Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le 03/04/2024
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

COMITÉ DE GESTION #5
MARQUE « VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL »

La Celle, 20 février 2024

Présents :
Mélaine CACHET-GAUJARD - Parc naturel régional de la Sainte-Baume
Magali CHAPUS - représentante du réseau des marqués en Sainte-Baume (en visioconférence)
Fabienne EVANS - Région Sud (en visioconférence)
Jean-Marcel GIOFFREDO - Chambre des métiers et de l'artisanat du Var
Mathilde MIGUET - Parc naturel régional de la Sainte-Baume
Jacques PAUL - Maire de La Celle et Président de la Commission Agriculture du Parc
Jesica QUINDROIT - Office de tourisme intercommunal de la vallée du Gapeau
Alaric STEPHAN - Parc naturel régional de la Sainte-Baume
Patrick TOCHOU - Chambre d'agriculture du Var

Excusés :
Audrey FALCOU - Office de tourisme Provence Verte-Verdon
Stéphanie HARKANE - Communauté d'agglomération Sud Sainte-Baume

Objet de la réunion

1. Rappels sur la marque Valeurs Parc
2. Point sur le déploiement de la marque en Sainte-Baume
3. Présentation des nouveaux candidats
4. Actions d'animation du réseau
5. Questions diverses

Relevé de décisions

Les différentes candidatures à la marque Valeurs Parc ont été soumises au Comité de gestion :

✳ **Pour le référentiel « Huile d'olive et produits à base d'olives »**

- ⇨ **Domaine des Escavalins** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Domaine Estaco Lebre** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Coopérative La Belgentiéroise** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Domaine La Michelle** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Domaine Ecume de lune** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Domaine de Cugis** : refus de l'attribution de la marque pour non-conformité majeure (localisation du siège social hors Parc)

✳ **Pour le référentiel « Vin et produits de la vigne »**

- ⇨ **Domaine La Michelle** : attribution de la marque sans réserve
- ⇨ **Domaine Ecume de lune** : attribution de la marque sans réserve

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

Résumé des échanges

Après un tour de table, Jacques PAUL, maire de La Celle et président de la Commission Agriculture du Parc, introduit la réunion en rappelant l'ordre du jour.

En préambule, Mélaine CACHET-GAUJARD et Mathilde MIGUET, respectivement chargée de mission Tourisme et Culture (remplace Julie BARRALON) et chargée de mission Activités de pleine nature au Parc, se présentent pour cette première participation à un Comité de gestion.

1. **Rappels sur la marque Valeurs Parc**

Mélaine CACHET-GAUJARD présente cette marque collective nationale déposée à l'INPI en 2016 par la Fédération des PNR. Avec près de 3 000 entreprises marquées au niveau national, elle concerne les prestations touristiques et les produits agricoles et artisanaux. Elle s'appuie sur trois valeurs défendues par les Parcs : le respect de la nature, l'épanouissement des femmes et des hommes et l'attachement au territoire. Ces professionnels, selon leur activité, s'engagent à :

- Contribuer à la vie de leur village et participer aux actions du Parc
- S'impliquer dans des démarches collectives porteuses de valeurs de solidarité
- Respecter et protéger la biodiversité
- Mesurer les impacts de leurs activités sur l'environnement
- Privilégier les circuits courts et les produits de terroir de qualité
- Préserver et rénover les bâtis anciens
- Proposer une découverte douce de leur territoire
- Porter et défendre les valeurs d'une agriculture durable
- Perpétuer les savoir-faire de l'artisanat local…

Patrick TOCHOU demande depuis quand la marque existe sur le Parc de la Sainte-Baume.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que la volonté du Parc de déployer la marque a été assez rapide, dès 2019.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande d'où viennent les critères de sélection.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que les critères sont validés au niveau national puis sont adaptés à chaque territoire par les Parcs (exemple du risque incendie).

Alaric STEPHAN précise que le logo de la marque est harmonisé au niveau national, seul le cartouche vert diffère entre les Parcs. Par contre, son affichage n'est pas possible sur les bouteilles de vin et d'huile d'olive en raison de la réglementation européenne sur l'étiquetage des appellations d'origine, sauf pour les vins de l'appellation IGP Var Sainte-Baume car elle porte le même nom que le Parc.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande si le Parc propose des aides pour la rénovation du bâti.
Alaric STEPHAN précise que la marque est faite pour valoriser les efforts de protection du patrimoine bâti et pour favoriser l'intégration paysagère des futurs bâtiments, des critères font d'ailleurs référence à ces aspects, mais la marque n'a pas vocation à être un dispositif financier. C'est une forme d'accompagnement des marqués et des futurs candidats.

