

## ESPRIT PARC NATIONAL, UNE MARQUE INSPIRÉE PAR LA NATURE

Le Parc national des Calanques présente *Esprit parc national*, une marque au service de sa politique de promotion d'un tourisme durable, un logo qui éclaire les choix des visiteurs. La nouvelle marque commerciale des Parcs nationaux français valorise les produits et services, touristiques et agricoles, respectueux des patrimoines naturels, paysagers et culturels. Aujourd'hui, ce sont deux hébergements du cœur de Parc qui inaugurent le dispositif.

### Les parcs nationaux français lancent leur marque commerciale : *Esprit parc national*

Les parcs nationaux ont créé la marque *Esprit parc national* pour fédérer les acteurs de chaque territoire et sensibiliser le consommateur aux valeurs portées par les parcs nationaux depuis plus de 50 ans : l'engagement, l'authenticité, le respect, le partage, la vitalité.

*Esprit parc national* met en valeur des produits et services imaginés et créés par des hommes et des femmes qui s'engagent dans la préservation et la promotion de ces territoires d'exception. Marque collective, *Esprit Parc national* est aussi porteuse d'un message de solidarité en privilégiant l'économie locale.

*Esprit parc national* est une marque déposée, déclinée dans les 10 parcs nationaux de France. Elle est attribuée par les Parcs nationaux à des acteurs économiques volontaires, qui proposent des produits et services issus ou exercés sur le territoire du Parc national (exclusivement en cœur, aire d'adhésion et aire maritime adjacente). Pour obtenir la marque, leur produit ou service doit répondre aux principes prévus dans le règlement générique ainsi qu'au cahier des charges commun à tous les parcs pour une même catégorie d'activité.

### Un logo pour valoriser l'engagement des prestataires et éclairer les choix des visiteurs

Le logo *Esprit parc national*, accompagné du nom de chaque territoire, est apposé sur les produits et services qui ont rempli les conditions d'attribution de la marque.

Ce logo symbolise le partage et le respect des valeurs du Parc national par le prestataire marqué et signe son **engagement pour la protection des patrimoines et la sensibilisation du public**.

C'est aussi un **repère pour les visiteurs qui souhaitent que leurs choix de consommation** soient cohérents avec la préservation du caractère exceptionnel du Parc national des Calanques.



### Les produits et services concernés par la marque *Esprit Parc national Calanques*

À ce jour, le déploiement de la marque dans les Calanques concerne uniquement **l'hébergement** et a abouti à l'attribution de la marque à deux chambres d'hôtes à Saména, dans le 8<sup>ème</sup> arrondissement de Marseille, en cœur de Parc :

- **La Petite Calanque**, chez M. Christophe FERRATO
- **La Villa d'Orient**, chez M. Vincent GUIFFANT

Véritables « pionniers » de la marque *Esprit parc national* sur notre territoire, ils se sont engagés auprès du Parc dès les toutes premières étapes.

Dans les prochains mois, le déploiement se poursuivra avec un large appel à candidature auprès des professionnels pour :

- la visite en **bateau hybride ou patrimonial**,
- les **sorties de découverte du patrimoine**,
- le **miel**,
- le **vin**.

Les professionnels concernés sont déjà sensibilisés et sont pour certains d'entre eux très attentifs et intéressés par la mise en place de la marque *Esprit parc national*.

En effet, pour les professionnels, la marque *Esprit parc national* permet de :

- bénéficier d'une reconnaissance et d'une visibilité de l'activité sur le territoire et au-delà, grâce aux actions de communication locales et nationales menées par Parcs nationaux de France et le Parc national des Calanques,
- promouvoir plus largement la qualité environnementale de leurs produits et services, valoriser leur ancrage local,
- intégrer un réseau de professionnels qui offrent de produits et services marqués complémentaires,
- associer leur image à celle des parcs nationaux en affichant le partage de valeurs communes.

Par la suite, les outils de la marque pourront s'adresser à d'autres domaines d'activités touristiques : visites de **sites et musées, séjours, restauration...**

### Une marque commerciale au service d'un tourisme durable

Cette marque collective est le fruit d'un travail intense des Parcs nationaux depuis plusieurs années.

