



QUELLES STRATÉGIES SANS HERBICIDE ?

Les travaux de l'Institut français de la vigne et du vin montrent que si certaines alternatives aux herbicides et notamment au glyphosate sont possibles, voire performantes, elles ne sont pas sans conséquences techniques et économiques.

Le désherbage chimique du rang repose souvent sur une stratégie associant des produits de post-levée à action systémique et des produits de pré-levée. Cela permet de contrôler une grande partie de la flore en peu d'interventions avec un coût maîtrisé. Depuis le retrait de l'Autorisation de mise sur le marché (AMM) de l'amaritrole, en décembre 2015, le glyphosate est le seul herbicide de post-levée systémique. En cas de retrait, des stratégies faisant appel uniquement à des désherbants foliaires seraient difficiles à tenir, en particulier pour la destruction du couvert végétal en sortie d'hiver. On peut alors envisager des stratégies mixtes ou un basculement complet vers l'arrêt des herbicides. L'Institut français de la vigne et du vin (IFV) a pu évaluer les alternatives à la disposition des vigneron.

LES ALTERNATIVES POSSIBLES

Les alternatives au désherbage chimique sont le travail du sol, le thermique et ses différentes déclinaisons, l'utilisation de produits de biocontrôle et l'électrique. Ces alternatives ont pour point commun de n'avoir qu'une action foliaire sur les adventices visées, d'où une persistance d'action moindre et des interventions répétées. Seul le désherbage électrique, dont l'IFV teste les prototypes, permet d'envisager une action racinaire complète par la formation d'un arc électrique qui traverse la plante des feuilles aux racines. Les techniques de désherbage thermique, si elles sont efficaces, demandent beaucoup d'énergie et de temps. Elles sont plutôt orientées vers les situations de sols superficiels, sensibles à l'érosion, dans

lesquels on ne souhaite pas désherber mécaniquement. Le biocontrôle (acide nonanoïque) présente l'avantage d'une facilité d'usage comparable aux herbicides classiques, mais il demande une technicité d'application supérieure pour être efficace (conditions climatiques, qualité de la pulvérisation et adventices jeunes). Son prix ne permet pas de l'utiliser seul toute l'année, mais des applications en rattrapage du travail intercep sont pertinentes. La technique alternative la plus transférable en l'état est donc le désherbage mécanique, dont il faut prendre en compte la difficulté de mise en œuvre.

LES CONSÉQUENCES ÉCONOMIQUES

L'insertion de techniques alternatives augmente les temps de travaux car le travail du sol exige un travail précis autour du pied de vigne, à une vitesse bien inférieure aux vitesses d'application des herbicides, avec une fréquence d'intervention supérieure. La technicité d'utilisation des matériels interceps va demander un effort de formation, pour limiter les blessures sur les ceps ou la casse mécanique. Enfin, des impacts agronomiques sont à anticiper car, dans la plupart des cas, le retour à un travail du sol, même superficiel, se traduit par une perturbation du réseau racinaire. On estime entre 10 et 15 hectares la surface que l'on peut gérer en désherbage mécanique avec un ensemble tracteur/outil/chauffeur dédié à ces opérations. Pour désherber davantage de surfaces, la solution consiste à combiner au maximum le binage du rang avec d'autres travaux comme le rognage, la tonte, etc.

ÉDITO

Chères clientes,
chers clients,

Récemment nommé Directeur général du Crédit Agricole Alsace Vosges, je suis particulièrement fier et honoré de rejoindre une entreprise, ancrée dans son territoire, au service de son développement.

Dans le contexte inédit que l'on connaît, je mesure notre responsabilité. Au Crédit Agricole Alsace Vosges, nous nous engageons chaque jour davantage aux côtés des viticulteurs afin de toujours mieux accompagner les acteurs de ce secteur emblématique de notre région. Face à la crise, nos équipes et nos élus sont et demeureront mobilisés pour assurer les conditions d'une reprise économique solide et durable.

Nous poursuivons désormais l'adaptation de notre fonctionnement au service de nos clients.

Plus que jamais, le Crédit Agricole Alsace Vosges agit dans votre intérêt et celui de la société.

Gérald Grégoire
Directeur Général

FOCUS

Vous souhaitez vous lancer dans l'aventure du Web ?



ligne, le Crédit Agricole vous accompagne avec une solution clé-en-main !

Internet est aujourd'hui incontournable pour s'adapter aux comportements des consommateurs. Que ce soit pour faire connaître vos produits ou pour les proposer en vente en

Le pack e-commerce vous permet de créer et de gérer votre site Internet en toute simplicité, quel que soit votre secteur d'activité. Des experts vous accompagnent pour vous lancer et vous proposer un site à votre image.

>> Pour en savoir plus contactez votre conseiller ou rendez-vous sur www.ca-moncommerce.com



DÉCRYPTAGE

44,7 à
45,7 millions HL

C'est la prévision de récolte française pour l'année 2020.

