

## Charte Marque Parc "Accueil"

*"Les Balades en Estives du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes"*



Contact : [mathieu.altadill@pyrenees-catalanes.fr](mailto:mathieu.altadill@pyrenees-catalanes.fr)

## **Préambule**

Le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes souhaite soutenir et valoriser les activités économiques en lien avec le tourisme durable et contribuer à la découverte et à la sensibilisation des patrimoines naturels, culturels et agricoles de son territoire. L'animation "Balade en Estives" est un bel exemple de dialogue didactique s'instaurant entre éleveurs - animateurs et participants qu'ils soient locaux ou touristes.

Les animations de Balades en Estives s'insèrent parfaitement dans l'optique de valorisation d'une activité économique, voire même d'une filière, en répondant par le même occasion à des objectifs de sensibilisation et de découverte des milieux naturels, traditionnels et culturels de notre territoire.

Les Balades en Estives, associées à la promotion d'un produit et à la création d'un débouché pour la viande, expliquent et font découvrir le patrimoine du PNR et une activité d'élevage respectueuse de l'environnement :

- Les éleveurs expliquent pourquoi les paysages sont tels qu'ils sont et sensibilisent les participants à l'évolution des paysages en lien avec l'activité pastorale
- Elles mettent en avant une production respectueuse de l'environnement
- Elles proposent un partage du savoir et de la passion entre les éleveurs et les participants
- Elles favorisent l'échange entre participants et éleveurs

C'est pour de telles animations que le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes souhaite attribuer sa Marque "Accueil", certifiant ainsi de l'intérêt de la prestation que ce soit pour l'environnement, pour l'activité économique du territoire ou pour le partage des connaissances en lien avec ce territoire.

### **Travaux menés entre le PNR et l'association dès 2007 :**

Le Parc et l'association ont commencé à travailler en 2007 quelques points en vue du marquage Parc.

- Réalisation d'un livret de cuisine à base de "bas morceaux" afin de faciliter leur commercialisation. En effet, ces morceaux sont plus difficilement commercialisables. (une présentation de l'élevage, des Balades, du Parc et du travail commun pour un futur marquage a été réalisée)
- Les éleveurs ont déjà été sensibilisés aux rôles et missions du Parc au cours de Balades en Estives en 2007

- Certains éleveurs se sont appropriés le territoire du Parc et ont commencé à citer ces missions
- L'animateur missionné par l'association est au courant des missions du Parc et de la plupart de ses actions
- Lors des grillades des brochures du Parc (Natura 2000, Tourbières, carte touristiques, plaquette "Pomme de terre du PNR", ...) ont été distribuées à chaque participant à partir de la Mi saison 2007
- Réalisation d'outils respectueux de l'environnement (exemple pour 2008 : gobelets réutilisables – qui sont aussi des supports promotionnels)

## **Article 1 : Objet**

**1.1** Le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes accepte de soutenir par le droit d'utilisation de sa Marque « Parc naturel régional des Pyrénées catalanes » l'animation suivante : Les Balades en Estives.

### **1.2 Résumé d'une journée en *Balade en Estives***

Au début de la matinée, un groupe de participants constitué de touristes et/ou de résidents (du département et/ou du PNR) se retrouvent en un point de rendez-vous, souvent sur la place d'un village de montagne ou de moyenne montagne du Parc. Un groupe d'éleveurs et l'animateur missionné par l'association "La Rosée des Pyrénées" (association de défense de la Marque "Rosée des Pyrénées" et organisatrice des Balades en Estives), attendent déjà les participants.

Un petit déjeuner leur est offert et déjà quelques explications sur le village, l'association, la marque "Accueil" du Parc, la démarche de qualité pour la viande, ... leur sont données.

Ensuite, c'est le départ vers l'estive (pâturage d'altitude en été). Au cours de la Balade, éleveurs et animateur font découvrir et expliquent les paysages, les patrimoines architecturaux, historiques et humains. Le métier d'éleveur est ainsi partagé avec les participants tout au long de la journée.

Arrivés sur le lieu de l'estive, les participants découvrent des vaches de races rustiques et leurs veaux. L'éleveur, bien qu'ayant déjà expliqué à ce moment là ce qu'était une Rosée des Pyrénées, ne pourra s'empêcher de relancer une explication en voyant les veaux pour vérifier si tout le monde a tout bien retenu !

