



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### LES PRODUITS « VALEURS PARC » DE MARTINIQUE

Le jeudi 2 juin, à Paris, le Président du PNM, Louis Boutrin assistait à la conférence de présentation de la marque « Valeur Parc Naturel Régional », nouvelle marque collective de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux, en présence de la Secrétaire d'Etat chargée de la Biodiversité, Barbara Pompili ainsi que du Président de la Fédération des Parcs, Michaël Weber.



Louis BOUTRIN, Président du Parc naturel de Martinique et Hélène SIDER 1ère Vice-présidente de la Collectivité territoriale de Guyane (CTG) et Présidente du Parc Naturel Régional de la Guyane.

**La « marque parc naturel régional » devient « valeurs parc naturel régional »**

En réponse aux risques juridiques et à la volonté de conforter la lisibilité et la force marketing de la marque, la Fédération a opté pour la création d'une marque unique nationale « Valeurs Parc naturel régional » avec création d'une identité graphique spécifique pour l'usage commercial.

Il est utile de rappeler que l'objectif de cette marque est d'ouvrir des perspectives nouvelles, en matière de valorisation économique, des activités et des produits patrimoniaux, des Parcs naturels régionaux.



La Présence du PNM à cette manifestation s'explique car, à l'instar d'autres parcs du réseau de la fédération, le parc de Martinique, s'est inscrit dès 1992 dans cette stratégie de développement et de sauvegarde de son patrimoine naturel et culturel par l'attribution de la « marque parc » à certains produits, services ou savoir-faire de son territoire. Cette action étant doublée par une démarche qualité visant à améliorer les produits proposés, en répondant à des critères stricts inscrits dans des cahiers des charges des candidats à la marque.



**La marque Parc a ainsi été attribuée pour la première fois au miel en 1992.** Ils sont maintenant 6 apiculteurs à en bénéficier. Cette marque a contribué à structurer la filière apicole en Martinique en soutenant et en initiant des actions de formation ou encore des projets d'amélioration génétique...

La nouvelle stratégie déployée par le PNM pour la filière apicole s'articule autour de 3 axes :

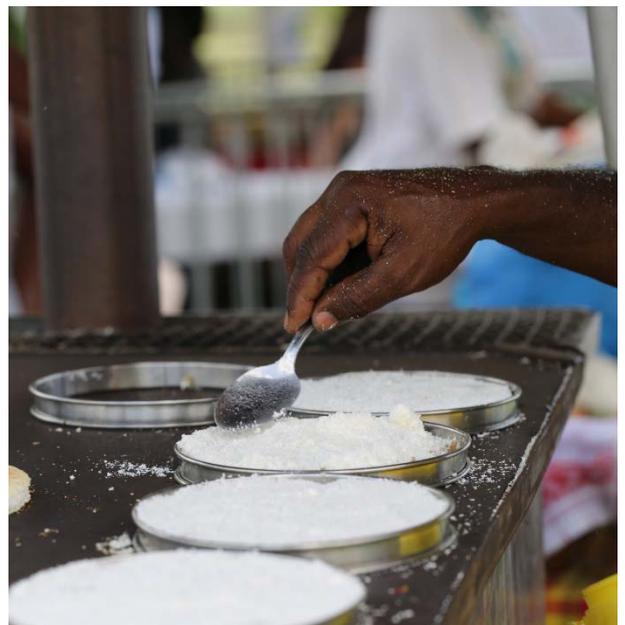
- La sauvegarde et le développement d'une « abeille locale » dans le cadre d'un conservatoire. Il s'agit, plutôt que d'importer des abeilles afin de produire du miel, avec les risques d'introduction de pathogènes, de sauvegarder et améliorer un « écotype » local qui est adapté aux conditions environnementales de l'île ;
- De caractériser les miels locaux (miels de palétuviers, de campêche, de saint sacrement...). Cet effort de caractérisation a pour but de donner une valeur ajoutée à nos miels. Cette effort sur cet axe-là est conséquent car, en amont, il convient d'identifier les pollens à l'origine de ces miels en créant une palynothèque, faire des études physicochimiques et organoleptiques de ces miels ; cet axe étant développée en partenariat avec le PARM...
- Enfin, le dernier axe, à dimension économique, est la valorisation et la communication autour de nos miels, dans l'intérêt des producteurs, avec une réflexion sur le packaging, la participation à des événements (salon de l'agriculture à Paris...) afin de faire connaître ce produit.



Le second produit bénéficiaire de la marque parc a été « l'agneau », en 2008. Ils sont six agriculteurs actuellement à bénéficier de la marque. La viande d'agneau marquée est issue tout d'abord, de la sélection d'une race locale «le mouton Matnic», élevé en plein air et qui répond à un cahier des charges précis selon des critères de durée d'élevage et d'alimentation bien définis. Il s'agit d'une viande saine, gouteuse et garantie sans OGM. Afin de valoriser l'effort des éleveurs qui se sont lancés dans cette démarche, le PNM les accompagne techniquement et matériellement en expérimentant une filière en « circuit court » qui permet à ces éleveurs d'être les principaux bénéficiaires des marges issues de cette démarche qualité. Ce circuit court permettant de commercialiser directement du producteur au consommateur (particuliers restaurateurs...).



Le troisième produit marqué est « **la farine de manioc** », un produit à haute valeur patrimoniale qu'il faut coûte que coûte sauvegarder et qui aurait pu disparaître de nos habitudes alimentaires si le Parc depuis plus de six ans n'avait pas porté ses efforts afin que la production trouve un nouveau souffle par la relance de la plantation de manioc et l'accompagnement des transformateurs à la remise à niveau de leurs unités artisanales : « les kaz à farine ».



C'est ainsi que depuis plusieurs années :

- une identification des variétés de manioc (identification génétique et caractérisation des différentes espèces et variétés)
- Une charte pour la marque « manioc » a été établie,
- Un état des lieux des kaz à farines et de leur réhabilitation. L'objectif du PNM est maintenant de faire monter en qualité les unités de transformation afin que plus d'agriculteur et de transformateur soient marqués.

D'autres produits sont en voie de marquage et pourront comme le miel, l'agneau et le manioc, bénéficier de la marque « valeur Parc naturel Régional » tels que : le sirop de batterie, la vannerie, les confiseries authentiques, le chapeau « Bakoua », des hébergements, etc...

**CONTACTS PRESSE :**

Jessica BEAL – Chargée de communication  
05 96 64 90 04 - [j.beal@pnr-martinique.com](mailto:j.beal@pnr-martinique.com)

Myléna ALCINDOR – Assistante de communication  
0596 64 95 93 - [m.alcindor@pnr-martinique.com](mailto:m.alcindor@pnr-martinique.com)