

PAM seleccionada: *Gentiana lutea* L.

1. Identificación de los productos finales de las PAM a estudiar. (CUMPLIMENTAR POR EL SOCIO)

Identificación de los productos finales, aportará información sobre los comercializadores de los mismos.

Se debe aportar material gráfico de cada una de los productos/empresas identificados.

Descripción de la especie:

Gentiana lutea L est une plante vivace, robuste, glabre dans toutes ses parties. Elle peut vivre jusqu'à une cinquantaine ou une soixantaine d'années.

Hampe florale : la tige, cylindrique, simple, de 1 m et plus (jusqu'à 1,50m) n'apparaît qu'après plusieurs années de végétation. La plante fleurit pour la première fois entre sa 5^{ème} (7^{ème} selon les auteurs) et sa 10^{ème} année. Ensuite, elle ne refleurit que tous les 2 ou 3 ans. C'est une géophyte : elle passe l'hiver sous forme végétative racinaire. Les fleurs, d'un jaune éclatant, sont réunies en verticilles de 12 à 16 à l'aisselle des feuilles, occupant la moitié supérieure de la tige. Leur corolle est découpée en 5-9 lobes profonds, lancéolés aigus. Selon l'altitude, la floraison s'échelonne de juin à août.

Feuilles : elles sont opposées, ovales et larges. Celles de la base sont pétiolées, celles de la tige concaves et embrassantes. Elles mesurent de 20 à 40cm de long sur 10 à 15 cm de large. Le limbe est marqué de 5 à 7 nervures longitudinales saillantes qui convergent au sommet de la feuille.

Graines : chaque hampe florale porte plusieurs dizaines de capsules contenant jusqu'à plus de 10 000 graines. La pollinisation est entomogame. La dispersion des graines est barochore (les graines tombent au sol) et les plantules germent à proximité immédiate de la plante mère.

Parties souterraines : le système est formé d'un rhizome court (allant jusqu'à 8 cm de diamètre) prolongé d'une racine principale, dure et charnue, s'enfonçant obliquement et profondément dans le sol. De celle-ci se détachent des racines secondaires. Une rosette de feuilles basiliaires (puis une tige florifère) peut se développer directement à partir du rhizome initial.

La racine peut atteindre jusqu'à 1 m ou 1,5 m de long et peser de 500g à 3kg. Certains arracheurs mentionnent des racines de 5 kg et plus, mais cela reste exceptionnel.

Productos derivados:

- racine fraîche → liquoristerie (eau de vie)
- racine sèche → liquoristerie, herboristerie, agroalimentaire,
- Extraits, principes actifs et composants → pharmacie, cosmétique, agroalimentaire

Usages médicaux de *Gentianae radix* (rhizome et racine).

- Nombreux usages traditionnels
- Utilisée sous forme d'infusion, de Teinture mère, de macération, d'extrait sec, extraits.
- L'Agence européenne du médicament (EMA) considère comme « traditionnel » l'usage de la gentiane jaune contre « la perte temporaire d'appétit et les problèmes digestifs et gastro-intestinaux légers ». L'EMA recommande un traitement d'une durée maximale de deux semaines.
- L'Organisation mondiale de la santé (OMS) reconnaît comme « traditionnel » l'usage

de la gentiane jaune contre « les problèmes digestifs (perte d'appétit, ballonnements et flatulences).

- La Coordination scientifique européenne en phytothérapie (ESCOP) reconnaît l'usage de la gentiane jaune contre « la perte d'appétit après une maladie et les problèmes digestifs ».
- Médecine vétérinaire : Bykodigest antacid (Intervet), Bovi C3 et Stullmisan (MSD),

Usages en cosmétique : Nom INCI : Gentiana lutea root extract

Extrait de rhizome et racine de gentiane jaune

- Tonifiant
Qui produit une sensation de bien-être sur la peau et les cheveux (ex: Gentiana de Guerlain)
- Agent d'entretien de la peau
- Peut entrer dans la composition des parfums (ex: "Façonnable" pour hommes : "Aqua Allegoria Gentiana" de Guerlain – ci-dessous:)



Usages alimentaires :

- Boissons alcoolisées (Titre Alcoométrique volumique :pour l'amer ou le bitter : 15% volume minimum ; pour la gentiane : 37,5% volume minimum ; <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/utilisation-mention-gentiane-pour-boisson-alcoolisee>).
- Liqueurs : Avèze, Salers, Gentiane Louis Couderc, Suze, Roudayre, Marius Bonal, Gentiane Bonal(Dolin), Chantelune (Aromatiques d'Homs), Fourche du diable (Desprat), Gentiane du Sancy, Bellet, Diège, Gentiane d'Or etc.
- Apéritifs amers : Picon (LVMH), Martini, etc.
- Eau de vie. Il faut compter 15kg d' racines fraîches pour 1l d'eau de vie : Distillerie Marcel Michel, Distillerie les Fils d'Emile pernot, Distillerie Lecomte Blaise, Distillerie du Risoux, Ets Paul Devoile, Ets Pierre Guy, Distillerie Hoeffler etc.
- Bières : Bière du Sancy (Brasserie de Gaïa), la fourche du diable (Brasserie Rouget de Lisle), Bière marie-Noëlle (Brasserie de l'Uberach), Bière Martiane (Brasserie Herbalux/Salers etc.
- Vermouth
- Boissons non alcoolisées
- Sirop
- Bitter sans alcool (Ziane, gentiane Noirot, etc.)
- Compléments alimentaires



