



*Territoire reconnu
Réserve de biosphère
et Géoparc mondial
par l'Unesco*



PARC NATUREL RÉGIONAL
DU LUBERON

Rencontre du Réseau Marque Valeurs Parc Luberon

29 mars 2018



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur



Ordre du jour

- 9h15 **Communiquons ensemble pour faire connaître la marque Valeurs Parc, Solgne Louis et Laure Reynaud**
- 10h **Adopter une signalétique aux normes, efficace et harmonieuse, Nicolas Bouedec**
- 10h45 **Actualités du réseau, Laure Reynaud**
- 11h15 **La parole est à vous : vos projets 2018**
- 11h45 **Présentation des nouveaux marqués, signature des conventions et remise des diplômes**
en présence de Dominique Santoni et Laure Galpin
- 12h15 **Visite du Centre de vacances Léo Lagrange, Rémi Bondu, directeur**
- 12h30 **Repas local cuisiné par le Centre Léo Lagrange**
- 14h **Présentation et visite du Centre de sauvegarde de la LPO, Aurélie Amiault, responsable du centre**
- 14h30 **Formation « Mieux connaître l'offre agricole du parc et savoir où la trouver» Mylène Maurel**
à
17h - Présentation du Projet Alimentaire Territorial et des lieux de vente des produits
 - Dégustation des 4 produits emblématiques du territoire : pain, vin, fromage de chèvre, huile d'olive et présentation de leurs signes officiels de qualité (AOP/IGP...)

COMMUNIQUEZ ENSEMBLE POUR FAIRE CONNAÎTRE LA MARQUE VALEURS PARC, *Solgne Louis et Laure Reynaud*

45 min



1. Le plan de communication 2018 pour la marque Valeurs Parc naturel régional du Luberon
2. Les opérations locales, régionales et nationales de valorisation de la marque
3. Les indispensables à adopter pour parler de la marque



COMMUNICATION IN SITU

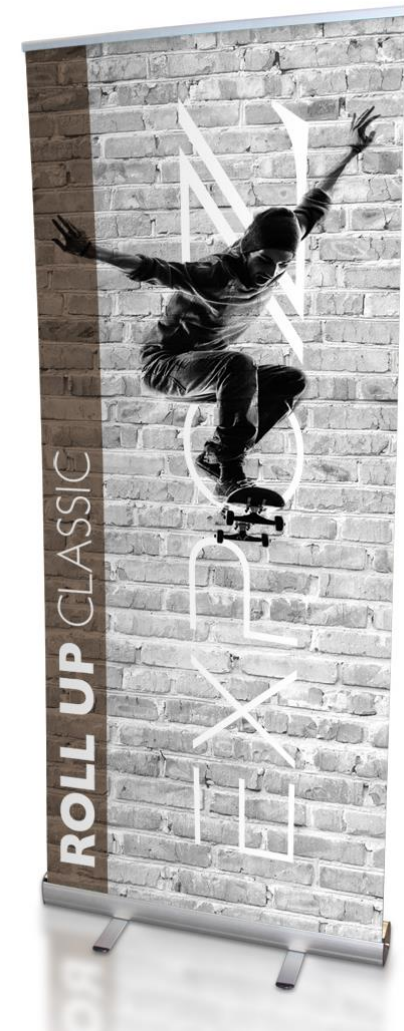
Poster
ou roll-up/panneau

VOTRE AVIS NOUS
INTÉRESSE...

42x60cm (A2)



80x200cm



Action spécifique pour les caves : une fiche
illustrant le territoire à joindre aux jaquettes
de présentation des cuvées

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE DU PNRL

Lettre du Parc « À la une » en juin



COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE DU PNRL

1 article/reportage par commune
pour bulletins et magazines
municipaux
+ 1 kit de communication marque
par commune
+ publication sur page Facebook du
Parc

Nina et Thierry Crovara Hôteliers

Arrivés de Suisse il y a vingt ans, Nina et Thierry Crovara, hôteliers de profession, avaient décidé de racheter une ferme vieille de 200 ans déjà transformée en hôtel deux étoiles, pour lui faire gagner sa troisième étoile. Le Mas des grès à Lagnes est aujourd'hui un hôtel de charme logé dans un vieux mas provençal parfaitement restauré par les artisans locaux et qui inspire calme et tranquillité.