*La Rosée des Pyrénées : Veau élevé en permanence sous la mère en estives. Il est nourri uniquement au lait de sa mère et à l'herbe d'altitude. Le veau est né de mère Aubrac, Gasconne ou Brunnes des Pyrénées (races rustiques) et de père race à viande (principalement Charolais).*

*Aujourd'hui, l'association "La Rosée des Pyrénées" travaille sur une IGP transfrontalière. Cette viande est, par ailleurs, déjà labellisée CCP.*

*Le veau est abattu entre 5 et 8 mois s'il répond au cahier des charges de la CCP et sera vendu sous l'appellation "Rosée des Pyrénées" chez les bouchers du département ou en vente directe ou collective (territoire du Parc, du département, de la Région LR et même en PACA et en région parisienne) après une maturation minimale de 4 jours.*

Revenons à notre Balade en Estive. A l'arrivée de la Balade en Estive, un ou deux éleveurs ont préparé des grillades de Rosée des Pyrénées (escalopes, saucisses, tendrons, ...) accompagnés de produits du territoire. Les participants découvrent ainsi le produit et sont sensibilisés sur le fait qu'acheter un produit local et respectueux de l'environnement participe au maintien des paysages d'altitude et à une économie locale encore fragile aujourd'hui.

Puis, le repas finissant, quelques uns feront une petite sieste avant de redescendre vers le lieu de rendez-vous du matin.

Annexe 1 : Récit d'une journaliste ayant participé à une Balade en Estives pour la revue des 40 ans des Parcs (pages 16 et 17).

## **Article 2 : Intérêt d'une Balade en Estives marquée Parc**

### **2.1 Valorisation économique de l'animation et de la filière *Rosée des Pyrénées***

2.1.1 Les animations de "Balades en estives", étant payantes, permettent, dans la mesure du possible, de créer des emplois :

- les éleveurs mettent à la disposition de l'association un poste d'animateur à temps plein (suivi de la CCP sur la viande ; animation de l'association,... . Ce poste est indispensable pour la promotion et la valorisation de la filière "Rosée des Pyrénées")
- un accompagnateur moyenne montagne se lance dès 2008 dans l'activité sur le territoire du PNR, en partie, grâce à cette nouvelle dimension donnée aux Balades en Estives via le travail mené par le Parc. Les animateurs connaissant le monde de l'élevage et le système d'élevage "Rosée des Pyrénées" peuvent réaliser des Balades en Estives après validation par le PNR.

2.1.2 Les animations de "Balades en estives", étant payantes, permettent la création d'un débouché supplémentaire pour la viande :

Pendant la grillade, la viande de *Rosée des Pyrénées* est utilisée. Durant une saison environ 200 kg de viande de Rosée sont ainsi vendus, ce débouché est amené à augmenter avec le Marquage Parc de la prestation.

2.1.3 Les animations de "Balades en estives" permettent la promotion de la filière:

Les éleveurs et les accompagnants font découvrir le mode d'élevage et le produit pour inciter indirectement les participants à acheter cette viande lors de leurs futurs achats.

Par la suite, lors de la grillade, les participants découvrent réellement le produit : acte promotionnel fort et marquant.

Les lieux de ventes sont aussi présentés aux différents participants.

## **2.2 Découverte du territoire**

Les éleveurs jouent un rôle primordial lors des sorties en alliant le plaisir de la découverte à la satisfaction de comprendre le patrimoine naturel et culturel et bien évidemment le métier d'éleveur : démarche conviviale, ludique et interactive pour appréhender les réalités du territoire.

En plus de créer des débouchés supplémentaires (grillades), non négligeables, pour la viande "Rosée des Pyrénées", les Balades en Estives confortent la fierté des éleveurs et la reconnaissance de leur métier par le grand public. Cette démarche a pour objectif d'atteindre ce même grand public et à terme de le fidéliser.

### **Article 3 : Les « Plus Parc » de l'animation**

L'animation de loisirs et d'activité doit favoriser les "Plus Parc" en lien avec les enjeux prioritaires du territoire, à savoir :

- La connaissance et la découverte des paysages et des patrimoines naturels et/ou culturels du territoire sur les lieux où se déroulent les Balades en Estives : Sensibilisation à l'environnement
- Le partage de la découverte du métier d'éleveur : Dimension humaine
- Les actions informatives et/ou les formations des éleveurs et des animateurs sur l'historique de l'élevage sur le Parc (ceci fera suite, en partie, aux résultats d'une étude ethnologique en cours fin 2007 – début 2008) : mise en place d'un discours didactique – Dimension humaine et Territoire
- Les actions informatives pour les éleveurs et les animateurs sur les missions du Parc : Mise en place d'un discours didactique
- L'information des missions d'un Parc ainsi que de son territoire pour les participants : Sensibilisation à l'environnement et Dimension humaine et Territoire
- Promotion du type d'élevage et de la viande : valorisation économique des produits locaux
- La mise en réseau des animations et des produits marqués Parc : valorisation des produits locaux
- Favoriser l'usage des produits du Parc, marqués si possible : valorisation des produits locaux
- La Conception d'outils, nécessaires aux Balades en Estives, respectueux de l'environnement : Sensibilisation à l'environnement

#### **Article 4 : Une animation ancrée dans les traditions**

**4.1** Toutes les "Balades en Estives du parc naturel régional des Pyrénées catalanes" devront être animées par au moins un éleveur ou un vacher ou un animateur missionné par l'association et informé par le Parc sur les missions d'un Parc, la Marque, les espaces naturels, ...

