



LA MARQUE FERTILISANT DURABLE, UNE MARQUE QUI ASSURE L'ORIGINE RENOUELABLE DES MATIÈRES FERTILISANTES ET INSCRIT PRODUCTEUR ET UTILISATEUR DANS UNE DÉMARCHE D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

### 3 utilisateurs en parlent

**AXIOMA**  
utilisateur depuis 2019



**Anthony BUGEAT,**  
CEO de AXIOMA

« Nous avons découvert la marque grâce à AFAIA. Etant concepteurs et fabricants de biostimulants à base d'extraits végétaux, l'objectif de la marque s'inscrit dans le cœur de notre activité.

Notre objectif est de proposer aux agriculteurs des solutions efficaces leur permettant de sécuriser leur rendement en améliorant la tolérance de leurs cultures aux stress environnementaux. Ce qui va d'une façon indirecte limiter l'utilisation d'intrants chimiques.

**« On propose ainsi des produits composés à 95% de matières premières renouvelables et continus à chercher des alternatives à d'autres produits, dans une perspective d'agriculture raisonnée. »**

Ne faisant pas de la vente directe, les cibles finales de nos produits sont certes les agriculteurs mais nos clients directs sont soit des distributeurs, soit des firmes phytosanitaires qui souhaitent élargir leur gamme ou des industriels qui achètent nos produits comme matière première pour améliorer l'efficacité des leurs.

Nos clients, en particulier les distributeurs qui essayent d'intégrer à leur gamme la notion d'économie circulaire, trouvent très intéressant d'avoir une marque qui garantit l'origine renouvelable des matières premières utilisées dans le produit.

**« Il existe une réelle demande de la part de l'utilisateur de ce genre de marque. »**

Les agriculteurs sont en recherche de produits qui soient à la fois efficaces mais aussi qui sont à très faibles risques, que ce soit pour eux ou pour l'environnement. L'agriculteur a tout son intérêt à utiliser ce type de produits. Il sait qu'il va pouvoir les appliquer sans masque et combinaison spécifique. Si on peut le rassurer sur l'origine des matières premières, il ne dira pas non. »

**ABCDE**  
utilisateur depuis 2017



**Jean-Pierre BOCKHORN,**  
directeur du pôle organique de ABCDE

« Nous avons choisi la marque Fertilisant Durable car elle correspond à la réalité de nos engagements et nos actions.

En effet, le groupe ABCDE s'est engagé depuis longtemps dans cette logique d'économie circulaire dans laquelle cette marque s'inscrit.

**« Répondre au cahier des charges de cette marque est un réel gage de sécurité pour nos clients. »**

Selon M. STEMART, céréalier dans le Grand Est et client du groupe ABCDE : « Par leur sérieux et leurs méthodes de travail, le fertilisant fourni par ABCDE est d'une qualité constante. L'impact sur mes rendements est suffisamment conséquent pour que je recommande d'utiliser ces fertilisants fournis par le groupe ABCDE. »

**ANGIBAUD**  
utilisateur depuis 2016



**Gilles NIVELET,**  
Directeur Marketing de ANGIBAUD

**« Cette marque vient appuyer notre stratégie autour de l'économie circulaire qui est la raison d'être de notre groupe »**

Elle vient véhiculer une image positive de nos fertilisants organiques et de nos produits utilisables en agriculture biologique.

Cette marque doit aussi permettre d'identifier l'engagement d'ANGIBAUD pour une agriculture durable, avec des engrais d'origine française parfaitement adaptés aux différents terroirs.

Il est encore difficile de mesurer l'impact auprès des utilisateurs étant donné la jungle de labels et logos qui existent aujourd'hui sur le marché. La marque bénéficierait donc à être mieux connue des distributeurs ainsi que des utilisateurs finaux.

Ce label "Fertilisant durable" clairement identifié dans le marché doit permettre de renforcer notre image en tant qu'acteur important sur ce segment de marché et donc faire réfléchir les distributeurs dans leur acte d'achat en toute connaissance de cause.

Ce label doit apporter une valeur ajoutée au produit et peut faire la différence entre des fertilisants non estampillés, d'origine variable et avec une traçabilité douteuse. »