologies et des nouvelles recherches.

L'innovation doit se baser non seulement sur les tests et la réglementation mais également sur l'expérience de l'entreprise. En effet, l'entreprise est à même d'identifier certaines plantes dont elle connaît déjà les vertus et qui pourraient faire l'objet de recherche et développement pour qu'elle soit en mesure de les intégrer dans de nouvelles formulations.

En ce qui a trait aux allégations en France, elles doivent toutes être vérifiées. En cosmétique, certaines allégations, comme, par exemple, *hydratant anti-rides*, doivent faire l'objet de tests normalisés de la part de laboratoires spécialisés afin de les confirmer.

Pour répondre à la problématique des phosphates dans les savons à vaisselle, l'entreprise a déjà développé des solutions alternatives sur la base de sucre.



4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier M. Samuel Gaborit pour sa grande disponibilité, le transfert d'information et la visite commentée de son entreprise.
- Il s'agit d'une entreprise familiale qui a une gamme impressionnante de produits et qui met en pratique sa philosophie du biologique dans toute la chaîne, du bâtiment aux procédés et aux produits, jusqu'au recyclage des déchets.
- C'est un magnifique modèle d'entreprise écologiquement responsable, à partir d'une vision claire et d'une mission vraiment bien intégrée par tous.
- Le contrôle de qualité méthodique, la traçabilité de tous les ingrédients et une maîtrise de tous les niveaux de réglementation sont à la base de la réussite de l'entreprise.
- Les participants s'entendent sur le fait qu'il s'agit d'une entreprise d'envergure, respectueuse de l'environnement, qui a su faire sa marque dans les cosmétiques et les produits sanitaires sur une base végétale.



Entreprise 6 ITEIPMAI



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

ITEIPMAI

www.iteipmai.asso.fr

BP9-Melay
49120 Chemille

Contact :

M. Jean-Pierre Bouverat-Bernier,
directeur technique

Courriel :

Jean-pierre.bouverat-bernier@iteipmai.asso.fr

Téléphone :

02 41 30 30 79

I.2 Nature de l'entreprise

L'institut technique interprofessionnel des plantes à parfums, médicinales et aromatiques (ITEIPMAI) est une association privée qui comprend des groupes agricoles adhérents et des industriels qui œuvrent dans les domaines des plantes à parfum, médicinales et aromatiques.

Le mandat de l'Institut est de contribuer au développement des activités de ses adhérents.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique de l'entreprise

En France, le gouvernement a mis en place des instituts de recherche pour 17 filières agricoles et agroalimentaires. Chacune de ces filières peut compter sur un institut pour la soutenir. Dans le cas de la Filière des plantes à parfum, médicinales et aromatiques, c'est l'ITEIPMAI qui joue ce rôle.

2.2 Principales activités

L'ensemble des productions des adhérents à l'ITEIPMAI représente plus de 36 000 ha en culture de plantes médicinales, soit environ 17



000 ha de lavandin, 5 000 ha de lavande et environ 10 000 ha pour les autres plantes. Ces autres plantes comprennent 6 000 ha de production de pavot et 4 000 ha de production de petites plantes aromatiques (herbes, estragon, ciboulette, etc.), et d'une centaine d'espèces cultivées de plantes médicinales. Le réseau compte un total de 1 700 ha sous régie biologique.

L'ITEIPMAI comprend trois groupes d'adhérents, soient les sociétés à activité économique, les entreprises agricoles et les organismes de développement. Près de 70 % de toute la production agricole française de plantes à parfums, médicinales et aromatiques provient des productions des groupes de producteurs adhérents à l'ITEIPMAI. Depuis 10 à 15 ans, l'Institut travaille aussi avec des partenaires interprofessionnels provenant d'organismes de développement. L'ITEIPMAI fait également affaire avec des organismes extérieurs, notamment avec sept laboratoires qui lui fournissent différents services.

En 2007, l'ITEIPMAI compte deux stations et comprend une équipe composée d'une douzaine de personnes. La première station est située sur

le site de Chemillé, où les bâtiments ont été construits en 1999 et la deuxième est située dans la région de Paris. Il s'agit d'une partie du Conservatoire de Milly, qui présente, entre autres, 1000 espèces de plantes en démonstration.

L'ITEIPMAI fait des essais et produit 12 ha de semences. L'Institut vend directement des semences à ses adhérents.

Les travaux de l'Institut sont essentiellement de nature agricole. Cependant, au cours des dernières années, l'Institut a étendu son offre de services au secteur de la transformation, surtout



en ce qui concerne l'information technique, la documentation, les normes industrielles, les possibilités d'analyse, la qualité des plantes, les méthodes analytiques, etc.

2.3 Fonctionnement de l'Institut

Le fonctionnement de l'Institut s'articule autour de trois axes de développement. Le premier axe vise à augmenter le principe actif des produits pour contribuer à donner un avantage comparatif aux producteurs français.



Le deuxième axe concerne la protection des cultures conventionnelles et biologiques et prend la forme, par exemple, de la recherche dans les désherbants sélectifs, dans l'identification de maladies et ravageurs et dans les nouvelles maladies comme celles qui touchent le persil et le basilic.



Le troisième axe concerne le volet prospectif de l'Institut et prend en compte le développement de nouveaux usages et utilisations pour les plantes.