Patrick TOCHOU demande s'il y a une synergie entre les produits Valeurs Parc ? Alaric dit que oui et qu'au contraire, c'est l'objectif d'en faire bénéficier tous les marqués. Jean parle des produits d'artisanat pour élargir l'offre. Les marqués VP sont les ambassadeurs de la marque sur le territoire (Alaric).

Jean-Marcel GIOFFREDO demande de quelle façon on peut faire connaître cette marque.
Mélaine CACHET-GAUJARD explique que les marqués, les commerçants, les Offices de tourisme peuvent communiquer sur la marque.
Patrick TOCHOU précise que la marque est nationale donc les touristes peuvent déjà la reconnaître en se déplaçant en France.
Mélaine CACHET-GAUJARD ajoute que la marque Valeurs Parc est une force de recommandation pour le consommateur.

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

Alaric STEPHAN présente le processus de marquage : élaboration d'une [illegible] éventuels référentiels déjà existants, concertation avec les personnes ressources du territoire (professionnels, syndicats, appellations, partenaires, etc.), éventuellement validation par la commission locale, validation par la commission nationale puis lancement des marquages. Pour information, le Parc de la Sainte-Baume est le premier à marquer l'huile d'olive au niveau national.

Patrick TOCHOU demande combien de temps prend tout le processus pour lancer un référentiel.
Alaric STEPHAN répond qu'il faut compter à peu près un an entre la réunion du premier groupe de travail de création du référentiel et la validation des premiers candidats par le comité de gestion de la marque. Si le référentiel a déjà été créé par un autre Parc, cela peut descendre à 9 mois. L'objectif est de refléter dans ces cahiers des charges les tendances en cours sur le territoire, d'être ambitieux sans exclure pour ne pas devenir une marque élitiste. La démarche de progression est importante pour cette marque.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande si une modification du référentiel est possible, si les critères sont trop exigeants par exemple.
Mélaine CACHET-GAUJARD explique que les critères sont personnalisés à partir de la base nationale puis que la concertation permet de clarifier la pertinence de ces critères (commission locale puis commission nationale). La commission nationale reprend régulièrement les fondements des référentiels pour les actualiser, par exemple la mise à jour du référentiel hébergement-restauration a eu lieu récemment pour intégrer la démarche zéro déchet.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande si les chambres consulaires et les réseaux de professionnels ont été consultés, notamment pour le référentiel Artisanat d'art.
Mélaine CACHET-GAUJARD précise que oui, ça a été le cas à la fois sur les métiers d'art et les activités de pleine nature.

Mélaine CACHET-GAUJARD présente les feuillets de synthèse sur la marque et les référentiels, qui complètent les plaquettes régionales des Interparcs Tourisme et Agriculture pour préciser les exigences pour intégrer la marque.
Jean-Marcel GIOFFREDO demande si les documents sont accessibles aussi par internet.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que non mais qu'elle les a déjà transférés aux personnes intéressées.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande s'il peut diffuser les documents de synthèse lorsqu'il va dans les domaines et le coût d'accès à la marque pour les professionnels.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que les candidats doivent s'acquitter d'un coût d'audit et d'une cotisation annuelle. Le coût de la cotisation est fonction du nombre d'ETP employés par l'entreprise marquée. Cette cotisation engage les professionnels marqués, il s'agit d'un pot commun pour la création d'outils de communication communs ou des actions de promotion de la marque.

Patrick TOCHOU demande le coût précis d'un audit.
Alaric STEPHAN répond que l'audit est facturé 200 € au candidat et que le Parc prend en charge le reste, sauf pour la partie agricole car le Parc bénéficie d'un financement LEADER jusqu'à fin 2024 qui permet de prendre en charge l'intégralité des frais d'audit. L'objectif est bien d'être équitable dans la cotisation annuelle.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande si le Parc travaille avec Var Tourisme.
Mélaine CACHET-GAUJARD précise que les échelles de travail sont différentes entre la marque et le département mais le Parc travaille avec Var Tourisme sur la documentation.
Jesica QUINDROIT présente « Destination Var » et les critères liés.

Jesica QUINDROIT demande si l'audit est payant pour la première année de lancement du référentiel APN.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que oui, l'audit est payant mais les visites et pré-visites permettent d'engager ou non le prestataire dans la démarche donc l'audit n'est pas facturé pour rien au candidat.

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

2. Point sur le déploiement de la marque en Sainte-Baume

Mélaine CACHET-GAUJARD présente la méthodologie d'autoévaluation accompagnée qui sera appliquée par le Parc pour le renouvellement des conventions dès cette année (11 à prévoir en 2024) : bilan des 5 années, marges de progrès réévaluées, critères revus/complétés et décision du Comité de gestion.