Thierry Crovara dans la cuisine du Mas des grès
WBGD Productions Elia (SOARD)



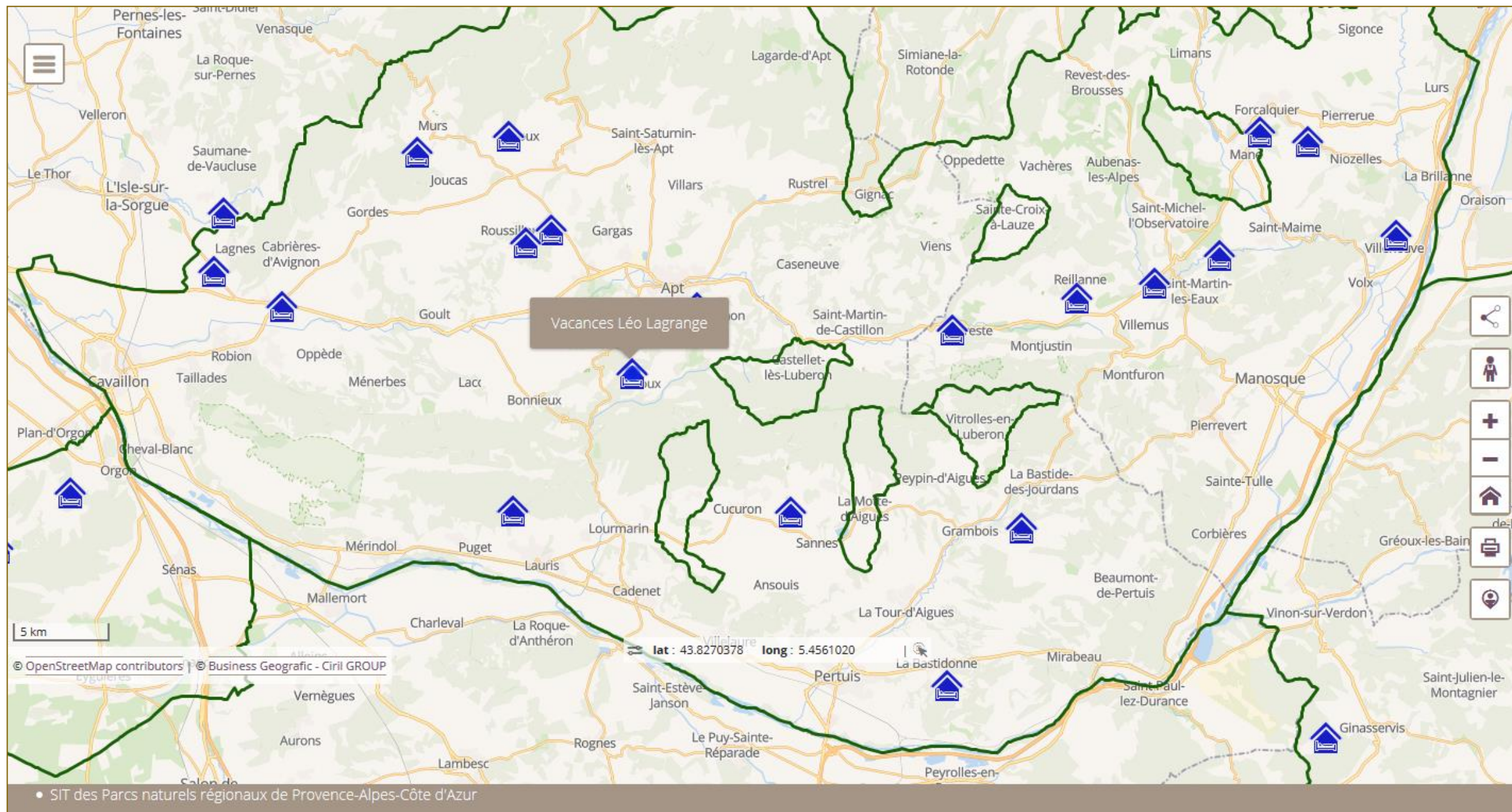
Nina Crovara sur la terrasse du Mas des grès
Nina Crovara sur la terrasse du Mas des grès © Lila Simon

« Quand on me demande si je suis la propriétaire des lieux, moi je dis non, j'en suis la gardienne. »