Le chiffre d'affaires de l'ITEIPMAI s'établit à 1,3 million d'euros par année. L'Institut est financé en moyenne de 50 % à 60 % par le secteur public sur le plan national, et à partir d'instances régionales. Les autres sources de financement proviennent de partenaires régionaux et des adhérents.

Parmi les activités du centre, 80 % sont définies par les adhérents et 20 % sont issues des projets initiés par l'Institut. L'ITEIPMAI peut présenter tous ses projets auprès de deux instances gouvernementales, ce qui lui offre d'autres possibilités pour soutenir le financement de ces derniers.

Les adhérents payent 15 euros par ha cultivé. Cette cotisation est volontaire et aide, bien sûr, à maintenir le financement public. Pour leur part, les contrats de recherche et les diverses prestations de services constituent de 20% à 30% des sources d'autofinancement.

En matière d'orientation, l'Institut sonde les adhérents tous les cinq ans pour définir avec eux les problématiques prioritaires. Par la suite, l'Institut tient des commissions professionnelles sectorielles avec les adhérents pour établir la programmation et décider des priorités. Chaque année, la programmation est ajustée, notamment avec l'aide d'un conseil scientifique composé de chercheurs issus du domaine public et de la grande entreprise.

2.4 Essais de production

L'Institut réalise des essais de production sur le thym, le romarin, la sauge sclarée, la lavande, le lavandin, le chardon marie, la roquette, la menthe, la camomille romaine, la mélisse et fait des essais de variétés pour le thym, le romarin, le pavot et la matricaire.



La production principale de l'Institut est la lavande et lavandin. Pour cette production, l'Institut a créé des triploïdes par la manipulation génétique avec des produits et en a recueilli les semences.

L'ITEIPMAI cultive également le *cardon* (*Cynara cardunculus*) avec trois sous-espèces. L'Institut est intéressé par les limbes car ces derniers contiennent beaucoup d'antioxydants dans les feuilles, qui donnent lieu à des extraits destinés à l'industrie pharmaceutique comme remède pour le foie.

L'Institut fait également la production de semences de coriandre et de clones tolérants, et a fait une sélection pour la production de semences.





La capacité de séchage de l'Institut est l'équivalent d'un hectare de menthe en une semaine.

En ce qui concerne la distillation, l'Institut possède un extracteur dont le processus est grandement accéléré par rapport aux méthodes conventionnelles.

L'ITEIPMAI gère également une échantillothèque complète des plantes sous étude.



2.5 Veille stratégique et documentation

L'ITEIPMAI gère un système de veille technique et de repérage d'information à l'échelle mondiale. Elle fait aussi de la prestation pour différents clients comme, par exemple, une revue bibliographique sur certaines plantes et des processus de recherche pour des partenaires, des entreprises ou des groupes pharmaceutiques. L'Institut est abonné à des revues internationales et à plusieurs banques de données.

L'Institut gère un important centre de documentation qui assure la gestion et la diffusion d'information à ses adhérents. La grande diversité des renseignements par rapport aux thèmes visés et la complémentarité des différents aspects (botanique, agronomie, chimie, usage des plantes et analyse) fait la force de ce service. Pour illustrer l'importance de la documentation, seulement sur le plan économique, une centaine de revues sont référencées. Les responsables de ce service font également l'indexation des articles et documents. La banque de données de l'Institut contient environ 45 000 articles.

La diffusion des informations se fait à travers les publications de l'Institut, les fiches techniques et les synthèses bibliographiques faites pour les documents produits par l'Institut.

L'ITEIPMAI assure aussi une diffusion d'information par le biais d'une revue trimestrielle consacrée à l'ensemble de la Filière des plantes à parfum, médicinales et aromatiques.

L'Institut a également comme projet de rendre disponible sur Internet sa banque de données.



3. Faits saillants des échanges

Le coût d'adhésion à l'ITEIPMAI pour des organisations comme la Filière des plantes médicinales du Québec serait de 400 à 800 Euros. Toutefois, il est actuellement impossible pour des organisations à l'extérieur de la France de devenir membre de l'Institut.

L'Institut compte un producteur adhérent de la région de Chemillé qui s'est spécialisé en production de plantes du Canada.



