



Syndicat Mixte d'Aménagement et de Gestion du Parc naturel régional des Causses du Quercy
EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU SYNDICAT MIXTE

OBJET :

**Coopération
interparcs
Occitanie : une
stratégie de
marque des Parcs
naturels à l'échelle
régionale, pour
une action
mutualisée et
renforcée sur les
territoires :
demande de
financement**

**DATE DE LA
CONVOCATION**

14 janvier 2026

DATE D'AFFICHAGE

14 janvier 2026

**NOMBRE DE
DÉLÉGUÉS**

En exercice : 114

Présents : 41

Votants : 53

Voix : 130

L'an deux mille vingt-six, le vingt-sept février à quatorze heures trente, les membres du Comité syndical se sont réunis à la salle des fêtes de Lauzès, sous la présidence de Catherine MARLAS, Présidente.

ÉTAIENT PRÉSENTS

Mme N. GINESTET, conseillère départementale du Lot
Mme. C. MARLAS, conseillère départementale du Lot
M. F. TERLIZZI, conseiller département du Lot
M. V. LABARTHE, conseiller régional d'Occitanie
M. P. GARRIGUES, conseiller régional d'Occitanie
Mme M. PIQUE, conseillère régionale d'Occitanie
M. J.C. SAUVIER, président de la Communauté de communes du Pays de Lalbenque-Limogne
M. J.C. FOUCHE, président de la Communauté de communes CAULVALDOR
M. J. DIETSCH, représentant de la Communauté d'agglomération du Grand Cahors
M. M. GOLIN, représentant de la Commune de Beauregard
Mme M. CROUZAL, représentante de la Commune de Belmont-Sainte-Foi
M. F. RATIE, représentant de la Commune de Boussac
M. P. SANS, représentant de la Commune de Cambes
Mme S. SABRAZAT, représentante de la Commune de Caniac-du-Causse
M. P. LAFABRIE, représentant de la Commune de Concots
M. JP BERNARD, représentant de la Commune de Crégols
M. G. FILHOL, représentant de la Commune de Flaujac-Gare
M. B. POISBEAU, représentant de la Commune de Ginouillac
M. K. DELON, représentant de la Commune de Lalbenque
M. P. CRAUFFON, représentant de la Commune de Laramière
M. A. ORTALO-MAGNE, maire de Larnagol
M. G. BOUCHER, représentant de la Commune de Lentillac-du-Causse
M. J.P. LARCHER, représentant de la Commune Les Pechs du Vers
M. M. ORTALO-MAGNE, représentant de la Commune de Limogne-en-Quercy
M. J. COLDEFY, maire de Livernon
Mme V. JOURDAN, représentante de la Commune de Marcilhac-sur-Célé
M. F. BIROU, représentant de la Commune de Mayrinhac-Lentour
Mme C. MEY-FAU, maire de la Commune de Miers
M. M. LAVERDET, représentant de la Commune de Montfaucon
M. J.M. COLON, représentant de la commune de Promilhanes
Mme C. MOYANO, représentante de la Commune de Puyjourdes
Mme D. LENFANT, maire de Rocamadour
M. D. PARY, représentant de la Commune de Saint-Chels
Mme E. MICHON, représentante de la Commune de Saint-Cirq-Lapopie
Mme B. GABIOT, représentante de la Commune de Saint-Géry/Vers
Mme F. COSTELLOE, représentante de la Commune de Saint-Martin-Labouval
Mme C. PRUNET, représentante de la Commune de Saint-Simon
Mme M. DELFOUR, représentante de la Commune de Saint-Sulpice
M. L. CARON, représentant de la Commune de Théminettes

M. F. BOULPICANTE, représentant de la Commune de Varaire
M. B. GOURAUD, maire de Vaylats

ÉTAIENT EXCUSÉS

M. S. BERARD, conseiller régional d'Occitanie, donne pouvoir à M. P. GARRIGUES
Mme G. LASFARGUES, conseillère régionale d'Occitanie, donne pouvoir à M. V. LABARTHE
Mme A. VACOSSIN, conseillère départementale du Lot, donne pouvoir à M. M. LAVERDET
M. F. DECREMPS, conseiller départemental du Lot, donne pouvoir à Mme E. MICHON
Mme N. MASBOU, représentante de la Communauté de communes du Grand Figeac, donne pouvoir à Mme V. JOURDAN
Mme I. CEPEDE-LASCOSTE, représentante de la Commune d'Alvignac, donne pouvoir à M. F. TERLIZZI
M. L. BARDON-BILLET, représentant de la Commune de Cajarc, donne pouvoir à Mme C. MARLAS
M. B. DELPEUCH, représentant de la Commune d'Espagnac-Sainte-Eulalie, donne pouvoir à Mme C. PRUNET
M. E. DUBARRY, maire de la Commune d'Issendolus, donne pouvoir à M. G. BOUCHER
Mme L. FERMY, représentante de la Commune de Laburgade, donne pouvoir à M. J.C. SAUVIER
M. J. MAZIERO, représentant de la Commune de Lavergne, donne pouvoir à Mme C. MEY-FAU
M. F. REYMANN, maire de Lugagnac, donne pouvoir à M. B. GOURAUD
M. J.C. ROMANO, Maire de Mouillac

ÉTAIENT ÉGALEMENT PRÉSENTS

M. P. MC NAB, représentant de la Commune Les Pechs du Vers
M. H. FABRIOL, président du Conseil Scientifique et de Prospective du Parc-Géoparc
Mme E. MANELLA, DDT du Lot
Mme V. CASAGRANDE, maire de Lauzès
M. R. DESTREL, représentant de la Commune d'Arcambal
M. V. COUSI, maire de la Commune de Caylus
M. N. BRUNET, directeur du Parc naturel régional
Mme C. BALMETTE, responsable de la gestion administrative et financière du Parc naturel régional
Mme A. Girou, directrice-adjointe du Parc naturel régional

La Présidente rappelle aux membres du Comité syndical que les marques Esprit Parc national et Valeurs Parc naturel régional constituent des outils au service du développement durable des territoires. Elles permettent un lien privilégié entre les Parcs et le monde de l'entreprise, elles constituent également un outil au service des consommateurs, pour qui ces marques guident vers une consommation locale et responsable.

Elles contribuent enfin à une amélioration de l'attractivité des Parcs, et in fine la structuration d'une destination touristique, sur un créneau d'ancrage local, d'engagement environnemental et d'épanouissement des personnes. Les Parcs d'Occitanie collaborent avec la Région Occitanie et l'Agence Attractivité et Développement Occitanie pour promouvoir et structurer une Destination Parcs naturels d'Occitanie.

Le projet de coopération proposé réunit 5 Parcs naturels régionaux (Aubrac, Causses du Quercy, Grands Causses, Pyrénées Ariégeoises et Pyrénées Catalanes) et un parc national (PN des Pyrénées). D'autres Parcs de la Région participeront au projet en tant qu'observateurs et s'impliqueront sur certaines actions collectives (PNR du Haut-Languedoc, PN des Cévennes, projet de PNR Astarac).

Le projet vise à renforcer les capacités de ces marques à être efficaces, innovantes, à renforcer leur impact sur les territoires et à avoir une ambition régionale.

- Contenu de l'action :

Le projet de coopération doit permettre de renforcer les stratégies portées localement et de donner une ambition plus forte à l'échelle régionale, par :

- un partage des pratiques et expériences et une réflexion collective, dans un souci d'efficacité et d'efficience des stratégies de marque locales ;
- une mutualisation des moyens, pour gagner en efficacité et en impact aux échelles locales et régionale. Elle permettra ainsi de porter un projet innovant en matière de valorisation et d'appui à la commercialisation ;
- l'organisation de temps de réflexion partagés, spécifiquement dédiés à l'élaboration d'un modèle technique et financier pérenne, qui permette d'inscrire la stratégie de marque des Parcs dans le long terme.

