Une valorisation économique en lien avec les acteurs du territoire

En matière d'économie, les actions des Parcs visent à valoriser leur patrimoine dans une logique de mise en réseau, de filières, de circuits-courts et de routes territoriales qui réunissent les acteurs touristiques, agricoles et artisanaux.

Une valorisation économique en lien avec les acteurs du territoire

Il s'agit à la fois de :

- promouvoir un développement de l'activité locale en lien avec le territoire : Eco-Trophées, Eco-défis, Marque Valeurs Parc naturel régional, routes territoriales ;
- encourager la prise en compte de la biodiversité et du climat par les entreprises (diagnostics, management environnemental, Responsabilité Sociétale des Entreprises) ;
- fournir un appui aux porteurs de projet (accueil, financement).

Ces actions fonctionnent surtout grâce à des démarches partenariales engagées avec des chambres consulaires, des plateformes d'initiative locale ou le réseau des animateurs d'EPCI.

Un développement fondé sur la richesse du patrimoine naturel et culturel

L'action des Parcs vise à accompagner les différents acteurs et notamment les entreprises à s'inscrire en cohérence avec les priorités de la charte. Cela passe par des « contrats » passés avec elles, afin de permettre une valorisation en lien avec leur image et leur identité.

Ainsi, les outils mobilisés par les Parcs répondent à deux principaux axes de travail : la valorisation économique des ressources naturelles, culturelles et des savoir-faire liés au territoire et à la promotion du territoire du Parc en tant qu'espace économique différencié et de qualité. Ils permettent :

- d'encourager l'utilisation et de valoriser les matières premières locales ;
- de favoriser le maintien et le développement de savoir-faire artisanaux et industriels à travers le recensement et la connaissance de métiers, l'ouverture au public de sites de production, l'aménagement d'espaces muséographiques, l'organisation de formations auprès d'artisans, la mise en réseau des professionnels, l'édition d'ouvrages, la promotion des savoir-faire au sein de structures d'accueil du public ou d'itinéraires de découverte... ;
- de promouvoir des produits et services issus du Parc par la marque "Valeurs Parc naturel régional".

La marque **Valeurs Parc naturel régional** constitue un des outils de développement, souvent mis en avant dans les chartes. Aujourd'hui, 44 Parcs sont engagés autour de 350 marquages de produits agricoles et artisanaux et de prestations touristiques. Une stratégie a été affirmée au niveau du réseau des Parcs permettant de jouer à la fois sur sa dimension nationale et sur son ancrage territorial. Elle a pour but la création d'une plus-value pour l'entreprise selon une démarche de différenciation et d'appartenance au Parc. La marque n'est pas un signe officiel de qualité mais une démarche éthique traduisant des valeurs fortes des Parcs dans la production des produits et des services : lien avec le territoire, environnement préservé et valorisé, dimension humaine.

Les démarches de type "**Trophées**". Depuis 1998, plusieurs Parcs ont mis en place un concours « Eco

Trophée » ou “Sylvotrophées” ou encore “Prairies fleuries” sur leur territoire. La spécificité de ce type de concours est de promouvoir des démarches d’ensemble d’entreprises trouvant une plus-value en lien avec la réalisation d’objectifs prioritaires de Parcs et traduisant des choix de développement : gestion de l’espace, préservation des milieux, intégration paysagère, renforcement du lien social dans l’entreprise et au sein du territoire, création de richesses à partir du patrimoine…Les actions engagées le sont essentiellement en matière de valorisation économique du patrimoine naturel, culturel et de savoir-faire liés au territoire mais aussi de management environnemental, c’est-à-dire de limitation des impacts de l’activité sur l’environnement et les personnes.

Les Parcs mettent aussi en place des équipements tels que des maisons thématiques, maisons de Parc avec boutique, routes mais aussi en lien avec par exemple avec la randonnée et la gestion des sentiers et des animations de type marchés, fêtes et foires sur le territoire ou à proximité. Depuis 2018, ils se sont lancés dans l’organisation coordonnée de pique-nique durant le mois de septembre, opportunité de dégustation et de vente de produits du terroir mais aussi d’animations culturelles.

Les Parcs travaillent sur 4 principales orientations socio-économiques :

1. Favoriser les coopérations et créer des passerelles et de la solidarité entre acteurs mais aussi entre types d’économies et passeurs de frontières géographiques
2. Apporter une valeur ajoutée spécifique aux acteurs économiques s’appuyant sur l’attractivité des territoires Parc
3. Accueillir de nouvelles activités et les porteurs de projets
4. Soutenir un entreprenariat innovant alliant économie et biodiversité

Dans le domaine touristique, les Parcs se lancent de façon concertée dans la production et la commercialisation d’offres positionnées sur “un autre tourisme s’invente ici”, largement appuyé sur le partage d’expérience grâce à la rencontre d’acteurs du changement et croisant des stratégies de tourisme slow, local, social et bien designé. L’objectif est de promouvoir les Parcs naturels régionaux comme de véritables destinations touristiques spécifiques répondant de plus en plus à des attentes de sens et de proximité de la part des consommateurs.

Documents
Note d'orientation - Juin 2016
Résumé de la note d'orientation
Liens utiles
Valeurs Parc naturel régional, la marque du réseau des Parcs
Contact

Stéphane Adam, chargé de mission économie