



Parc national  
des Ecrins



## Marque « Esprit parc national »

### Quel est l'intérêt de la marque et pourquoi y adhérer ?

La Marque est une démarche de soutien aux activités économiques du territoire. Le Parc national attribue son image positive à des produits ou des services qui répondent aux critères du développement durable et à un enracinement local fort. La Marque permet aux professionnels de se différencier auprès d'un public motivé par la protection de l'environnement, la préservation et la découverte des patrimoines locaux. Cette démarche contractuelle contribue au développement d'un partenariat solide entre le Parc national et les acteurs du territoire.



### Les avantages et bénéfices :

- droits d'utilisation de la marque et valorisation du partenariat avec le Parc national.
- accompagnement dans le déploiement de la marque (formations, étiquettes, affiches, outils d'accueil, etc.).
- actions de communication et de promotion locale et nationale des produits et services marqués.

### Les principes de mises en œuvre :



La marque est cadrée par un **règlement d'usage générique** (RUG) qui précise l'utilisation de la marque collective et énonce les principes généraux communs aux professionnels des 10 Parcs nationaux français.

Les **règlements d'usage catégoriels** (RUC) précisent les critères techniques qui conditionnent l'obtention de la marque pour chaque catégorie de produits, ainsi que le droit d'utiliser la marque. Ils sont élaborés pour **l'ensemble des parcs nationaux**.

Le règlement d'usage catégoriel correspondant au présent appel à candidature est mis à votre disposition, ainsi que la fiche descriptive pour candidater (en téléchargement sur le site du Parc national).

Les produits marqués feront l'objet de contrats de partenariat (prestataires / Parc) d'une **durée de 3 ans**. Une **redevance annuelle** est prévue selon le mode de calcul suivant :



Chiffre d'affaire hors taxes	Montant de la redevance annuelle *
0 € à 149 999 € HT	50 €
150 000 € à 299 999 € HT	100 €
300 000 € à 999 999 € HT	200 €
Supérieur € à 1 000 000 € HT	400 €

\* La première année du contrat sera gratuite et le contrat deviendra caduc au 31 décembre de la troisième année suivant la date de signature du contrat (n+3).

La redevance est une contribution des professionnels aux actions de promotion et d'accompagnement qui seront mises en œuvre. Elle reflète également un engagement fort des professionnels aux côtés des investissements humains et financiers effectués par le Parc national pour faire vivre cette nouvelle marque.

### Comment obtenir la marque ?

1. Répondre à l'appel à candidature
2. Dépôt de dossier :
  - Fiche descriptive de l'hébergement.
  - Courrier
3. Visite d'audit.
4. Validation du marquage par le Parc.
5. Signature d'un contrat de partenariat (3 ans).

Les candidatures seront traitées par ordre d'arrivée. En cas d'impossibilité de traiter toute les demandes le Parc se réserve la possibilité de décaler les audits dans le temps en accord avec les candidats.



### Renseignement et dépôt de candidature :

Pour tout renseignement et envoi des dossiers de candidatures, merci de vous adresser à :

Pierrick Navizet  
Parc national des Écrins  
Tél : 04 92 40 20 61

Marion Digier  
Parc national des Ecrins  
Tel : 04 92 40 20 20

Mail de candidature : [candidature.marque@ecrins-parcnational.fr](mailto:candidature.marque@ecrins-parcnational.fr)

**> Vous êtes également invités à contacter les chefs de secteurs concernés par votre hébergement en appelant les Maisons de Parc.**

### Les 5 valeurs de la marque :

**Engagement** > la marque reflète la vocation des parcs nationaux et l'implication d'entrepreneurs dans le projet de territoire.

**Authenticité** > la valorisation de traditions, de savoir-faire et de patrimoines locaux.

**Respect** > de la nature, du patrimoine culturel, des acteurs locaux et des populations.

**Partage** > entre le Parc national et les entrepreneurs, et la transmission vers le grand public.

**Vitalité** > un état d'esprit positif, porteur de dynamisme et d'ouverture.