COMMUNICATION TOURISTIQUE DU PNRL

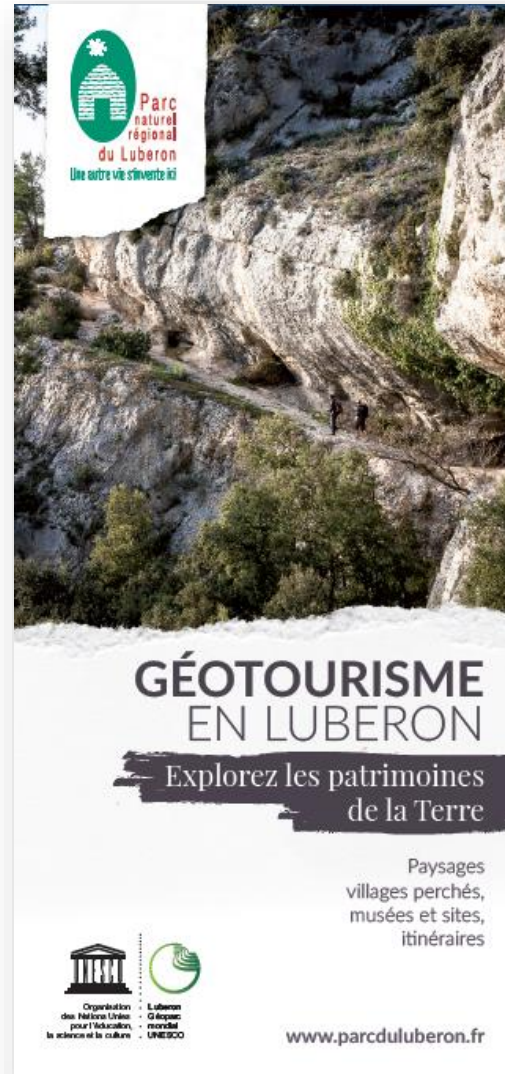
Site Internet du Parc Rubrique UNE TERRE DE RENCONTRE > Se loger, se restaurer





COMMUNICATION TOURISTIQUE DU PNRL

Dépliants : mise à jour de la carte géotourisme



Un groupe de travail « Valoriser la Marque Valeurs Parc »

APPEL À
VOLONTAIRES...

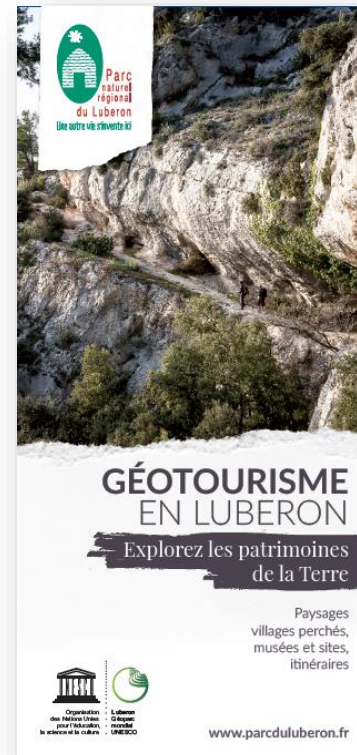


Les opérations locales de valorisation de la marque

Les publications Parc

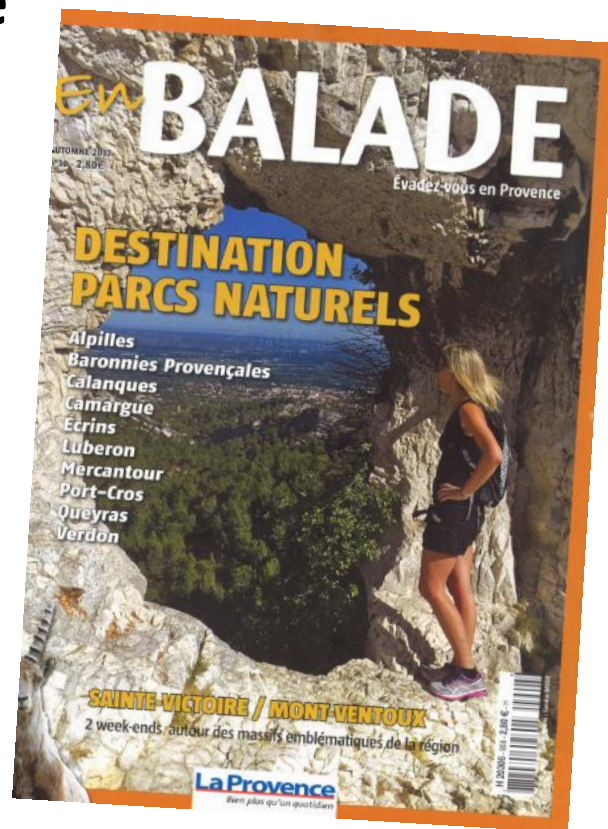
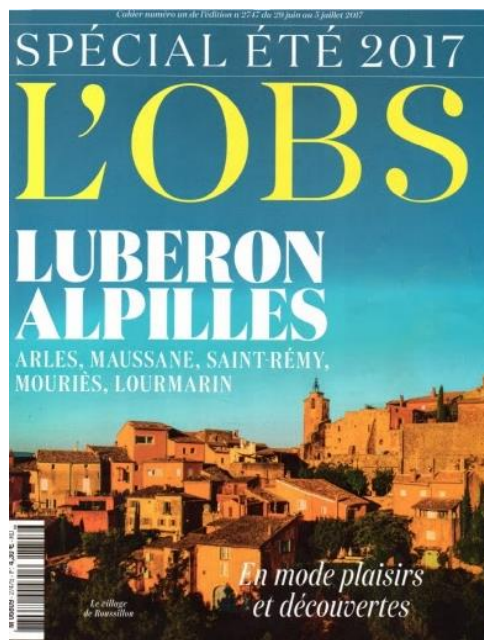