4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier M. Jean-Pierre Bouverat-Bernier, Directeur technique de l'ITEIPMAI, et M. Philippe Gallotte et le personnel de l'Institut, pour leur accueil, leur grande disponibilité, la visite complète de l'Institut et la présentation de leurs activités.
- Les participants soulignent que L'ITEIPMAI est un institut d'envergure, qui offre des services très intéressants en recherche, analyse et veille scientifique et en recherche documentaire. Il constitue un partenaire et un maillon important dans le secteur agricole et agroalimentaire.
- L'Institut travaille sur la sélection variétale et la réalisation de guides techniques pour la production des espèces développées. L'Institut veut développer la maîtrise et l'amélioration de la qualité et des coûts de production afin d'offrir à ses adhérents des avantages concurrentiels. Le contrôle de la qualité des produits est assuré par le laboratoire d'extraction et d'analyse de l'Institut.
- L'ITEIPMAI offre des services très importants qui présentent de grands avantages pour les producteurs de plantes français. L'implantation d'un tel institut de recherche au Québec serait un atout indéniable pour le développement d'une industrie des plantes médicinales. Cependant, la masse critique en production n'est pas suffisante actuellement pour soutenir le développement d'un institut de cette envergure. C'est pourquoi, dans un premier temps, il serait intéressant d'optimiser les liens avec l'ITEIPMAI.
- Les participants à la mission souhaitent qu'on regarde de plus près toutes les constituantes de l'Institut et proposent de valider, avec un groupe de travail de la Filière, les actions intéressantes, importantes ou possibles à court terme.
- Il serait aussi intéressant d'examiner les possibilités et l'intérêt de partenariats entre l'ITEIPMAI et certains groupes au Québec (instituts, universités ou autres).
- On pourrait aussi identifier un groupe de producteurs en grande culture (comme le bleuet ou la canneberge) qui pourraient être des utilisateurs de cet institut potentiel et valider leurs types de besoins en se basant sur le travail de l'institut français.
- L'ITEIPMAI se positionne entre les activités de production et de la transformation et favorise ainsi un dialogue et un développement entre ces deux secteurs d'activité, ce qui pourrait inspirer le Québec dans ses efforts de rapprochement entre les deux maillons de la Filière.

Entreprise 7 L.A.P.H.T. Phytofrance



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

L.A.P.H.T. Phytofrance

www.phytofrance.com

Complexe « La Gastade »
Candillargues, France

Contacts :

Mme Claudine Luu,
responsable
M. Éric Buzan,
directeur export.

Courriel :

phytofrance@wanadoo.fr

Téléphone :

33 (0)4 67 29 64 25

I.2 Nature de l'entreprise

L.A.P.H.T. Phytofrance couvre plusieurs champs d'activité et soutient le développement d'autres entreprises associées à ces activités. Le Laboratoire Phytofrance est spécialisé en fabrication d'extraits de plantes fraîches, au moyen de procédés qui permettent de conserver les propriétés des plantes. Phytofrance travaille dans les domaines de l'homéopathie, de la phytothérapie, de l'aromathérapie, de la nutrithérapie et de la cosmétique. L'entreprise assure aussi la distribution de ses produits finis par une filiale de Phytofrance, qui porte le nom d'Euro Santé diffusion. Le laboratoire offre des services de formulation pour l'industrie pharmaceutique et pour d'autres laboratoires.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique de l'entreprise

Mme Claudine Luu est Docteur en pharmacie, botaniste et spécialiste en phytothérapie et en homéopathie alors que, pour sa part, M. Vinh Luu est Docteur en physique, botaniste et professeur de médecine traditionnelle chinoise.

À la base de leur travail, M. et Mme Luu ont considéré qu'il était essentiel de commencer par la fondation d'une école de formation pour des conseillers en santé. C'est ainsi qu'il y a 35 ans, ils ont mis en place un institut de formation, qui porte encore le nom d'Institut méditerranéen de documentation, d'enseignement et de recherche sur les plantes médicinales (IMDERPLAM). Puis, ils ont mis en place un laboratoire pour la fabrication de produits. Par la suite, un de leurs fils s'est associé à eux, il y a 18 ans, ce qui a donné lieu à la création d'un laboratoire pharmaceutique de fabrication, qui porte maintenant le nom de Phytofrance. Afin d'améliorer la diffusion de leurs produits, particulièrement dans les pays européens, ils ont créé, il y a quelques années, une autre entité qui porte le nom d'Euro santé diffusion.

2.2 Principales activités

L'institut de formation IMDERPLAM est localisé dans le Juras, au nord de Lyon. Depuis 35 ans, l'institut a formé entre 6000 et 7000 élèves, de tout âge et provenant de différents milieux. Ces étudiants ont suivi des cycles d'études de deux à trois ans, accompagnés de séminaires ponctuels avec des stages d'été d'une durée d'une semaine.

La plupart des étudiants d'IMDERPLAM ont choisi de devenir soit des agriculteurs, soit des cueilleurs de plantes, soit des conseillers en santé, et ils travaillent tous avec des produits biologiques. Certains de ces étudiants ont même créé des coopératives de production ou de services.

2.3 Approvisionnement de l'entreprise

Phytofrance assure elle-même la récolte des plantes, sauf dans le cas de grandes productions comme, par exemple, les bourgeons de cassis. Les cueilleurs de l'entreprise récoltent beaucoup de plantes sauvages sur des terrains certifiés

biologiques par Écocert. L'entreprise possède aussi un lot de terres dans le Juras, destiné à la cueillette des plantes de moyenne montagne.

Récemment, Phytofrance a fait l'acquisition de 15 ha de terres en friche, à proximité de l'entreprise, et a commencé l'implantation de cultures. Pour l'obtention de certaines plantes, l'entreprise fait aussi affaires avec des anciens élèves d'IMDERPLAM.

2.4 Produits et services

Phytofrance fabrique un grand nombre de produits finis. L'entreprise a déposé pas moins de 400 dossiers auprès des instances réglementaires françaises.

L'unité de production de l'entreprise comprend une herboristerie qui reçoit les plantes coupées tamisées pour les mettre en sachets ou fabriquer des mélanges. L'entreprise travaille actuellement sur environ 600 références.