**4.2** Minimum un éleveur rencontré le long de la Balade ou sur le site de la grillade

**4.3** L'éleveur devra être présent au lieu de rendez-vous de la Balade en Estives et au petit déjeuner afin de pouvoir répondre aux questions des participants et afin d'accentuer la convivialité de l'animation.

Il sera préférable qu'il y ait au moins 2 éleveurs et un animateur.

**4.4** Les produits consommés lors de la grillade et du petit déjeuner devront être des produits du territoire du Parc (- préférentiellement marqués Parc -) quand ils peuvent être trouvés.

#### **Article 5 : Découverte du territoire**

Les accompagnants (éleveur(s) ou animateur(s)) feront une présentation du lieu (historique, paysages, particularités,...) dès le départ de la Balade en Estives. Ces échanges devront ensuite se faire tout au long de la Balade.

#### **Article 6 : Découverte du Parc**

Dès le départ, les accompagnants rappelleront aux participants qu'ils se trouvent sur le territoire du "Parc naturel régional des Pyrénées catalanes" et devront le délimiter. Ils devront dire que le Parc concentre 5 sites classés, 7 réserves naturelles et qu'une partie de son territoire est classé Natura 2 000. Les accompagnants devront expliciter le rôle des différents outils et structures.

Leurs rôles devront être, au moins, cités ainsi :

- Réserves naturelles : Protéger les espaces naturels importants et fragiles
- Sites classés : Protéger la qualité paysagère remarquable d'un site
- Natura 2000 : Concilier activité humaine et protection de l'environnement

Ils devront aussi parler des missions principales du Parc.

Devront être cités et expliqués au minimum les 4 missions générales du Parc qui sont :

- **Préserver** : protéger le patrimoine naturel et culturel
- **Aménager** :
  - ✓ Améliorer le cadre vie et l'esthétique des villages
  - ✓ Valoriser les paysages et notamment ceux induits par l'activité agricole
- **Animer** : informer et sensibiliser les habitants et les visiteurs des enjeux locaux
- **Développer** : dynamiser les activités économiques locales de façon durables (tourisme, agriculture, élevage, produits locaux, savoir faire, ...)

### **Article 7 : Découverte de la Marque Parc**

Une présentation de la Marque Parc sera faite par les éleveurs et / ou l'animateur missionné par l'association.

Les 3 valeurs de la Marque seront présentées à l'aide de la plaquette réalisée par le Parc :

- Rapports humains privilégiés
- Animation en lien avec le territoire et sa découverte
- Respect de l'environnement et sensibilisation à ce dernier

### **Article 8 : Respect de l'environnement**

**8.1** Lors des Balades en Estives, les couverts (2008 : Gobelets réutilisables, 2008 ou 2009 : assiettes réutilisables) devront répondre à un souci de respect de l'environnement.

**8.2** L'utilisation de véhicules pour l'organisation des Balades en estives seront autorisés seulement dans les cas suivant :

- Transport du matériel et de la nourriture aux places à feu
- Transport des personnes handicapées ou souffrantes ne pouvant donc pas, ou plus, se déplacer au cours de la Balade

Les véhicules ne devront, bien évidemment, emprunter que les axes existants et autorisés.

### **Article 9 : Une animation présentant une activité traditionnelle**

Les Balades en Estives présentent un mode d'élevage traditionnel des Pyrénées catalanes.

Fière héritière des méthodes d'élevage de l'agriculture vivrière de montagne, *La Rosée des Pyrénées* a repris la tradition du veau élevé en permanence avec sa mère et à l'herbe des pâturages d'estives.

Depuis 1992, un certain nombre d'éleveurs du département (territoires du Parc ou des Réserves naturelles) perpétue ce mode d'élevage respectueux des animaux et de leur environnement.

Une sélection rigoureuse portant sur des races rustiques (peu d'intervention phytosanitaires, adaptation au milieu, valorisation optimales des réserves fourragères des zones d'estives même en périodes difficiles, excellent comportement maternel...) a permis de constituer aujourd'hui un cheptel de près de 5 000 bêtes (Aubracs, Gasconnes, Brunnes) en constante amélioration.

