

Situation de la filière  
Plantes à Parfum, Aromatiques et  
Médicinales  
dans les  
Parcs Naturels Régionaux  
de métropole

Mémo rédigé par  
Ilona MEZEI

- Parc naturel régional du Massif des Bauges -

Contact : 04.79.54.97.59 – 06.88.78.74.72  
[i.mezei@pnr-massif-bauges.fr](mailto:i.mezei@pnr-massif-bauges.fr) - [ilona.mezei@hotmail.fr](mailto:ilona.mezei@hotmail.fr)

## *Contexte*

Depuis le début de l'année 2008, je travaille sur la filière Plantes Aromatiques et Médicinales dans le Parc naturel régional du Massif des Bauges.

Mon parcours avant d'arriver dans ce Parc a été sinueux et riche d'expériences. En effet, je suis parfumeur de formation. Après une licence de chimie à l'Université de Grenoble et un Master de parfumerie à l'ISIPCA (Institut Supérieur International de la Parfumerie, de la Cosmétique et de l'Aromatique Alimentaire), j'ai travaillé dans une maison de création de parfums, en région parisienne.

Puis j'ai voulu me diversifier et me confronter à d'autres milieux, notamment dans les plantes, matières premières pour la parfumerie.

J'ai donc réintégré un Master 2 Biodiversité, Ecologie et Environnement à l'université Joseph Fourier de Grenoble. Ceci m'a ouvert aux problématiques liées à l'environnement, à sa préservation et sa valorisation. Aujourd'hui j'effectue mon stage de fin de formation dans le PNR du Massif des Bauges, où je suis encadrée à la fois par le Parc, mais aussi par les producteurs de PAM du massif des Bauges, ainsi que par l'association Jardins du Monde Montagne.

Ma mission comporte plusieurs volets, et s'organise comme suit :

♣ Un état des lieux de la filière Plantes Aromatiques et Médicinales sur le massif des Bauges, pour apprendre à connaître les producteurs, leurs besoins et leurs attentes du Parc.

J'ai voulu inscrire cet état des lieux dans un aperçu plus global de la situation de la filière PPAM dans les PNR français, récapitulé dans ce mémo.

♣ D'autre part, je travaille sur la création d'une offre agri-touristique de jardins thématiques situés sur les exploitations de PPAM.

♣ Parallèlement, je travaille également sur le développement de la Marque Parc pour les produits issus des plantes dans les Bauges.

♣ Pour finir, je travaille avec Jardins du Monde Montagne à la préparation d'une étude ethnobotanique sur le Massif des Bauges.

Lors de mes appels pour m'informer de la situation de la filière PPAM dans les différents PNR, plusieurs personnes que j'ai eues au téléphone ont été intéressées par ma démarche et m'ont demandé si je pouvais leur faire un retour sur la suite de mes investigations. J'ai donc pensé à écrire un mémo récapitulant ces informations et mes analyses.

J'espère qu'il apportera des réponses aux personnes qui ont des questions à ce sujet, et qu'il sera instructif pour tous.

## *Sommaire*

CONTEXTE .....	2
SOMMAIRE .....	3
INTRODUCTION .....	4
<b>I. ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE PLANTES A PARFUM, AROMATIQUES ET MEDICINALES (PPAM) DANS LES PNR FRANÇAIS.....</b>	<b>5</b>
1. Historique .....	5
2. Présence de producteurs de PPAM dans les PNR .....	5
3. Produits.....	6
4. Implication des PNR .....	7
5. Marque Parc .....	9
6. Etude ethnobotanique.....	9
<b>II. ANALYSE .....</b>	<b>10</b>
1. Introduction .....	10
2. Présence des PPAM dans les PNR.....	11
3. Absence des PPAM dans les PNR.....	11
4. L'inscription des PPAM dans les missions des PNR.....	11
<b>III. ACTIONS EN FAVEUR DES PAM .....</b>	<b>13</b>
1. La Marque parc .....	13
2. L'étude ethnobotanique .....	14
3. La communication .....	15
4. La place des PNR dans le développement des PPAM.....	15
<b>IV. FICHES TECHNIQUES .....</b>	<b>17</b>
1. Le cas de la création de jardins thématiques dans le PNR du Massif des Bauges....	17
2. Le cas de la Marque Parc des PNR du Vercors et du Verdon.....	17
<b>V. PRECONISATIONS.....</b>	<b>19</b>
1. Pour l'accompagnement technique des producteurs. ....	19
2. Pour la communication.....	19
3. Pour le financement .....	20
4. Pour la production et la création de nouveaux produits .....	21
5. Pour la commercialisation .....	21
6. Partenariat avec Jardins du Monde .....	22
CONCLUSION .....	24
BIBLIOGRAPHIE .....	26

## *Introduction*

Depuis quelques années, de nombreux Parcs naturels régionaux voient s'installer sur leur territoire des producteurs de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM). On assiste en effet aujourd'hui à un envol de la demande du public en terme de produits naturels et issus des plantes, et pour satisfaire cette demande les producteurs se multiplient, s'organisent et proposent des produits de plus en plus diversifiés.

Face au dynamisme de cette filière et à l'enthousiasme du public pour la botanique et les plantes, beaucoup de PNR ont voulu s'investir aux côtés des producteurs de leur territoire, et de nombreuses actions sont menées en ce sens. Ainsi le PNR du Massif des Bauges, où j'ai été recrutée pour travailler sur le filière PAM, en collaboration avec les producteurs de PAM du massif et l'association Jardins du Monde Montagne. Après un état des lieux de la filière locale, j'ai voulu faire un tour d'horizon des autres PNR de métropole afin d'avoir un aperçu de leur situation en matière d'accueil et d'accompagnement des producteurs de PPAM. J'en ai tiré beaucoup d'informations et d'idées, que j'ai souhaité organiser dans ce mémo.

J'y établis dans un premier temps un état des lieux de la filière PPAM dans les PNR français, suivi par une analyse de cette situation. Dans un deuxième temps j'aborde les principales actions menées par les PNR sur les PPAM, et je décris plus spécifiquement l'offre agri-touristique en cours de création dans le PNR du Massif des Bauges, ainsi que la Marque Parc pour les produits issus des PPAM. Je termine par une liste de pistes de travail envisageables pour les Parcs naturels régionaux qui souhaiteraient s'investir aux côtés des producteurs de PPAM présents sur leur territoire, ou renforcer leurs actions.

# *I. Etat des lieux de la filière Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales (PPAM) dans les PNR français*

## *1. Historique*

Les plantes ont été utilisées de tous temps par les hommes pour se nourrir, se soigner, soigner leurs animaux, et pour des usages cosmétiques ou domestiques. Dans toutes les civilisations et à tous les âges les plantes ont eu une importance majeure.

Cependant, depuis le début de l'ère industrielle, ces usages se perdent, les sociétés modernes ayant à leur disposition d'autres molécules, d'autres matériaux, et des moyens de production autrement plus conséquents. C'est ainsi qu'ont commencé à disparaître la plante-nourriture, la plante-soin et la plante-cosmétique ou parfum.

Cependant, même si leur usage n'est plus aussi répandu que par le passé, une offre et une demande sont toujours présentes, une certaine production a résisté et a eu de beaux jours. Ainsi dans les années 1970-1980, où la filière PPAM a été très dynamique et où on a vu une installation importante de producteurs de plantes. Déjà à cette époque, les Parcs s'étaient impliqués aux côtés de cette filière et de nombreuses actions avaient été menées : programmes de recherche pour développer de nouvelles cultures de plantes aromatiques, études de la filière et de ses débouchés, aides aux producteurs de PAM, études ethnobotaniques, ouvrages sur les utilisations traditionnelles des plantes dans différents territoires français...

Puis, il y eut un recul de la production dans les années 1990. Les producteurs de PAM implantés ont eu du mal à traverser cette période, beaucoup se sont orientés vers d'autres productions ou d'autres métiers. Les installations de nouveaux producteurs étaient rarissimes, la demande des consommateurs chutait... Parallèlement, les actions menées par les Parcs ont été abandonnées petit à petit, les chargés de mission ont travaillé sur d'autres problématiques, et les projets ont été repoussés à plus tard.

Aujourd'hui, on assiste à un retour très vif de cette production, la filière des PPAM est en plein essor. La demande des consommateurs s'envole, et l'offre des producteurs a bien du mal à satisfaire la demande.