Les actions opérationnelles portées par les Parcs sont inscrites dans 4 axes :

- Conforter un système de garantie des marques des Parcs.
- Amener les professionnels des marques vers des pratiques d'excellence et animer le réseau.
- Valoriser la qualité des produits et services marqués, auprès des consommateurs et des prescripteurs.
- Coordonner le projet et pérenniser une organisation régionale permettant de soutenir et conforter les stratégies de marque des Parcs.

Les objectifs globaux du projet visent à :

- favoriser et accompagner un développement économique durable dans les Parcs. Pérenniser et développer des emplois et des entreprises autour d'activités économiques engagées pour le développement durable de leur territoire.
- accompagner et stimuler les démarches de progrès, diffuser les bonnes pratiques auprès des professionnels du territoire.
- développer l'attractivité des territoires de Parcs à travers leurs marques.

Le Syndicat mixte du Parc sera partenaire de cette coopération régionale et chef de file de l'axe 3 « Valoriser la qualité des produits et services marqués, auprès des consommateurs et des prescripteurs ».

Le Syndicat mixte prendra en charge des frais d'ingénierie, les dépenses de prestations liées à l'animation de la marque Valeurs Parc localement et 1/6^{ème} des dépenses de prestation des actions collectives.

Le Syndicat mixte du Parc va déposer une demande de financement LEADER auprès du GAL Grand-Quercy et du GAL Figeac-Quercy-Vallée-de-la-Dordogne suivant le plan de financement ci-dessous :

DEPENSES		RECETTES	
Ingénierie	26 436 €	LEADER (80%)	53 763 €
Prestations extérieures des actions collectives	6 456 €	PNR (20%)	13 441 €
Prestations extérieures des actions locales	34 312 €		
TOTAL	67 204 €		67 204 €

Le Comité syndical, à l'unanimité,

- approuve la coopération Interparcs Occitanie LEADER comme présentée ci-dessus ;**
- autorise la Présidente à solliciter les crédits Leader correspondants auprès du GAL Grand-Quercy et du GAL Figeac - Quercy – Vallée de la Dordogne ;**
- autorise la Présidente à signer l'accord de coopération ci-joint et à effectuer toutes les démarches nécessaires à l'application de cette décision.**

La Présidente

Catherine MARLAS

Intitulé de l'action (simple, clair, synthétique)

« Coopération interparcs Occitanie : une stratégie de marque des Parcs naturels à l'échelle régionale, pour une action mutualisée et renforcée sur les territoires »

Nom du référent de l'action

Marie-Myrtille GALLET

Référence à la Charte du PNR

N° de l'axe

2

N° de la mesure

2.5.1

Intitulé de la mesure

qualification des activités et savoir-faire identitaires

• Contexte :

LA MARQUE VALEURS PARC

Depuis 1995, les Parcs naturels régionaux ont développé une marque commerciale à dimension nationale, avec une forte assise territoriale. C'est une marque collective, commune au réseau des 59 Parcs naturels régionaux de France. Cette marque est attribuée sur la base d'une démarche contractuelle, à tous les professionnels qui le souhaitent, et qui satisfont un niveau d'exigence requis. A ce jour, environ 100 professionnels bénéficient de la Marque dans les Causses du Quercy (60 sur le territoire FQVD, 40 sur le territoire Grand Quercy), dans trois secteurs d'activité (tourisme, agriculture, artisanat).

Chaque PNR est chargé de déployer, d'animer et de promouvoir cette marque.

Les cahiers des charges s'articulent autour de 3 valeurs fondamentales : l'ancrage territorial, la dimension humaine et la préservation de l'environnement et des patrimoines.

LA MARQUE ESPRIT PARC

Esprit parc national est née en juillet 2015, c'est une marque déposée et propriété de l'Office français de la biodiversité (OFB), elle est déclinée dans les 11 parcs nationaux de France.

Elle propose des produits et des services imaginés et créés par des femmes et des hommes dont l'activité est en adéquation avec les valeurs de ces espaces naturels protégés d'exception : la préservation des patrimoines naturels et culturels, la transmission des connaissances et la sensibilisation des publics.

LE RÔLE JOUE PAR LES MARQUES DES PARCS

Ces deux marques constituent des outils au service du développement durable des territoires. Elles permettent un lien privilégié entre les Parcs et le monde de l'entreprise, elles constituent également un outil au service des consommateurs, pour qui ces marques guident vers une consommation locale et responsable.

Elles contribuent enfin à une amélioration de l'attractivité des Parcs, et in fine la structuration d'une destination touristique, sur un créneau d'ancrage au local, d'engagement environnemental et d'épanouissement des personnes. Les Parcs d'Occitanie collaborent avec le Conseil Régional et le CRTL pour promouvoir et structurer une Destination Parcs d'Occitanie.

• Objectifs et résultats attendus :

- Favoriser et accompagner un développement économique durable dans les Parcs. Pérenniser et développer des emplois et des entreprises autour d'activités économiques engagées pour le développement durable de leur territoire.
- Accompagner et stimuler les démarches de progrès, diffuser les bonnes pratiques auprès des professionnels du territoire.
- Développer l'attractivité des territoires de Parcs à travers leurs marques.

La coopération régionale permettra de renforcer l'action locale du territoire. Les entreprises valeurs parcs pourront profiter du résultat du travail de mutualisation : nouveaux outils, meilleure offre, visibilité.

La dimension régionale permettra d'améliorer la visibilité de ces marques territoriales et donc l'attractivité des parcs concernés.

• Public cible

Professionnels

Touristes

Habitants

• Contenu de l'action :

Le projet de coopération proposé réunit 5 Parcs naturels régionaux (Aubrac, Causses du Quercy, Grands Causses, Pyrénées Ariégeoises et Pyrénées Catalanes) et un parc national (PN des Pyrénées). D'autres Parcs de la Région participeront au projet en tant qu'observateurs et s'impliqueront sur certaines actions collectives (PNR du Haut-Languedoc, PN des Cévennes, projet de PNR de Lastarac).

Les actions opérationnelles portées par les Parcs sont inscrites dans 4 axes :

1_ Conforter un système de garantie des marques des Parcs.

2_ Amener les professionnels des marques vers des pratiques d'excellence et animer le réseau.

3_ Valoriser la qualité des produits et services marqués, auprès des consommateurs et des prescripteurs.

4_ Coordonner le projet et pérenniser une organisation régionale permettant de soutenir et conforter les stratégies de marque des Parcs.

Le projet de coopération doit permettre de renforcer les stratégies portées localement et de donner une ambition plus forte à l'échelle régionale, par :

• Un partage des pratiques et expériences et une réflexion collective, dans un souci d'efficacité et d'efficience des stratégies de marque locales.

• Une mutualisation des moyens, pour gagner en efficacité et en impact aux échelles locales et régionale. Elle permettra ainsi de porter un projet innovant en matière de valorisation et d'appui à la commercialisation.

• L'organisation de temps de réflexion partagés, spécifiquement dédiés à l'élaboration d'un modèle technique et financier pérenne, qui permette d'inscrire la stratégie de marque des Parcs dans le long terme.

En préalable au projet de coopération (1er semestre 2026), une stratégie de communication autour de ces marques à l'échelle régionale sera élaborée par 6 PNR d'Occitanie et le Parc national des Pyrénées. Le projet LEADER permettra de tester et de mettre en place les actions phares identifiées lors de cette étude stratégique.