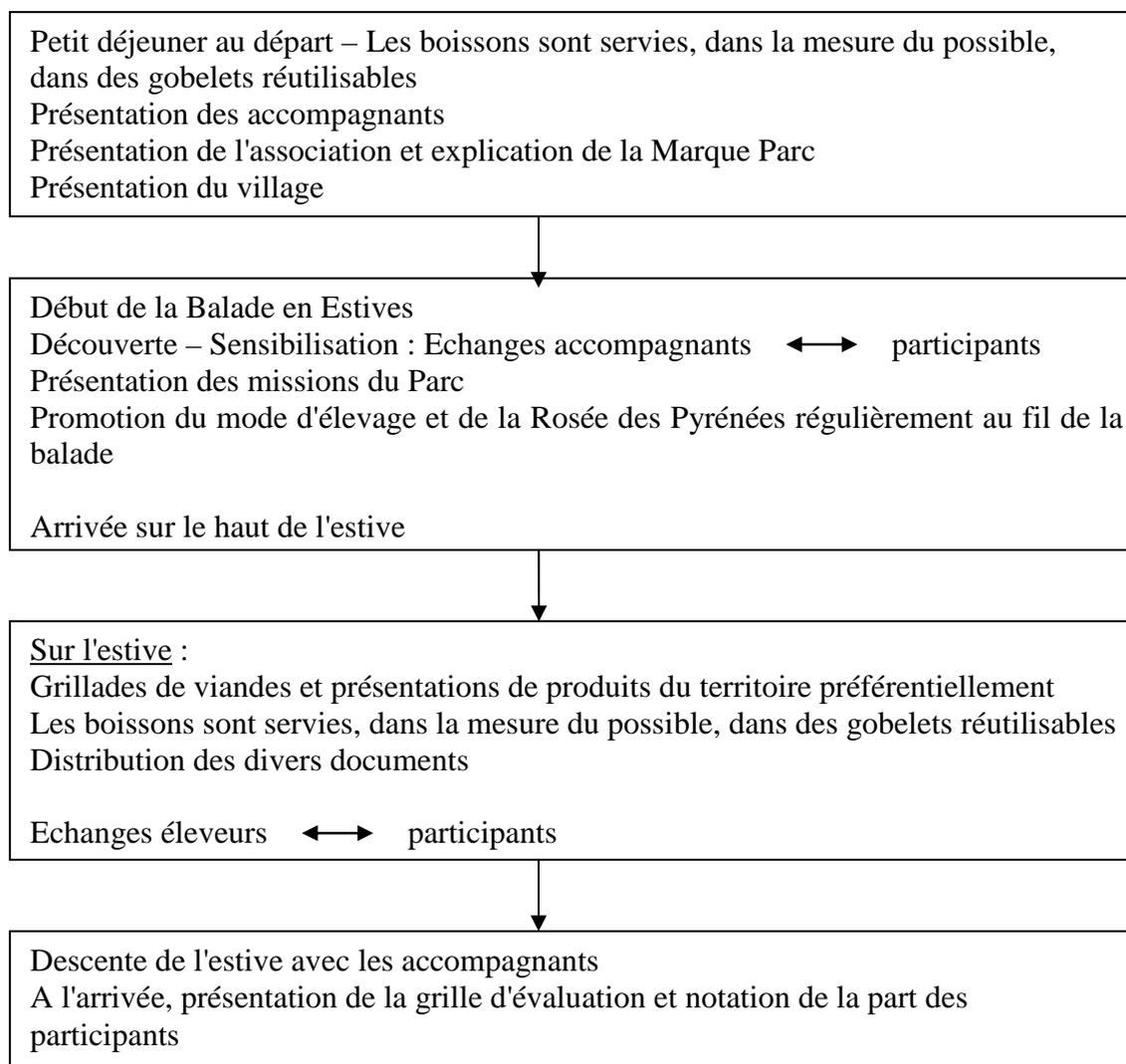
Les **Balades en Estives**, mises en place par l'association *La Rosée des Pyrénées* pour faire découvrir ce type d'élevage exemplaire pour l'environnement, sont placées sous la conduite des éleveurs.

Ils partagent ainsi leurs connaissances du terrain (traditions, adaptation des méthodes d'élevage, orientations...). Qui mieux qu'eux pourrait faire partager leur quotidien, leurs difficultés mais aussi leur amour de ces montagnes qu'ils contribuent à maintenir en vie.

Les Balades en Estives permettent ainsi de sensibiliser à l'environnement et à l'intérêt des activités économiques locales.