Face à cette demande croissante, beaucoup de producteurs se sont installés au cours des dernières années. Les agriculteurs déjà en place ont diversifié leur production, et de jeunes agriculteurs ont voulu se former à la culture des PPAM pour s'installer par la suite.

De nombreux CFPPA (Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricoles) ont diversifié leur offre de formation et ont ouvert des cursus axés sur le végétal, les PPAM, leur culture et leurs utilisations (Nyons, Brie, Gironde, Montmorot ...), les certificats de formation dans ce domaine se multiplient.

Les PNR ont ainsi vu s'installer sur leur territoire des producteurs de plantes de plus en plus nombreux, et certains ont commencé à travailler avec cette filière en pleine ébullition.

## *2. Présence de producteurs de PPAM dans les PNR*

Sur les 42 PNR français de métropole, 25 accueillent des producteurs ou des cueilleurs de PPAM sur leur territoire, soit un peu plus de la moitié (*cf tableau en annexe*).

Ces Parcs se situent principalement dans la moitié Sud de la France, principalement pour des raisons climatiques.

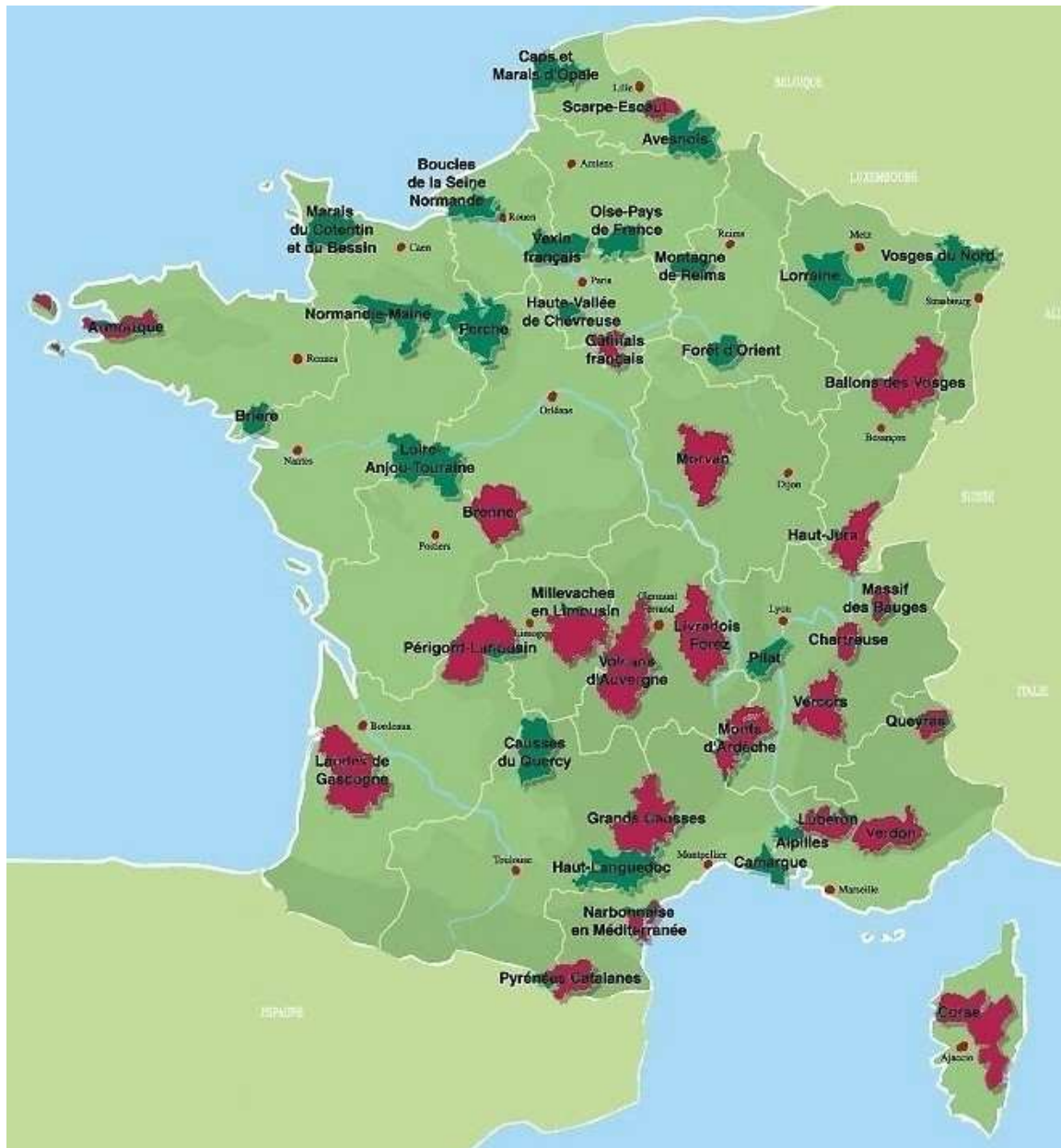


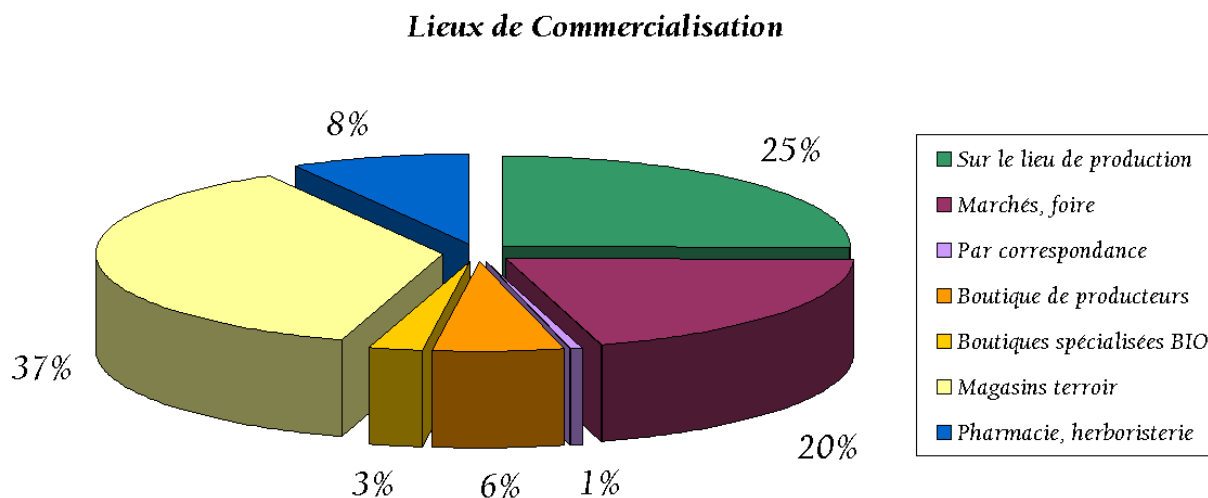
Figure 1 - Carte représentant en rose les PNR qui accueillent des producteurs de PPAM sur leur territoire, et en vert ceux qui n'en accueillent pas.

*Remarque* : certains PNR accueillent des producteurs de PAM uniquement (Plantes Aromatiques et Médicinales), mais afin d'étudier la filière dans son ensemble nous parlerons de PPAM dans tout ce document.

### 3. Produits

Il est noter que les producteurs de PPAM qui sont implantés sur ces territoires se regroupent souvent en associations ou en syndicats afin de mettre leurs connaissances en commun, de mieux gérer leur production, d'avoir une meilleure visibilité au niveau local et de promouvoir leurs produits (15 PNR voient leurs producteurs se regrouper). Ces associations, syndicats ou coopératives leur permettent de proposer une offre de produits complémentaires, à des clients différents, et permettent ainsi de diminuer la concurrence entre eux.

Une grosse partie de la vente se fait à des particuliers, en vente directe (sur leurs exploitations, sur les marchés, les foires, ...) ou par des magasins de produits Bio ou de produits du terroir. L'exemple des Bauges illustre bien cette répartition :



La gamme de produits proposés est variée : on trouve souvent les plantes séchées sous forme de tisanes ou d'aromates, mais aussi des liqueurs, des apéritifs, des sirops, des confitures, des coulis. Plus ponctuellement on trouve aussi des producteurs qui proposent des huiles essentielles, des huiles de macération, des baumes de soins et des cosmétiques naturels à base des plantes qu'ils cultivent (PNR du Vercors, du Massif des Bauges, d'Armorique). On trouve également des producteurs qui vendent des arômes naturels à base de plantes (PNR d'Armorique). Il y a également des producteurs qui proposent des vinaigres, des sels ou d'autres condiments aromatisés aux plantes (PNR des Grands Causses, du Vercors).