Localisation de l'action

le territoire de 5 Parcs naturels régional d'Occitanie et un Parc national

Action partenariale (oui/non)

oui

(Partenaires techniques)

si oui, nom des partenaires

Calendrier prévisionnel

Date de début

01/04/2026

Date de fin

01/05/2028

1. Conforter/viabiliser la procédure de marquage

Type d'actions	Prestation	Nb d'heu-res	Coût ingenierie	Actions collectives total CduQ	Actions individuelles CduQ
Actions collectives	Partager et conforter une méthodologie d'audit, consolider les outils de nos fédérations (ex. dossier de candidature, autodiagnostic, grille de suivi à mi-parcours, documents techniques d'aide aux audits, réalisation d'audit inopiné, client mystère...). Partager les méthodes entre Valeurs et Esprits pour amorcer un diagnostic technique de rapprochement des marques	16	539,52	539,52	
	Réalisation de guides d'appui technique	5736,75		956,13	
Actions individuelles	Audit de nouveaux bénéficiaires (env 20 pour 2 ans)	320	10790,4		10 790,40
	SOUS-TOTAL AXE 1	336		1 495,65	10 790,40
2. Amener les professionnels des marques vers des pratiques d'excellence					

Actions collectives	Construire un programme commun à déployer localement. Ex. Définir les thématiques communes et les contenus, créer un catalogue d'intervenants/annuaire de compétences, identifier les prestataires, mise en oeuvre de webinaire et/ou e-learning, capitaliser les contenus sur un espace ressource...		16	539,52	539,52	
	Partage des actions et fiche projet, proposer un cadre commun pour capitaliser (un support modèle...) méthodologie, retour d'expérience...		8	269,76	269,76	
	Partage des actions et fiche projet, méthodologie, retour d'expérience...		8	269,76	269,76	
	Accompagnement extérieur - création d'une séquence test	4000			666,67	
Actions individuelles	Formation bénéficiaires Valeurs Parc		16	539,52		539,52
	Formation au territoire (2)		16	539,52		539,52
	Formation en lien avec une activité (2)		16	539,52		539,52
	Rencontre annuelle (2)		16	539,52		539,52
	Voyage d'étude entre bénéficiaires	1990				1 990,00
	organisation d'un événement de rencontre professionnelle - FQVD	2422,6	24	809,28		3 231,88
SOUS-TOTAL AXE 2			120	4046,4	1 745,71	7 379,96
3. Valoriser la qualité des produits et services des marques Parcs auprès des consommateurs et prescripteurs						
Action collective	Définir la stratégie de communication à l'échelle régionale et définir l'action de communication / promotion 2027	20000				0,00
	Identifier des outils à destination des entreprises à déployer dans un second temps		32	1079,04	1 079,04	
	Créer des outils numériques à destination des bénéficiaires, harmonisés et personnalisables par chaque Parc	2000			333,33	
	Mise en oeuvre d'une ou plusieurs actions de communication grand public à l'échelle régionale - Action définie au préalable dans l'action stratégie de communication	17000	96	3237,12	6 070,45	
Action individuelle	Promotion de produits marque valeurs Parcs - achat de 10 présents	1500	24	809,28		2 309,28
	Organisation d'un marché de Noël Valeurs Parc - 2026 - GQ	4338	40	1348,8		5 686,80
	Prestation CMA - Accompagnement et animation réseau - 2026	5000				5 000,00
	Prestation CMA - Accompagnement et animation réseau - 2027	5000				5 000,00
	Campagne de communication : réseaux sociaux, diffusion des vidéos, affichage...	6000	16	539,52		6 539,52
	Fabrication d'outils de promotion à destination des bénéficiaires	8061,26	24	809,28		8 870,54
SOUS-TOTAL AXE 3			232	7823,04	7482,83	33406,14
4. Coordination et Interroger la mise en oeuvre d'une collaboration pérenne à l'échelle régionale sur la stratégie de marque						
Action collective	Interroger les possibilités de mutualisation dans le déploiement des marques Valeurs et Esprit à l'échelle régionale. Construire une action stratégique de développement des marques.	10000	24	809,28	2475,94667	
	Voyage d'étude pour retour d'expériences des dynamiques voisines (PACA, AURA...).		24	809,28	809,28	
	Etablir des relations de collaboration avec les autres marques territoriales et les partenaires régionaux (CRTL DELTAA, direction com', ...)		8	269,76	269,76	
	Copil annuel du projet		24	809,28	809,28	
	communication sur le projet		8	269,76	269,76	
Action individuelle	Réflexion actions collective et stratégique avec le réseau		8	269,76		269,76
SOUS-TOTAL AXE 4			96	3237,12	4 634,03	269,76
TOTAL			784		15 358,21	51 846,26

Dépenses :		Dépenses HT / TTC	
Postes de dépense	Type	Montant unitaire	Nombre
	Ingénierie	33,72	784
	Prestations extérieures actions collectives		
	Prestations extérieures actions individuelles		
Total dépenses			67 204 €

Recettes:			
Poste recette	Précision	%	Montant
Région Occitanie - DITEE/PNR			
Région Occitanie - Autre Départements			
Europe (hors LEADER)			
LEADER		80%	53 763,0 €
DREAL			
Etat (hors subv DREAL)			
Etablissement public d'Etat			
Communes et interco			
Autres Public			
Financements privés			
Autofinancement (dont participation PNR et PN Occitanie)		20%	13 441,0 €
Total recettes			67 204 €

Financement de l'ingénierie dans le cadre du contrat spécifique Région-PNR

Subvention Région affectée à l'ingénierie :

Observations sur moyens mis en oeuvre/budget prévisionnel



Logos des 6 partenaires



Accord de coopération dans le cadre de la mise en œuvre de l'opération intitulée

« Coopération interparcs Occitanie : une stratégie de marque des Parcs naturels à l'échelle régionale, pour une action mutualisée et renforcée sur les territoires »

Les personnes soussignées représentant les groupes d'action locale, les territoires organisés selon l'approche LEADER et les partenaires s'engagent dans la mise en œuvre du projet de coopération mentionné dans l'intitulé de l'opération et dont les caractéristiques principales sont décrites dans le présent accord de coopération.

Entre

Le « **Syndicat mixte du Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises** », représentée par Monsieur Kamel CHIBLI en qualité de Président, ci-après dénommé « Chef de file »,

Adresse du siège social du chef de file

Ferme d'Icart

09240 MONTELS

N°SIRET 250 901 881 00038

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet

Laure LETARD – Chargée de mission « Tourisme de nature »

L.letard@parc-pyrenees-ariegeoises.fr ; 07 88 67 30 44

Et

Le « **GAL Couserans** », représenté par Madame Jocelyne FERT en qualité de Présidente ci-après dénommé « GAL 1 du Chef de file »,

Adresse du siège social :

Ferme d'Icart

09240 MONTELS

N°SIRET 250 901 881 00038

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet

Julien VIAUD

J.viaud@parc-pyrenees-ariegeoises.fr ; 06 75 35 07 39

Le « **GAL Montagnes et plaines ariégeoises** », représenté par M. Thomas FROMENTIN en qualité de Président, ci-après dénommé « GAL 2 du Chef de file »,

Adresse du siège social du partenaire n°1

13 place du 59E Régiment d'Infanterie

09000 Foix

N°SIRET : 20005107600020

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet

Anne-Paule Béïs

anne-paule.beis@petrariege.fr ; 06 02 57 31 47

Et

Le « **Syndicat mixte du Parc naturel régional des Pyrénées Catalanes** », représentée par Monsieur Michel GARCIA en qualité de Président, ci-après dénommé « PNR PC »,

Adresse du siège social : La Bastide, 66360 OLETTE

N°SIRET 25660185700020

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet

Tristan ROUX – Chargé de mission « Tourisme »

tristan.roux@parc-pyrenees-catalanes.fr ; 07 56 26 81 44

Et

Le « **GAL Terres Romanes en Pays Catalan** », représenté par Monsieur Michel GARCIA en qualité de Présidente ci-après dénommé « GAL TRPC »,

Adresse du siège social : La Bastide, 66360 OLETTE

N°SIRET : 25660185700020

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Romain DELARUE – Chargé de mission LEADER

romain.delarue@parc-pyrenees-catalanes.fr ; 07 56 26 81 47

Et

Et

Le « **Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional des Grands Causses** », représenté par Monsieur Richard FIOL en qualité de Président, ci-après dénommé « PNRGC »,

Adresse du siège social :

71, Boulevard de l'Ayrolle - 12100 MILLAU

N°SIRET : 251 201 349 00015

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Corentin BOYER – Chargé de mission communication