Les vidéos



Les opérations de valorisation de la marque : presse et édition

Retombées presse



Les guides de voyages



Les opérations régionales de valorisation de la Marque

Des outils



ENGAGÉS ENSEMBLE POUR LE RESPECT DE LA NATURE.

L'ÉPANOUISSEMENT DE L'HOMME...

ET L'ÉCONOMIE LOCALE

NOS VALEURS SONT VOS VALEURS



Plus de 2 000 entreprises ont déjà rejoint la marque **VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL**. Pourquoi pas vous ?

Votre contact

www.parc-pyrenees-ariegeaises.fr
www.consommer-parc.fr

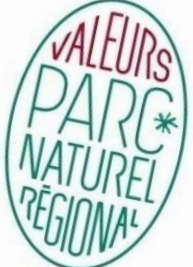
Emplacement logos partenaires en noir et blanc

BÉNÉFICIEZ DE LA MARQUE VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL POUR DYNAMISER VOS ACTIVITÉS



PARC NATUREL RÉGIONAL PYRÉNÉES ARIÉGEAISES

NOS VALEURS SONT VOS VALEURS



ENGAGÉS ENSEMBLE POUR LE RESPECT DE LA NATURE...

L'ÉPANOUISSEMENT DE L'HOMME...

...ET L'ÉCONOMIE LOCALE

NOS VALEURS SONT VOS VALEURS

Emplacement logos partenaires



Pourquoi les Parcs naturels régionaux ont-ils créé une marque partagée ?

Engagés ensemble pour la préservation de l'environnement, le bien-être des hommes et l'économie locale, les Parcs naturels régionaux s'attachent – en partenariat avec les acteurs régionaux et locaux – à la valorisation des ressources naturelles et culturelles propres à chaque territoire.

C'est dans cette perspective de développement durable que les Parcs naturels régionaux ont créé la marque **VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL**, déposée par l'état et reconnue localement comme un label.



Quels produits et services peuvent bénéficier de la marque ?

- Des produits agricoles issus du territoire du Parc, et des produits agro-alimentaires transformés dans le Parc, et dont les composants de base en provenance, majoritairement
- Des produits artisanaux fabriqués dans le Parc, selon des savoir-faire traditionnels ou innovants
- Des services, notamment touristiques, proposés sur le territoire du Parc : hébergement, activités de loisirs, sport, culture...



Qu'apporte concrètement la marque à votre activité ?

La marque met en avant vos produits et services auprès de publics de plus en plus sensibles aux enjeux de développement durable : préservation de l'environnement, bien-être de l'homme, économie locale. Vous gagnez ainsi leur préférence.

- Vous pouvez appuyer la marque** sur vos documentations présentant vos produits et services, votre site Internet, sur vos emballages, dans votre point de vente, sur vos stands...
- Vous profitez d'un dispositif promotionnel** régional et national (éditions, sites Internet, réseaux sociaux, éditions, relations presse...) pour vos produits et services, au travers d'une marque partagée. En accord avec vos valeurs, vous vous affichez comme un acteur responsable, engagé pour votre territoire.
- Vous intégrez un réseau d'acteurs économiques engagés**, comme vous, dans une démarche de progrès.
- Vous partagez des expériences et bénéficiez** de l'accompagnement technique et promotionnel des équipes de votre Parc.