- Condiment (poudre) :
- Exhausteur de goût
- Alimentation animale
- Fabricant d'arômes et extraits : Durban SAS, etc.

Empresas comercializadoras dans les Pyrénées françaises:

Dans notre zone d'étude des Pyrénées, la gentiane jaune est récoltée et surtout destinée à être transformée dans d'autres régions (catalogne espagnole, Massif central etc.).

Nous indiquons, dans un autre document, le fonctionnement de la filière.

Finally **les principaux intervenants dans notre zone d'étude sont les récoltants** (Oriane, Herbocat, Plantes sauvages pour les laboratoires Lauly, Champimousse etc.). Néanmoins, il y a quelques acteurs qui, à l'échelle artisanale ou plus industrielle, se fournissent et transforment dans les Pyrénées françaises (**couleur rouge**).

D'autres utilisent de la gentiane jaune (dont on ne sait pas d'où elle vient) et fabriquent leurs produits dans les Pyrénées françaises (**couleur verte**)

Enfin, d'autres comme Herbocat, exploitent la gentiane du versant nord des Pyrénées, la transforment ailleurs pour leur propre compte ou l'envoient à l'export (noir).

- Olys (Laboratoire de producteurs labellisés SIMPLES et AB certifiés Ecocert) (Esplas de Serou -09) :
 - macéré de plantes fraîches : 15ml/6,5€
 - mélange (Teintures de plantes fraîches): 30ml/15€
- Laboratoires de Luchon – Vitalmine Lauly (Bagnères de Luchon - 31):
 - Négociant : extraction de racine et vente à des grossistes ou à des industriels
 - Vente au détail (sachets de tronçons secs de racine : 85g/3,71 €)
- Ballot-Flurin (apicosmétique®) (Cauterets -65)
 - Baume à lèvres contenant de l'extrait de gentiane (15ml/15,5€)
- Pernod-Ricard (Thuir -66)
 - Suze
- Herbocat – Manantial de salud (Barcelone - Espagne)
 - Négociant : extraction de racine et vente à l'export
 - Vente au détail (tronçons secs de racine pour tisane)
 - Complexe phyto en ampoules
 - Shampoing
 - Alimentation animale

Páginas web de referencia:

- Producteurs du Syndicat Simples dans les Pyrénées : <http://www.syndicat-simples.org/fr/-LES-PRODUCTEURS-.html?massif=14&mode=liste>
- http://www.hygiene-nasale.fr/catalog/product_info.php?cPath=22_51&products_id=703&osCsid=12af7b83be6210cfcad69de5ffdf44e6
- <https://www.ballot-flurin.com/apicosmetique/visage/baume-de-l-apicultrice-r-levres-magnifiques.html>
- <http://www.manantial-salud.com>

2. Identificación de los clientes finales. (CUMPLIMENTAR POR EL SOCIO)

Identificación de los tipos de consumidores (cocineros, naturistas, personas con dolencias, personas mayores, etc.). Se trata de obtener información para poder mejorar la adaptación de los productos PAM a la demanda existente. Estos datos se pueden obtener de entrevistas con los productores y distribuidores identificados en el punto anterior.

Segmento de Cliente 1:

Fabricants d'alcools -> transformateurs artisanaux, industriels et groupes spécialisés dans la production de marques de distributeurs (MDD)

➔ grande distribution, bars, particuliers

Segmento de Cliente 2:

Agroalimentaire (hors Boisson) (exhausteurs de goût, arômes, colorants alimentaires...)

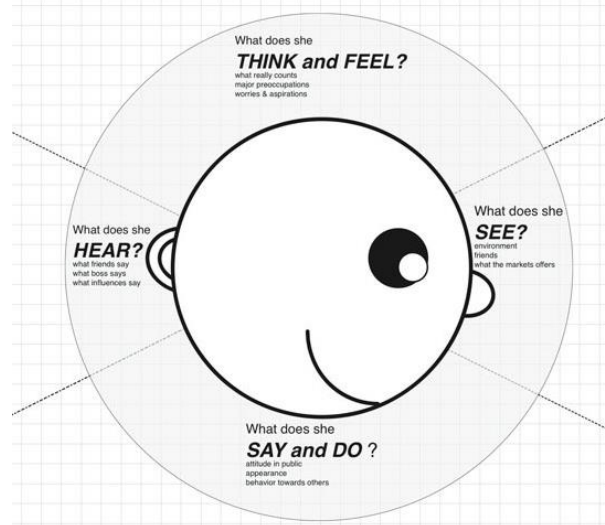
Segmento de Cliente n3

Herboristerie et phytothérapie humaine et animale (digestión, appétit, fonctions hépatiques etc.)