Patrick TOCHOU demande si le renouvellement est payant.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que pour le moment le renouvellement n'est pas payant car il ne demande pas d'audit à proprement parler.

Jean-Marcel GIOFFREDO demande s'il peut prévenir le Parc s'il constate un problème chez un marqué, un avis négatif sur internet, etc.
Mélaine CACHET-GAUJARD répond que oui et que la e-réputation est suivie au moment de l'audit car la marque est aussi une image pour le Parc.
Alaric STEPHAN ajoute que le Parc est gestionnaire de la marque et que s'ils ont le moindre doute, ils abordent ces questions avec les marqués. Si cela est récurrent, cela sera rédhibitoire et le Parc peut prendre la décision d'exclusion du réseau. C'est déjà arrivé il y a quelques années.

3. Présentation des nouveaux candidats

Alaric STEPHAN présente les différents candidats dont l'entrée dans la marque est soumise à validation ce jour *(cf. détails dans le diaporama de présentation du Comité de gestion)* :

✳ **Pour le référentiel « Huile d'olive et produits à base d'olives »**

- **Domaine des Escavalins à Belgentier :** Géraldine et son conjoint rachètent le Domaine des Escavalins en 2004 : 38 ha, dont quelques parcelles déjà plantées en oliviers et des bâtiments en très mauvais état. Ils plantent 2 000 oliviers en 2007 sur 7 ha : 80 % de variétés Aglandau, Bouteillan et Cayon. Les 20 % restants sont composés de variétés locales, dont la Belgentiéroise. Ils installent leur moulin privé en 2015.
  « Exploitation installée dans un lieu préservé, une approche globale agriculture + biodiversité intéressante, alliée à la volonté de transmettre et de sensibiliser ses clients et le grand public ». L'auditrice propose un avis favorable.

Jean-Marcel GIOFFREDO trouve que leur activité est intéressante mais s'attriste que le moulin fonctionne à l'électricité et non à l'énergie photovoltaïque.
Alaric STEPHAN répond que justement le référentiel Valeurs Parc prend en compte les énergies renouvelables et que c'est un projet du domaine dans les prochaines années.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour l'huile d'olive du Domaine des Escavalins.**

- **Domaine La Michelle à Auriol :** Ce domaine 20 ha, sur lequel il travaille avec sa femme et son fils Robin, compte aujourd'hui 3 000 oliviers sur 6 ha. Les oliviers ont été plantés en 2003 et comptent différentes variétés. La production est de 3 000 L/an en moyenne, dont l'intégralité est vendue en direct. Une prestation de pressage est proposée dans leur moulin pour les particuliers ou petits producteurs (environ 6 000 apporteurs).
  « Domaine viticole et oléicole en biodynamie, qui travaille des produits de grande qualité, perpétue les cultures traditionnelles du territoire et propose des visites d'exploitation tout l'été ». L'auditrice propose un avis favorable.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour l'huile d'olive du Domaine La Michelle.**

- **Domaine Ecume de lune à Cuges :** Le parcellaire comprend 10 ha de vignes, 2-3 ha de jachère, 2-3 ha d'oliviers et 50 ha de collines. Le verger compte plusieurs variétés : Aglandau, Bouteillan, Picholine, Salonenque. La production annuelle est d'environ 800 kg à 1 T d'olives, pour 150 L d'huile d'olive. Il a installé des ruches pour la production de miel et a un projet d'installation de nichoirs à chauves-souris. Ses produits sont vendus à la boutique, au Carrefour de Cuges, au marché de producteurs de La Barasse, mais aussi sur le marché de Guillestre.

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

« Un domaine viticole et oléicole en agriculture biologique, avec une vente familiale très convivial à la boutique ». L'auditrice propose un avis favorable.

Patrick TOCHOU demande si le domaine fait aussi de l'hébergement.
Alaric STEPHAN répond que le domaine possède en effet plusieurs gîtes et qu'il pourrait, à terme, demander la marque pour l'hébergement.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour l'huile d'olive du Domaine Ecume de lune.**

- **Domaine Estaco Lebre à Riboux :** Installé à Riboux depuis 1986, Jean-Yves cultive environ 7 ha d'oliviers sur un parcellaire de 30 ha. Les 1 032 oliviers sont de diverses variétés : Picholine du Gard, du Maroc, Pardiguier... Les olives sont récoltées au fur et à mesure et sont pressées à la ferme. La commercialisation est très locale : à la ferme, marchés (Cuges, Aubagne, Gémenos, Signes), manifestations locales (Fête du Parc), en dépôt-vente au Bistrot de Pays de Riboux et dans deux chambres d'hôtes.
  « Sur un secteur aux conditions météorologiques complexes, Jean-Yves fait preuve d'un engagement fort pour faire revivre une agriculture locale à Riboux, à la fois rémunératrice et en symbiose avec les écosystèmes environnants ». L'auditrice propose un avis favorable.