Les éleveurs de Rosées des Pyrénées s'engagent à expliquer l'histoire de l'élevage de la Rosée des Pyrénées en présentant les points qui font de cet élevage, un élevage exemplaire pour l'environnement.

## Schéma de l'animation



## **Article 10 : Une animation locale**

La présente charte concerne exclusivement les Balades en Estives se déroulant sur le territoire du Parc et celle de Prats de Mollo (Cf. Article 11)

## **Article 11 : Diagramme des « Plus » Parc de l'Animation selon les 3 valeurs de la Marque**

### Territoire :

- Les Balades en Estives permettent de faire découvrir le territoire du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes
- Il existe un lien local fort entre les éleveurs des Balades et le territoire
- Sensibilisation des participants sur les rôles de l'élevage pour les paysages et l'environnement de notre territoire
- Découverte des autres Marques Parc du territoire

**Les Balades en Estives participent, ainsi, fortement à la construction de l'identité du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes**

### Environnement préservé et valorisé :

- Sensibilisation des participants sur les rôles de l'élevage pour les paysages et l'environnement de notre territoire
- Utilisation de couverts réutilisables (exemple : des gobelets réutilisables avec la mention "Soyons acteurs de la protection de notre environnement", ...)
- Utilisation minimale des moyens de locomotion motorisés (Cf. Article 7)
- Explication des missions du PNR
- Explications brèves des rôles des Réserves Naturelles, des Sites Classés et de l'outil Natura 2000 du Parc.

### Dimension humaine :

- Les éleveurs font découvrir leur métier aux participants
- Les éleveurs font découvrir leur produit et les lieux de commercialisation
- Les éleveurs et l'animateur de l'association font partager leur savoir (identité culturelle du lieu, anecdotes, ...)
- Les échanges entre éleveurs et participants sont privilégiés
- Présence d'1 éleveur et 1 animateur : 8-15 participants
- Présence de 2 éleveurs et 1 animateur : 8-30 personnes

## **Article 12 : Pour la Balade en Estives sur une commune voisine au Parc**

Sur les 20 Balades en Estives, une se déroule sur le territoire voisin du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes (commune de Prats de Mollo). La Balade en Estives s'y déroule sur la Réserve Naturelle de Prats de Mollo qui est elle-même voisine avec la Réserve naturelle de PY située sur le Parc (voir carte en Annexe 2, page 18).

De plus, les éleveurs faisant pâturer leurs bêtes sur les estives de Prats de Mollo, sont des éleveurs du territoire du PNR.

**12.1** Cette Balade devra répondre aux différents articles de cette présente charte.

**12.2** Il devra y être précisé que cette balade s'effectue sur une commune voisine du Parc et au sein de la Réserve naturelle de Prats de Mollo.

**12.3** Le Parc s'engage à citer dans les documents de communication et dans le calendrier cette Balade en Estives.

### **Article 13 : Evaluation en fin de Balade en Estives**

Les organisateurs s'engagent à distribuer et à faire remplir la grille d'évaluation de fin de Balade, élaborée par le PNR

### **Article 14 : Aspects réglementaires**

Le bénéficiaire de la Marque s'engage à respecter les réglementations en vigueur pour l'accueil du public touchant notamment à la sécurité et à l'hygiène.

#### **Signalisation**

Le bénéficiaire s'engage à respecter la réglementation spécifique en matière de signalisation dans les Parcs (loi du 29/12/79 relative à la publicité des enseignes et pré-enseignes – chapitre 1 article 7).

### **Articles 15 : Promotion de l'activité**

#### **15.1 Charte graphique**

Le bénéficiaire s'engage, dans le cadre de l'utilisation de la marque Parc, à respecter l'ensemble des codes arrêtés dans la charte graphique du Parc et de la fédération des Parcs naturels régionaux de France.

Ces codes seront spécifiquement déclinés, dans leurs dimensions et positionnements, selon les supports, en concertation avec le Parc (Cf. document sur les normes graphiques pour l'utilisation de la marque des Parcs sur les produits et services de Novembre 1997).

#### **15.2 Présence du Logo**

Le Logo apparaît sur tout document de promotion de l'animation ET UNIQUEMENT POUR CETTE ANIMATION.

Chaque nouveau document de promotion sera soumis préalablement à l'avis du Parc.

