

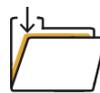


## MESURE 17

### Promouvoir des acteurs motivés et sensibles aux valeurs du Parc



Long terme



Mesures 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 22, 23, 25, 26, 27, 31 et 33

Les pratiques consuméristes évoluent. Une part croissante de la population s'oppose à l'hyperconsommation vantée par les marchés et exige des modes de production durables. Ces consommateurs s'inscrivent dans une démarche responsable vis-à-vis de l'origine des produits, la traçabilité des modes de production, la non exploitation des enfants, le respect de l'environnement et la qualité des produits. Leur attente envers les entreprises de ne plus être seulement des acteurs économiques mais aussi des acteurs sociétaux témoigne du changement profond intervenant dans les modes de consommation.

Les Parcs naturels régionaux s'attachent à la valorisation de leurs ressources naturelles et culturelles spécifiques, support de multiples activités économiques. En réponse à ces nouvelles demandes des consommateurs et en accord avec le Ministère de l'environnement, ils se sont dotés d'une marque nationale « Valeurs Parc naturel régional ». Celle-ci valorise les acteurs engagés pour la préservation de leur environnement, l'économie locale et le bien-être des femmes et des hommes (habitants ou touristes). La vocation de cette marque est également de rayonner vers l'extérieur en communiquant sur la spécificité de l'offre des Parcs, d'attirer de nouveaux clients et acteurs économiques en phase avec les valeurs exprimées. Le Parc connaît une progression continue de bénéficiaires de la marque dont de nombreux prestataires du tourisme, formés et soutenus dans leurs démarches écoresponsables. Il souhaite développer ce réseau et l'ouvrir également à des filières agricoles et artisanales identitaires s'impliquant dans la « haute qualité » du territoire. Par exemple, le marquage d'un savoir-faire maîtrisant l'écoconstruction dans le bâti en tuffeau favoriserait des pratiques d'isolation plus adaptées à ce patrimoine.

La marque n'est toutefois pas adaptée à toutes les demandes d'entreprises. Aussi, le Parc s'autorise toute autre initiative pour accompagner et promouvoir des entreprises remarquables, à l'exemple du concours Éco-Trophée. L'objectif est de créer une émulation territoriale et de susciter une envie partagée par de plus en plus d'entreprises de participer à une économie vertueuse et positive.

#### Définitions

**La marque nationale « Valeurs Parc naturel régional »**, déposée à l'INPI par l'Etat, est accordée à des bénéficiaires qui partagent avec le Parc les trois valeurs suivantes :

- **l'humain** : respect du bien-être des salariés, des habitants et des touristes. Place de l'homme dans la maîtrise du savoir-faire et du processus de production.

- **la préservation de l'environnement et la valorisation des patrimoines** : activités respectueuses du vivant, des milieux naturels, des ressources et des paysages.

- **l'attachement au territoire** : activités installées sur le Parc, contribuant au développement du territoire, jouant la carte de la proximité et impliquées dans des réseaux locaux.

## | Pour le territoire

### //// Enjeux

- Résilience et adaptation des activités économiques et des emplois.
- Développement économique et social.
- Bien-être et santé publique.
- Intégrité des patrimoines naturels, culturels et paysagers.

### //// Objectifs opérationnels

- Valoriser les savoir-faire locaux, métiers et filières identitaires du territoire.
- Répondre aux attentes des clientèles.
- Différencier les bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional » de la concurrence et mutualiser des moyens de promotion.
- Mettre l'humain au cœur du processus de production et respecter les personnes dans leur diversité.
- Promouvoir le local et la solidarité entre les entreprises.

## //// Rôle du syndicat mixte du Parc et propositions d'actions

### Connaître

**Promotion de la démarche marque « Valeurs Parc naturel régional » auprès des entreprises du territoire** : identification de bénéficiaires potentiels ; partenariats avec des instances relais ; forums d'information et d'échanges...

### Partager

**Promotion de l'offre des bénéficiaires marque « Valeurs Parc naturel régional »** : réalisation d'outils de communication et de promotion locaux et nationaux ; participation à des salons professionnels ; accueils presse et éductours...

**Information des entreprises du territoire sur d'autres opérations de valorisation de démarches durables** : concours Éco-Trophée ; concours ou projets nationaux...

### Faire ensemble

**Élargissement du réseau des bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional »** : démarchage de nouvelles entreprises et ouverture à des secteurs d'activités différents souhaitant se différencier d'autres labels ; co-construction des critères marque Parc spécifiques à ces nouvelles filières artisanales et agricoles.

**Accompagnement / qualification des acteurs économiques vers l'écoresponsabilité** : veille et informations sur les attentes des consommateurs ; éditions de documents techniques d'information/sensibilisation ; conception et animation de formations ; conseils techniques ; aide à la formalisation et mise en œuvre de démarches de progrès...

**Valorisation des entreprises exemplaires hors démarche marque** : participation à des événements nationaux inter-Parcs ; création d'événements complémentaires ; réalisation d'outils de communication...

## Engagements des signataires

### dans le cadre de leurs compétences et moyens

#### **Pour tous.**

- Valoriser dans leurs actions de promotion territoriale les acteurs économiques engagés dans les valeurs du Parc.

#### **État.**

- Accompagner la démarche de marque « Valeurs Parc naturel régional » auprès de la fédération des Parcs naturels régionaux de France.
- Soutenir le Parc dans sa politique de marquage sur le territoire.

#### **Régions et Départements.**

- Informer le Parc des projets de création et de développement d'entreprises qu'ils accompagnent, susceptibles de s'inscrire dans les valeurs Parc.
- Informer les entreprises qu'elles accompagnent sur le territoire du Parc de son existence et des valeurs qu'il défend.
- Participer à la sélection des acteurs bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional ».

#### **EPCI et communes.**

- Informer le Parc des projets de création et de développement d'entreprises qu'ils accompagnent, susceptibles de s'inscrire dans les valeurs Parc.
- Informer les entreprises qu'elles accompagnent sur le territoire du Parc de son existence et des valeurs qu'il défend.
- Utiliser l'image Parc comme vecteur d'attraction de nouvelles entreprises.
- Informer le Parc sur les entreprises ou projets susceptibles de bénéficier de la marque « Valeurs Parc naturel régional », voire accompagner ces entreprises vers l'obtention de cette marque.
- Valoriser les entreprises marquées « Valeurs Parc naturel régional » ou engagées dans ces valeurs auprès de leurs habitants.

## Partenaires potentiels

Entreprises et associations, bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional »

Autres entreprises ou groupements d'entreprises du territoire engagés dans des démarches durables

Chambres consulaires

Organisations professionnelles

## Bénéficiaires potentiels

**Les entreprises marquées du territoire** gagnent en compétences, se différencient de la concurrence, bénéficient de la valorisation de leurs offres et d'un accompagnement technique privilégié.

**Les autres entreprises engagées dans des démarches durables** bénéficient d'un accompagnement technique, voire d'une valorisation.

**Les clientèles touristiques**, ciblées par le Parc naturel régional, sont davantage guidées vers une consommation plus responsable, avec un choix de prestataires engagés.

**Les habitants** profitent d'une offre de services, prestations et produits répondant à leurs attentes de qualité, proximité, transparence...

## Indicateurs de suivi du territoire et d'évaluation des mesures

- Nombre de bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional ».
- Répartition des bénéficiaires de la marque par territoire et filière économique.
- Nombre et types d'actions de valorisation réalisées en complément de la marque « Valeurs Parc naturel régional ».