



CRITÈRES DE LA MARQUE « VALEURS PARC NATUREL REGIONAL »

EXIGENCES GÉNÉRIQUES LIÉES A LA DÉMARCHE DE L'ENTREPRISE

Critères organisation d'entreprise

Exigences obligatoires	
1	L'entreprise affiche clairement ses engagements « Valeurs Parc naturel régional » en utilisant et mettant à la vue de ses clients les supports mis à disposition par le Parc.
2	L'entreprise dispose d' indicateurs permettant d'évaluer ou de mesurer ses performances en lien avec les 3 valeurs de la marque (environnement et patrimoines - humain et social - attachement au territoire) de ses pratiques, dans une logique de vision globale. Elle tient les résultats de ses évaluations à disposition du Parc.
3	L'entreprise dispose d'un plan d'amélioration dans chacun des 3 domaines « Valeurs Parc Naturel Régional » (environnement et patrimoines - humain et social - attachement au territoire) s'appuyant sur une vision globale de l'entreprise
4	Par ses pratiques et sa communication, l'entreprise encourage les comportements éco-citoyens .
5	L'entreprise se préoccupe régulièrement de la satisfaction de ses clients (questionnaire ou autre moyen). En fonction des résultats, elle procède aux actions correctives nécessaires.

Critères attachement au territoire

Exigences obligatoires	
6	L'entreprise participe à l'économie locale : choix de ses principaux fournisseurs/sous-traitants /prestataires locaux. Elle met notamment en vente ses produits sur le Parc.
7	L'entreprise fait la promotion des prestations, des produits locaux (y compris les autres produits marqués) et des activités socio-économiques sur le Parc .
8	Les chefs d'entreprise et leurs collaborateurs font la promotion de la découverte du Parc et des activités du syndicat mixte (rôle d'ambassadeurs)
9	L'entreprise participe activement aux échanges organisés dans le cadre du réseau des entreprises du Parc. Elle s'inscrit dans le cadre des actions de promotion collectives au sein du Parc ou en interparcs et de la Fédération.
10	L'entreprise favorise un dialogue ouvert et permanent avec ses partenaires publics et privés (collectivités, État, voisinage, associations).

Critères environnementaux et patrimoniaux

Exigences obligatoires	
11	L'entreprise a identifié, seule ou avec l'aide du Parc, les principaux impacts environnementaux liés à son activité (facteurs environnementaux liés aux : paysages - pollution lumineuse - sol - eau - énergie - matière première - déchets - eaux usées - air - bruit matériaux utilisés, déplacements...).
12	L'entreprise connaît et sait informer ses clients sur les moyens de transports publics, doux ou le covoiturage . Quand cela est possible, elle l'indique dans ses supports de communication .
13	L'entreprise choisit des matières premières et des fournisseurs respectueux de l'environnement, quand ils existent.
14	Par ses actions sur son site physique, L'entreprise participe à mettre en valeur ou améliorer le patrimoine naturel et culturel du Parc et ses savoir-faire locaux.
15	Pour ses projets à venir de construction ou de rénovation de bâtiments, l'entreprise prend en compte les ressources locales et renouvelables ainsi que les techniques d'écoconstruction. Elle utilise des savoir-faire locaux et recherche l'intégration du bâti dans le paysage.

Critères humains et sociaux

Exigences obligatoires	
16	L'entreprise favorise la participation du personnel à la recherche de solutions et d'amélioration du processus de fabrication ou production de service aux clients
17	L'entreprise favorise la formation et la reconversion et la valorisation des savoir-faire en tant que véritable richesse de l'entreprise
18	L'entreprise favorise la stabilité du personnel et une attention particulière portée aux saisonniers
19	L'entreprise se soucie de l'insertion de salariés en situation de handicap et de précarité .
20	L'entreprise facilite l' accueil de clients et visiteurs « tous publics »

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES EN TOURISME, LOISIRS, EDUCATION

Exigences obligatoires	
101 T	Dans le cas d'une activité non saisonnière, l'entreprise contribue à la vie locale en étant ouverte plus de 6 mois dans l'année
102 T	La décoration intérieure de l'établissement est non standardisée et en lien avec le territoire.
103 T	L'entreprise adhère à un Office de tourisme sur le Parc (sauf cas particulier)
104 T	Par ses pratiques et sa démarche, le bénéficiaire encourage la découverte de l'ensemble du territoire afin d'éviter la concentration sur quelques sites emblématiques et fragiles.
105 H	L'entreprise favorise la rencontre entre les touristes et les hommes et femmes du territoire.
106 H	L'entreprise propose un accueil privilégié et personnalisé « Valeurs Parc naturel régional », fait de partage et de convivialité. Pour cela, les personnels se rendent disponibles pour conseiller leurs clients.
107 H	L'entreprise a une jauge de participants cohérente avec sa prestation.
108 E	L'entreprise propose une prestation limitant les déplacements motorisés et organise le covoiturage et/ou favorisant l'itinérance douce. Elle ne fait pas la promotion de loisirs motorisés.
109 E	L'entreprise est implantée dans un environnement naturel et/ou culturel immédiat sans nuisances sonores, visuelles ou olfactives préjudiciables.