Le laboratoire a également des activités très importantes en homéopathie, puisqu'il produit une gamme complète de teintures mères homéopathiques, afin de faire ensuite toutes les dilutions possibles.



Comme l'entreprise ne fait pas encore de distillation, elle achète des huiles essentielles dans de petites coopératives ou auprès de producteurs sélectionnés un peu partout dans le monde, afin de formuler différents produits.

En nutrithérapie, l'entreprise s'est intéressée aux minéraux et aux transporteurs d'éléments nutritifs basés sur une méthode allemande. Phytofrance a ainsi fabriqué une quinzaine de capsules différentes d'oméga de sources végétales, ce qui représente un marché important pour l'entreprise.



Le laboratoire produit aussi de la cosmétique et vient de mettre en marché une gamme de produits écologiques et certifiés biologiques, au thé vert et lys blanc, à partir d'extraits faits au laboratoire même.

Plusieurs laboratoires français ont recours à Phytofrance pour la fabrication de leurs produits et l'entreprise s'occupe généralement de faire tous les dossiers réglementaires pour ces clients.

2.5 Procédés d'extraction

Phytofrance est spécialisé dans les extraits de plantes fraîches fabriqués avec un très grand respect de la structure de l'eau, qui est le véhicule énergétique de la plante. Les activités du laboratoire sont donc conditionnées par la conservation de deux valeurs thérapeutiques, soit la partie énergétique et la partie matérielle de la plante.

Les notions relatives aux valeurs thérapeutiques prennent leur fondement dans les expériences de l'entreprise en homéopathie. Phytofrance considère comme étant non souhaitables les techniques qui cassent les cellules végétales, telles que le broyage de plantes, car elles génèrent des traumatismes qui affectent

l'énergie de la plante. L'entreprise a donc fait le choix de couper les plantes au sécateur et avec un couteau spécial dit à coupe franche.

Au cœur du fonctionnement de l'entreprise, une préoccupation centrale : transformer la plante fraîche au maximum. Cette façon de faire oblige le laboratoire à respecter une logistique de production assez exigeante. En effet, dès le lendemain de la récolte, il faut assurer la transformation des plantes dans le laboratoire, ce qui demande une bonne coordination des opérations.

Le laboratoire est certifié biologique, et de plus, il favorise l'utilisation de processus qui font intervenir des unités de transformation n'affectant pas la structure de l'eau. Par conséquent, l'entreprise n'utilise pas de congélation, ni de méthodes à microondes et a peu recours aux décoctions.

Phytofrance offre plusieurs produits qui ont une caractéristique particulière en ce sens qu'ils sont générés par une triple extraction eau, alcool et glycérine. Le laboratoire compte également entre 450 à 500 références d'extraits fluides glycinés miellés (EFGM) dont la distribution est importante en Europe. L'entreprise considère que le gros avantage de ces teintures mères est le fait qu'elles contiennent seulement 16° d'alcool alors que les teintures mères en contiennent généralement 45°, ou 65° lorsque c'est pour un usage homéopathique.



Les EFGM représentent un intrant intéressant pour la fabrication de compléments alimentaires. Le laboratoire fabrique également des EFG sans miel pour certains clients.



2.6 Autres projets connexes

Mme Luu travaille actuellement à la mise en place d'un centre de santé particulier dans le Juras, dont la mission sera la remise en forme à partir de plantes et d'huiles essentielles. Ce centre comprendra 360 lits, des cabines de soin, une résidence de tourisme, une piscine et un hammam. La conception complète du centre a été assurée par Mme Luu.

Le bâtiment sera de qualité écologique et les plans d'exécution ont été réalisés par un architecte. Pour ce projet, Mme Luu a formé une coopérative de petits investisseurs et a offert une participation aux anciens élèves d'IMDERPLAM, à partir de 200 euros pour un rendement sur l'investissement de 4 1/2% et 6%. Ce centre devrait être opérationnel en décembre 2008.

M. et Mme Luu ont aussi un autre projet d'unité de transformation au Vietnam. Le bâtiment est déjà construit et la fabrication de produits va se faire sur 400 m² sur deux niveaux. Le laboratoire sera sous la supervision de leur nièce, qui a fait un stage professionnel de 4 ans dans la région au sud de Saïgon.

Le laboratoire aura essentiellement pour mission de traiter les plantes médicinales. À cette fin, M. et Mme Luu ont déjà regroupé un certain nombre de producteurs vietnamiens qu'ils vont former afin d'obtenir une production de plantes de qualité. Le projet vise également la production de plantes aromatiques, qui soutiendra par la suite la mise en place d'un projet d'une unité d'extraction d'huiles essentielles.

3. Faits saillants des échanges

Phytofrance fait la promotion de ses produits essentiellement au salon de produits de santé naturels Natexpo, qui se tient en France tous les deux ans. L'entreprise invite alors tous ses clients et présente toute la gamme de ses produits.

Phytofrance évalue que l'utilisation des microondes n'est pas souhaitable car les molécules chauffées par microondes perdent une quantité importante d'énergie.

Afin d'éviter les problèmes de conservation des produits liquides stérilisés qui peuvent se contaminer une fois ouverts, le laboratoire a choisi de travailler avec des dosettes (doses journalières). Phytofrance utilise donc des ampoules qui sont stérilisées à cette fin.