En ce qui concerne la vente à l'industrie, les producteurs de PAM vendent beaucoup leur production en vrac, sous forme de plantes séchées. Ce produit est destiné aux distilleries, aux herboristeries ou aux liquoristeries.

Certains vendent également des huiles essentielles aux industries, notamment celle de la parfumerie et de la cosmétique.

On trouve également des producteurs qui vendent aux restaurateurs, comme par exemple un producteur du PNR d'Armorique qui vend son persil ainsi.

Ainsi, on voit bien que la gamme des produits issus des PPAM proposés par les producteurs est vaste, ce qui leur permet de se diversifier dans leurs productions et d'avoir des clients variés.

#### **4. Implication des PNR**

Face au dynamisme des producteurs de plantes et à la demande des consommateurs, de nombreux PNR se sont mis à travailler avec la filière et mettent en place des actions pour aider les producteurs, promouvoir leurs savoirs, leur savoir-faire et leurs produits.

Aujourd'hui, 15 des 23 PNR qui accueillent des producteurs de PAM sur leur territoire travaillent sur la filière PAM, en étroite collaboration avec les producteurs ou les associations de producteurs.

Les actions suivent des axes différents :

- Création d'un séchoir collectif - *Ballons des Vosges*
- Création de coopérative PAM - *Chartreuse, Morvan*
  
- Animation de groupe de producteurs - *Vercors*
  
- Etude de faisabilité de mise en culture, de débouchés - *Gâtinais, Volcans d'Auvergne*
- Aide aux producteurs pour les mises aux normes, les mesures d'hygiène - *Gâtinais*
  
- Création de jardins patrimoniaux PAM, de sentiers d'interprétation - *Lorraine, Gâtinais, Pilat*
- Création d'une offre agri-touristique de jardins thématiques situés sur les exploitations des producteurs – *Massif des Bauges*
- Animations botaniques sur les plantes et leurs utilisations - *Forêt d'Orient*
- Animations et ethnobotanique avec l'association Jardins du Monde - *Armorique*
- Etude sur les anciennes techniques de culture, de cueillette et de transformation - *Chartreuse*
  
- Estimation d'impact de la cueillette des plantes protégées (soumises à une autorisation du département pour la cueillette) - *Chartreuse*
- Rédaction d'une charte d'Ecocueillette - *Morvan*
  
- Développement d'un label pour les plantes et les petits fruits - *Ballons des Vosges*
  
- Demande de subventions LEADER + - *Gâtinais, Massif des Bauges*
  
- Promotion de la paille de lavande en bioénergie - *Luberon*
- Valorisation des travaux agricoles - *Gâtinais*
- Promotion des producteurs sur les plaquettes, le site internet du Parc - *tous les PNR*

Ainsi, les PNR mènent de nombreuses actions différentes pour promouvoir les PAM, les faire connaître du grand public, et aider ainsi les producteurs.

### **Actions Principales**

En plus de celles énumérées ci-dessus, deux actions sont intéressantes car on les retrouve dans plusieurs Parcs :

- Elaboration d'une Marque Parc sur les produits issus des PPAM – *4 PNR concernés*
- Réalisation d'une enquête ethnobotanique et édition d'un ouvrage sur les usages traditionnels des plantes sur le territoire – *6 PNR concernés*

## 5. *Marque Parc*

A ce jour, 4 PNR ont établi une Marque Parc (MP) sur une plante ou des produits issus des plantes :

- Le PNR du Gâtinais français a une MP sur la menthe poivrée
- Le PNR des Grands Causses a une MP sur le safran
- Le PNR du Vercors a une MP sur les produits issus des plantes à parfum, aromatiques et médicinales
- Le PNR du Verdon a une MP sur les plantes aromatiques

D'autre part, d'autres PNR se penchent sur la question :

- Le PNR de Millevaches en Limousin est en train d'établir une MP sur les produits issus des PAM.
- Le PNR des Monts d'Ardèche réfléchit à une MP sur la myrtille
- Le PNR du Massif des Bauges est en cours d'élaboration d'une MP sur les produits issus des PAM.

## 6. *Etude ethnobotanique*

A ce jour, 6 PNR ont réalisé une étude ethnobotanique et ont par la suite édité un ouvrage afin de rendre ces savoirs accessibles au public.

Le PNR du Vercors a commencé avec une étude et un ouvrage paru en 1989. Puis il a été suivi par les Parcs naturels régionaux de Corse, de la Forêt d'Orient, du Luberon, des Pyrénées Catalanes et du Verdon.

Des études similaires sont également en cours ou en réflexion dans d'autres Parcs. Ainsi, le PNR de Chatreuse vient lui aussi de prendre la décision de réaliser une étude ethnobotanique avec l'association Jardins du Monde, et un partenariat à cette occasion avec le PNR du Massif des Bauges est à l'étude.

De son côté, le PNR du Livradois-Forez a commencé une enquête ethnobotanique sur ses poirières (poiriers qui poussent le long de murs).

Partons pour les îles, le PNR de Guyane vient de lancer une étude ethnobotanique sur ses plantes et leurs relations de tous temps avec les sociétés humaines.

Pour sa part, le PNR d'Armorique travaille souvent avec Jean-Pierre Nicolas, le président de Jardins du Monde, et des animations portant sur l'ethnobotanique ont lieu régulièrement dans le Parc.

On peut également remarquer que les Parcs Nationaux se sont également positionnés sur des études de ce type, notamment avec le Parc de la Vanoise qui a réalisé une étude en 1985, ou le Parc National des Pyrénées en 2003.

## *II. Analyse*

### *1. Introduction*

Cet état des lieux de la présence de producteurs de PPAM nous a permis de voir que les producteurs sont implantés dans diverses régions françaises et que cette filière n'est nullement une filière marginale. Plus de la moitié des PNR concernés par la présence de producteurs sur leur territoire ont lancé des actions pour travailler avec eux et valoriser leur production. Ce mouvement est en pleine expansion et de nombreux PNR qui ne l'avaient pas encore fait commencent à se pencher sur cette filière en plein essor et voudraient profiter de cette tendance pour s'impliquer plus massivement.

#### *Explications sur les tendances.*

Dans les **années 1970-1980**, la filière PPAM est une filière qui a un très fort potentiel. Effectivement, cette époque est caractérisée par un retour à la terre et une revalorisation de la médecine populaire par les plantes. Cette médecine est appréciée pour deux raisons : elle est peu onéreuse, et elle permet de démocratiser le savoir. En effet, à cette époque la médecine est perçue comme une monopolisation du savoir, et donc du pouvoir, par les médecins, et la médecine populaire de soins par les plantes est vue comme une manière de rémédier à ce pouvoir. On assiste donc à un rajeunissement de la médecine traditionnelle, partagée et accessible à tous.

Puis, dans les **années 1990**, la production française de PPAM est mise en danger par plusieurs facteurs.

D'une part l'avènement de la chimie organique a largement contribué à l'abandon des plantes en temps que matières premières. Les vêtements se taillent dans des matières synthétiques, les parfums et les cosmétiques se composent avec des molécules de synthèse, les arômes voient le jour pour donner du goût aux conserves et aux plats surgelés qui naissent, on soigne de plus en plus largement avec des antibiotiques... Lorsque les plantes sont encore utilisées comme matières premières, les cultures étrangères plus rentables et moins onéreuses prennent la place des productions françaises. La mondialisation facilite largement les importations et la chimie organique balaie les plantes. A l'échelle mondiale, la production française de PAM n'est plus concurrentielle...

Les producteurs de PPAM français ont donc du mal à survivre, et peu sortiront indemnes de cette période.

**Aujourd'hui**, on assiste à un véritable engouement du public pour le naturel. L'overdose du chimique, de l'artificiel, du toujours moins cher au détriment parfois de la qualité pousse les consommateurs à un retour vers la nature. On recherche l'authentique, l'artisanal, le bon et le vrai. Les vêtements redécouvrent les textiles naturels, et s'orientent même vers le textile bio (coton, soie, bambou, ...). Le renouveau de la cuisine « traditionnelle » pousse les plats surgelés aromatisés de côté, les parfums et cosmétiques bio se font une place de plus en plus importante, on se tourne davantage vers les médecines douces pour se soigner de petits maux. Le consommateur est en recherche de qualité, et accepte de payer un peu plus cher pour cette valeur ajoutée. Ceci a permis le retour en grâce des produits naturels et issus des plantes dans les domaines de la nourriture, du soin et de la cosmétique.