## **Article 16 : Signalisation de l'animation marquée et accueil sur les lieux de Balades en Estives**

### **16.1 Enseignes et pré-enseignes**

Le bénéficiaire, recevant les participants au lieu de l'animation, doit respecter la loi du 19/12/1979 relative aux enseignes et pré-enseignes, et la loi du 02/02/1995 relative à la publicité. Il signale l'animation marquée Parc selon les modalités suivantes :

- Au lieu de rendez-vous, destiné à l'accueil, par une affiche présentant le logo du Parc avec la mention « Accueil du Parc naturel Régional des Pyrénées catalanes » ainsi que la présence de « Les Balades en Estives du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes » au dessus ou au dessous du logo.
- Le support est valorisant pour l'animation et pour la Marque. Il est proscrit une impression sur feuille de papier "banale".

### **16.2 Accueil**

L'accompagnant veille à établir un contact convivial et personnel avec les participants.

Dans la mesure du possible et en fonction des contraintes présentes (condition climatiques), l'éleveur et l'animateur de l'association s'engagent à faire découvrir le métier d'éleveur et ses savoir-faire.

Il donne aux participants les informations relatives à la région et au Parc naturel régional des Pyrénées catalanes. Il fait la promotion des autres produits ou services marqués par le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes.

Le bénéficiaire s'engage à répondre aux messages (répondeur ou mail) sous 48h.

### **16.3 Le site d'accueil**

Les organisateurs sont attentifs, en tenant compte des contraintes, à la propreté des lieux et des sites, ainsi que de leurs abords.

Il en est de même à leur départ.

## **Article 17 : Apports et soutiens du Parc**

Outre le bénéfice du droit d'utilisation de la Marque, le Parc est aux côtés du bénéficiaire pour contribuer à son développement personnel et professionnel selon les modalités et par les moyens suivants :

### **16.1 Mise à disposition d'un signe de reconnaissance spécifique au produit marqué**

Le Parc réalise la conception d'affiches d'identification « Accueil du Parc naturel régional des Pyrénées catalanes ».

### **17.2 Elaboration des outils de promotion collective**

Le Parc des Pyrénées catalanes prend en charge, dans la mesure du possible, la réalisation des documents de promotion collective (dépliants, ...) et d'outils.

### **17.3 Mise à disposition de documents en rapport avec le territoire et ses activités**

Le Parc met à disposition du bénéficiaire tous documents susceptibles d'informer les participants sur le Parc et ses actions, ainsi que sur la Marque et l'animation.

Ces documents pourront notamment concerner les éléments du patrimoine naturel, culturel, architectural et historique du territoire.

### **17.4 Elaboration des outils d'audit et mise en place de la visite d'agrément**

- Le Parc s'engage à élaborer un référentiel d'audit pour les visites des bénéficiaires de la marque
- Le Parc s'engage à élaborer une grille d'évaluation à remplir par les participants à la fin des Balades en Estives

### **17.5 Accompagnement et assistance à la promotion de l'activité marquée Parc**

Chaque fois que cela sera matériellement possible, le Parc facilitera la participation aux :

- Marchés, foires ...
- Journées thématiques
- Manifestations, salons ...

Le Parc s'engage, chaque fois que cela sera matériellement possible, à assurer la promotion de l'animation marquée via :

- Site internet
- Editions du Parc (audiovisuel, revues ...)
- Maison du Parc
- Réseau inter-Parcs
- Manifestations locales, régionales, nationales (où le Parc est présent)

### **17.6 Suivi de la marque**

Le Parc s'engage à évaluer régulièrement les actions menées concernant le marquage des animations. Il étudiera les réelles retombées de l'attribution de la marque pour les bénéficiaires.

Pour cela, les organisateurs s'engagent à faire remplir la grille d'évaluation de fin de Balades élaborée par le Parc.

### **17.7 Conseil concernant la mise en œuvre d'une stratégie cohérente avec l'utilisation de la marque**

Le Parc, avec ses partenaires, s'engage à aider le bénéficiaire à optimiser sa stratégie de différenciation.

## **Article 18 : Audit du produit marqué - Risques majeurs**

### **18.1 Antériorité – Agrément**

Au moins une visite préalable est effectuée pour le candidat à l'utilisation de la Marque. Le bénéficiaire devra satisfaire à une grille d'évaluation mise en place en rapport avec la charte. La visite est réalisée par un technicien du Parc et éventuellement par des éleveurs d'autres Balades en estives (1 ou 2 éleveurs) ou un animateur missionné par l'association. Cet audit d'attribution portera sur les différents points abordés par le référentiel d'audit et sur le respect de la charte :

- Le partage du savoir
- La sensibilisation à l'environnement
- le respect de l'environnement
- l'accueil et la convivialité
- les conditions générales d'hygiène, de sécurité et de publicité

Un rapport d'audit d'attribution est ensuite rédigé et un avis est mentionné. Si ce dernier est positif, l'attribution de la Marque au bénéficiaire est effective, après validation par le Parc. Sinon les ajustements à faire sont présentés, sous forme de conseils, au demandeur pour qu'il puisse réagir en conséquence et améliorer son système.