Mme Luu, dirigeante du laboratoire, fait une recherche continue sur ses produits. Elle place en priorité les projets qui visent à faire la mise au point de produits pour satisfaire les besoins de ses clients, monter les dossiers et faire les présentations afin de s'assurer que le produit soit en conformité avec la législation.

Sur le plan législatif, une demande de dépôt pour chaque produit doit être faite et génère des coûts d'environ 350 à 400 euros par produit.

En ce qui concerne les marchés, l'une des plantes les plus vendues en herboristerie est la *reine des prés*, qui représente un volume de plusieurs tonnes pour l'entreprise.

Sur le plan du conseil aux utilisateurs de plantes, Mme Luu a produit un logiciel regroupant les prescriptions et les ordonnances les plus appropriées, à partir de ses expériences cliniques.

Pour faire suite aux échanges portant sur les besoins en transformation au Québec, Mme Luu a fait une offre de collaboration aux participants à la mission. Elle propose d'évaluer, avec la Filière des plantes médicinales du Québec, la possibilité de créer au Québec une unité de transformation qui répondrait aux besoins de l'industrie. Mme Luu croit qu'une telle entreprise pourrait prendre la forme d'une société mixte avec des parts pour chaque partenaire. Elle exprime que son intérêt dans ce projet est motivé par le fait que la Filière représente un groupe très diversifié et représentatif de différents secteurs d'activité.

Mme Luu estime qu'un tel projet pourrait prendre au départ la forme d'une petite unité, modulable et bien installée, qui devrait d'abord faire ses preuves sur un nombre limité de plantes pour ensuite étendre ses activités.

Toujours selon Mme Luu, ce projet demanderait également d'avoir un terrain bien localisé en zone propre, dont la construction prévoirait bien sûr de satisfaire les normes biologiques de fabrication. Elle est d'avis qu'en matière de transformation, il est possible de faire un bon travail à partir d'un matériel de base. Elle pense que quelques cuves en inox, une bonne coupeuse de plantes, deux ou trois balances, des filtres, une presse hydraulique et du matériel pour permettre la fabrication à l'unité pourraient être suffisants pour démarrer le projet.

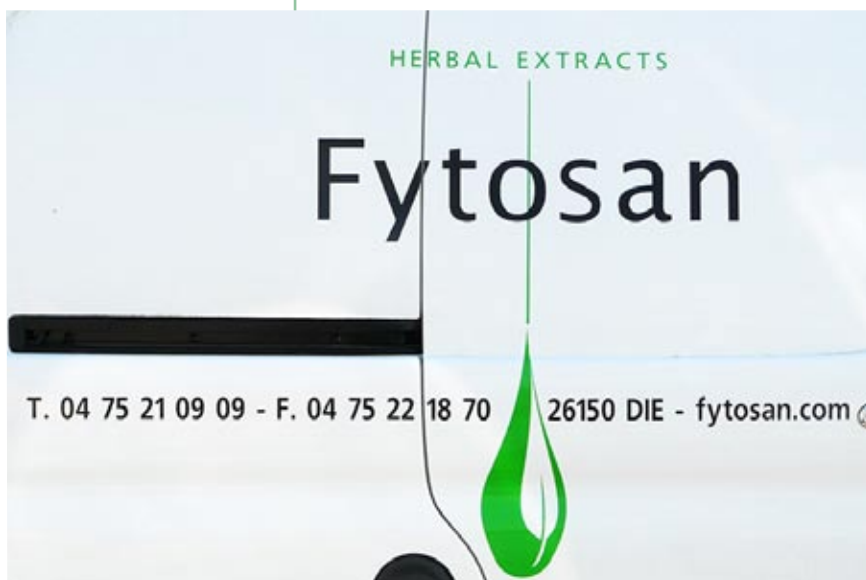


4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier Mme Claudine Luu, présidente de Phytofrance, M. Luu Dang Vinh, conseiller scientifique, et M. Éric Buzan, directeur export de l'entreprise, pour leur accueil, leur grande disponibilité, la présentation de leurs activités et la visite complète du laboratoire.
- Les participants et participantes ont tous été impressionnés par la variété des activités et des produits fabriqués par l'entreprise.
- Ils ont souligné le vaste savoir-faire que possède cette entreprise dans les domaines de l'homéopathie, la phytothérapie, l'herboristerie, l'aromathérapie, la cosmétique, la gemmothérapie et la nutrithérapie.
- Plusieurs participants ont souligné que cette entreprise pourrait être une source d'inspiration pour les entreprises québécoises au regard de l'évolution de l'entreprise et de la diversité de ses activités.
- L'école de formation IMDERPLAM semble avoir bien soutenu le développement d'un réseau important de gens formés et capables d'utiliser et de conseiller les clients sur les produits développés par l'entreprise.
- Le laboratoire Phytofrance a également su répondre à toutes les exigences de la législation pharmaceutique française concernant la qualité et le contrôle des produits.
- En ce qui concerne l'offre de collaboration faite par Mme Luu, les participants pensent qu'elle devrait être considérée dans un projet éventuel en transformation au Québec. La nature de ce projet ne devrait toutefois pas contribuer à faire concurrence aux produits québécois qui existent déjà sur le marché mais avoir pour but de développer des niches de marchés qui ne sont pas occupés actuellement.



