

Une simplification des procédures

CRITERES GENERIQUES « ENTREPRISE »

Critères organisation d'entreprise

Exigences obligatoires	Interprétation de l'exigence : personnalisation (P) ou explicitation (E) des critères	Éléments d'évaluation*	Indicateurs requis**	Commentaires/Notes d'audit***
1. L'entreprise affiche clairement ses engagements « Valeurs Parc naturel régional » en utilisant et mettant à la vue de ses clients les supports mis à disposition par le Parc.	E : En se mettant à la place des clients et des collaborateurs, est ce que les engagements « Valeurs Parc naturel régional » de l'entreprise sont suffisamment visibles ?			
2. L'entreprise dispose d'indicateurs permettant d'estimer ses performances en lien avec les 3 valeurs de la marque (environnement et patrimoine - humain et social - attachement au territoire) dans une logique de photographie de ses pratiques. Elle tient les résultats de ses estimations à disposition du Parc.	E : Pour définir les outils d'estimation, le Parc pourra aider l'entreprise grâce à un guide national permettant d'identifier les indicateurs pertinents à suivre et la mise en place des actions d'amélioration du plan stratégique d'entreprise. Pour pouvoir s'améliorer il est nécessaire de bien se connaître. Dans ce sens, l'entreprise doit identifier et suivre des indicateurs quantitatifs et qualitatifs liés que leur consommation - Litres d'eau consommé - Salaire d'absentéisme du personnel, si applicable - CA réalisé auprès de fournisseurs locaux, intégration paysanne des bâtiments, incitation des déchets produits en du suremballage » etc. Ces indicateurs devront être reportés dans un tableau de bord suivi régulièrement.	Tableau de bord avec suivi des indicateurs		
3. L'entreprise dispose d'un plan d'amélioration dans chacun des 3 domaines « Valeurs Parc naturel Régional » (environnement et patrimoine - humain et social - attachement au territoire) s'appuyant sur la photographie de l'entreprise.	E : Les actions entreprises dans le but d'améliorer la performance de l'entreprise doivent être détaillées et suivies (bilan - responsable - objectifs - etc.).	Plan d'actions		
4. Par ses pratiques et sa communication, l'entreprise encourage les comportements éco-citoyens.	E : Sensibiliser par l'exemple devant être le mot d'ordre des entreprises VNF. L'entreprise devra de la visibilité à ses actions environnementales ou visiter les clients à des moments plus opportuns de l'environnement.			Ce critère est pertinent pour les entreprises ayant un contact avec le client.
5. L'entreprise se préoccupe régulièrement de la satisfaction de ses clients (questionnaire ou autre moyen). En fonction des résultats, elle procède aux actions correctives nécessaires.	E : Le taux de taux de satisfaction des clients pour être utilisé de différentes manières : questionnaire - suivi de la notation sur des plateformes d'évaluation (TripAdvisor) - Entretien individuel - etc. Sur la base d'un système de retour organisé par le Parc ou les bénéficiaires, les résultats de ces analyses seront communiqués.	Rapport « Analyse de satisfaction »		Pour l'agriculture, ce critère est facultatif et ne se justifie que pour les entreprises en vente directe ou accueil du public.
6. L'ensemble des activités de l'entreprise (celles susceptibles d'être marquées ou les autres) n'est pas contraire aux valeurs des Parcs	E : Exemples : activités 4 x 4 en tourisme/loisir ou hors loisir en agriculture			Exigence ajoutée

* Éléments d'évaluation : moyen de preuve pour la réalisation du critère d'exigence (document, observation, ...)

** Satisfaction de l'exigence au travers les 3 possibilités : oui / non / NC (entreprise non concernée par le critère)

*** Notes d'audit : information collectée durant l'audit (appréciation qualitative, identification de bonnes pratiques, suivi des marges de progrès observées)

7

La réussite dans la nouvelle dynamique de la marque passe aussi par une simplification des procédures d'attribution et d'audit de la marque. Désormais, une seule convention d'utilisation, d'une durée de 5 ans remplace les 3 anciens documents de contractualisation, liant un Parc et ses bénéficiaires. Chaque convention se construit à partir d'un document cadre (élaboré par la commission marque nationale) qui privilégie des critères génériques en nombre limité, pouvant être personnalisés pour chaque Parc.