Corentin.boyer@parc-grands-causses.fr

Tél. : 06.79.16.13.69

Et

Groupe d'Action Locale Grands Causses Lévézou, associé au Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional des Grands Causses, représenté par Madame Emmanuelle GAZEL, qualité de Présidente du GAL, ci-dénotmé « GAL GCL »

Adresse du siège social :

71 Boulevard de l'Ayrolle - 12100 MILLAU

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Julie ALINAT - Chargée de mission LEADER

julie.alinat@parc-grands-causses.fr

Tél. : 07.87.36.14.10

Et

Le « **Syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc naturel régional de l'Aubrac** », représenté par Monsieur Bernard BASTIDE en qualité de Président, ci-après dénotmé « PNR A »,

Adresse du siège social : Aubrac – 7920, route d'Aubrac - 12470 SAINT CHELY D'AUBRAC

N°SIRET : 200 048 692 00012

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet

Régine PECHBERTY – Chargée de mission « Marque Valeurs Parc »

regine.pechberty@parc-naturel-aubrac.fr ; 07 57 68 48 75

Et

Le « **GAL Aubrac Olt Causse Gévaudan** », représenté par Monsieur Vincent ALAZARD en qualité de Président, ci-après dénotmé « GAL AOCC »,

Adresse du siège social : Aubrac – 7920, route d'Aubrac - 12470 SAINT CHELY D'AUBRAC

N°SIRET : 200 048 692 00012

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Jean-Baptiste MASSE – Chargé de mission Développement territorial

jb.masse@parc-naturel-aubrac.fr ; 07 87 03 76 19

Et

Le « **Syndicat mixte du Parc naturel régional des Causses du Quercy** », représentée par Madame Catherine Marlas en qualité de Présidente, ci-après dénotmé « PNRCQ »

Adresse du siège social : Les canavals – Labastide-Murat 46240 Cœur-de-Causse

N° SIRET : 254 603 392 00013

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Marie-Myrtille GALLET – Chargée de mission développement et transitions territoriales

mmgallet@parc-causses-du-quercy.org ; 05.65.24.20.50

Et

Le « **GAL Grand Quercy** », représenté par Monsieur Bernard VIGNALS en qualité de Président, ci-après dénommé « GAL GC »,

Adresse du siège social : 125 rue des thermes 46000 CAHORS

N°SIRET : 200 052 405 00020

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Jean-François HESSEL - Chargé de mission animation LEADER

jfhessel@parc-causses-du-quercy.org - 05.65.24.20.50

Et

Le « **GAL Figeac Quercy Vallée de la Dordogne** », représenté par Jean-Claude FOUCHE en qualité de Président, ci-après dénommé « GAL FQVD »,

Adresse du siège social : 8 avenue du Général de Gaulle 46100 FIGEAC

N°SIRET : 20005239700029

Nom et coordonnées de la personne en charge du suivi du projet :

Jean-François HESSEL - Chargé de mission animation LEADER

jfhessel@parc-causses-du-quercy.org - 05.65.24.20.50

Et

Vu le règlement (UE) 2021/1060 du Parlement européen et du Conseil du 24 juin 2021 portant dispositions communes relatives au Fonds européen de développement régional, au Fonds social européen plus, au Fonds de cohésion, au Fonds pour une transition juste et au Fonds européen pour les affaires maritimes, la pêche et l'aquaculture, et établissant les règles financières applicables à ces Fonds et au Fonds «Asile, migration et intégration», au Fonds pour la sécurité intérieure et à l'instrument de soutien financier à la gestion des frontières et à la politique des visas ;

Vu le règlement (UE) 2021/2115 du Parlement européen et du Conseil du 2 décembre 2021 établissant des règles régissant l'aide aux plans stratégiques devant être établis par les États membres dans le cadre de la politique agricole commune (plans stratégiques relevant de la PAC) et financés par le Fonds européen agricole de garantie (FEAGA) et par le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER), et abrogeant les règlements (UE) n° 1305/2013 et (UE) n° 1307/2013 ;

Vu le Plan Stratégique National (PSN) de la PAC 2023-2027 approuvé par la Commission européenne le 31/08/2022 et ses modifications ;

Vu la délibération du Conseil régional n°AP/2022-11/04 du 25/11/2022 demandant l'Autorité de gestion régionale du FEADER pour la période de programmation débutant en 2023 ;

Vu la convention relative à la mise en œuvre du Développement Local mené par les Acteurs Locaux dans le cadre du Plan Stratégique National 2023-2027 de PETR Ariège et de sa fiche action Coopération de l'annexe 3 en date du 28 novembre 2024.

Vu la convention relative à la mise en œuvre du Développement Local mené par les Acteurs Locaux dans le cadre du Plan Stratégique National 2023-2027 du GAL Couserans et de sa fiche action Coopération de l'annexe 3 en date du 15 janvier 2025.

Vu la décision du Comité de programmation du GAL Montagnes et plaines ariégeoises, autorisant l'opération de coopération lié aux partenaires n°1 – Autres directions et n°2 Art'cade.

Vu la décision du Comité de programmation du Gal Couserans, autorisant l'opération de coopération liés aux partenaires n1 – Autres Directions et n°2 Art'cade.

Il est convenu ce qui suit :

Annexe 1 projet de Coopération Marques des Parcs Occitanie

« Coopération interparcs Occitanie : une stratégie de marque des Parcs naturels à l'échelle régionale, pour une action mutualisée et renforcée sur les territoires »

Chef de file

Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises

Territoires partenaires

Parc naturel régional de l'Aubrac
Parc naturel régional des Causses du Quercy
Parc naturel régional des Grands Causses
Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises
Parc naturel régional des Pyrénées Catalanes
Parc national des Pyrénées

Territoires associés

Projet de Parc naturel régional de Lastarac
Parc naturel régional du Haut-Languedoc
Parc national des Cévennes

1.1 Objectifs du projet

Contexte des marques territoriales Valeurs Parc et Esprit Parc

Valeurs Parc

Depuis 1995, les Parcs naturels régionaux ont développé une marque commerciale à dimension nationale, avec une forte assise territoriale. En 2016, une refonte globale de cette marque a été opérée, avec un nouveau nom, un nouveau logo devenu commun à tous les territoires de Parcs et une nouvelle charte graphique : Valeurs Parc

Valeurs Parc est **marque collective**, commune au réseau des 59 Parcs naturels régionaux de France, appartenant à l'Etat et déposée à l'INPI. Cette marque est attribuée par les PNR, sur la base d'une démarche contractuelle, à tous les professionnels de leur territoire qui le souhaitent, et qui satisfont un niveau d'exigence requis.

Cette marque concerne aussi bien les produits agricoles que les produits artisanaux, les hébergements et prestations touristiques, les activités pédagogiques, ...

Valeurs Parc comprend une dimension nationale et territoriale. Au niveau national, la Fédération des Parcs naturels régionaux de France garantit sa cohérence et son harmonisation. Au niveau territorial, chaque PNR est chargé de déployer, d'animer et de promouvoir cette marque.

Pour bénéficier de cette marque, les professionnels doivent respecter des cahiers des charges spécifiques, répondant à des tronc-communs nationaux tout en répondant aux spécificités et exigences de leur territoire. Ces cahiers des charges s'articulent autour de 3 valeurs fondamentales :

- L'ancrage territorial

- La dimension humaine
- La préservation de l'environnement et des patrimoines

Ces cahiers des charges intègrent également des critères entreprise et RSE.

Valeurs Parc est une marque engagée. Elle porte la vision d'un autre modèle de société, conciliant de façon harmonieuse les aspects écologiques, économiques et sociaux, pour assurer de façon durable le bien-être des femmes et des hommes.

C'est un outil :

- À l'image des Parcs naturels régionaux, dont le slogan est "une autre vie s'invente ici".
- Au service de la Charte des Parcs
- De développement socio-économique durable

Aujourd'hui au niveau national, 53 Parcs ont déployé Valeurs Parc sur leur territoire. Le réseau réunit plus de 2500 entreprises bénéficiaires, répartis sur plus de 400 référentiels.