Entreprise 8 Fytosan



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Fytosan

www.fytosan.com

ZA de Cocause
26150 Die, France

Contact :

Mme Céline Corazza

Courriel :

info@fytozan.com

Téléphone :

011 33 4 75 21 09 09

Télécopieur :

011 33 75 22 18 70

I.2 Nature de l'entreprise

FYTOSAN est une société spécialisée en extraction végétale. La Société fabrique une large gamme d'extraits destinés aux marchés de la cosmétique, de la pharmaceutique et de l'agroalimentaire. Les extraits sont majoritairement certifiés biologiques.

Mme Céline Corazza s'occupe de plusieurs secteurs : sécurité, environnement certification, réglementation et certification biologique.

2. Historique et principales activités

2.1 Historique

La Société Fytosan a été fondée en 1989. L'entreprise est située au cœur de la vallée de la Drôme.



2.2 Principales activités

Fytosan fait de la transformation d'extraits de plantes, en grands volumes. Elle commercialise ses produits à l'échelle internationale. Par ordre d'importance, ses marchés sont le secteur agroalimentaire, le secteur pharmaceutique et le secteur de la cosmétique.

L'entreprise vend aussi des plantes sèches, des tisanes, des poudres, etc., de même que des huiles essentielles. L'atelier d'herboristerie assure la coupe, le tamisage et le mélange des plantes sèches.

La Société offre des services de séchage, de distillation et d'approvisionnement en semences aux producteurs les plus proches de l'entreprise.

Fytosan assure ses approvisionnements et la traçabilité de ses matières premières végétales grâce à des partenariats privilégiés avec des producteurs locaux (60%) et à partir de ses propres cultures. La Société offre également un service-conseil dont le responsable est un ingénieur agronome. Ce dernier donne un soutien technique aux producteurs qui approvisionnent l'usine. L'entreprise peut aussi avoir recours à des cueilleurs d'expérience pour des demandes spécifiques en plantes médicinales. La cueillette se fait sur des sites certifiés par Écocert.

Le laboratoire Fytosan est certifié ISO9001 depuis 2004 et tend vers l'intégration des bonnes pratiques de production pour les intermédiaires pharmaceutiques.

2.3 Produits

Fytosan fabrique des extraits aqueux selon un « process » original qui garantit leur stabilité microbiologique. Les extraits aqueux sont destinés principalement à l'industrie des compléments alimentaires.

L'entreprise fabrique aussi des sirops et des « sprays » nasaux et buccaux, selon le cahier des charges des différents clients.

Fytosan fabrique également des extraits fluides selon des monographies de ses clients ou des pharmacopées allemande et européenne.

Les teintures mères suivent aussi les modes de fabrication des pharmacopées allemande et française, en respectant les monographies décrites ou internes. Les plantes fraîches sont utilisées prioritairement pour la fabrication des teintures mères.

Chaque plante a un numéro de lot informatique et le produit est bloqué au stockage tant qu'il n'est pas libéré par le laboratoire. (identification, corps étrangers, microbiologie). La matière végétale n'est jamais mélangée à partir de plusieurs récoltes.



2.4 Procédés

Les extraits sont issus d'une macération de plantes dans un mélange d'eau, d'alcool et de glycérine, selon un mode de fabrication interne. Ils sont standardisés en alcool entre 19 et 23° d'alcool par volume et sont stables sur le plan de la microbiologie.

Fytosan fabrique également des macérats huileux produits selon un protocole original, en utilisant principalement l'huile végétale de tournesol désodorisée. La conservation de ces macérats est assurée par un ajout de vitamine E, largement reconnue pour ses propriétés anti-oxydantes.

En utilisant un autre procédé identifié sous le nom de macérats glycélinés, la Société obtient de véritables concentrés d'actifs, à partir des tissus végétaux frais (bourgeons et jeunes pousses) ayant conservé toutes leurs qualités embryonnaires.



L'entreprise a la capacité de produire une très large gamme d'huiles essentielles biologiques, en s'appuyant sur ses nombreux partenariats locaux.

Fytosan maîtrise également le « *process* » de fabrication qui permet de garantir la qualité organoleptique et microbiologique des eaux florales. Ces eaux sont destinées principalement au marché des cosmétiques biologiques.

En partenariat avec des producteurs locaux, Fytosan dispose d'une distillerie située à proximité de Die, pour la distillation de la lavande, du lavandin, de la mélisse, de la sauge, de l'hysope, de la sarriette, du thym, du pin et du romarin.

2.5 Zones de productions et équipements

L'usine de Fytosan comprend principalement deux grandes zones de production. Il y a d'abord la salle grise où s'effectuent les premières étapes de transformation, c'est-à-dire le broyage, la macération et le pressage. Puis, il y a les salles blanches, construites avec un souci constant pour l'hygiène et utilisées pour mettre la touche finale aux produits, ce qui signifie, entre autres, les étapes de la débactérisation, de la pasteurisation et du conditionnement final du produit.

L'usine comprend également une zone de quarantaine et deux chambres froides pour gérer les activités saisonnières, de même que des zones munies d'un système de ventilation, dans lesquelles sont entreposées les matières inflammables.