Selon les premières prévisions du ministère de l'Agriculture, établies le 1^{er} août, la production viticole française s'afficherait ainsi en **hausse de 6 à 8 % par rapport à 2019** et de 0,5 à 2,5 % par rapport à la moyenne des cinq années passées. La hausse devrait profiter à la plupart des bassins de production et à toutes les catégories de vins (AOP, IGP, sans IG). Le millésime 2020 est marqué par une avance inédite des stades de végétation.

Cette précocité s'explique par un printemps se situant à la seconde place des températures les plus chaudes depuis 100 ans.



* Numéro non surtaxé. ** Accès gratuit hors coût de l'opérateur. Éditeur: Uni-médias, 22, rue Letellier, 75739 Paris CEDEX 15 • Directrice de la publication: Nicole Derrien • Comité éditorial: Sophie Caron • Rédaction: Raphaël Lecocq • Crédit Agricole ALSACE VOSGES 1 place de la Gare 67000 Strasbourg. 437 642 531 RCS Strasbourg. Société coopérative à capital variable. Établissement de crédit. Société de courtage d'assurances. Immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07008967. Crédits photos: iStock/ca-mon-commerce/Nis&For. Imprimé à XXXX en novembre 2020.

UNE BOUTEILLE SUR DIX VENDUE VIA INTERNET

Selon une étude, les ventes sur internet progressent au rythme de 7 %. La concurrence engendre une concentration des acteurs tandis que les coûts logistiques rendent les frontières entre les canaux de distribution de plus en plus floues et perméables.

L'e-commerce de vins représente 9 à 10 % des ventes de vins tranquilles et effervescents en France, pour une valeur estimée à 500 millions d'euros hors taxes, non comptées les ventes réalisées, toujours sur internet, par les vignerons indépendants et le négoce. C'est l'un des enseignements d'une étude réalisée par FranceAgriMer et le Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et à indication géographique (CNIV). La part d'e-commerce du vin est du reste dans la lignée de celle enregistrée par le commerce de détail sur internet, tous produits confondus, que l'étude évalue à 9 %.

Les ventes de vins sur internet progressent actuellement au rythme de 6,9 % par an, après avoir connu des taux de croissance annuelle de 30 %, durant la période 2008-2015.

UN SECTEUR DYNAMIQUE ET MOUVANT

Au-delà de la croissance continue du chiffre d'affaires, un des objets de l'étude consistait à réaliser une photographie des acteurs d'e-commerce de vins. Le solde entre ouvertures et fermetures de sites engendre une baisse annuelle moyenne du nombre de sites en activité de 10 %, pour s'établir à 507 actuellement. Les sites les plus importants voient leur chiffre d'affaires progresser, tandis que celui des plus petits opérateurs s'érode, sous l'effet des investissements en logistique, de la gestion des stocks et des coûts marketing.

Les sites de ventes par internet ont été segmentés en sept catégories, établies sur la base de leur positionnement historique, de leur stratégie digitale et leur mode de commercialisation dominant. Les « pure players », donc les distributeurs qui vendent uniquement en ligne, comme Milésima, Vinatis, Windeandco..., concentrent 35 % du chiffre d'affaires du secteur et 35 % des sites. Ils devancent la grande distribution (22 % de l'activité), les sites de ventes privées tels que Veepee, Ventealappropriété, ou Bazarchic (17 % de l'activité). Viennent ensuite les sites généralistes (Cdiscount,



Amazon, La Redoute...); les Box et abonnements (Le petit ballon, Chais d'œuvre, Pinot Bleu...); les cavistes (4 % de l'activité) et enfin les acteurs dits atypiques et innovants (IdealWine, Les grappes, Avenue des vins...).

UNE HYBRIDATION DES MODÈLES

Le coût et la qualité des livraisons restent des enjeux majeurs dans la vente du vin par internet, pointe l'étude. Cette réalité explique en grande partie la tendance à l'hybridation des opérateurs. Les acteurs du commerce physique (grande distribution, cavistes) se digitalisent, à l'inverse des « pure players » et des structures « box et abonnements » qui créent des lieux physiques d'achat ou de consommation. La combinaison des commerces physiques et numériques permet alors d'atteindre de nouvelles cibles, d'améliorer l'expérience d'achat des clients et ainsi de rester présents face aux concurrents. Ces modèles hybrides permettent également de répondre aux attentes des clients, dont les achats de vins sont généralement des « achats passion » (par rapport à des « achats rationnels ») et que les seuls sites en ligne ne peuvent pas toujours accompagner, malgré les nouveaux outils déployés (chatbots, contenus vidéos, sommeliers...).

© Raphaël Lecocq
Uni-Médias - mai 2020

RETROUVEZ-NOUS
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



TÉLÉPHONE
03 88 24 67 68 *

INTERNET
www.credit-agricole.fr/ca-alsace-vosges **