Valeurs Parc réunit en son sein une diversité d'acteurs économiques locaux qui ont vocation à développer les échanges, les collaborations et les partenariats. A travers son approche pluridisciplinaire (agriculture, artisanat, tourisme) et territoriale, Valeurs Parc porte ainsi une vraie vision transversale de développement durable sur les territoires.

Esprit Parc National

Inspirée par la nature, Esprit Parc National est une marque de l'Office Français de la Biodiversité (OFB) et des Parcs Nationaux. Marque déposée, elle est déployée depuis 2015 dans les territoires des 11 Parcs Nationaux de France.

L'attribution de cette marque atteste que les produits et les services s'inscrivent dans cette démarche préservent la biodiversité et les patrimoines du territoire du Parc National.

À ce jour, les critères d'exigence de la marque sont rédigés pour 20 filières différentes, dans le domaine du tourisme, de l'agriculture et de l'artisanat. Dans un souci de transparence pour le consommateur, tous les critères sont accessibles au grand public, sur les sites internet des Parcs Nationaux.

Esprit Parc National traduit pour les acteurs du tourisme, de l'agriculture et de l'artisanat, un engagement fort en faveur de la préservation de l'environnement et le partage des richesses des territoires.

Après 10 ans d'existence, Esprit Parc National rassemble 678 bénéficiaires, issus de 20 filières dans les parcs nationaux de France, pour plus de 1 628 produits.

Esprit Parc National repose sur 5 valeurs fondamentales :

1 PARTAGE : Autour des valeurs des Parcs Nationaux, Esprit Parc National fait découvrir les richesses des territoires d'exception.

2 ENGAGEMENT : Esprit Parc National reflète les missions des Parcs Nationaux et l'implication des acteurs dans la vie du territoire, l'engagement pour la préservation de la biodiversité.

3 AUTHENTICITÉ : Esprit Parc National préserve et valorise les traditions et les savoir-faire locaux. Elle valorise des produits, des services et des modes de production authentiques et proches de la nature.

4 VITALITE : Esprit Parc National illustre l'état d'esprit positif des femmes et des hommes qui vivent, produisent ou accueillent les visiteurs dans les Parcs Nationaux.

5 RESPECT : Esprit Parc National est en adéquation avec le respect de la nature exceptionnelle des Parcs Nationaux, du patrimoine culturel, des acteurs locaux et des populations qui font vivre ces territoires.

L'adhésion au dispositif est conditionnée au respect de deux types de règles :

- Respecter les grands principes de la marque et les valeurs fondamentales des Parcs Nationaux. Ces principes sont énoncés dans le Règlement d'Usage Générique (RUG).
- Puis, pour chaque type de produit ou service, respecter les critères techniques qui conditionnent le droit d'utiliser la marque. Les règlements d'usage catégoriels (RUC) sont élaborés pour l'ensemble des Parcs Nationaux.

Les structures candidates sont visitées par une personne habilitée ou un auditeur externe, pour vérifier que les critères de la marque sont respectés. Si l'audit est positif, la signature d'un contrat est proposée à l'entreprise candidate. Durant les 5 années de contrat, les professionnels engagés peuvent être tirés au sort pour faire l'objet d'un contrôle intermédiaire.

Pour les structures bénéficiaires, la signature de ce contrat est synonyme d'un partenariat renforcé avec leur Parc National :

- Elles intègrent un réseau de professionnels locaux qui défendent des valeurs communes.
- Elles sont invitées à suivre plusieurs formations par an.
- Elles participent à des journées de rencontres et d'animation.
- Elles reçoivent des informations particulières sur l'actualité des Parcs Nationaux et de notre démarche.
- Elles ont accès à des ressources partagées grâce à une plateforme en ligne.
- Elles ont la possibilité de :
 - Développer des échanges, de se renvoyer des clients, de monter des produits ensemble ou de se retrouver sur des marchés, des salons...
 - Participer à des groupes de travail des Parcs Nationaux ou de niveau national.

Par ailleurs, chaque professionnel bénéficie d'un kit de communication éco-conçu : sacs en papier, écoups, écussons, plaques, vitrophanies, tabliers, promesses-client, etc.

Ainsi, les bénéficiaires de la marque Esprit Parc National, contribuent à une diffusion d'une information et de messages de sensibilisation sur la découverte et la préservation de patrimoines, progressent dans la limitation de leurs empreintes sur les ressources et en matière d'éco responsabilité, et constituent une offre multi filières cohérente, portant les mêmes valeurs.

www.espritparcnational.com

Le rôle joué par les marques des Parcs

Les marques des Parcs (Valeurs Parc et Esprit Parc national) constituent de véritables outils au service du développement durable des territoires :

- Grâce à l'excellence des pratiques et la progression des performances de leurs bénéficiaires, ainsi qu'à la diffusion de ces bonnes pratiques, que ce soit au sein du réseau des marques et au-delà sur les territoires.
- Par le rôle qu'elles jouent dans la création de synergies et de complémentarités multi-filières et multisectorielles sur les territoires.
- Par l'appui qu'elles apportent pour la promotion et le développement économique des entreprises, des filières, et des circuits courts.
- Grâce à la politique d'expérimentation et d'innovation déployée par les Parcs à travers ces marques.

Les marques des Parcs permettent un lien privilégié entre les Parcs et le monde de l'entreprise : agriculteurs, artisans, petites industries, hébergeurs, prestataires touristiques, acteurs de l'éducation à l'environnement et au territoire. Il est un socle important des Chartes des Parcs et est réaffirmé comme outil structurant dans toutes les nouvelles Chartes élaborées.

Les marques des Parcs constituent en outre un outil au service des consommateurs (habitants ou touristes), pour qui ces marques constituent une garantie fiable de l'excellence des pratiques, et guident vers une consommation locale et responsable.

Elles contribuent enfin à une amélioration de l'attractivité des Parcs, et in fine la structuration d'une destination touristique des Parcs, sur un créneau d'ancrage au local, d'engagement environnemental et d'épanouissement des personnes, qui génère des retombées économiques locales durables.

En Occitanie : une collaboration déjà en marche.

Le réseau Interparcs Occitanie collabore depuis plusieurs années sur d'autres thématiques que celle des marques, et possède une organisation et des méthodes de travail rodées pour mener des projets en commun. La Région participe au soutien de ces collaborations, par un dispositif financier dédié.

Depuis 2016, le réseau des chargés de mission tourisme des Parcs d'Occitanie intègre les 8 PNR, les 2 Parcs nationaux et le Parc marin, et collabore avec le Conseil Régional et le CRTL pour promouvoir et structurer une Destination Parcs d'Occitanie. Cette coopération permet de développer un tourisme responsable et durable et d'affirmer l'Occitanie comme destination de tourisme durable. Les marques Valeurs et Esprit sont au cœur de ce travail. Elles permettent de valoriser une offre sèche de produits et prestations engagées dans l'écotourisme et positionne les structures comme actrices du changement.

Fort de ce travail en réseau, élus et techniciens des Parcs d'Occitanie sont donc habitués à collaborer. Dans ce prolongement, le projet de coopération ici proposé pourra s'appuyer sur cette dynamique et ces méthodes de travail, pour élaborer une structuration robuste à l'échelle de l'Occitanie.

Les marques des Parcs en Occitanie

	PNR Aubrac	PNR Causse s du Querc y	PNR Grand s Causse s	PN Pyréné es	PN Narbo nnaise	Pn Céven nes	PNR Pyréné es Ariège oises	PNR Pyréné es Catala nes	PNR Haut Langu edoc	TOTAL
Nbre de bénéficiaires	20	99	23	145	21	163	110	135	163	879
Nbre d'ETP /Parc pour la mise en œuvre des stratégies locales	1,2	1	0.2	2	0.2	2	1,72	1	0.75	7.12

**Données 2025*

En Occitanie, le réseau des marques des Parcs (Valeurs Parc et Esprit Parc) réunit 879 entreprises. La région Occitanie représente l'une des régions avec la plus forte dynamique de développement sur le sujet. Ses effectifs représentent **27%** des effectifs nationaux (23% pour Valeurs Parc, 36% pour Esprit Parc).

