

Conception et diffusion d'un index web floristique permettant l'accès aux connaissances malherbologiques et aux recommandations opérationnelles de lutte contre les principales adventices des grandes cultures.

Organisme chef de file : CETIOM

Chef de projet : Jean LIEVEN lieven@cetiom.fr, 01 30 79 95 57

Partenaires : ARVALIS Institut du Végétal, ITB, ACTA, ITAB, ITL, FNAMS, Agro-Sup Dijon

Objectifs :

Le projet cherche à concevoir puis à rendre largement accessible aux agriculteurs, conseillers et enseignants agricoles, un site web qui fournirait, par espèces d'adventices, des informations malherbologiques utiles et des conseils cohérents, opérationnels et stratégiques, en matière de lutte. Le champ d'application intéressera les producteurs en grandes cultures en mode conventionnel et biologique mais aussi les professionnels de la formation agricole. L'outil sera conçu de façon suffisamment intuitive et conviviale pour faciliter la navigation et la compréhension.

Résultats et valorisations attendus :

Tous les axes de travail de ce projet convergent vers le même résultat attendu, celui de la création et de la diffusion d'une application web pédagogique dédiée aux agriculteurs, conseillers et distributeurs, faisant office de ressources documentaires pour la maîtrise du désherbage dans les grandes cultures.

Les partenaires chercheront à faire de ce site une référence nationale incontournable en matière de source d'informations sur les principales mauvaises herbes : identification, habitat, écologie, biologie, méthode de lutte, etc.

Le projet INFLOWEB a pour finalité de contribuer à faire évoluer les pratiques dans les 10 prochaines années, comme l'exige le Grenelle de l'Environnement et l'un de ses outils incitatifs de mise en application : le Plan EcoPhyto 2018.

La valorisation et la communication sur le projet se feront en grande partie au terme du projet à travers des revues et médias spécialisés, des communiqués de presse, des colloques et des manifestations à dimension nationale.

Une fois l'outil web mis au point et diffusé, des campagnes de promotion pourront être lancées grâce aux canaux de communication propres au RMT « Gestion de la Flore Adventice » ou aux différents partenaires (plaquettes, notes, lettres d'info techniques, messages publicitaires, sites web, Bulletins de Santé du Végétal, etc.).