## *2. Présence des PPAM dans les PNR*

La présence des producteurs de PPAM dans les PNR s'explique assez facilement par le climat. En effet, le climat de la moitié Sud de la France est en général plus propice à l'agriculture de PPAM, ce qui de tout temps a favorisé son implantation dans ces régions. Les producteurs actuels se sont eux-mêmes implantés sur les territoires qui présentaient un climat favorable, et qui avaient aussi une histoire de cette culture.

Seuls les PNR du Haut-Languedoc, des Causses du Quercy et de Alpilles font exception.

Le PNR du Haut-Languedoc est dans une région où les producteurs sont présents, mais pas sur le territoire du Parc.

En ce qui concerne le PNR de Alpilles, sa toute nouvelle création explique que un état des lieux de la filière PPAM n'ait pas encore été mené.

Le PNR des Causses du Quercy est lui surtout un territoire d'élevage.

## *3. Absence des PPAM dans les PNR*

Les producteurs de PPAM sont peu présents dans la moitié Nord de la France, ce qui est partiellement dû au climat, moins propice à l'agriculture de plantes aromatiques. Ce climat qui n'a jamais particulièrement incité les producteurs de plantes à s'y installer a empêché la production de PPAM de devenir une tradition et de faire partie du paysage.

Cependant, d'autres raisons expliquent leur absence dans ces régions. En effet, la moitié Nord de la France est constituée de paysages beaucoup plus plats que la moitié Sud. Et ces grandes étendues à perte de vue ont été colonisées depuis de nombreuses années déjà par d'autres agricultures, parfois intensives, faciles à mettre en place du fait de l'absence de relief.

Ainsi, on trouve l'industrie laitière dans le PNR de l'Avesnois, de l'élevage dans les PNR de la Brière, des Caps et Marais d'Opale,

Le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est largement couvert par les forêts.

Le PNR de Loire-Anjou-Touraine est très proche d'une grande zone de production de plantes aromatiques située hors de son territoire, ce qui explique l'absence de producteurs sur le Parc.

Le PNR du Vexin est un territoire d'agriculture céréalière.

## *4. L'inscription des PPAM dans les missions des PNR*

Les 5 missions des PNR définies par Décret sont les suivantes :

- **la protection et la gestion du patrimoine naturel et culturel**
- **l'aménagement du territoire**
- **le développement économique et social**
- **l'accueil, l'éducation et l'information du public**
- **l'expérimentation et la recherche**

Le travail des PNR avec la filière PPAM découle naturellement de ces missions, notamment celle de protection et de gestion du patrimoine naturel et culturel, ainsi que celle de développement économique et social.

En effet, dans le cadre de la **protection et de la gestion**, un PNR s'attache à gérer de façon harmonieuse ses espaces ruraux ; à maintenir la diversité biologique de ses milieux ; à préserver et valoriser ses ressources naturelles, ses paysages, ses sites remarquables et fragiles ; à mettre en valeur et dynamiser son patrimoine culturel.

Les productions de PPAM constituent un patrimoine naturel et culturel, notamment dans les régions où elles font partie d'une tradition, et les plantes font partie des ressources naturelles d'un territoire. A ce titre, elles méritent d'être valorisées.

Dans ce cadre, il est aussi important pour un Parc d'avoir une certaine vision des activités de cueillette que peuvent pratiquer les producteurs de PPAM, afin de s'assurer que les ressources naturelles sont cueillies dans un souci de durabilité et ne sont pas dilapidées. De manière générale, les cueilleurs qui dépendent de cette cueillette sont très précautionneux, conscients que leur métier dépend de la durabilité même des ressources qu'ils cueillent. Mais un ceratin suivi est tout de même intéressant à mettre en place.

D'autre part, la mission de **développement économique et social** implique qu'un PNR anime et coordonne les actions économiques et sociales pour assurer une qualité de vie sur son territoire : il soutient les entreprises respectueuses de l'environnement qui valorisent ses ressources naturelles et humaines.

Dans ce cadre-là, l'implication des PNR aux côtés des producteurs de PAM permet de mettre en place un soutien à l'agriculture durable, ainsi que la promotion des produits, au travers de la Marque Parc par exemple. L'aide aux producteurs rentre donc naturellement dans les missions des Parcs naturels régionaux.

### *III. Actions en faveur des PAM*

Dans cette partie nous souhaitons nous pencher un petit peu plus en détail sur les trois actions principales qui sont menées par plusieurs PNR sur la filière PPAM, à savoir la Marque Parc, l'étude ethnobotanique et la communication.

#### *1. La Marque parc*

##### *Qu'est-ce que c'est ?*

La Marque Parc naturel régional est un moyen mis à la disposition des PNR depuis le milieu des années 1990, qui permet de valoriser et différencier des produits, des services et des entreprises de leur territoire.

La marque est associée à des valeurs et est attribuée à des entreprises ou des produits qui répondent à quatre critères : l'origine des matières premières, l'authenticité et l'innovation des produits par rapport à l'histoire du territoire, la logique artisanale et le respect de l'environnement. De plus, les produits et services ne doivent bien évidemment causer aucun dommage à la santé ou à la sécurité des consommateurs.

De nombreux Parcs ont opté pour le marquage Parc sur des services et des produits de leur territoire, la liste complète peut être trouvée sur le site Internet de la Fédération des Parcs naturels régionaux (<http://www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr>).

En ce qui concerne les PPAM, deux Parcs ont attribué une Marque Parc à des plantes spécifiques, la menthe poivrée dans le PNR du Gâtinais français et le safran dans le PNR des Grands Causses.

Deux autres Parcs ont souhaité attribuer leur marque à l'ensemble des produits issus des PPAM de leur territoire, le PNR du Vercors et celui du Verdon. Nous nous pencherons plus tard sur la méthodologie mise en œuvre pour ce marquage.

##### *Impact de la Marque Parc (MP)*

Peu d'études ont été menées sur l'impact réel du marquage Parc pour les produits ou les services.

A l'origine, les Parcs avaient mené une étude sur l'impact attendu du marquage Parc. Arguant que l'image Parc naturel régional est associée dans l'imaginaire du public à des valeurs sûres reposant sur l'environnement, la Marque Parc vaut pour le consommateur de garantie d'origine, d'authenticité et de naturel. Elle est une promesse de son caractère artisanal, qualitatif et sain. La notoriété et l'image des Parcs sont donc primordiales pour que la Marque Parc touche le public.

D'autre part, l'effet de gamme permet également d'avoir un impact sur le consommateur. L'utilisation de la Marque dans l'ensemble des PNR de France et la communication qui l'accompagne permet au consommateur d'identifier spontanément ces produits et services.

Une étude récente (2006) s'est interrogée sur l'impact de la marque Parc auprès des détenteurs de la marque dans le PNR des Grands Causses. Elle arrive à la conclusion selon laquelle la capacité des MP à stimuler l'action collective des acteurs locaux est plus importante que ses aptitudes à générer un supplément de valeur ajoutée et à stimuler l'émergence de comportements vertueux en matière de protection du patrimoine naturel.

En effet, la politique de marquage a contribué à un rapprochement entre les bénéficiaires et à la création de liens entre ces acteurs et le Parc. La proximité géographique des acteurs,

ajoutée au sentiment d'appartenance à un même Parc et à une logique de similitude, leur ont permis de s'identifier et d'insuffler un nouveau dynamisme au développement territorial.

Une autre étude menée en 2004 par la Fédération des PNR se lance dans une première analyse de la Marque Parc et aboutit à un constat mitigé. D'un côté la MP se heurte à des conflits avec les autres signes de valorisation et à des superpositions de territoires qui sont difficiles à gérer. De plus, la MP est encore jeune et les chargés de mission ont encore peu d'expérience, d'où une communication et une mise en réseau encore faibles.

En revanche, la MP a un rôle indéniable en terme de mise en relation des acteurs d'un territoire, et elle présenterait un fort potentiel pour une mise en réseau dans les Parcs. De plus, elle représente un lien fort au territoire et elle permet au producteur de garder son indépendance, d'où un attachement affectif suscité chez les bénéficiaires.