Descriptif du projet de coopération

Le projet de coopération mis en place réunit 6 Parcs de la région Occitanie (PNR de l'Aubrac, des Causses du Quercy, des Grands Causses, des Pyrénées Ariégeoises et des Pyrénées Catalanes, PN des Pyrénées). D'autres Parcs de la Région participeront à certaines actions, sur leurs fonds propres (PNR du Haut-Languedoc, PN des Cévennes, Projet de PNR de Lascarac).

Le projet vise à construire une ambition régionale pour les marques des Parcs, tout en s'appuyant sur les stratégies de marque portées localement par chacun des Parcs, grâce à des moyens renforcés sur 2 ans et à la mise en place d'une coopération active entre ces 7 territoires.

Les actions opérationnelles portées par les Parcs sont inscrites dans 4 axes :

- 1_Conforter un système de garantie des marques des Parcs.
- 2_Amener les professionnels des marques vers des pratiques d'excellence.
- 3_Vvaloriser la qualité des produits et services marqués, auprès des consommateurs et des prescripteurs.
- 4_Pérenniser une organisation régionale permettant de soutenir et conforter les stratégies de marque des Parcs.

La dimension « coopération inter-Parcs » du projet, mené à l'échelle régionale, doit permettre de renforcer les stratégies portées localement et de donner une ambition plus forte à l'échelle régionale, par :

- Un partage des pratiques et expériences, un renforcement de la réflexion collective et une coordination renforcée, dans un souci d'efficacité et d'efficience des stratégies de marque locales. Cet aspect transversal au projet concernera en particulier les axes 2 et 3 du projet.
- Une mutualisation des moyens, quand cela est possible, pour gagner en efficacité et en impact aux échelles locales et aussi à l'échelle régionale. Cet aspect mutualisation concernera en

particulier les axes 3 et 4 du projet. Elle permettra ainsi de porter un projet innovant et ambitieux en matière de valorisation et d'appui à la commercialisation.

- L'organisation de temps de réflexion partagés, spécifiquement dédiés à l'élaboration d'un modèle technique et financier pérenne, qui permette d'inscrire la stratégie de marque des Parcs dans le long terme.

Objectifs partagés du projet de coopération

Les objectifs globaux du projet visent à :

- favoriser et accompagner un développement économique durable dans les Parcs. Pérenniser et développer des emplois et des entreprises autour d'activités économiques engagées pour le développement durable de leur territoire.
- accompagner et stimuler les démarches de progrès, diffuser les bonnes pratiques auprès des professionnels du territoire.
- développer l'attractivité des territoires de Parcs à travers leurs marques.

Du point de vue opérationnel, à travers les stratégies de marque portées localement par chaque Parc et l'appui apporté par les actions de coopération, le projet a pour objectifs de :

- Garantir l'excellence des pratiques des professionnels marqués, à travers un système d'audit opérationnel et pertinent, permettant de proposer un repère fiable pour les consommateurs (approvisionnement et ancrage local, performance environnementale et sobriété, approche humaine).
- Conforter et développer un réseau d'excellence, exemplaire et en progrès constant : pionnier en matière d'adaptation au changement climatique, de responsabilité environnementale et de sobriété
- Développer les synergies et les complémentarités multi-filières et multisectorielles, grâce à la diversité des acteurs bénéficiaires des marques (agriculteurs, artisans, industriels, professionnels du tourisme, ...) pour innover, expérimenter, construire de nouveaux modèles et augmenter les retombées économiques locales.
- Appuyer la commercialisation des produits et prestations marquées.
- Développer l'attractivité touristique des Parcs, grâce à la création d'une destination engagée dans un développement local responsable, autour de l'image positive des Parcs et de leurs marques.

1.2 Actions planifiées

1.2.1 Actions communes

1_Conforter la procédure de marquage / Chef de file PNR Pyrénées Catalanes

L'attribution des marques Valeurs Parc et Esprit Parc fait l'objet d'une procédure de contractualisation/certification basée sur la réalisation d'audits dans les entreprises candidates ou déjà bénéficiaires (audit d'attribution de la marque et audits de renouvellement). Il s'agit à travers cette action de garantir l'excellence des pratiques des professionnels marqués, et ainsi proposer un repère fiable pour les consommateurs (approvisionnement local, performance environnementale et sobriété, approche humaine).

- **Les objectifs ;**
 - Partager, consolider et optimiser la procédure de garantie des marques des Parcs
 - Partager et harmoniser les outils méthodologiques d'audit : diagnostics, dossiers de candidature, grilles de suivi, clients mystères, cahier des charges de consultation pour les prestations extérieures
 - Partager les outils entre Esprit Parc et Valeurs Parc pour rapprocher les 2 marques
- **Les moyens nécessaires (matériels, humains, etc.) ;**

Ingénierie des PNR et PN pour réalisation des procédures de certification sur les territoires

- Etablir une méthodologie d'audit commune à l'ensemble des parcs du réseau.

Dans l'ensemble des territoires de Parcs, le marquage (*Valeur Parc* ou *Esprit Parc*) s'appuie sur une double procédure : audit initial du prestataire + audit de renouvellement.

Que ce soit pour l'une ou l'autre de ces étapes, il s'agira d'établir de manière concertée une méthode d'audit partagée. Cette méthode pourra s'appuyer et s'inspirer :

- Des référentiels nationaux, établis par les fédérations de Parcs naturels régionaux et Parcs nationaux.
- Des expériences interne de marquage de l'ensemble des partenaires.
- Des expériences d'externalisation des audits.

Cette méthode sera déclinée sur l'ensemble des référentiels existants (hébergement, restauration, agriculture...).

- Rédaction d'un guide d'appui technique à la procédure de marquage.

La labellisation des bénéficiaires des marques *Valeur Parc* et *Esprit Parc* s'appuie sur des référentiels et grilles d'analyses nationaux.

Afin de simplifier la procédure de marquage initial, de donner plus de clarté à l'outil et de promouvoir celui-ci auprès des professionnels de l'ensemble du territoire régional, il s'agira de produire un livret d'aide technique à destination des futurs bénéficiaires et des nouveaux chargés de mission marque dans les Parcs.

- Rédaction d'un guide d'appui technique à la procédure d'amélioration continue.

Les procédures de marquage *Valeur Parc* et *Esprit Parc* exigent une amélioration continue des professionnels marqués, années après années. Cette amélioration est vérifiée lors de chacun des audits de renouvellement (réalisés tous les 5 ans pour la marque Valeur Parc).

Afin, pour donner suite à la procédure de marquage initial, d'aider les professionnels à tendre vers une meilleure éco-responsabilité de leurs activités, il s'agira de produire un livret d'aide technique à l'amélioration continue en vue de la procédure de renouvellement de la marque.

Ingénierie des PNR pour participation à la coopération sur cette action

- Partage de la méthodologie commune lors de temps de formation à distance.

Prestations externes :

- Conception de livrets d'appui technique pour les bénéficiaires de la marque : en amont du marquage, après le marquage (procédure d'amélioration continue).
- Impression de livrets d'appui technique pour les bénéficiaires de la marque : en amont du marquage, après le marquage (procédure d'amélioration continue).

- **Leurs lieux et dates de réalisation ;**

Mise en place de groupes de travail thématiques : à partir de 2026.

Réalisation d'outils : premier semestre 2027.

- **Leurs coûts ;**

Jours de chargés de mission chef de file : 2 jours.

