



Des espèces sauvages et locales pour restaurer les écosystèmes et pour l'agro-écologie. Comment les promouvoir ?

Note technique n°1
Bénéficiaires de la marque

Sept. 2022

Utiliser les semences et les plants de la marque, c'est s'engager pour la préservation du patrimoine naturel. Plus précisément, c'est s'engager pour la biodiversité sauvage (écosystèmes, espèces, diversité génétique).

Comment valoriser sur le marché les semences et plants sauvages et locaux ?

Quelques pistes pour préciser son argumentaire.

1. Qui sont les utilisateurs de Végétal local ?

Les gestionnaires d'espaces naturels ou de bassins versants, des élus et des aménageurs en quête de résilience des milieux naturels, les acteurs de l'agro-écologie et de l'agroforesterie, les écologues etc...

2. Réparer les écosystèmes : La motivation essentielle.

Une certitude partagée par les premiers collecteurs, multiplicateurs, pépiniéristes et utilisateurs des produits de la marque : la réparation des écosystèmes dégradés passe par la mise en œuvre de matériaux sauvages, de provenance locale, en veillant à la diversité spécifique et génétique qui les constitue. Ce sont les atouts principaux des végétaux marqués *Végétal local*.

3. Qui seront les utilisateurs de Végétal local demain ?

L'ambition partagée par les initiateurs de la marque, les producteurs et les premiers utilisateurs de ces produits, c'est que les milieux naturels puissent être rétablis dans leurs fonctionnalités en s'appuyant sur la biodiversité sauvage et locale. L'offre en végétaux marqué s'étoffe petit à petit, pour répondre à une demande croissante de solutions techniques adaptées à chaque territoire, une demande provenant des collectivités territoriales, des aménageurs privés, des professionnels du vivant ...

4. Comment faire évoluer les points de vue, partager vos convictions ?

Un préalable, avec un interlocuteur, est de s'assurer de parler de la même biodiversité. Sauvage, indigène, spontanée et non domestiquée. Ceci permet d'éviter des malentendus au sujet de l'adaptation des espèces, de la diversité génétique, de la provenance locale des semences et des plants, etc. Ensuite, il est possible d'évoquer les écosystèmes dans leurs cohérences, les interactions du vivant et leur complexité, les conditions écologiques d'une résilience des milieux naturels, leur capacité d'adaptation (même soumis aux modifications du climat), la coévolution avec les pollinisateurs locaux, etc.

5. Comment préciser l'argument « local » ?

La marque Végétal local mentionne bien la provenance et la destination des semences et des plants : ils sont issus d'une aire biogéographique et ils seront restitués à la nature dans cette même aire. Pour restaurer des écosystèmes, les espèces les plus logiquement adaptées sont des espèces sauvages, indigènes, spontanées. C'est pourquoi il est indispensable que l'aire biogéographique ainsi que le nom de la marque ou le logo figurent sur le conditionnement des produits afin que l'information soit la plus transparente pour le client.

6. En résumé, quelle est notre différence ?

Végétal local est une marque qui répond à des attentes sociétales croissantes vis à vis de la restauration de la biodiversité : des semences et des plants pour la restauration écologique, l'agro-écologie, l'agroforesterie. Elle est la seule garantie sur le marché pour les espèces sauvages, indigènes, spontanées, de provenance locale.

La boîte à outils de Végétal local

La plaquette générique

Présente l'intérêt de la marque et ses fondements.



Le flyer thématique sur l'agro-écologie

Présente l'intérêt des végétaux marqués pour l'agro-écologie.



L'autocollant

Une manière synthétique de valoriser les utilisateurs.



Les sachets de graines par région d'origine

Un outil permettant de valoriser l'intérêt des régions d'origine et des fondements de la marque



Les affiches génériques

Une communication par l'esthétique pour vos bureaux



Sept. 2022

Les présentoirs

Utiles pour disposer plaquettes, flyers et sachets de graines, lors des salons, conférences ou journées techniques



Les fiches région d'origine (en pdf sur votre clé USB)

Elles décrivent le pourquoi de chaque région, ses caractéristiques écologiques, paysagères et de végétation



Le kakémono (en pdf sur votre clé USB)

Pour les salons, conférences, journées techniques ou autres évènements qui présentent la marque.



Les ressources digitales

Le site internet

<https://www.vegetal-local.fr>

Contient les éléments clés de la marque : Règlement d'usage, Référentiel technique, modalités de candidature, fondamentaux de la marque, les listes de correspondants locaux, les listes des producteurs bénéficiaires et des espèces marquées.

Un moteur de recherche pour chaque région permet de voir quelles espèces sont marquées et qui les propose à la vente.

Les ressources vidéo

Disponibles sur le site internet de la marque

<https://www.vegetal-local.fr/ressources>

Le film générique, les webinaires...



La lettre d'information

Inscrivez vous, et invitez tous vos contacts intéressés à s'y inscrire pour suivre Végétal local (formations, actualités ect...).

Le lien d'inscription est à retrouver sur le site Internet.

Sa parution est tous les deux mois environ

C'est aussi un moyen de partager vos informations locales !



Le groupe LinkedIn Végétal local

Pour suivre les publications et actualités régulières autour de la marque, des collecteurs, des producteurs et des utilisateurs



La clé USB (fournie spécifiquement aux bénéficiaires)

Elle contient :

- Le logo simple et les logos avec région d'origine
- Les certificats de traçabilité
- Le fichier support de suivi des données de collecte et production
- Des fiches de collecte individualisées
- La carte des régions d'origine et des départements
- Une aide à la détermination des codes Eunis
- Une convention-type pour autorisation de collecte
- Les outils de communication en version imprimable



Du bon usage du logo en communication

Le règlement d'usage et le référentiel technique de la marque précisent les conditions d'utilisation du logo et de la marque en communication et sur les documents de commercialisation.

En résumé :

L'usage du logo de la marque est réservé pour permettre de **qualifier les produits marqués** : semences, plants ou boutures, accompagné de la région d'origine considérée. Il doit permettre de différencier les végétaux marqués des végétaux non marqués sans ambiguïté. Un mélange de semences ne pourra porter le logo de la marque (avec mention de la région d'origine) que si 100% de ses composants bénéficient de la marque pour la région d'origine considérée.

Le logo ne peut être apposé de manière générale (accompagné de la région d'origine considérée) sur un catalogue, un site internet ou un autre document de communication que si la structure considérée commercialise 100% de produits marqués.

L'affichage de la marque, dans les catalogues, devis, signatures de mail ou autre document de communication ou commercialisation sera fait sous forme d'un bloc-marque comme présenté ci-dessous, précisant le nombre d'espèces bénéficiant de la Marque, la ou les régions d'origine considérées et la date d'entrée dans la marque :



Notre structure/société propose des végétaux de la marque

depuis le [indiquer date d'entrée dans la marque]



une marque de l'Office français de la biodiversité

La marque a été créée par un collectif d'acteurs de l'environnement en réponse à un appel à projet du ministère de l'écologie et déposée en janvier 2015 à l'INPI. Elle s'inscrit dans la stratégie nationale pour la biodiversité. Elle est aujourd'hui une marque collective de l'OFB.

Elle est co-animée par :