Pour arriver à jouer son rôle pleinement, la MP doit aujourd'hui s'interroger sur son ouverture à un réseau de Parcs ainsi qu'à de nouveaux produits, bref à prendre toute la mesure d'un projet de société et de territoire à la fois traditionnel et novateur.

Pour conclure, la Marque Parc présente un potentiel très fort auprès des acteurs d'un territoire, mais elle mériterait d'être davantage soutenue et mise en avant par les PNR.

## *2. L'étude ethnobotanique*

Au carrefour entre les sciences naturelles et les sciences humaines, l'ethnobotanique s'applique à étudier les relations entre les sociétés humaines et le monde végétal. D'abord tournée vers les contrées exotiques, cette discipline a ensuite été touchée par le caractère urgent de la sauvegarde du savoir populaire de nos sociétés occidentales.

La mission d'une étude ethnobotanique porte sur les usages des plantes en médecine humaine, les usages vétérinaires, les usages de plantes sauvages dans l'alimentation, les usages domestiques, technologiques et agricoles.

Les savoirs concernant ces usages ont de tous temps et dans toutes les civilisations été transmis de génération en génération, souvent par la transmission orale. L'avènement de l'industrialisation dans nos sociétés occidentales a coupé ce lien et la transmission aux dernières générations ne s'est pas faite.

Cette coupure s'explique par un désintérêt des jeunes générations pour ces pratiques, ainsi que par une diabolisation des herboristes et autres « sorcières » qui ont tu leur savoir parce qu'il était décrié.

Aujourd'hui on assiste donc à une disparition de cette connaissance, et l'ethnobotanique trouve sa place dans la sauvegarde de celle-ci. Elle permet de recenser les utilisations traditionnelles des plantes sur un territoire, au fil du temps. Elle permet aussi de comprendre comment les savoirs ont voyagé et été transmis...

Une étude ethnobotanique mène souvent à la publication d'un ouvrage sur ces savoirs, un recueil qui centralise les connaissances et permet au public de se les réapproprier. On essaie ainsi de recréer le lien rompu, en remplaçant la transmission orale de génération à génération par des ouvrages accessibles à tous.

### *Conditions de mise en œuvre*

Lors d'une étude ethnobotanique, des enquêteurs parcourent le territoire à la recherche d'informateurs susceptibles de leur décrire des pratiques traditionnelles liées aux plantes. Les informateurs, souvent âgés, se souviennent des pratiques qu'ils ont vécues étant jeunes et évoquent des récits de leurs parents.

Les plantes sont parfois nommées en patois, avec des noms qui varient d'une vallée à l'autre. Aussi, pour les transcrire en français et vérifier leur identité botanique, des flores illustrées et des sorties s'imposent : on va reconnaître ensemble les plantes du jardin ou dans les champs. Puis les informations sont recoupées, analysées, et finalement répertoriées dans un ouvrage.

Une étude ethnobotanique peut durer plusieurs mois à parfois un ou deux ans, tout dépend de la quantité de connaissance à répertorier et des informateurs recensés. Chaque territoire n'a pas pu conserver ses connaissances de la même façon au travers des années. On peut ainsi noter que les territoires très ouverts aux villes et aux transports ont perdu leurs savoirs plus rapidement que ceux qui sont restés très enclavés jusqu'à aujourd'hui. Dans les territoires ouverts, les colporteurs et les produits qu'ils vendaient sont arrivés plus facilement, les échanges avec les villes et les autres territoires ont dilué la connaissance endémique des plantes. Mais même dans ces cas-là une étude permet de comprendre le va-et-vient des connaissances, leurs origines et leur évolution.

Ainsi, une étude ethnobotanique permet de préserver et valoriser un patrimoine culturel, tout en participant activement l'information et l'éducation du public à la culture et l'histoire locales.

### *3. La communication*

Tous les PNR, de part leurs missions de valorisation des ressources et des entreprises présentes sur leur territoire, communiquent sur ce thème.

Les moyens mis en œuvre pour la communication sur les PPAM sont divers : organisation de marchés de producteurs, accueil de la fête nationale du Syndicat des SIMPLES (Syndicat Inter-Massif pour la Production et l'Economie des Simples), animations autour des plantes, plaquettes, guide des activités touristiques et carte des exploitations à visiter sur le territoire, répertoire des producteurs, ...

On trouve également des initiatives de buffet ou repas basé sur les PPAM et autres produits du territoire.

De manière générale, tous les moyens de communication de PNR peuvent être mis en œuvre pour communiquer sur les productions de PAM.

Cette communication est adressée aussi bien au public du Parc, touristes ou locaux qu'aux élus, conseils généraux, villes portes, ....

### *4. La place des PNR dans le développement des PPAM*

La place des PNR dans la filière PPAM est tout d'abord une histoire de **territoire**. En effet, les Parcs représentent des espaces où une politique de préservation et valorisation de l'environnement est à l'œuvre, et ces territoires attirent tout particulièrement les producteurs de PPAM, une culture extensive très proche de la nature. La grande majorité de ces producteurs sont très sensibles aux questions environnementales et mènent d'ailleurs des actions en ce sens sur leurs exploitations.

Quant à **l'organisation de la filière**, les producteurs de PPAM présents sur les PNR sont souvent autonomes et demandent rarement une aide des Parcs. Souvent regroupés en Syndicat ou Associations, ils ont su trouver leur place, leur débouchés et profitent de la vague de reconnaissance de leur produits pour essayer de s'étendre.

Cependant, une aide des Parcs serait toujours intéressante à envisager. En effet, ceci permettrait aux Parcs de diversifier leurs offres touristiques et de produits tout en proposant au public des activités nouvelles et innovantes.

Pour les producteurs, une aide du Parc ne peut qu'être appréciée. Une plus grande sensibilisation du public à la botanique, une éducation à l'environnement et aux plantes, une communication accrue sur leurs produits et une Marque Parc rehausseraient leur image et leur permettrait peut-être de trouver de nouveaux débouchés.

Cependant, un programme d'aides à la filière PPAM doit toujours être discuté avec les producteurs. Ainsi, ma propre étude de la filière PPAM en Bauges a permis de cerner au mieux les besoins des producteurs et leurs attentes d'aide du Parc. Cela a mis en place une confiance mutuelle et une atmosphère de travail sereine.

## *IV. Fiches techniques*

### *1. Le cas de la création de jardins thématiques dans le PNR du Massif des Bauges*

Dans le PNR du Massif des Bauges, on se penche sur la filière PPAM depuis quelques années, et j'ai été recrutée cette année pour travailler dessus. Après un état des lieux de la filière, une réflexion est menée sur la création d'une offre agri-touristique de **5 jardins thématiques de plantes aromatiques et médicinales**.

Chaque jardin sera implanté sur l'exploitation d'un producteur de PAM, et il sera à la fois un jardin de producteur et un jardin thématique.

On trouvera d'une part dans chaque jardin les plantes avec lesquelles le producteur travaille, lui permettant ainsi d'accueillir les visiteurs, de leur faire découvrir le lien entre les plantes qu'il cultive et les produits finis, et de vendre ses produits sur place.

D'autre part, nous voulons créer un réseau « botanique » entre les 5 jardins, d'où une idée de complémentarité entre ceux-ci. Chaque jardin présentera un thème botanique différent, permettant au public d'apprendre à connaître la flore des Bauges, tout en la replaçant dans un contexte plus global. Les thèmes abordés seront variés, et certains restent encore à définir. Par exemple, nous aborderons la question des abeilles pour la pollinisation des plantes, le compostage, les plantes qui nourrissent et soignent les bêtes, les plantes comestibles, les plantes à essence, les plantes textiles, ...

Ces jardins seront accessibles à d'autres acteurs du Parc, comme par exemple les accompagnateurs en montagne qui pourront y animer des sorties, ou les scolaires. Ils seront le lieu d'une éducation à la botanique, mais aussi d'une éducation et d'une sensibilisation à l'environnement.

Ce projet permettra donc de mettre en place un accueil touristique sur le massif, ouvrant sur une découverte de son environnement et de ses produits locaux. De plus, en amenant le public chez les producteurs via les jardins, ce projet contribuera à renforcer l'activité économique des producteurs de PAM des Bauges.

#### *Autres actions du PNR du Massif des Bauges*

Outre la création de jardins, le PNR aide également les producteurs de PAM par d'autres moyens. La communication occupe évidemment un pôle important, mais le Parc est en train de prévoir également une étude ethnobotanique dans les mois qui viennent, ainsi que l'attribution de la Marque Parc aux produits issus des PAM, de la même façon que dans le PNR du Vercors.