Jours de chargés de missions partenaire : 2 jours

Prestation graphique et impression : 5736.75 €

- **Leurs bénéficiaires ;**

Entreprises des PNR/PN candidates aux marques ou déjà bénéficiaires des marques

- **Les publics visés ;**

Chargés de mission Marque des partenaires

Candidats aux marques ou bénéficiaires des marques

- **Les résultats escomptés pour les bénéficiaires de l'action et pour les zones concernées.**

Nombre de réunions de travail : 8

Nombre de participants : 10

Nombre de supports réalisés : 2

2_Amener les professionnels marqués vers des pratiques d'excellence / Chef de file PNR Aubrac

Contexte et objectifs opérationnels

Les entreprises bénéficiaires des marques des Parcs sont sélectionnées sur la base d'une démarche reposant sur des cahiers des charges exigeants. A l'issue du marquage, les professionnels intègrent un réseau territorial (régional et national) exemplaire, et en progrès constant, qui se doit d'être pionnier en matière d'adaptation au changement climatique, de responsabilité environnementale et de sobriété.

La responsabilité en matière d'accompagnement par les Parcs consiste à **conforter et développer ce réseau d'excellence**, au sein duquel se diffusent les bonnes pratiques. La finalité : **constituer un collectif d'Ambassadeurs** mobilisés en faveur de son Parc, de son territoire, et au-delà des autres Parcs.

Il s'agit aussi, au regard du profil très varié des bénéficiaires (hébergements touristiques, prestataires touristiques, producteurs agricoles, artisans, commerçants...), de proposer des actions d'animation permettant de **fédérer les bénéficiaires**, de **développer l'interconnaissance** et de **renforcer la capacité de collaboration**. La vocation du réseau des bénéficiaires est en particulier de développer les synergies et les complémentarités entre les filières et les secteurs d'activité.

La reconnaissance des entreprises par les marques implique un engagement dans une **démarche de progrès**. Initiée dans le cadre de l'accompagnement au marquage, elle se matérialise lors de l'audit par :

- l'évaluation des impacts environnementaux de l'activité ;
- la mesure des performances de l'entreprise avec des indicateurs liés aux 3 valeurs, à suivre pendant la durée de la convention de marquage ;
- un plan d'amélioration continue qui repose :
 - sur les échanges avec les autres bénéficiaires et le Parc ;
 - sur la participation aux rencontres organisées et/ou relayées par le Parc, telles que journées de visites, de sensibilisation, formations...

Ce dispositif permet de **garantir que les promesses de la marque sont effectivement tenues**, dans le temps, vis-à-vis des consommateurs. L'accompagnement proposé par les Parcs doit être constructif et apporter une valeur ajoutée aux bénéficiaires. Les marges de progrès identifiées lors des audits alimentent le programme de travail que les Parcs conduisent avec les entreprises marquées. Pour atteindre les objectifs fixés, ils leur apportent un soutien technique, pour les inciter à mettre en œuvre les solutions adaptées.

Plusieurs types d'actions complémentaires peuvent être conduites par les Parcs au sein du réseau, afin d'**accompagner l'évolution des pratiques** de leurs bénéficiaires : **journées « réseau », temps de sensibilisation thématiques, programmes de formation, forums et évènements « professionnels »**.

Concernant cet axe de travail, et comme pour les autres domaines d'action de la coopération, la **volonté de renforcer l'action de chaque Parc par la mutualisation à l'échelle régionale** est exprimée par les différents partenaires.

Les moyens à mettre à œuvre et le détail des actions

1- Définition de méthodes, partage et compilation d'outils et de ressources : enrichir le dispositif de sensibilisation et de formation, grâce à la réalisation d'un programme commun

- Réalisation d'un état des lieux et d'une analyse points forts/points faibles des dispositifs de sensibilisation/formation déjà déployés dans les différents Parcs
- Élaboration d'un programme de journées de sensibilisation et de formations, à mettre en œuvre sur chaque territoire, à l'attention des bénéficiaires
- Création d'un annuaire de compétences et d'un catalogue d'intervenants, pour alimenter la boîte à outils des Parcs
- Création d'un espace-ressources pour outiller les chargés de mission des Parcs, dans l'accompagnement collectif des entreprises
- Réalisation d'une séquence de sensibilisation/formation « expérimentale »

2- Organisation de journées « réseau »

- Réalisation d'un état des lieux et d'une analyse points forts/points faibles des méthodes d'animation du réseau des bénéficiaires par les différents Parcs
- Élaboration de fiches-projet dédiées communes : retour d'expériences, benchmark, méthodologie, formats, déroulement...
- Organisation de rencontres des « Ambassadeurs des marques », de séquences dédiées à l'accueil des nouveaux bénéficiaires

3- Partage des méthodologies d'organisation d'événements « BtoB »

- Évènements réalisés dans le cadre des actions individuelles des Parcs partenaires de la coopération (ou en projet) : salon de l'écotourisme, rencontres entre professionnels (entreprises marquées), forums (prescripteurs et entreprises marquées) ...
 - En amont de l'organisation : réalisation d'un état des lieux et partage des méthodes d'organisation de ce type d'événements par les Parcs
 - En post-événement : debriefing et capitalisation sur les retours d'expériences...
 - Élaboration de fiches-projet dédiées communes : méthodologie, formats, déroulement, prestataires et partenaires...
-
- **Les moyens nécessaires (matériels, humains, etc.) ;**

Prestation externe / appui technique et méthodologique, réalisation d'une séquence de formation
Ingénierie interne des Parcs partenaires de la coopération :

- Chef de file : 6 jours
- Participation aux actions : 4 jours par Parc

- **Les lieux et dates de réalisation ;**

Déploiement de l'action : à partir du deuxième semestre 2026 et jusqu'à fin juin 2028

Modalités de réalisation : présentiel (sur le territoire de 2 ou 3 Parcs) et distanciel (visio-conférences)

- **Les coûts retenus ;**

4000 € TTC

- **Les bénéficiaires ;**

Partenaires du projet de coopération (PNR/PN)

- **Les publics visés ;**

Bénéficiaires des marques

Chargé.es de mission des Parcs

- **Les résultats escomptés pour les bénéficiaires de l'action et pour les zones concernées.**

Nombre de catalogues d'intervenants : 1

Nombre de catalogues formations/journées de sensibilisation : 1

Nombre de journées « réseau » tous formats confondus : 2

Nombre de journées de formation : 1

Nombre de guide méthodologique d'événements « BtoB » : 1

Nombre de bénéficiaires participants : 40

3_V valoriser les produits et services auprès des consommateurs et des prescripteurs / Chef de file PNR Causses du Quercy
--

Les 2 marques Valeurs Parc et Esprit Parc souffrent d'un manque de visibilité, en particulier à l'échelle régionale et nationale. Afin de valoriser les produits et services marqués et de valoriser la plus-value de l'offre marquée, il est prévu d'élaborer une stratégie de communication partagée à l'échelle de la Région Occitanie et de mettre en place une action de communication ambitieuse, d'envergure régionale, à destination du grand public. Cette action prendra appui sur les actions locales menées par chaque Parc sur leur territoire.

- **Les objectifs ;**

- Réaliser un diagnostic de la marque territoriale pour chaque Parc partenaires : canaux de communication, cibles, messages communiqués, nombre et type de partenariats, fonctionnement administratif, portage politique, accompagnement des bénéficiaires ;
- Proposer un plan d'amélioration individualisé en fonction des diagnostics réalisés ;
- Faire un état des lieux de la notoriété de ces marques auprès des partenaires extérieurs : connaissance, partenariat possible, freins, leviers ;
- Construire un plan stratégique de communication sur le long terme : ligne commune, priorisation des actions, cibles privilégiées, message clefs...
- Identifier plusieurs pistes d'actions de communication régionale et aider à la décision pour la mise en œuvre d'une action régionale à mettre en œuvre en 2027

- Offrir des outils communs aux bénéficiaires

- **Moyens mis en œuvre ;**

- Définir la stratégie de communication à l'échelle régionale et le plan de communication 2027 :
Prestation d'un cabinet de communication pour établir la stratégie et sa déclinaison opérationnelle – FINANCEMENT HORS LEADER
- Mettre en œuvre une opération de communication ambitieuse, d'envergure régionale, à destination du grand public
- Doter les bénéficiaires des marques d'outils communs et efficaces pour valoriser leurs produits et services ainsi que leur engagement : création d'outils communs.
- Identifier des outils à destination des entreprises à déployer dans un second temps

- **Leurs lieux et dates de réalisation ;**

- Elaboration de la stratégie de communication : 2026
- Mise en œuvre d'outils de communication : 2027

- **Leurs coûts ;**

Ingénierie

Chef de file : 14 jours

Partenaires : 10 jours par partenaires

- Elaboration de la stratégie de communication : 20 000 €

Cette phase initiale sera réalisée dans le cadre d'une opération "Interparcs Occitanie" sous le pilotage du PNR des Causses du Quercy et n'entraînera donc pas de dépenses dans le cadre du projet éligible LEADER.