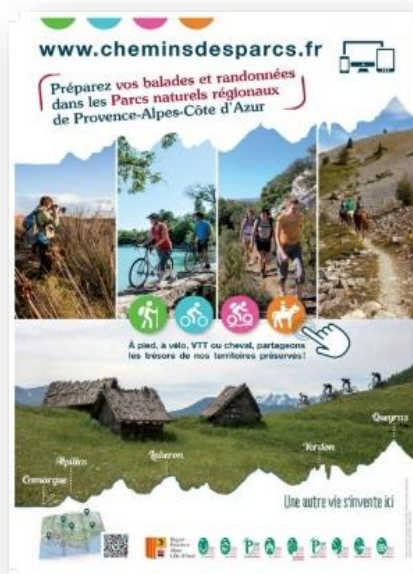
Cette marque partagée vous assure et nous assure, à tous, une réelle plus-value grâce à l'adhésion des efforts de chacun au national comme sur le terrain.



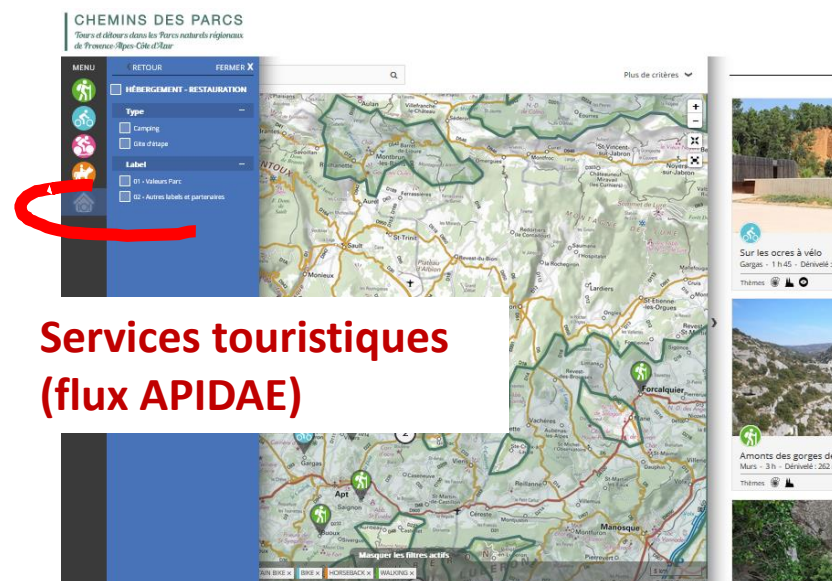
Les opérations régionales de valorisation de la marque

Un site internet grand public

www.cheminsdesparcs.fr



⇒ **Evolutions 2018**



**Application mobile
Traduction anglaise**



**Module itinérance
(clef en main)**

Les opérations régionales de valorisation de la marque

Partenariat CRT

Salons grand public

Primevère Lyon, 2015

Marjolaine Paris, 2016



Eductours pour voyageurs

Marché scandinave ; Littoral autrement ;

La Montagne autrement

Agences ééotourisme

⇒ Actions 2018

Press book « Best of parcs »



Salons

- mars : Salon FIETS & WANDERBEUR à Utrecht (NL)
- mars : Salon du randonneur à Lyon
- oct. : Salon des Comités d'Entreprise à Marseille
- nov. : Provence-Alpes-Côte d'Azur Travel Tour (TO)

Les opérations nationales de valorisation de la marque

Site grand public

www.consommer-parc.fr



⇒ **Actions 2018**

Campagne presse et réseaux sociaux

Événement Grand Public Destination Parcs Paris Bercy

- 12-15 oct 2017, 4 jours à Paris
- 19 000 visiteurs
- 2 pros marqués présents
- + syndicat AOC Luberon
- + huile AOC Pierrevert
- Importantes retombées presse (France 2, France 3, France Inter, Le Figaro, le Parisien, etc.)