3. Caracterización de los clientes finales.

Utilizando el “Mapa de Empatía”, se obtendrá una descripción cualitativa que ayudará en la mejora de los productos, ya que conoceremos en profundidad las preferencias de los consumidores finales y podremos adaptar los productos a las mismas.

(CUMPLIMENTAR POR ANDANATURA)

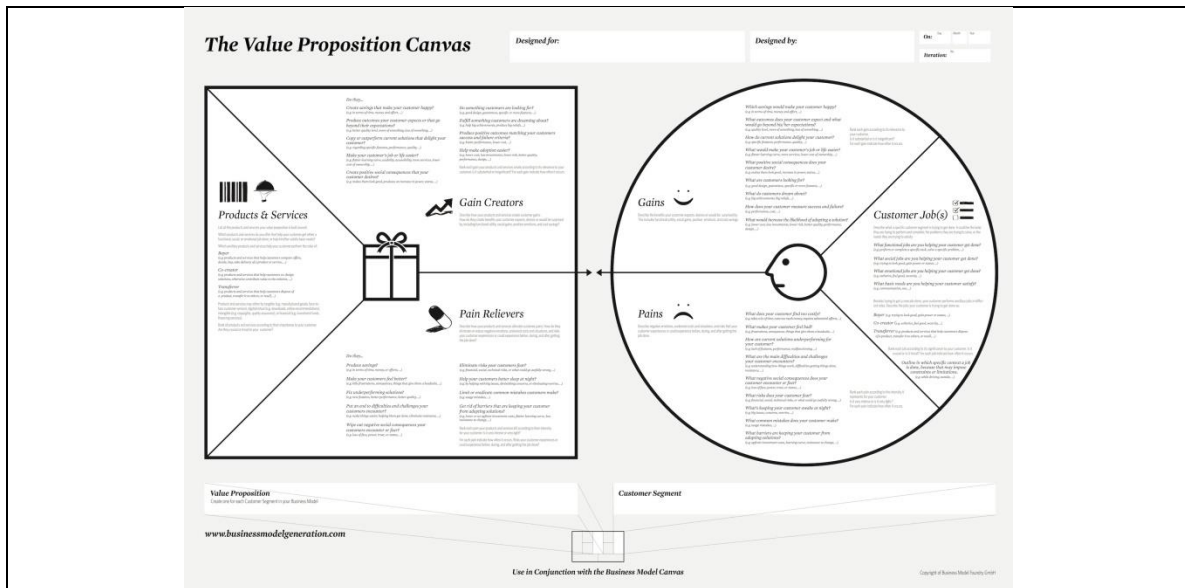


4. Beneficios para los usuarios (satisfacer necesidades o preferencias) de los productos de las PAM.

Realizar la plantilla de “Diseño de la propuesta de Valor” donde se encaja la oferta con las preferencias de la demanda.

(CUMPLIMENTAR POR ANDANATURA)

Deben identificarse la existencia o no de influencers en la compra, como bloggers, profesionales de la salud o la belleza, cocineros mediáticos, médicos, etc.



5. La Cadena de Valor.

Con la información anterior se realizará un diagrama básico de la cadena de valor. Este esquema mostrará todos los procesos que sufre una planta (cultivo, recolección, secados, destilación, formación de cremas, envasado, almacenamiento mayorista, minorista, etc.) y también todos los productos derivados (hoja fresca, hoja seca, infusión, esencia, etc.

(CUMPLIMENTAR POR CADA SOCIO Y POR ANDANATURA)

Racines fraîches pour l'eau de vie (15kg de racines pour 1l d'eau de vie)

Racines sèches vendue à des grossistes/négociants pour les laboratoires pharmaceutiques et les fabricants de liqueurs.

6. Descripción de elementos de la cadena de valor.

Se trata de entender los parámetros económicos relacionados, esto es:

- Los precios de compra y de venta en cada proceso.
- los costes asociados.
- el porcentaje del total de planta que llega al proceso (p.e. un 80% de la recolección de

tomillo se dedica a su destilación para aceite esencial)

Se realizará el “Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter”(cuantos proveedores hay, si hay procesos sustitutivos, como es la competencia, y cuantos clientes hay de cada producto)

Por último se realizará una descripción de los procesos de compra más importantes: quienes toman decisiones y que parámetros consideran (precio, calidad, servicio, etc.).

(CUMPLIMENTAR POR CADA SOCIO Y POR ANDANATURA)