- Mise en œuvre de la communication : 17 000 €
- Création d'outils communs : 2 000 €

- **Leurs bénéficiaires ;**

Partenaires de la coopération : PNR/PN

- **Les publics visés ;**

Grand public à l'échelle régionale

- **Les résultats escomptés pour les bénéficiaires de l'action et pour les zones concernées.**

Nombre de stratégie de communication élaborée : 1

Nombre d'outils de communication élaborés : 2

4_Pérenniser d'une organisation régionale permettant de soutenir et conforter les stratégies de marque des Parcs / Chef de file PNR Pyrénées Ariégeoises

Le projet de coopération doit constituer la première étape d'une démarche partagée de structuration et de pérennisation du déploiement des marques Valeurs Parc et Esprit Parc en Occitanie. Il s'agit ici de consolider l'organisation avec les partenaires autour du projet afin d'assurer une pérennité de l'action au-delà du projet de coopération. Ces étapes visent également à anticiper l'ouverture de la démarche à de nouveaux partenaires au niveau de la Région Occitanie et d'ouvrir l'action à une échelle suprarégionale par la suite.

- **Les objectifs ;**
 - S'appuyer sur l'état des lieux des stratégies de marques des 6 Parcs pour élaborer une vision commune et un plan d'actions régional servant également à conforter les politiques de marques localement.
 - Elaborer un modèle technique et financier pérenne, qui permette d'inscrire la stratégie de marque des Parcs dans le long terme.
 - Etablir des relations avec les autres marques territoriales et les partenaires régionaux (CRTL, directions régionales...).

- **Les moyens nécessaires (matériels, humains, etc.) ;**

Ingénierie des Parcs

Prestations externes d'accompagnement

Organisation d'un voyage d'étude inspirant les réflexions de la coopération sur des territoires ayant expérimentés la coopération et la mutualisation.

- Frais de missions (déplacements, restauration, hébergement)
- Prise en charge des frais de participation pour certains partenaires extérieurs
- Frais de location de véhicule, d'essence et péage, de location de salle ou de matériel
- Prestations techniques ou d'accompagnement/facilitation
- Prestation d'intervenants extérieurs

- **Leurs lieux et dates de réalisation ;**

Voyage d'étude : automne 2026, Région Sud

Prestation d'accompagnement 2026/2027

- **Leurs coûts**

Coût de la prestation d'accompagnement 10 000 € TTC

- **Leurs bénéficiaires ;**

Partenaires de la coopération

- **Les publics visés ;**

Conseil Régional Occitanie, CRTL Occitanie, autres partenaires régionaux ou locaux, Fédération des PNR et autres PNR de France, bénéficiaires professionnels des marques des Parcs.

- **Les résultats escomptés pour les bénéficiaires de l'action et pour les zones concernées.**

Nombre de séminaires organisés : 2

Nombre de voyages d'étude : 1

Nombre de réunion de travail : 2

1.2.2 Actions locales

1.2.2.1 PNR Des Causses du Quercy

Axe 1 :

- Réalisation d'audit pour 30 nouveaux bénéficiaires

Coûts : Ingénierie 10 790,4 € soit 320 heures

Axe 2 :

- Le renforcement de l'animation auprès des bénéficiaires et développement de nouveaux partenariats professionnels :
- L'animation de formations bénéficiaires marque Valeurs Parc (présentation des engagements, du territoire du parc et accompagnement à la communication) : 2
- L'animation de formation aux enjeux du territoire : 2
- L'organisation d'une rencontre annuelle Valeurs Parc des Causses du Quercy : 2
- L'organisation un événement BtoB pour les bénéficiaires Valeurs Parc : 1 sur le territoire du GAL FQVD

Coûts :

Ingénierie : 2967.36 € soit 88 heures

Prestations : 4422.6 €

Axe 3 :

- L'organisation d'un Noël Valeurs Parc
- La réalisation de campagne de communication digitale et d'affichage
- La commande pour mise à disposition aux bénéficiaires d'outils de communication spécifique à leur activité
- Le développement d'une action de promotion des produits agricoles et artisanaux Valeurs Parc

Coûts :

Ingénierie : 3506.88 € soit 104 heures

Prestations : 29899.26 €

Axe 4 :

Mener une réflexion sur les actions collectives et stratégiques à mener avec le réseau

Coûts :

Ingénierie : 269.76 € soit 8 heures

1.3 Durée de mise en œuvre du projet et calendrier

Avril 2026 – Mai 2028

1.4 Rôle de chacun des partenaires en rapport avec les principales activités

- Rôle du chef de file de la coopération :
 - Pilote l'organisation générale de la coopération
 - Anime la réalisation de la coopération et recherche le consensus dans la prise de décision
 - S'assure du cadre et du bon déroulement de la coopération
 - S'assure du respect de la planification
 - Organise et anime les Copil et Cotek
 - Propose les comptes-rendus

Le chef de file de la coopération, n'a pas de responsabilité financière vis-à-vis des dépenses collectives, la responsabilité reste individuelle pour chaque Parc partenaires vis à vis du dépôt de son dossier sur son/ses GAL.

- Rôle du sous-chef de file :
 - S'assure du cadre et du bon déroulement de la sous action
 - Anime la réalisation de la sous action et recherche le consensus dans la prise de décision
 - S'assure du respect de la planification des sous actions
 - Mobilise et sollicite les Parcs coopérateurs.
 - Suit le budget et organise les paiements
 - Utilise les outils collaboratifs pour organiser le travail

Le sous-chef de file ne réalise pas l'action seul.

- Obligation des Parcs signataire de l'accord de coopération :

Les Parcs coopérateurs, sont engagés financièrement dans les actions collectives et ont un plan d'actions individuelles.

Ils doivent :

- Participer à la réalisation des actions collectives
- Réaliser leur programme d'actions individuelles
- Utiliser les outils collaboratifs proposés
- Participer à la gouvernance de la coopération
- Mobiliser ses partenaires sur les actions collectives et individuelles
- Participer à la capitalisation de la coopération
- Payer en temps et en heure les factures des sous actions aux prestataires

Les factures des actions collectives seront devisées par le nombre de Parc partenaires soit 6.

- Rôles des Parcs associés :

Ce sont les Parcs qui souhaitent participer ponctuellement à une ou plusieurs sous actions. Ils n'engagent pas de frais financier mais si les actions entraînent des dépenses type frais de déplacement, ils devront les prendre en charge. Ils peuvent participer à la réalisation des actions collectives et de certaines sous actions.

Il est demandé de formaliser leur participation par une lettre d'engagement, toutefois ils ne sont pas signataires de l'accord de coopération.

Signatures de l'accord de coopération

Date, fonction, signature du représentant légal du chef de file

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 1 du chef de file

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 2 du chef de file

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 1

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 1 du partenaire 1

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 2 du partenaire 1

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 2

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 1 du partenaire 2

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 2 du partenaire 2

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 3

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL 1 du partenaire 3

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 4

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL du partenaire 4

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 5

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL du partenaire 5



Date, fonction, signature du représentant légal du chef de file

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL partenaire 1

Date, fonction, signature du représentant légal du GAL partenaire 2

Date, fonction, signature du représentant légal du partenaire 1