Patrick TOCHOU demande la quantité annuelle produite par le domaine et trouve dommage que le domaine ne soit pas en bio.
Alaric STEPHAN explique que certains de ces arbres sont encore jeunes et que les parcelles sont relativement disparates, ce qui explique la faible productivité. Les pratiques sont proches du bio et pourraient permettre une certification à l'avenir.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour l'huile d'olive du Domaine Estaco Lebre.**

- **Coopérative La Belgentiéroise à Belgentier :** La coopérative est créée en 1930 par des confiseurs privés qui mutualisent ainsi la confiserie de leurs olives. Le moulin à huile est créé en 1952 et remplacé en 2006. Elle regroupe aujourd'hui 485 adhérents, dont 60 % sont de très petits producteurs et 3 sont en AOP Huile d'olive de Provence. L'huile Valeurs Parc est pressée en un lot séparé : 10 apporteurs en 2023 avec un total de 1 600 kg, pour 260 litres d'huile d'olive. 80 % de l'huile est vendue au magasin, 20 % dans d'autres coopératives locales ou sur un stand lors de foires ou manifestations. L'huile sera embouteillée dans une bouteille en alu blanche pour la différencier.
  « Une coopérative historique, fortement ancrée dans son territoire, et très impliquée dans les enjeux agricoles et environnementaux actuels ». L'auditrice propose un avis favorable.

Alaric STEPHAN précise qu'un audit collectif a été réalisé avec des membres du Bureau de la coopérative. Une convention sera signée avec la coopérative pour préciser les modalités d'audit.

Jacques PAUL propose que la coopérative puisse s'engager auprès des futurs apporteurs d'olive pour respecter les critères de la marque Valeurs Parc.
Alaric STEPHAN précise qu'il interviendra auprès des coopérateurs avant la période estivale pour réexpliquer ces critères techniques.

Magalie CHAPUS demande comment cela se passe lorsque les arbres ne sont pas dans le Parc car c'est son cas et pour le moment, l'huile marquée proviendrait à 100 % du territoire.
Alaric STEPHAN explique que le critère de territorialité de la marque impose un minimum de 85 % des surfaces situées dans le Parc mais que la coopérative a souhaité aller plus loin en montant ce seuil à 100 %, donc elle ne peut pas proposer ses olives pour cette cuvée pour le moment.

Jesica QUINDROIT demande pourquoi les olives noires ne figurent pas dans les produits à marquer. Alaric STEPHAN répond que les seules olives noires commercialisées par la coopérative à l'heure actuelle proviennent de la coopérative de Nyons (Drôme) et ne peuvent donc pas être marquées.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour l'huile d'olive et les olives en saumure de la Coopérative La Belgentiéroise.**

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

- **Domaine de Cugis à Cuges :** En 2020, Gilles souhaite valoriser l'o[illegible] hauteurs de Cuges et imagine un projet autour de l'huile d'olive et d'une pâte mêlant chocolat noir, amandes, noisettes et huile. La parcelle de 65 ares compte 160 oliviers, dont 10 % sont très anciens mais la plupart âgés de 30 ans. Les variétés sont Aglandau, Picholine, Grossane et Verdale. L'exploitation est en conversion AB depuis 2021. La récolte est faite manuellement, puis portée au Moulin Margier pour le pressage. La production est de 600 kg pour environ 90 L d'huile. La commercialisation est faite essentiellement via des revendeurs (80 %).
  « Des pratiques de culture et de récolte très respectueuses des oliviers, permettant une huile d'olive de qualité ». L'auditrice propose un avis défavorable, notamment parce que le siège social n'est pas sur le territoire du Parc. Alaric STEPHAN propose un avis favorable sous réserve de mise en conformité du siège social et d'un ancrage local plus fort.

Patrick TOCHOU trouve la production faible pour le marquage et se demande si ce n'est pas dû aux méthodes de récolte manuelles.
Alaric STEPHAN précise que l'exploitation ne compte qu'une seule parcelle, dont tous les arbres sont récoltés mais que les procédés mécaniques sont tout à fait autorisés par le référentiel. Il pense que l'activité doit être cohérente pour ses différentes productions.
Mélaine CACHET-GAUJARD explique que la marque est un tremplin et une motivation pour progresser et bénéficier d'un accompagnement de la part du Parc.
Jesica QUINDROIT pense qu'il faut rester cohérent par rapport aux autres attributions et reporter le marquage.
Fabienne EVANS ajoute que cette décision doit l'encourager à réfléchir à ses pratiques, ce qui est bien dans la logique de la marque, mais qu'il y aura forcément un délai pour une mise en conformité.

