

DANS LA PEAU D'UNE ENTREPRISE

Agrosemens

Le bio prend de la graine



Ils sont deux frères et ont cru, il y a sept ans, au développement de la semence bio. Aujourd'hui, Agrosemens a poussé son originalité entre les grandes majors en promouvant le 100 % bio. Rencontre avec Cyriaque Crosnier Mangeat.



Naissance. « C'est en août 2002 que nous avons lancé Agrosemens, moi, Cyriaque Crosnier Mangeat et mon frère, Judicaël. Je suis ingénieur agronome de formation. Mais mon frère vient d'un monde différent, celui de la finance. Nous avons toujours cru que nous défendions un projet d'entreprise original, celui de jeter les bases d'un semencier français indépendant et engagé affirmant sa place d'acteur 100 % bio. Même la perspective d'affronter les grandes entreprises dans ce domaine ne nous a pas fait reculer. Il ne faut jamais oublier qu'une entreprise, ce sont avant tout des hommes. Et leur conviction est capable de déplacer les montagnes. Nous sommes partis avec un capital de 8 000 €. »

Le Tholonet. « Nous nous sommes installés d'abord au Tholonet, là où résident nos parents. C'est une terre familiale de 2 ha où nous avons pu produire nos premières semences. Pour nous, la famille prime sur tout. Nous nous sommes ensuite déplacés aux Milles, dans des locaux de 500 ha dévolus à toutes les tâches de conditionnement des graines. »

Le projet bio. « La semence biologique est pour nous une manière de participer à un autre développement de l'agriculture. Nous avons opté pour une spécialisation 100 % bio et non pour une diversification, comme d'autres. La loi a évolué en notre faveur puisque, depuis 2005, la production biologique ne peut être obtenue qu'avec de la semence bio. Nous avions eu la bonne intuition. »

Concurrence. « Toutes les grandes maisons semencières ont cru que nous allions nous planter. Mais nous affichions des principes : la qualité de la semence, faire sortir l'agriculture biologique de son carcan idéologique. Ces deux axes nous ont permis d'occuper rapidement le marché français. »

Variétés. « Nous cherchons à faire renaître des variétés de semences anciennes. Au début, nous en comptions 40. Nous sommes aujourd'hui à 300. Le développement du bio nous a permis d'étendre notre gamme. Nous sommes bien entendu responsables à 100 % de la pureté du produit que nous proposons. Nous assurons la visibilité de la traçabilité. La crédibilité de notre entreprise se joue à ce niveau-là. »

Chiffre d'affaires. « En 2002, nous avons réalisé 15 000 € de CA. Nous sommes aujourd'hui à 500 000 €. Nous avons fait l'erreur de nous projeter trop vite sur le marché international, avant de nous raviser. En 2003 et 2004, nous avons essentiellement travaillé sur la fabrication d'une marque. En 2005, nous décidons de refaire notre plan d'affaire. Le cabinet Deloitte, très réputé, a confirmé que nous avions posé notre dynamique de développement sur de bons rails. Ce qui nous a permis de contacter un capital-risqueur, Proencia, et d'être éligibles à leur financement. Puis, au dernier moment, un coup de chance nous a permis de croiser le chemin de Dominique Milhaud, du Crédit agricole, qui venait de mettre en place le prêt participatif Cap Création. Nous avons été soutenus par une vraie banque, capable de prendre des risques. Nous avons ensuite mis l'accent sur la commercialisation, en

2005, mais l'ambition était trop élevée, il a fallu réduire la voilure. Notre vrai décollage s'est produit lorsque nous avons pu intégrer le circuit des grands magasins et éditer un catalogue en direction des maraîchers convertis au bio. »

Le rapport à la terre. « Notre installation aux Milles nous a permis de multiplier les contacts avec les agriculteurs bio en quête de nouvelles semences. Il n'est pas évident de trouver des terrains pour faire du maraîchage bio en région aixoise. Nous avons besoin de parcelles pour assurer la démonstration de nos produits. Au début, les agriculteurs nous ont regardés avec beaucoup de défiance. Aujourd'hui, ce sont nos principaux clients. PACA est une région réceptive au bio, 10 % de notre production vont en direction des agriculteurs régionaux. Nous allons renforcer cette représentation régionale, dans un contexte favorable au développement des produits bio. Nous travaillons aussi à l'étranger, notamment au Portugal, en Espagne ou encore en Belgique où l'agriculture intensive perd du terrain. La prise de conscience civique aussi prend de l'ampleur : le succès rencontré par les AMAP (associations pour le maintien d'une agriculture paysanne), respectueuses du développement bio, en est la preuve. »

Développement. « Il passe par une présence plus importante dans les salons dédiés au bio. On participe chaque année à une dizaine de manifestations de ce genre. Nous consacrons 5 % de notre budget global à cette présence dans les salons. Nous allons passer à 8 % parce que les retours sont très intéressants. C'est là que nous pouvons montrer un savoir-faire que le temps commence à valider. »

L'aide des pouvoirs publics. « J'entends dire que la Région aide des initiatives comme la nôtre. Je crois à la sincérité de certains hommes politiques. Mais je n'ai pas encore eu le temps de faire du lobbying dans ce domaine. Ce n'est pas l'axe qui permettra à l'entreprise de se renforcer. Je crois plus au travail récurrent auprès de la société civile, consciente aujourd'hui que nous devons passer à une autre agriculture. » ■

Propos recueillis par Marc Rambuzet et Charles Morel