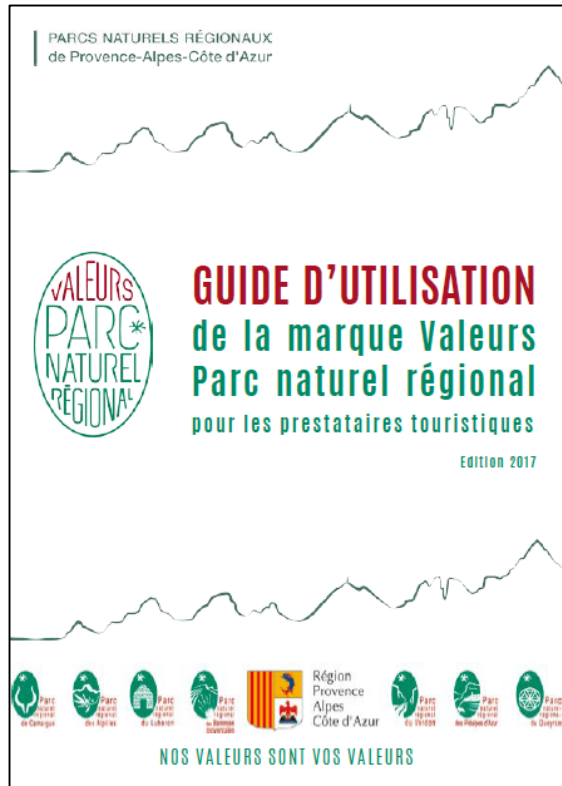
Pique-nique géant des parcs

- 16 septembre Journées du Patrimoine
- 3 sites de visites marqués
- Fédérer les marqués
- Mettre en avant le vin marqué (dégustation)

Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Le guide d'utilisation de la marque Valeurs Parc

Toutes les bonnes pratiques à adopter pour se saisir des outils existants



- Nous communiquons pour vous !
- Comment mettre en valeur la marque ?
- Comment parler de vos engagements ?
- Jouer la carte du réseau des pros marqués

Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Devenez des exemples pour les nouveaux marqués !

Le logo de la marque sur votre site internet = une lisibilité accrue pour tous !



Votre site web



ou



consommer-parc.fr

Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Devenez des exemples pour les nouveaux marqués!

le logo de la marque sur votre site internet = une lisibilité accrue pour tous!

Analyse de vos sites internet :