Sur le plan des équipements, l'usine comprend une presse qui sert à récupérer le jus des plantes, une salle de décantation, et enfin d'autres salles avec hygiène plus drastique pour filtrer et débactériser au besoin les extraits de plantes. L'entreprise utilise des filtres pour enlever le maximum d'impuretés et un pasteurisateur pour les ampoules et les compléments alimentaires.

Fytosan possède bien sûr des macérateurs, un presseur et un broyeur. Afin d'éviter l'oxydation, les plantes sont coupées et transportées directement pour être mises en macération

Les installations de Fytosan sont conformes et classées pour la protection de l'environnement car l'entreprise gère des produits inflammables. La Société doit donc prévoir un plan d'intervention en cas d'incendie et également en cas de déversement de produits.



3. Faits saillants des échanges

La situation géographique de Fytosan, éloignée de toute source de pollution, permet à l'entreprise de profiter pleinement d'une région de cultures traditionnelles de plantes aromatiques et médicinales.

Sur le plan de la certification des entreprises, des problèmes d'organisation générale de la part des organismes de certification créent des délais importants.

L'entreprise peut compter sur des partenaires régionaux pour récupérer les résidus de plantes qui servent à faire du compost.

La méthode par vapeur est utilisée par Fytosan pour débactériser les plantes sèches.

Des méthodes de filtration sur 0,2 micron ou plus grand permettent un contrôle de qualité des différents produits (macération, hydrolats, teintures, huiles essentielles).

Les hydrolats sont filtrés sur 0,2 micron et mis en fût dans des contenants de plastique rincés avec de l'alcool, ce qui garantit un produit exempt de microorganisme.

Les tests toxicologiques sont maintenant exigés pour une dizaine d'huiles essentielles. Comme ces tests sont très coûteux, cela pourrait éventuellement contribuer à éliminer les petits producteurs.

L'industrie française doit composer avec une diminution importante de molécules naturelles, qui ont été perdues à la suite de l'application de

la directive des biocides. On estime que l'industrie a perdu 80 % des molécules naturelles, ces dernières passant en nombre d'environ 10 000 à seulement 2 000 molécules. Cette perte a naturellement des incidences importantes sur le développement des entreprises.

C'est ainsi que le bleu de méthylène et le permanganate de potassium ont disparu du marché, pas nécessairement parce que ces substances étaient dangereuses mais plutôt parce qu'elles n'ont pas été soutenues en Europe par la grande industrie pharmaceutique. En effet, cette dernière aurait plutôt choisi de soutenir les produits chimiques en priorité.

La nouvelle directive des biocides fait en sorte que, même si un produit toxique a toutes les autorisations, chaque entreprise qui vend ce produit doit s'enregistrer et déposer un dossier de toxicité. Le préenregistrement débutera en juin 2008. C'est à ce moment que les utilisateurs qui dépasseront la tonne de produits toxiques vendus par année devront s'assurer que les fournisseurs soient enregistrés et qu'ils aient les numéros des produits.

En juin 2007, les mêmes règles s'appliqueront aux importateurs de produits toxiques qui devront trouver un référent européen pour s'enregistrer.

En France, les entreprises s'inquiètent du fait que la même situation puisse se reproduire pour les huiles essentielles.

4. Commentaires des participants et participantes

- Les participants à la mission tiennent à remercier Mme Céline Corazza de son accueil et sa grande disponibilité, la visite de l'entreprise et la présentation de leurs activités.
- Un contrôle de qualité méthodique et une traçabilité de tous les produits, de même qu'une maîtrise de tous les niveaux de réglementation biologique, alimentaire, cosmétique et pharmaceutique, sont à la base de la réussite de l'entreprise.
- Les nombreuses expériences de Fytosan avec les certifications, les procédures et les diverses réglementations dans l'industrie des plantes médicinales et des huiles essentielles sont remarquables. L'entreprise donne un exemple très intéressant de réussite dans la production d'extraits botaniques élaborés en répondant à toutes les contraintes de la réglementation européenne.



Entreprise 9 Cherry Rocher



I. Coordonnées et nature de l'entreprise

I.1 Coordonnées

Cherry Rocher

www.cherry-rocher.fr

94 avenue des Cantinières - Ruy
38307 Bourgoin-Jallieu Cedex

Contact :

M. Pascal Leclere,
directeur commercial

Courriel :

p.leclere@cherryrocher.com

Téléphone :

011 33 4 74 93 38 10

Télécopieur:

011 33 4 74 28 46 73

I.2 Nature de l'entreprise

Depuis 1705, l'entreprise Cherry Rocher agit comme distillateur et liquoriste en France. L'entreprise produit, sélectionne et transforme des plantes et des fruits pour en faire des liqueurs qu'elle met en marché, de même qu'une large palette d'extraits naturels pour l'industrie agroalimentaire.

L'entreprise est réputée dans l'industrie pour la maîtrise de ses sources d'approvisionnement et pour ses techniques d'extraction. Elle effectue ses opérations sur deux sites.



2. Historique et principales activités

2.1 Historique

M. Barthélémy Rocher, né en 1677, va aider son oncle, responsable des hospices de La Côte St-André. Botaniste accompli, il se passionne alors pour la fabrication des élixirs de plantes. M. Rocher va ensuite étendre son savoir-faire à la fabrication des premières liqueurs et installer la maison ROCHER à la Côte Saint-André.