Cette visite pourra être renouvelée ultérieurement, en cas de problèmes constatés à la suite de contrôles réalisés.

### **18.2 Audits**

Le Parc veille au respect de la Charte de la Marque. Pour cela, un processus d'audit - conseil est mis en place.

Un référentiel d'audit est élaboré et sera utilisé dès la visite d'agrément.

Les audits peuvent concerner l'animation, l'accueil, les échanges avec les participants, les grillades, ... .

Le plan de contrôle portera notamment sur :

- le respect de la Charte
- la mise en œuvre des moyens nécessaires au respect de cette Charte
- l'exploitation des retours d'opinions émanant des participants

Il y a environ 6 sites (2007) de Balades en Estives (certaines sont réalisées plusieurs fois, jusqu'à 5 fois par saison estivale)

33 % des Balades en Estives de la Marque Parc sont audités chaque année (par un technicien du Parc et éventuellement 1 ou 2 représentants d'une autre Balade en Estive Marquée Parc). Ainsi, chaque année 1/3 des sites de Balades, tirés au sort, seront évalués via le référentiel. L'ensemble des sites de Balades devront être évalués chaque 3 ans.

Le bénéficiaire accepte que le Parc puisse compléter ces contrôles. Le Parc pourra donc réaliser des audits supplémentaires afin de conseiller et d'améliorer le système :

- Visites inopinées sur sites sans préavis
- Enquêtes de satisfaction des clients (accueil, animation,...)
- Audits sur les lieux d'accueil

Le Parc veille donc à ce que toutes les Balades en Estives bénéficiant de la Marque répondent aux exigences de la charte.

### **18.3 Tenue d'un registre de contrôle**

Le bénéficiaire doit disposer, tenir à jour et à disposition les pièces suivantes :

- grilles d'évaluation des audits
- spécimens des supports promotionnels mettant en avant la Marque Parc
- dossiers de suivi des Balades en Estives (évaluation de la part des participants, nombre de personnes, date, conditions climatiques, ...)
- factures des produits marqués Parc et des produits du territoire achetés

### **18.4 Risques majeurs**

Le bénéficiaire de la Marque Parc reconnaît au Parc un droit inaliénable de protection de sa Marque, et par là même de protection des intérêts des autres bénéficiaires qui l'utilisent, tant sur le territoire que sur les territoires des autres Parcs naturels régionaux.

Certaines éventualités, qualifiées d'extrêmes, constituent des risques majeurs pour la Marque (et donc pour les bénéficiaires dans toute la France, notamment en terme d'image, de respect des promesses et de crédibilité).

Il s'agit, dans le cas de l'animation pour lequel l'organisateur est bénéficiaire du droit d'utilisation de la Marque, des éventualités suivantes :

- non respect de la réglementation pouvant engager la santé du consommateur
- non respect de la réglementation pouvant exposer les visiteurs à des risques en rapport avec la sécurité des personnes

- non respect de la réglementation relative aux conditions du travail pouvant constituer un danger au regard de la sécurité des personnels éventuels employés par le bénéficiaire
- détérioration manifeste de l'environnement sur les lieux de Balades en Estives
- utilisation frauduleuse de la Marque Parc ou confusion entretenue délibérément entre produits et/ou animations marqués et d'autres ne pouvant en bénéficier.

### **Article 19 : Conditions financières d'octroi de la marque**

Conformément à l'article 13 du règlement général de la Marque, les droits d'utilisation de la Marque sont définis dans la convention d'utilisation signée entre le Parc et chaque bénéficiaire.

Les modalités financières sont prises en charge par les bénéficiaires sauf mesures particulières du Parc qui pourra dans certains cas participer au financement.

### **Article 20 : Délais de la Charte**

La Charte pourra éventuellement évoluer, selon la procédure à mettre en place, en fonction des modifications apportées sur l'ensemble de l'animation.

### **Un accueil en harmonie avec les paysages... et les modes d'élevage**

**Le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes fait la promotion des « Balades en estives » organisées par l'association « la Rosée des Pyrénées », pour faire découvrir aux touristes cette viande de veau de qualité et le mode d'élevage qui lui est lié. La première marche de la saison est partie le 23 juin 2007 de la petite commune de Nohèdes (66).**

*« Je passe devant et je donne le rythme »* annonce Vincent Mignon, éleveur et maire de Nohèdes, petite commune de 70 habitants située à 1000 mètres d'altitude dans le canton de Prades. Une trentaine de personnes marchent à sa suite sur un chemin escarpé qui traverse une forêt de hêtres, accompagnés par le bruit clair du ruisseau qui sillonne un peu plus bas. C'est la première « Balade en estives » de la saison 2007, organisée par l'association « Rosée des Pyrénées ».