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES POUR LE DOMAINE AGRICOLE

Exigences obligatoires	
201 T	<p>Production issue du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> La surface agricole de l'exploitation doit être à 85% sur le Parc ou sur plusieurs Parcs. Une dérogation à ce pourcentage peut être étudiée pour autant que tous les autres critères de la marque soient pleinement satisfaits. Dans le cadre particulier des cultures pérennes (y compris prairies permanentes), c'est uniquement la surface de la production concernée par le marquage qui sera prise en compte dans le pourcentage. Dans le cadre d'une production collective où on ne peut isoler la production de chacun (lait et productions dérivées, jus, farine etc.), la part des matières premières de produits marqués doit représenter au moins 85 % de la quantité produite avec mise en place d'un système de traçabilité Le zéro pâturage et les pratiques « hors sol » pour l'élevage d'herbivores et pour les cultures sont exclues (à voir sur les autres productions au cas par cas) Les produits frais respecteront la saisonnalité
202 T	Les essences, variétés, races, espèces et porte-greffes sont adaptées au territoire
203 E	<p>Amendement et fertilisation</p> <p>L'entreprise portera une attention particulière aux effluents d'élevage. La fertilisation organique sera privilégiée.</p>

204 E	<p>Traitements</p> <p>. Phytosanitaires : L'agriculteur doit être engagé dans une démarche de réduction des produits phytosanitaires ou mettre en place des pratiques alternatives. Sur les prairies permanentes, l'utilisation des produits phytosanitaires est interdite à l'exception de traitements par taches (traitements localisés). Sur les haies et les clôtures, les traitements phytosanitaires sont interdits.</p> <p>. Vétérinaires : Les interventions vétérinaires sont adaptées et les pratiques réduisent les facteurs de développement des maladies</p>
205 E	<p>Utilisation d'OGM L'utilisation d'organisme génétiquement modifié (notamment semences et variétés OGM) et de ses dérivés est interdite. Il est également interdit de nourrir les aliments avec des matières premières OGM.</p>
206 E	<p>Gestion de l'eau et irrigation L'entreprise porte une attention particulière à la ressource en eau dont il est important de favoriser la juste utilisation et la préservation de la qualité</p>
207 E	<p>Préservation des sols L'entreprise porte une attention particulière aux pratiques qui permettent aux sols d'être préservés et de se régénérer</p>
208 E	<p>Prairies et gestion de l'espace L'agriculteur préserve ou maintient les surfaces en herbe. Les espaces ouverts seront maintenus et entretenus</p>
209 E	<p>Infrastructures agro-écologique (IAE) Les IAE doivent être maintenues et entretenues ou développées : mares, haies, murets, arbres isolés, bosquets, bandes enherbées etc.</p>
210 E	<p>La congélation des produits est interdite (sauf glace et sorbet et matières premières lors de transformations).</p>

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES POUR L'ARTISANAT ET L'INDUSTRIE

Exigences	
301 H/E/	Pour faire découvrir ses savoir-faire (artisans ou agricoles), l'entreprise prend grand soin à le faire dans un cadre qui les valorisent en lien avec l'image du Parc. Pour cela, elle se dote d'outils ou actions pédagogiques pour l'accueil du public sur le site, adaptés à la typologie d'entreprise : visite de l'entreprise, espace muséographique, visite de chantier)
302 H/E/	<p>Pour les sites intégrant une boutique, l'entreprise peut proposer d'autres produits que les siens à la vente en respectant les critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits « marqués », les produits issus du Parc et ceux provenant d'autres Parcs et les produits régionaux sont majoritaires. Ils doivent être différenciés et valorisés comme tels. - les autres produits proviennent prioritairement de France et d'Europe - les outils de présentation de la marque (affiche, attestation du bénéficiaire, support extérieur) sont proposés aux clients - la gamme des produits permet la mise à disposition de produits dont le prix est accessible pour le plus grand nombre - pour les savoir-faire ne se traduisant pas par un produit en aval, la valorisation de la marque doit pouvoir se faire sur le site de réalisation du savoir-faire (avec supports adaptés).
303	L'entreprise s'engage à transmettre son savoir-faire par différentes actions : salariés, apprentis, stagiaires, accueil et/ou interventions dans les établissements scolaires...

T : Critères attachement au territoire

E : Critères environnementaux et patrimoniaux

H : Critères humains et sociaux