En 1705, ses liqueurs reçoivent leur première distinction, à l'occasion du passage à Grenoble du Dauphin de France. Depuis ce temps, plus de huit générations d'hommes et de femmes se consacrent avec la même passion à la sélection des plantes et des fruits et à l'élaboration des meilleurs produits.

2.2 Principales activités

Cherry Rocher exploite un verger de cerisiers et griottiers qui a permis à l'entreprise, au fil des ans, d'acquérir une grande connaissance et une expertise solide du cycle de production de la cerise. La production se fait dans l'Ardèche, au bord du Rhône.

Sur le plan de la transformation, Cherry Rocher sélectionne et transforme, dans ses caves de La Côte St André, la plus vaste gamme de fruits, de plantes et d'épices, tels que fruits rouges, fruits du verger, fruits exotiques, produits bruns (cacao, café, vanille...), plantes fraîches ou séchées (verveine, armoise, estragon...), racines (gentiane), épices (cannelle, cardamome, badiane...).

Cherry Rocher exploite aussi un Musée des Liqueurs, qui regroupe les principales technologies utilisées par l'entreprise depuis 300 ans.

Finalement, l'entreprise gère une boutique en ligne, au bénéfice des entreprises et des consommateurs.

2.3 Produits

Cherry Rocher expérimente toutes les saveurs des fruits, des plantes et des épices et recherche constamment les meilleures variétés et les meilleurs terroirs.

Avec les années, l'entreprise est devenue experte dans la combinaison des saveurs et l'élaboration des formulations inédites et sur mesure.

L'entreprise assure la traçabilité de ses produits, la maîtrise des processus, le respect des procédures et le contrôle des opérations, depuis la production jusqu'au conditionnement.



Rapidement devenu le spécialiste des fruits rouges, Cherry Rocher élabore maintenant plus d'une centaine de liqueurs différentes.

Au XIX^e siècle, le *Cherry Rocher* acquiert une notoriété internationale. Naissent ensuite le *Guignolet GK*, aujourd'hui leader du marché, les cerises à l'eau de vie et les crèmes de fruits : cassis, framboise, pêche, mûre et myrtille.

En 1857, Frère Emmanuel, éminent herboriste de la Communauté des Frères Maristes du Monastère de l'Hermitage, met au point la formule définitive de l'*Arquebuse de l'Hermitage*. Ce produit issu de la macération et de la distillation de 33 plantes aux multiples vertus va connaître un grand succès commercial.

La distillerie de l'Hermitage élabore également d'autres produits à base de plantes, soit la *Liqueur de Génépi*, l'*Eau de Noix*, le *Werder*, la *Gentiane*, l'*Absinthe*, etc.



3. Faits saillants des échanges

Cherry Rocher a lancé un cassis sous le nom de *Cœur de Cassis*, qui est le premier cassis contenant 0% de sucre ajouté. *Cœur de cassis* a la particularité de contenir seulement 160 calories au litre comparativement à une crème de cassis qui en contient 1800.

L'entreprise importe de la matière première d'un peu partout dans le monde et pourrait être intéressée par de nouveaux produits ou de nouveaux arômes.

L'entreprise est actuellement à la recherche d'un approvisionnement additionnel en cassis.



4. Commentaires des participants et participantes

- Cherry-Rocher est une entreprise de 300 ans d'histoire dans la fabrication de liqueurs et d'élixirs à base de plantes, de fruits et d'épices, qui utilise la macération et la distillation à grand volume.
- Cherry-Rocher est une entreprise très intéressante au plan de la macération de fruits dans des eaux de vie et au plan de la distillation.
- L'entreprise pourrait devenir un client pour des aromates nouveaux et exclusifs au Québec.

Annexe I

Documents sur les entreprises visitées

IMDERPLAM, Institut méditerranéen de documentation, d'enseignement et de recherche sur les plantes médicinales, (2007-2008). *Programme des activités, des cours, des stages et des formations de l'Institut*, Montpellier, France.

IMDERPLAM, (novembre 2006). *L'interplantin*, magazine de l'Institut, Montpellier, France.

ITEIPMAI, Institut technique interprofessionnel des plantes à parfum, médicinales et aromatiques, (2002). *Rapport technique*, Chemillé, France.

ITEIPMAI, Institut technique interprofessionnel des plantes à parfum, médicinales et aromatiques, (2006). *Rapport technique*, Chemillé, France.

ITEIPMAI, (2e trimestre 2007). *Herbalia*, bulletin numéro 2 de l'Institut, Chemillé, France.

ITEIPMAI, (3e trimestre 2007). *Herbalia*, bulletin numéro 3 de l'Institut, Chemillé, France.

ITEIPMAI, (2007). *Pochette d'information corporative* sur l'Institut, Chemillé, France.

LABORATOIRE ALVEND, (2007). *Brochures corporatives* des deux autres sociétés qui composent l'entreprise soient Fleur des muges et Comptoir des Lys, Somloire, France.

PHYTOFRANCE, (juin 2006). *Catalogue des produits* en phytothérapie, aromathérapie, homéopathie, cosmétiques et nutrithérapie, Candillargues, France.

RÉGION DE CHEMILLÉ, (2007). *Pochette d'information corporative*, Chemillé, France.



Annexe 2

Carte de la France