Cette association, créée en 1992, regroupe une soixantaine d'éleveurs qui produisent une viande de veau goûteuse, issue d'un croisement entre des vaches de race rustique (Aubrac ou Gasconne), élevées selon un mode extensif, et un taureau Charolais. Grâce à la présence d'agriculteurs, cette « balade en estive » a pour but de faire découvrir aux touristes un mode d'élevage et ses intérêts environnementaux et paysagers. *« Une vingtaine de promenades ont lieu pendant la saison, avec différents itinéraires, précise Mathieu Altadill, chargé de mission au Parc. Nous nous chargeons de la promotion des balades en estives à l'aide d'un dépliant disponible dans les offices de tourisme, les campings, les boucheries distribuant la Rosée.... Nous préparons également la rédaction d'un livret de recettes présentant l'apport de l'élevage pour le territoire. Nous travaillons par ailleurs à l'obtention d'une marque « Accueil du Parc » pour les balades. »*

#### **« Nos élevages sont en harmonie avec les paysages »**

Vincent Mignon, accompagné de Ghislaine Fabre, animatrice de l'association, profite de chaque halte pour parler aux promeneurs, in situ, de sa commune, du territoire, de son métier et de la viande qu'il produit. *« Nohèdes est une commune à vocation pastorale, explique-t-il, dont les deux-tiers de la surface (3 000 hectares) sont classés en réserve naturelle. Le village est également situé dans une zone Natura 2000. Nos élevages sont en harmonie avec ces paysages : les bêtes paissent la moitié de l'année dans les espaces collectifs que sont les estives, à plus de 1000 m d'altitude, à raison d'un UGB (unité gros bétail) pour dix hectares. Sur les cartes de végétation du territoire, on voit qu'il y a de moins en moins de pelouses et que le bois gagne. S'il n'y avait plus de bêtes, on ne passerait plus dans bien des endroits ».*

Au bout de deux heures de marche, la récompense : les randonneurs arrivent au lieu prévu pour le pique-nique, au bord d'un lac, au lieu dit « L'Estany del clots » (L'Etang du trou). Des montagnes à l'horizon et un troupeau de vaches Aubrac en guise de

comité d'accueil. Des éleveurs ont déjà allumé le feu au centre d'un muret de pierre où seront grillées tout à l'heure les escalopes, les tendrons et les saucisses de veau « Rosée des Pyrénées ».

### **« Les bouchers sont habitués à une viande blanche et grasse »**

Pendant que les promeneurs assouvissent leur faim, Vincent Mignon va « saler » les vaches : « *Le sel est le seul aliment qu'elles ne trouvent pas dans la montagne* », précise-t-il. Puis commence un dialogue entre les éleveurs et les promeneurs à propos de la « Rosée des Pyrénées ». « *Cette viande est issue de veaux femelles élevés sous la mère et à l'herbe, sans compléments. Les veaux sont vendus entre cinq et huit mois à un poids de carcasse qui oscille entre 110 et 150 kg. Le produit est garanti par un cahier des charges et des contrôles réguliers.* » La plus grande difficulté pour les éleveurs est liée à la commercialisation. « *Les bouchers sont habitués aux veaux engraisés au maïs qui sont costauds, bien gras et à la viande blanche autrement dit anémiée !* », explique Vincent Mignon. *Les veaux « Rosée des Pyrénées », qui gambadent une partie de l'année, sont plus maigres et leur viande est rosée, mais elle contient davantage d'Oméga 3*». Aujourd'hui, une dizaine de bouchers la distribue, ainsi que des restaurateurs tandis qu'un tiers de la production est écoulé en vente directe, en caissettes.

Après ce repas généreux, c'est l'heure de la sieste, avant de redescendre vers le village. Jean Lhéritier, président de l'association « Slow Food », explique la présence des membres de son association à cette première balade : « *Tout le travail qui est fait avec la Rosée des Pyrénées correspond aux objectifs de l'association : promouvoir des produits bons (sur le plan gustatif), propres (par rapport à l'environnement) et justes quand à la rémunération du producteur. Pour nous, cette journée est un moment de sensibilisation pour que les participants repartent militants de ce produit* ».

Maryline Trassard



## Annexe 2

### Carte du Parc présentant les Réserves naturelles du PNR ainsi que celle de Prats de Mollo au Sud-Est