### *2. Le cas de la Marque Parc des PNR du Vercors et du Verdon*

#### *PNR du Vercors*

La Marque Parc a souvent été apposée sur des produits bien particuliers, comme le miel, le bois, la viande, la menthe poivrée, le safran.

Cependant il est beaucoup plus difficile de marquer les « produits issus des PPAM », sans distinction de produits. D'autant plus que les producteurs de PPAM ont la possibilité de se diversifier très rapidement, et donc de fabriquer et proposer de nouveaux produits dans un laps de temps très court.

Le PNR du Vercors a ainsi mis en place une charte de la marque PPAM pour l'attribution de la Marque Parc aux produits issus des PPAM.

Pour désigner le produit, il ne s'est pas basé sur un seul produit et ses caractères, mais sur des catégories de produits qui peuvent provenir des PPAM :

- plantes ou fleurs sèches
- plantes aromatiques ou à parfum
- huiles essentielles
- parfums à base d'essences de plantes à parfum
- sirops, confitures, gelées
- sel d'herbe aromatique

Cette liste de catégorie de produits permet de ne pas être restrictif sur la plante aromatique cultivée ni sur le type de produits qui en découle. Ceci permet aux producteurs de pouvoir apposer la Marque Parc sur tous leurs produits sans être obligés de développer une nouvelle charte pour chaque nouveau produit.

Par contre, la charte de la Marque PPAM du PNR du Vercors fixe des contraintes pour l'attribution de la Marque Parc suivant différents critères : la dimension humaine, la préservation de l'environnement et le territoire. Ces critères permettent d'évaluer les différents aspects de la production et de la cueillette des PPAM, comme :

- l'activité agricole
- la cueillette des PPAM sauvages
- la culture des PPAM
- les conditions de transformation

De plus, la charte fixe également des impératifs quant à l'étiquetage des produits, la commercialisation et l'accueil, ainsi que des protocoles de contrôles pour l'attribution de la marque.

### **PNR du Verdon**

Pour sa part, le PNR du Verdon a également développé un cahier des charges pour les PAM.

Celui-ci n'est pas du tout restrictif quant à la désignation du produit : il s'applique « à la production de toute partie de plante utilisée dans l'alimentation humaine, les médicaments et les aromates ».

Par contre il stipule des critères d'attribution, de même que la charte du PNR du Vercors. Les quatre critères d'évaluation sont celles de la Marque Parc en général, à savoir la dimension locale, une logique artisanale, un produit authentique et typique, naturel et respectueux de l'environnement.

Ainsi, tous les aspects de la production doivent répondre à ces critères, comme :

- les conditions de production, de cueillette, de transformation, de stockage et de transport
- le conditionnement et l'étiquetage
- la commercialisation

De plus, les contrôles et les sanctions potentielles sont précisés.

Ainsi, on voit bien qu'il est possible d'établir un cahier des charges pour l'attribution de la Marque Parc aux produits issus des PPAM. Pour cela, il est nécessaire de désigner des catégories de produits, et non pas de définir chaque produit en particulier.

## V. *Préconisations*

Beaucoup de PNR ont la chance d'accueillir des producteurs ou des cueilleurs de PPAM sur leur territoire, ou voient arriver des personnes souhaitant s'installer dans cette filière. Les PPAM représentent un secteur en pleine expansion aujourd'hui, dopé par l'intérêt du consommateur pour les produits naturels issus des plantes et sa recherche d'authenticité. Dans cette conjoncture, une implication des PNR aux côtés de leurs producteurs de PPAM pourrait être intéressante pour les deux partis. Au vu de mes enquêtes et de mes recherches, j'ai dressé ici une liste de pistes de travail allant dans ce sens, adaptables dans les PNR.

### 1. *Pour l'accompagnement technique des producteurs.*

Pour cette première étape de l'installation des producteurs sur le territoire d'un PNR, le parc peut apporter une aide aux futurs producteurs en terme de conseil. Ainsi, ils ont souvent du mal à trouver des terrains favorables à leur production. L'emplacement des terrains peut également être un souci si les producteurs prévoient de cultiver en BIO : pour cela ils recherchent des terrains qui ne soient pas entourés de terrains de culture non-BIO.

D'autre part, les futurs producteurs ont souvent peu de connaissances pratiques, peu d'expériences de culture, et pas de données techniques. Pour pouvoir vivre de ses produits, le jeune producteur se retrouve dans l'obligation d'être rentable très vite sans avoir le temps d'expérimenter sur ses productions pour trouver l'optimum de productivité. S'il n'y pas d'autres producteurs, d'associations ou de syndicats de producteurs sur le territoire, l'isolement peut être dur au début.

Pour finir, un autre challenge rencontré par les producteurs fraîchement installés réside toujours dans la recherche de clients et de débouchés de vente. Le Parc, qui a en général un très bonne connaissance de son territoire et de ses différents acteurs, peut également apporter une aide.

- *aider à la recherche de terrains de culture*
- *quand des études sur diverses cultures de PPAM ont été réalisées, mettre les données techniques du PNR à la disposition des producteurs*
- *aider à la recherche de clients et de points de vente potentiels*

### 2. *Pour la communication*

La communication autour des produits issus des plantes peut se faire suivant deux axes : la promotion des producteurs de PPAM, et l'information du public sur les PPAM et leurs usages.

D'une part, le Parc peut aider les producteurs à **communiquer sur leurs exploitations et leurs produits**. Ceci passe bien sûr par la présence des producteurs de PPAM dans les répertoires des agriculteurs du Parc, dans les plaquettes, les guides d'information et les sites internet des Parcs, mais aussi par la présentation des plaquettes des producteurs dans les Maisons du Parc et les Offices du tourisme, et la promotion auprès des visiteurs.

La promotion passe aussi par des moyens divers, invitation des producteurs de PPAM aux marchés de producteurs ou autres manifestations organisées par le Parc (foires, Semaine du Goût,...). Il est également possible d'inviter les produits issus des PPAM lors des buffets organisés par le Parc...

- *présenter les producteurs dans les divers moyens de promotion du Parc*
- *faire participer les producteurs aux marchés et autres manifestations organisées par le Parc*

D'autre part, la **sensibilisation du public à la botanique**, aux PPAM et à leurs utilisations est un excellent moyen d'allier éducation à l'environnement et communication autour des producteurs.

En effet, les PPAM ont de tous temps été utilisées pour différents usages, usages qui se perdent aujourd'hui. De nombreuses actions d'éducation et d'offres agro-touristiques sont envisageables dans ce domaine où le public est très demandeur. Par exemple, une étude ethnobotanique suivie d'un ouvrage permet au public de se réapproprier une connaissance des utilisages traditionnels des plantes et va l'amener à s'intéresser de plus près aux plantes utiles.

De même, une offre de jardins thématiques, sur ou près des exploitations de PPAM, va permettre de mettre en place une éducation à la botanique, aux usages anciens des plantes, à l'environnement en général, ... Les thèmes à aborder dans les jardins sont multiples et déclinables à souhait, mais ils présentent l'avantage de proposer des animations que le public recherche, tout en l'amenant à connaître les différents producteurs, les plantes qu'ils cultivent et les produits qu'ils en tirent.

Des expositions, des conférences ou des animations autour de la flore locale, des PPAM ou de la botanique sont également des moyens d'atteindre le public. Des interventions dans les écoles, au cours desquelles les producteurs peuvent exposer leur métier et faire déguster leurs produits aux enfants, représentent également un excellent moyen de toucher les enfants. Ainsi, la Semaine de Goût est un cadre tout trouvé pour des interventions de ce style. On peut également imaginer des actions lors des Journées du Patrimoine ou d'autres cadres nationaux de ce type.

- *réaliser une étude ethnobotanique et publier un ouvrage restituant les résultats*
- *créer des jardins thématiques axés sur la botanique et les utilisations des PPAM*
- *organiser des expositions, des conférences, des animations autour des plantes*
- *organiser des interventions dans les écoles*
- *ouvrir les exploitations lors des manifestations nationales, type Journées du Patrimoine, Semaine du Goût, ...*

### ***3. Pour le financement***

Afin de financer des actions de ce type, qui découlent de l'éducation de l'environnement et indirectement de la promotion des producteurs de PPAM auprès du public, plusieurs cadres de financement existent.

