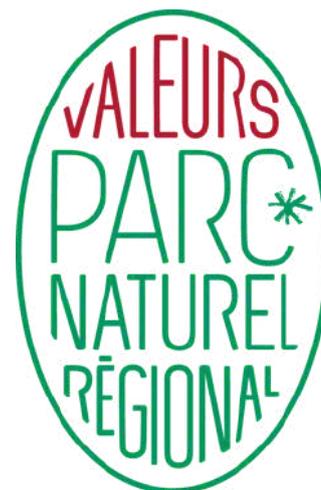


Adhérer à la marque Valeurs Parc

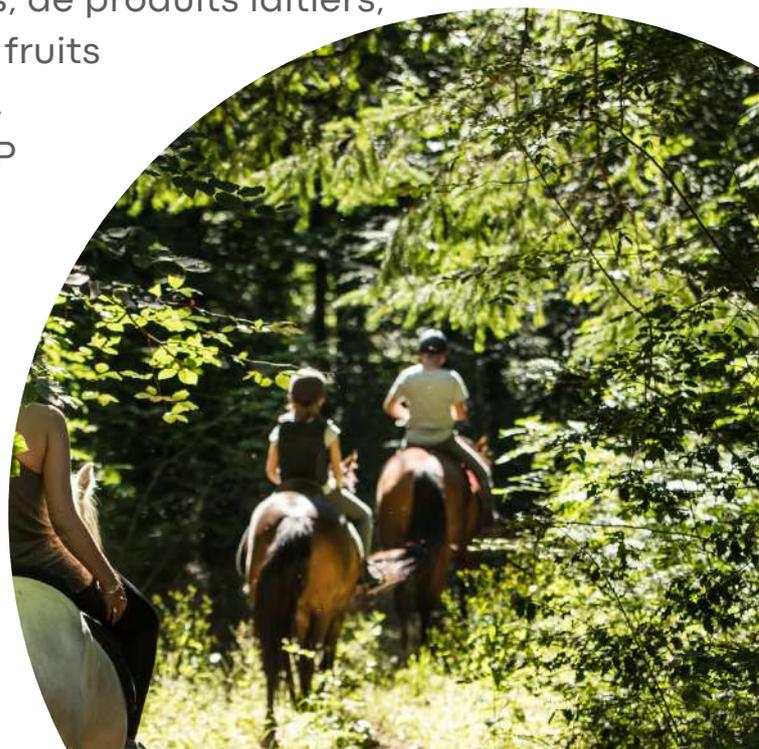
Les critères et engagements

Les candidats à la marque



Plusieurs types d'activités peuvent intégrer la marque Valeurs Parc :

- Les hébergements touristiques : chambres d'hôtes, gîtes d'étape et de séjour, meublés de vacances, hôtels, campings, villages vacances, hébergements atypiques (roulottes, yourtes, etc.).
- Les activités de pleine nature : randonnées pédestres, randonnées équestres, canoë kayak, escalade, via ferrata, spéléologie, parcours acrobatique, découverte de l'environnement.
- Les sites d'accueil : châteaux, abbayes, maisons thématiques, écomusées, centres d'interprétation, jardins, parcs, grottes, musées, ateliers artisanaux et artistiques, sites archéologiques, pêche.
- Les producteurs de viande bovine, ovine et caprine, de produits piscicoles, de produits laitiers, du miel et des produits de la ruche, de fruits et légumes et de plantes aromatiques, de produits de la vigne (vins AOP et IGP présents sur le Parc, jus de raisin, carthagènes).



Les critères obligatoires

- Etablissement et siège social situés sur le territoire du Parc
- Mise en valeur des patrimoines de celui-ci
- Respect de la réglementation en vigueur dans tous les domaines touchant à l'activité
- Activité conforme à la Charte du Parc
- Sensibilité aux enjeux du développement durable
- Structure ayant à cœur de mesurer ses performances
- Accès reconnaissable et aisé (par la signalétique notamment)
- Absence de nuisance sonore, visuelle, olfactive
- Races et variétés adaptées au territoire
- Produits fabriqués en majorité sur le territoire
- Entreprise favorisant la biodiversité
- Entreprise privilégiant les circuits courts
- Activités de pleine nature respectant le site de pratique et ayant une taille de groupe calibrée
- Sites de découverte ayant une billetterie
- Structure évitant tout type de pollution et participant aux enjeux environnementaux et paysagers



- Structure ayant identifié les impacts et mettant en place des moyens de les réduire
- Structure classée ou labellisée (minimum 2 étoiles pour les hébergements)
- Structure souhaitant mettre en œuvre un plan d'actions pour améliorer ses pratiques



Les 3 valeurs de la marque

1. Un environnement préservé et valorisé

Développer des pratiques écoresponsables

- Préservation de la ressource en eau
- Maîtrise énergétique des consommations
- Gestion des déchets et des rejets
- Consommation responsable (provenance locale des produits alimentaires sous AOP, AB, marque Parc, commerce équitable, etc.)
- Gestion des déplacements

Préserver, valoriser les ressources naturelles et favoriser leur connaissance

- Préservation et valorisation de la biodiversité
- Préservation des variétés anciennes ou locales (espèces végétales des haies, etc.)

Sensibiliser

- Sensibilisation des publics aux valeurs du Parc et de la marque
- Accueil chaleureux de tous les publics
- Supports de communication conformes aux préconisations du Parc



2. Des valeurs humaines au coeur de l'activité

Valorisation des ressources humaines locales dans la prestation d'accueil, gestion du personnel (ex : formation continue)



3. Une implication dans la démarche

- Engagement actif dans la vie de réseau de la marque Parc et dans sa promotion
- Lien entre l'activité et le territoire
- Connaissance du Parc et lieu de vie sur le territoire
- Localisation de l'activité sur le territoire du Parc, en adéquation avec la Charte du territoire.
- Promotion du territoire, de ses spécificités, et de la Marque Valeurs Parc
- Préservation et valorisation des ressources culturelles et savoir-faire locaux

Préservation et valorisation du site d'accueil

- Intégration des bâtiments et signalétique adaptée
- Renforcement de l'ancrage territorial de son activité par l'accueil et l'organisation en filières locales
- Engagement dans des réseaux
- Promotion des activités, produits et savoir-faire locaux

Les engagements

Je m'engage à :

- Signer la convention d'utilisation de la Marque
- Afficher dans mes outils de communication la marque Valeurs Parc en utilisant le logotype "Accueil du Parc" selon les règles fixées par la charte
- Renvoyer le client vers d'autres prestataires marqués en cas de calendrier complet
- Respecter les différents contrôles du Parc en participant à l'enquête de satisfaction client et recevoir la visite d'un client mystère tous les 3 ans.
- Participer aux journées du réseau des professionnels du Tourisme et des loisirs organisées par le Parc
- Participer aux actions de promotion collectives
- Faire un suivi de la gestion de mon établissement (suivi environnemental, financier, etc.)