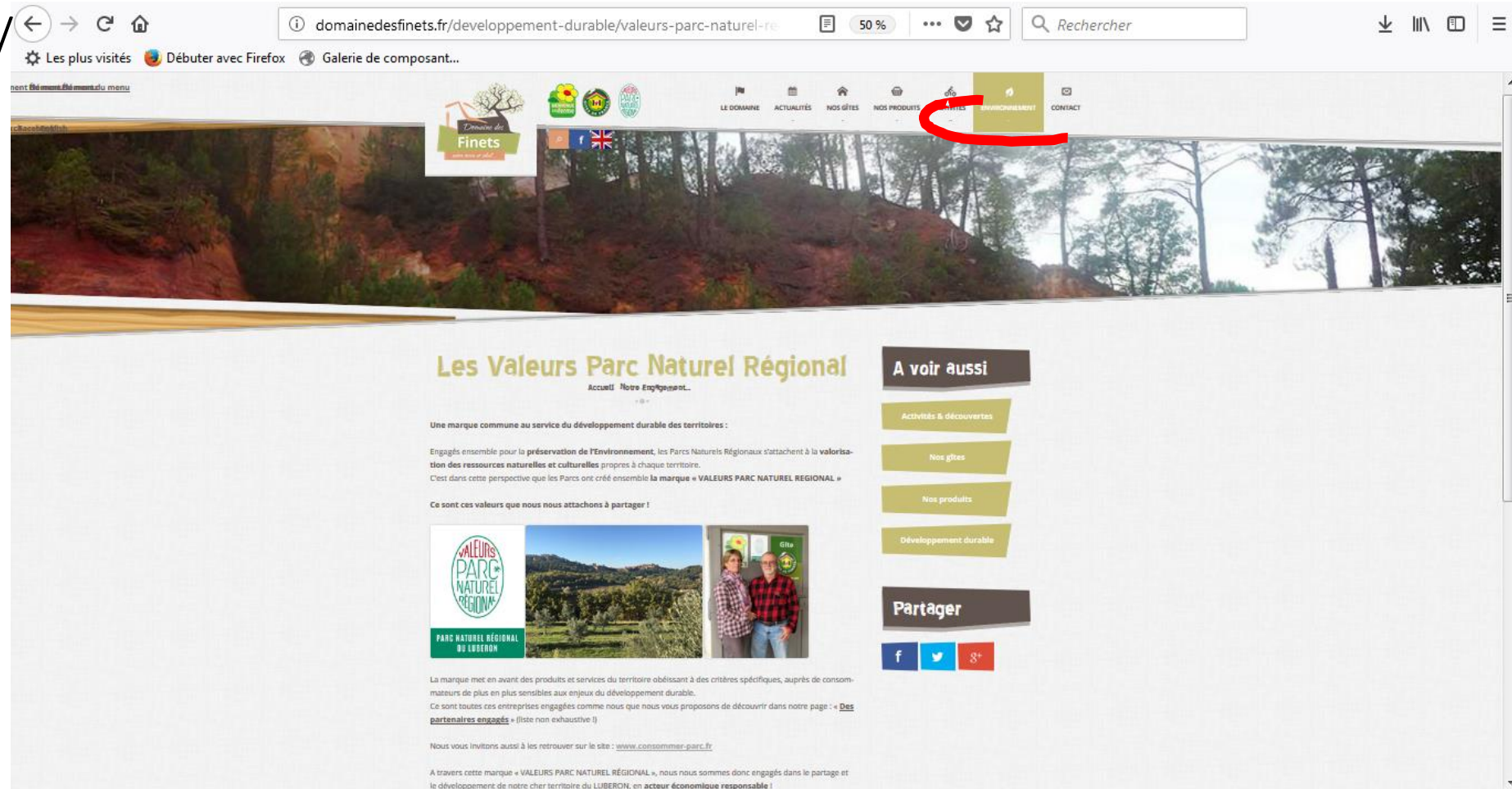


- 13 structures ont mis le nouveau logo
- 6 structures ont laissé l'ancien logo
- 13 structures n'ont pas mis le logo

Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Inspirations / bonnes pratiques :

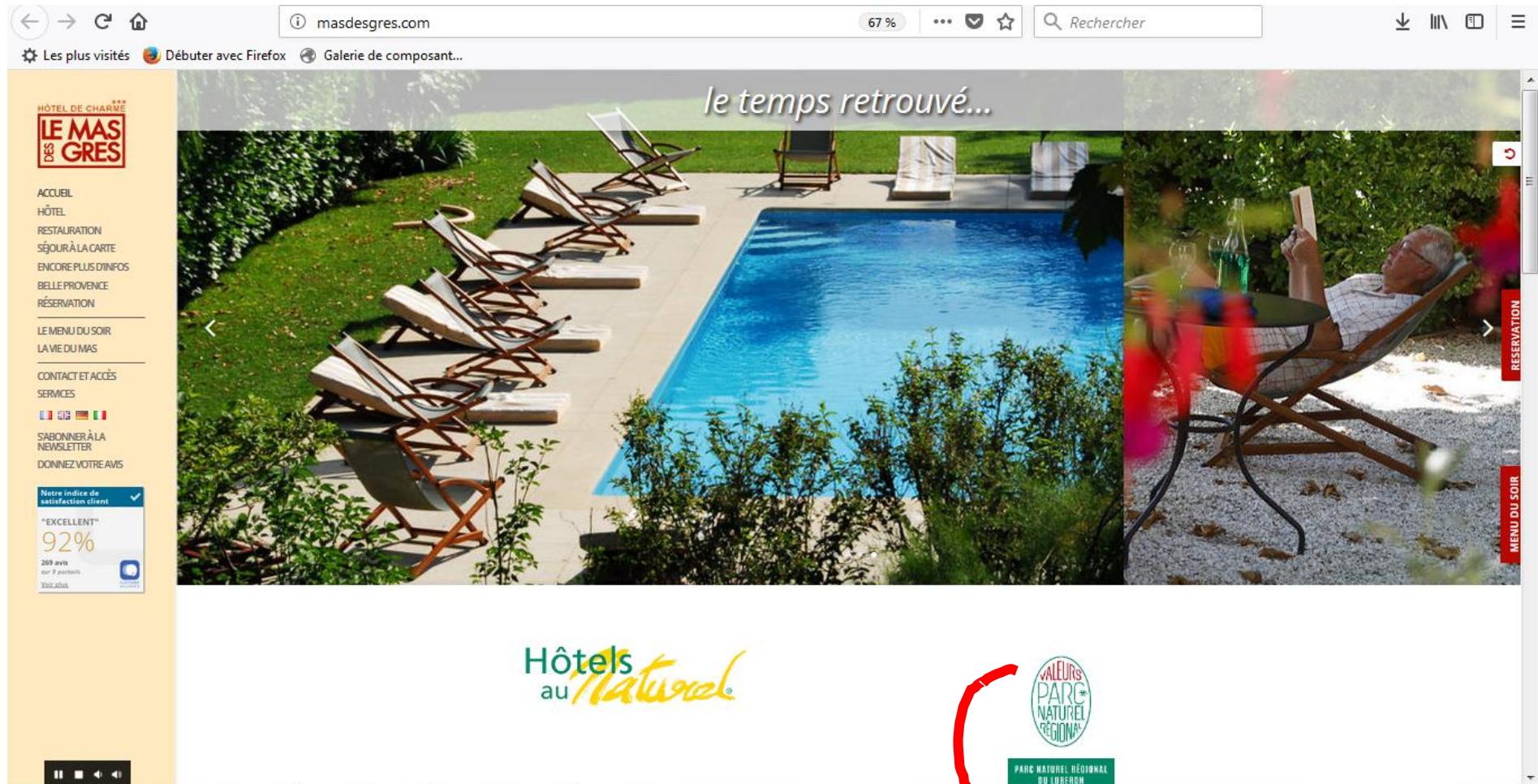
<http://domainedesfinets.fr/>



Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Inspirations / bonnes pratiques :