Aujourd'hui notamment il est possible d'intégrer des actions autour des PPAM dans le cadre d'une stratégie de développement faisant l'objet d'une demande de subventions LEADER+ (Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale). Celui-ci est un programme européen destiné aux zones rurales, qui permet de soutenir des territoires porteurs d'une stratégie de développement organisée autour d'un thème fédérateur. De telles demandes de subventions sont possibles pour les PNR, et certains en ont déjà réalisées.

Des projets de coopération inter-territoriale sont également envisageables.

- *solliciter des subventions européennes ou autres, type LEADER + ou coopération inter-territoriale*

#### *4. Pour la production et la création de nouveaux produits*

Pour se développer, les producteurs de PPAM peuvent avoir besoin de **produire plus**, et pour cela d'améliorer leur efficacité et leur productivité.

Les PNR peuvent aider les producteurs avec des études de mise en culture et de productivité, notamment pour des cultures traditionnelles d'un territoire. Ainsi, le PNR du Massif des Bauges a mené avec le SUACI et la Chambre d'Agriculture de Haute-Savoie une étude de mise en culture du génépi sur son territoire. Cette plante a toujours été très consommée et est souvent considérée comme emblématique des Savoie. Cette étude a déterminé des critères de production pour la culture du génépi, et a incité au moins deux des producteurs de PPAM actuels à s'installer comme tels.

Mis à part ces études agronomiques, le Parc peut servir de support pour mettre en place un **réseau** entre les producteurs de PPAM, quand ils ne sont pas organisés en association ou syndicat. Il peut ainsi leur permettre de se grouper pour investir et partager du matériel, mettre en place un point de vente en commun, ...

Le Parc peut également mettre en place un réseau plus grand qui rassembleraient les différents agriculteurs du territoire du Parc, producteurs de PPAM, éleveurs, laitiers, agriculteurs, apiculteurs... Un réseau de cette sorte pourrait permettre de créer des alliances entre les différents agriculteurs, comme par exemple des alliances entre les apiculteurs et les producteurs de PPAM, pour créer des associations de produits du territoire : miel issu des exploitations de PPAM, viande vendue avec les aromates qui serviront lors de sa cuisson... On peut également imaginer des accords entre les agriculteurs et les gîtes/chambres d'hôtes, qui cuisineraient et proposeraient majoritairement les produits des agriculteurs du territoire. Le but d'un tel réseau, outre celui d'un climat de confiance entre les acteurs du territoire, serait bien sûr de valoriser les produits de chacun, pour un impact qualité et terroir plus fort sur le consommateur.

Les agriculteurs d'un territoire, même s'ils sont partants pour une organisation en réseau de cette sorte, n'ont en général pas l'organisation adéquate ni le temps nécessaire pour le mettre en place ; c'est pourquoi un tel réseau doit être soutenu par le Parc.

Pour finir, les PNR peuvent également aider leurs producteurs de PPAM, et a fortiori leurs agriculteurs, à mettre en place une **agriculture biologique** dans leurs exploitations. En effet, le BIO semble impératif et incontournable lorsque à l'heure actuelle on veut valoriser un produit dans ce secteur d'activité. La politique gouvernementale de la santé passe aujourd'hui par la valorisation du BIO et, à l'horizon 2010-2012, toutes les cantines scolaires de France devront être fournies en aliments BIO. Il peut être intéressant d'aider les producteurs à s'approprier cette démarche.

- *réaliser des études de culture*
- *soutenir et mettre en place un réseau des producteurs ou des agriculteurs du territoire*
- *mettre en place des partenariats entre les différents producteurs*
- *aider à mettre en place une agriculture biologique*

#### *5. Pour la commercialisation*

L'expansion des productions de PPAM peut également passer par, outre une meilleure productivité, vendre plus et vendre plus cher, principalement en circuit court.

Pour **vendre plus**, les PNR peuvent apporter une aide aux producteurs de PPAM par la promotion des produits issus des PPAM, la participation des producteurs de PPAM aux diverses manifestations et des conseils en terme de débouchés de vente.

Tout le volet sensibilisation et éducation du public à la botanique et aux PPAM abordé plus haut permettra aux producteurs, au travers de la communication sur leurs produits, de vendre davantage.

Pour ce qui est des débouchés de vente, beaucoup de producteurs de PPAM vendent aujourd'hui principalement à des particuliers, en direct ou via des magasins bio, de terroir, des biocoop... Un débouché intéressant et peu démarché serait l'industrie, où la tendance vers le Bio dans divers secteurs, comme l'alimentaire, les cosmétiques ou les parfums, paraît être un excellent point de départ pour démarcher de nouveaux clients. Ceci pourrait mener à de grosses commandes et pourrait permettre aux producteurs de mieux vivre de leurs produits. Cependant il faut être conscient que travailler avec l'industrie sous-entend également beaucoup de contraintes, comme une production et une qualité largement maîtrisées, ainsi que des volumes de commande importants et qui doivent être approvisionnés dans des temps parfois courts.

Parallèlement, la mise en place d'un réseau comme celui mentionné plus haut peut également les aider à mettre en place un point de vente en commun, ce qui peut leur permettre de vendre davantage et à moindre frais (moins de frais de déplacement, moins de temps immobilisé par rapport aux marchés ou foires).

→ *sensibiliser et éduquer le public, comme développé plus haut*

→ *aider les producteurs à démarcher de nouveaux clients, par exemple dans l'industrie*

→ *mettre en place un réseau de producteurs*

Pour **vendre plus cher**, ceci suppose d'apporter une valeur ajoutée à leurs produits. Cette valeur ajoutée peut être apportée par la Marque Parc. Nous avons déjà largement discuté des plus apportés par la Marque Parc, de son impact sur le consommateur, ainsi que de ses modalités d'attribution plus haut, nous n'allons pas les redévelopper ici.

→ *développer la Marque Parc pour les produits issus des PPAM*

## ***6. Partenariat avec Jardins du Monde***

Jardins du Monde est une association humanitaire qui prévient la maladie et améliore la santé par l'usage des plantes médicinales, là où les populations n'ont pas accès aux médicaments traditionnels. A ce titre elle est présente dans plusieurs pays en voie de développement, comme le Chili, le Guatemala, le Honduras, le Burkina-Faso, Madagascar ou le Tibet. Dans ces pays, les bénévoles mettent en œuvre leurs connaissances pour mener des études floristique et ethnobotanique, afin de répertorier et identifier les plantes à usages pharmaceutiques, alimentaires, tinctoriales et rituelles.

Suite à ce travail, des investigations bibliographiques sur les données empiriques et scientifiques permettent de sélectionner les plantes les plus efficaces, disponibles et sans danger.

Une compilation des plantes, de leurs propriétés, de leurs usages et de leurs préparations est ensuite réalisée. Ce manuel de plantes médicinales, destiné aux populations rurales, souhaite valoriser tant les plantes de la pharmacopée traditionnelle que les plantes introduites, maintenant partie intégrante de la flore locale, aux propriétés médicinales reconnues. Ce manuel est mis à disposition dans les villages et les écoles où il servira de base à la réalisation d'activités d'éducation à l'environnement et à l'utilisation des plantes médicinales.

L'expertise de Jardins du Monde trouve également un but en France, lorsqu'il s'agit de réaliser une **étude ethnobotanique**, c'est-à-dire de répertorier les plantes liées à un territoire et leurs usages traditionnels.

C'est ainsi que le PNR d'Armorique et le PNR de la Forêt d'Orient travaillent régulièrement avec son Président, Jean-Pierre Nicolas, pour des actions ou des animations relatives aux plantes.

Les PNR de Chartreuse et du Massif des Bauges travaillent pour leur part avec Jardins du Monde Montagne, une branche de l'association Jardins du Monde.

Cette association pourrait être un contact intéressant pour tous les Parcs qui souhaitent développer une approche ethnobotanique, réaliser une étude ou publier un ouvrage sur les usages traditionnels des plantes. Cette approche permettra d'identifier les plantes associées à un territoire, partie intégrante d'un patrimoine culturel et floristique. Or, pour chaque territoire, la connaissance de son patrimoine et de son héritage est un enjeu majeur pour mettre en œuvre un développement harmonieux.

