



Mémo presse



Des femmes et des hommes engagés pour la préservation d'un territoire d'exception...

Vanille de Sainte-Rose, Miels de forêts, Café Laurina Bourbon Pointu... Nos producteurs péi peuvent désormais valoriser leurs produits et leur savoir-faire à l'échelle locale et nationale.

Le réseau des Parcs nationaux de France, à travers la marque « Esprit Parc national », a pour ambition de mettre en lumière les activités économiques et artisanales générées au sein des parcs. A La Réunion, la marque permettra de dynamiser la production locale et d'apporter une visibilité supplémentaire aux petits producteurs.

Pour bénéficier de la marque « Esprit Parc national » les candidats doivent répondre à plusieurs critères : être installé dans une commune adhérente à la Charte du Parc national, cultiver ou proposer un produit respectueux des patrimoines naturel et culturel, communiquer sur les spécificités et les richesses du territoire... S'ils répondent aux cahiers des charges définis, les bénéficiaires peuvent profiter de la notoriété des parcs nationaux et faire valoir la qualité environnementale et l'ancrage local de leur fabrication.

Quant aux consommateurs, la marque « Esprit Parc national » leur offrira une clé d'information supplémentaire. « Esprit Parc national » permettra de distinguer les productions locales des produits importés, comme dans le cas de la vanille, ou d'identifier les produits plus respectueux des milieux naturels, qu'il s'agisse de palmistes cultivés ou de sorties accompagnées.

Plusieurs catégories de produits distingués

A ce jour, les Règlements d'Usage Catégoriels (RUC) validés et par conséquent les produits potentiellement bénéficiaires de la marque Esprit Parc national sont :

- Produits de l'Artisanat ou issus des savoirs faire locaux
- Hébergements
- Sorties de découverte des patrimoines naturels et culturels
- Produits issus de cultures agroforestières tropicales
- Miel et autres produits de la ruche

A La Réunion, le Parc national a eu pour ambition première de valoriser les filières des plantes aromatiques et médicinales, et notamment la vanille, dont la production en sous-bois à proximité des espaces naturels, et le savoir-faire historique, en font une filière patrimoniale du territoire.

Les parcs nationaux des Départements d'Outre-Mer (Guyanne, Guadeloupe et La Réunion) ont donc travaillé ensemble à la rédaction d'un cadre pour les cultures agroforestières, dans une logique de diversité des espèces végétales, d'enjeux écologiques et de lien aux patrimoines.

Cette catégorie concerne par exemple la vanille, le palmiste, le café, les productions issues de vergers créoles diversifiés ou les plantations d'espèces indigènes médicinales.

Au niveau des productions agricoles, l'apiculture est immédiatement apparue comme une activité prioritaire sur l'ensemble des territoires.

Contact presse : Elodie Martineau - Chargée de communication
elodie.martineau@reunion-parcnational.fr - 0693 11 70 54



Les RUC, un cahier des charges à respecter

Ces règlements imposent des pratiques et comportements éco-responsables, comme le recyclage des déchets, la non utilisation de pesticides sauf exceptions, un impact de la production limité sur l'environnement...

Les producteurs et prestataires de services doivent aussi faire preuve d'une certaine sensibilité vis à vis des patrimoines du territoire : valorisation de variétés et d'espèces locales, communication à la clientèle sur les patrimoines locaux et les enjeux de leur préservation.

D'autres règlements sont en préparation pour permettre de développer la marque sur d'autres catégories de produits : les productions fruitières ou maraîchères, les fleurs, le vin, la restauration, les produits transformés...

Plusieurs producteurs bénéficiaires à La Réunion

Pour ce lancement local de la marque « Esprit Parc national », les premiers contrats de partenariat d'attribution de la marque vont être signés avec :

- **6 apiculteurs** : producteurs de miels de forêt, mais également de gelée royale, de propolis, de cire et d'essaims. Les premiers apiculteurs à qui le dispositif a été proposé sont ceux bénéficiant d'autorisation pour transhumer des ruchers en cœur de parc national. Par la suite, de nombreux apiculteurs pourraient être concernés. L'absence de parasites, notamment le varoa, font de La Réunion un territoire particulièrement sain pour les abeilles. Les apiculteurs n'ont donc pas recours aux produits chimiques pour traiter les ruches, un atout valorisé par la marque Esprit Parc national.

- **La coopérative Pro-Vanille et 3 de ses adhérents** : Les trois adhérents bénéficiaires de la marque produisent et fournissent la coopérative qui se charge ensuite de la transformation et de la commercialisation

des gousses de vanille. L'une des adhérentes rachète une partie de sa production après la transformation à la coopérative, pour pratiquer de la vente directe. Elle bénéficiera donc directement de la marque.

- **1 producteur de café** : il s'agit de la ferme Sliti, qui produit du Café Laurina « Bourbon Pointu », certifié agriculture Biologique et le valorise en vente directe, majoritairement sur le marché local.

Ces producteurs peuvent donc dès aujourd'hui intégrer le logo de la marque « Esprit Parc national » sur leur packaging et sont référencés sur le site internet national : www.espritparcnational.fr

L'exploitation de la marque pour les « sorties de découverte des patrimoines naturels et culturels » a par ailleurs été initiée avec quelques guides spéléologues qui proposent une activité d'exception : « la découverte des tunnels de lave ».

La démarche de valorisation sera prochainement présentée aux représentants et acteurs du tourisme de découverte pour s'étendre sur l'ensemble des territoires concernés par le parc national.

Depuis sa création en 2007, le Parc national de La Réunion se positionne comme un acteur d'un développement durable et endogène du territoire réunionnais, valorisant les richesses exceptionnelles de l'île. Après l'inscription du Bien « Pitons, cirques et remparts » au patrimoine mondial de l'Unesco et l'adoption de la Charte du Parc national en 2014, les enjeux de développement économique de l'île sont au cœur des préoccupations. Avec la marque « Esprit Parc National », le Parc national de La Réunion s'engage pour la promotion des savoir-faire locaux et des talents réunionnais.