Alaric STEPHAN précise que le candidat envisage bien d'ouvrir un nouvel établissement à Cuges mais qu'il doit s'approprier les valeurs de la marque et que cela peut prendre un certain temps. Il propose de réaliser une nouvelle visite ultérieure et de repasser cette candidature lors d'un prochain Comité de gestion si les mises en conformité ont été réalisées.

⇨ **L'attribution de la marque est reportée pour l'huile d'olive du Domaine de Cugis.**

✳ **Pour le référentiel « Vin et produits de la vigne »**

- **Domaine La Michelle à Auriol :** Le domaine compte 13 ha de vignes, avec différents cépages (Caladoc, Grenache, Cabernet sauvignon, Syrah, Rolle, Marselan, Carignan, Muscat de Hambourg, Cinsault) pour produire dix cuvées différentes (3 rouges, 3 rosés, 3 blancs et 1 effervescent). La production moyenne est de 800 hL par an, soit environ 100 000 bouteilles, dont l'intégralité est vendue en direct : principalement magasin et site internet, au domaine et à des particuliers / restaurateurs locaux.
  « Un domaine viticole et oléicole en biodynamie, qui préserve un environnement naturel et une grande biodiversité et transmet ses valeurs au cours de visites pédagogiques tout l'été ». L'auditrice propose un avis favorable.

Jean-Marcel GIOFFREDO trouve qu'il est en effet important de restaurer et conserver les pierres sèches et les restanques.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour les vins du Domaine La Michelle.**

Jean-Marcel GIOFFREDO demande si la certification bio est un prérequis pour obtenir la marque.
Alaric STEPHAN répond que c'est le cas pour le vin car la marque concerne uniquement des professionnels qui peuvent supporter le coût de la certification mais pas pour l'huile d'olive qui est une production qui concerne aussi des particuliers, notamment dans le cas de la coopérative de Belgentier avec qui le référentiel a été discuté.

- **Domaine Ecume de lune à Cuges :** Edouard quitte la cave coopérative en 1992 et recrée sa propre cave. Le parcellaire comprend 10 ha de vignes. La production se divise en 3 ha de Vin de table et 7 ha d'AOP Côtes-de-Provence : 250 à 350 hL de vin par an, dont la moitié est vinifiée au caveau et l'autre est livrée à la coopérative d'Auriol. Ses produits sont vendus à la boutique, au Carrefour de Cuges, au marché de producteurs de La Barasse, mais aussi sur le marché de Guillestre.

Envoyé en préfecture le 03/04/2024
Reçu en préfecture le 03/04/2024
Publié le
ID : 083-200031623-20240327-4572024-DE

« Un domaine viticole et oléicole en agriculture biologique, avec un [illegible] dans le territoire et un accueil très convivial et pédagogique à la boutique ». L'auditrice propose un avis favorable.

⇨ **L'attribution de la marque sans réserve est validée pour les vins du Domaine Ecume de lune.**

4. Actions d'animation du réseau des marqués

Mélaine CACHET-GAUJARD présente les animations proposées au réseau en 2023 :

- Trois formations réalisées : « Gestion des biodéchets : quelles solutions pour les professionnels du tourisme ? » le 26/09 à Plan d'Aups / « Economiser l'eau dans les structures touristiques : agir au quotidien et sensibiliser sa clientèle » le 25/05 en visio et le 28/11 au Château de l'Escarelle / Forum du Tourisme Responsable et de l'écotourisme en Région Sud les 5 et 6/12 à Avignon
- Présentation des échéances à venir : diffusion des documents promotionnels, publication de l'annuaire régional « Valeurs Parc » et du livret séjours (édition 2024), création d'un podcast « Echos de nos valeurs » avec la Fédération, lancement du groupe de travail « offre pour les clientèles itinérantes », apéro des marqués le 3/04 à Roquevaire, Fête du Parc le 16 juin 2024 à Belgentier
- Proposition/réflexion sur une réunion régionale des bénéficiaires de la marque pour favoriser l'interconnaissance et le partage.

Jacques PAUL remercie les participants au Comité de gestion et se félicite de la précision du travail réalisé, qui se base sur de bons arguments.

Compte-rendu rédigé par Mathilde MIGUET et Alaric STEPHAN