## *Conclusion*

Voici donc une vision de la situation de la filière PPAM dans les divers PNR de métropole, de leur situation ainsi que des actions qui sont menées dans cet axe. Les pistes de travail qui sont proposées pourraient permettre aux Parcs qui le souhaitent de s'en inspirer et de mettre en place des actions avec leurs producteurs de PPAM.

Ceci permettrait aux Parcs qui accueillent des producteurs de PPAM sur leur territoire de s'impliquer à leur côtés suivants différents axes : accompagnement technique lors de l'installation, communication, sensibilisation du public, étude ethnobotanique, mise en place d'un réseau de producteurs, développement de la Marque Parc, demande de subventions pour mettre en place des animations autour des plantes, ... Ces actions concrètes rentrent naturellement dans le rôle et les missions des PNR, et des projets créés en collaboration avec la filière PPAM rencontreraient sûrement un accueil positif de la part des producteurs.

Je voudrais juste terminer par un article du CIPRA (Commission Internationale pour la Protection des Alpes) qui est paru dans le mensuel du mois de mars 2008. Cet article explique l'investissement de la CIPRA dans une grande action ethnobotanique et insiste sur l'urgence des enquêtes afin de sauvegarder les savoirs qui disparaissent peu à peu. En parallèle, cet article aborde également la question des jardins montagnards, qui pourraient être un moyen de valorisation des résultats d'une étude ethnobotanique, et qui constituent un facteur important de la préservation de la biodiversité dans les milieux montagnards. En effet, les milieux montagnards sont des territoires en pleine mutation où la déprise agricole mène à la perte de nombreux biotopes et espèces. La création de jardins montagnards permet d'endiguer cette perte...

Je tenais à remercier toutes les personnes qui ont bien voulu me renseigner et répondre à mes questions dans les différents Parcs naturels régionaux et autour...

Mr Delamette	PNR de Chartreuse
Mr Langlois	PNR du Vercors
Mr Vansteelant	PNR du Haut-Jura
Mr Bonin	PNR des Monts d'Ardèche
Mme Beal et Mr Jabrin	PNR du Pilat
Mr Guillon	PNR d'Armorique
Mme Clément et Mr Dhuiège	PNR d'Avesnois
Mr Henry	PNR des Ballons des Vosges
Mme Allard	PNR des Boucles de la Seine Normande
Mr Pinet	PNR de la Brenne
Mme Boulet	PNR de la Brière
Mme Vadon	PNR de Camargue
Mr Boutin et Mme Triplet	PNR des Caps et Marais d'Opale
Mme Nivaggioli	PNR de Corse
Mr Clément	PNR de la Forêt d'Orient
Mme Le Quéré et Mr Charpentier	PNR du Gâtinais français
Mme Birot	PNR des Grands Causses
Mr Grillo	PNR du Haut-Languedoc
Mme Wolff	PNR de la Haute-Vallée de Chevreuse
Mme Villarreal	PNR des Landes de Gascogne
Mr Compte	PNR de Livradois-Forez
Mr Combadière	PNR de Loire-Anjou-Tourraine
Mme Vivier	PNR de Lorraine
Mme Maurel	PNR du Luberon
Mme Rimbert	PNR des Marais du Cotentin et du Bessin
Mme Rolland	PNR de Millevaches en Limousin
Mme Ferreira	PNR de la Montagne de Reims
Mr Sotty	PNR du Morvan
Mme Alquié	Chambre d'agriculture de l'Aude
Mme D'olier	PNR de Normandie-Maine
Mme Brochard	PNR d'Oise-Pays de France
Mme Tran-Van-Loc et Mme Henry	PNR du Perche
Mme Binois	PNR de Périgord Limousin
Mr Altadill	PNR des Pyrénées Catalanes
Mr Domenge	PNR du Queyras
Mme Parmentier	PNR de Scarpe-Escaut
Mme Teuma et Mr. Monier	PNR des Volcans d'Auvergne
Mr Letzelter	PNR des Vosges du Nord
Mr Stéphane Adam	Fédération des Parcs Naturels Régionaux
Mr Fabrice Joachim	Animateur nature pour le PNR de la Forêt d'Orient
Mme Valérie Auroy	Animatrice à l'AVEM
Mme Claire Julliand	Jardins du Monde Montagne
Mme Valérie Gréco	Programmes européens PNR Massif des Bauges

## *BIBLIOGRAPHIE*

***Charte de la Marque Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales PPAM du Parc naturel régional du Vercors, 2006.***

***Projet de Cahier des Charges Plantes Aromatiques et Médicinales du Parc naturel régional du Verdon, 2003.***

***Guide d'utilisation de la Marque « Parc naturel régional » - Fédération des Parcs Naturels Régionaux, version 1, juillet 1997.***

***La Marque « Parc naturel régional » un outil au service d'un développement local durable ?, V. ANGEON, V. BOISVERT, A. CARON, 2006.***

***La Marque « Parc naturel régional » : mise en place du tableau de suivi et première analyse de la marque, C. LANGLOIS, 2004.***

Jardins du Monde <http://www.jardinsdumonde.org/>

***Des plantes, des Hommes, un Territoire – Recueil ethnobotanique, PNR de la Forêt d'orient, 2006.***

***Des hommes et des plantes, Usages traditionnels des plantes dans le Vercors, Parc naturel régional du vercors, 1993.***

***Mémoire et paysages du Verdon, Parc naturel régional du Verdon, 2002.***

***Les cueillettes de confiance – Magali Amir, Les Alpes de Lumières, Parc naturel régional du Luberon, 2002.***

***Développement et valorisation des plantes aromatiques et médicinales alpines, Chambre d'agriculture de Haute-Savoie et SUACI Montagne, 2001.***

***Savoir vécu dans les Alpes, CIPRA INFO n° 86, mars 2008.***

***Ethnobotany as an interdisciplinary method for the study of the management of agrobiodiversity in home gardens of alpine farmers in Eastern Tyrol, Austria, B. Vogl-Lukasser, C. R. Vogl, 2000.***

La Fédération des Parcs Naturels Régionaux <http://www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

LEADER + <http://www.una-leader.org/>

## *ANNEXES*

PNR	Présence de producteurs PPAM	Actions menées par le PNR	Marque Parc	Enquête ethnobotanique
<b>Armorique</b>	oui	oui	/	/
Avesnois	/	/	/	/
<b>Ballons des Vosges</b>	oui	oui	autre marque	/
Boucles de la Seine Normande	/	/	/	/
<b>Brenne</b>	oui	/	/	/
Brière	/	/	/	/
Camargue	/	/	/	/
Caps et Marais d'Opale	/	/	/	/
Causses du Quercy	/	/	/	/
<b>Chartreuse</b>	oui	/	/	en cours
<b>Corse</b>	oui	/	/	oui
Forêt d'Orient	/	oui	/	oui
<b>Gâtinais français</b>	oui	oui	sur la menthe poivrée	/
<b>Grands Causses</b>	oui	oui	sur le safran	/
<b>Haut-Jura</b>	principalement des cueilleurs	oui	/	/
Haut-Languedoc	/	/	/	/
Haute-Vallée de Chevreuse	/	/	/	/
<b>Landes de Gascogne</b>	oui	/	/	/
<b>Livradois-Forez</b>	oui	oui	/	/
Loire-Anjou-Tourraine	/	/	/	/
Lorraine	/	oui	/	/
<b>Luberon</b>	oui	sur les plantes tinctoriales	/	oui
Marais du Cotentin et du Bessin	/	/	/	/
<b>Massif des Bauges</b>	oui	oui	en cours	en cours
<b>Millevalches en Limousin</b>	oui	oui	en cours	/
Montagne de Reims	/	/	/	/
<b>Monts d'Ardèche</b>	oui	sur la myrtille	/	/
<b>Morvan</b>	oui	oui	/	/
<b>Narbonnaise en Méditerranée</b>	oui	/	/	/
Normandie-Maine	/	/	/	/
Oise-Pays de France	/	/	/	/
Perche	/	/	/	/
<b>Périgord Limousin</b>	oui	/	/	/
<b>Pilat</b>	oui	/	/	/
<b>Pyrénées Catalanes</b>	oui	/	/	oui
<b>Queyras</b>	oui	/	/	/
<b>Scarpe-Escaut</b>	oui	/	/	/
<b>Vercors</b>	oui	oui	oui	oui
<b>Verdon</b>	oui	oui	oui	oui
Vexin Français	/	/	/	/
<b>Volcans d'Auvergne</b>	oui	/	/	/
<b>Vosges du Nord</b>	oui	/	/	/