C'est aussi un projet qui a mobilisé localement tous les partenaires attachés au développement d'un tourisme durable sur notre territoire : Bouches du Rhône Tourisme, le Comité Régional du Tourisme,

Chambre de commerce et d'industrie Marseille Provence, la Chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône, les Offices de tourisme de Cassis, La Ciotat et Marseille, le Comité régional de tourisme et le service tourisme de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

**Notre marque *Esprit parc national* montre qu'il est possible de conjuguer économie et écologie pour devenir créateur de valeurs, dans tous les sens du terme.**

### 22 juillet 2015 : lancement officiel de la marque dans le Parc national des Calanques

Didier Réault, président du Conseil d'administration du Parc national des Calanques, et Danielle Milon, présidente de Bouches-du-Rhône tourisme et 1<sup>e</sup> vice-présidente du CA, ont officiellement annoncé le lancement de la marque *Esprit Parc national* dans le Parc national des Calanques le 22 juillet 2015, aux côtés des partenaires impliqués dans la démarche et en présence des premiers bénéficiaires de la marque.

---

Pour en savoir plus sur la marque *Esprit parc national* : [www.espritparcnational.com](http://www.espritparcnational.com)

Et sur Facebook : <https://www.facebook.com/espritparcnational>

Pour en savoir plus sur le Parc national des Calanques : [www.calanques-parcnational.fr](http://www.calanques-parcnational.fr)

Suivez le Parc national sur **Twitter** : [twitter.com/ParcCalanques](https://twitter.com/ParcCalanques)

Rejoignez le Parc national sur **Facebook** : [www.facebook.com/ParcNationalDesCalanques](https://www.facebook.com/ParcNationalDesCalanques)

Abonnez-vous à la **Newsletter** : <http://www.calanques-parcnational.fr/fr/newsletter>



## **Christophe FERRATO, bénéficiaire de la marque *Esprit Parc national* pour sa chambre d'hôtes, La petite Calanque**

« La marque me permet de me différencier d'autres hébergeurs qui se prévalent d'un lien avec le Parc national et d'une démarche d'éco-responsabilité alors que ce n'est pas justifié. C'est la reconnaissance officielle des efforts accomplis !

Je n'ai pas vécu les critères du cahier des charges comme une contrainte. Je remplissais déjà presque toutes les conditions. L'audit m'a décidé à réaliser des projets que j'avais en tête, mais que je remettais à plus tard (par exemple remplacer les produits d'accueil individuels par des distributeurs rechargeables de savons liquides fabriqués à Marseille).

Économiquement, la marque m'apportera une réelle plus-value. De plus en plus de touristes sont très attentifs à la protection de l'environnement. On passe d'un tourisme de masse à un tourisme durable et raisonné.

Lorsque d'autres produits et services entreront dans le dispositif, je travaillerai préférentiellement avec des prestataires « marqués » ! J'ai hâte de pouvoir vendre dans ma boutique du miel « Esprit parc national » !

D'ici là, la marque va m'aider à sensibiliser mes visiteurs, elle va me donner une légitimité pour faire passer des messages éco-responsables.

Bien en vue sur mon site web, au côté des autres marques de qualité que j'ai déjà obtenues (guide du routard...), elle ne sera pas qu'un « logo de plus », c'est celui qui est le plus cher à mon cœur. »

22 Calanque de Saména, 13008 Marseille

[www.lapetitecalanque.com](http://www.lapetitecalanque.com)



## **Vincent GUIFFANT, bénéficiaire de la marque *Esprit Parc national* pour sa chambre d'hôtes, La villa d'orient**

« Mon hébergement étant situé dans le cœur du Parc, je me sens un acteur privilégié de l'aventure qu'est le Parc national des Calanques. Je souhaite contribuer à la prise de conscience collective de sa richesse et de sa fragilité.

Avec la marque *Esprit parc national* je deviens un ambassadeur du Parc qui porte des convictions qui vont au-delà de l'activité économique.

Pour moi, c'est un outil de sensibilisation du public pour transmettre les bons comportements à adopter dans un espace naturel d'exception et inciter « aux bons gestes », aussi bien pour les hébergeurs pour que la clientèle.

La marque est un élément déclencheur pour changer les comportements, c'est comme cela que je la vois.

Je vais la mettre en avant pour légitimer mon positionnement et mon discours vis-à-vis de mes hôtes. Ce sera plus facile pour les inviter à changer certaines habitudes.

Le Parc national des Calanques, c'est mon univers, c'est une chance de vivre ici ! La nature est partout autour et je vis ici avec elle et pour elle. C'est l'essence même de ce qu'on peut proposer à nos hôtes et de ce qu'on souhaite partager avec eux.

Aux professionnels qui se posent la question de s'engager dans la démarche de la marque, j'ai envie de dire que c'est une grande chance d'être associé à la mission d'un Parc national. C'est une opportunité, et même une reconnaissance que de pouvoir s'associer à l'image des Parcs nationaux de France ! Pourquoi s'en priver ? »

30, Calanque de Saména 13008 Marseille

[www.villadorient.com](http://www.villadorient.com)