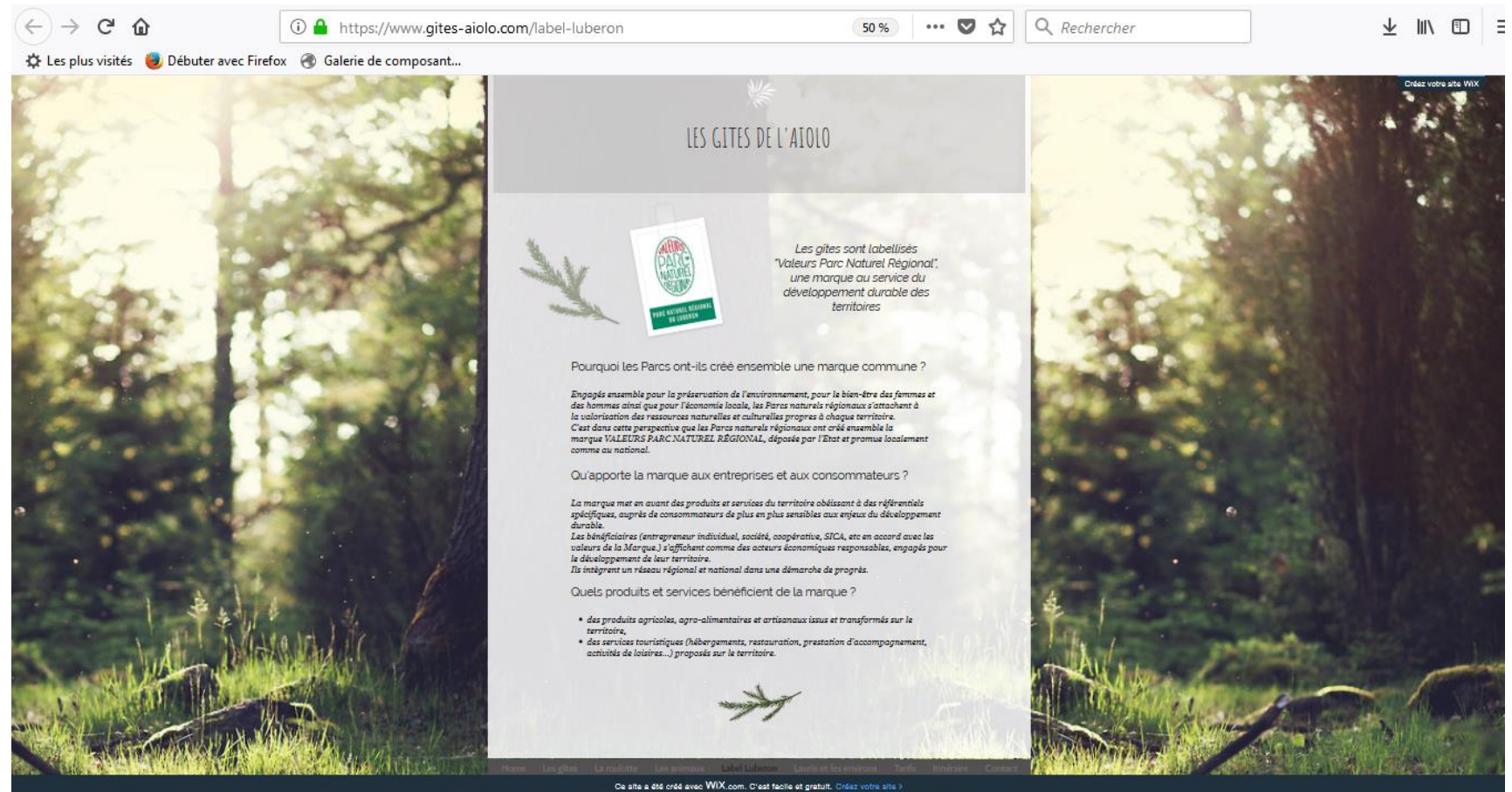
<http://masdesgres.com/>



Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Inspirations / bonnes pratiques :

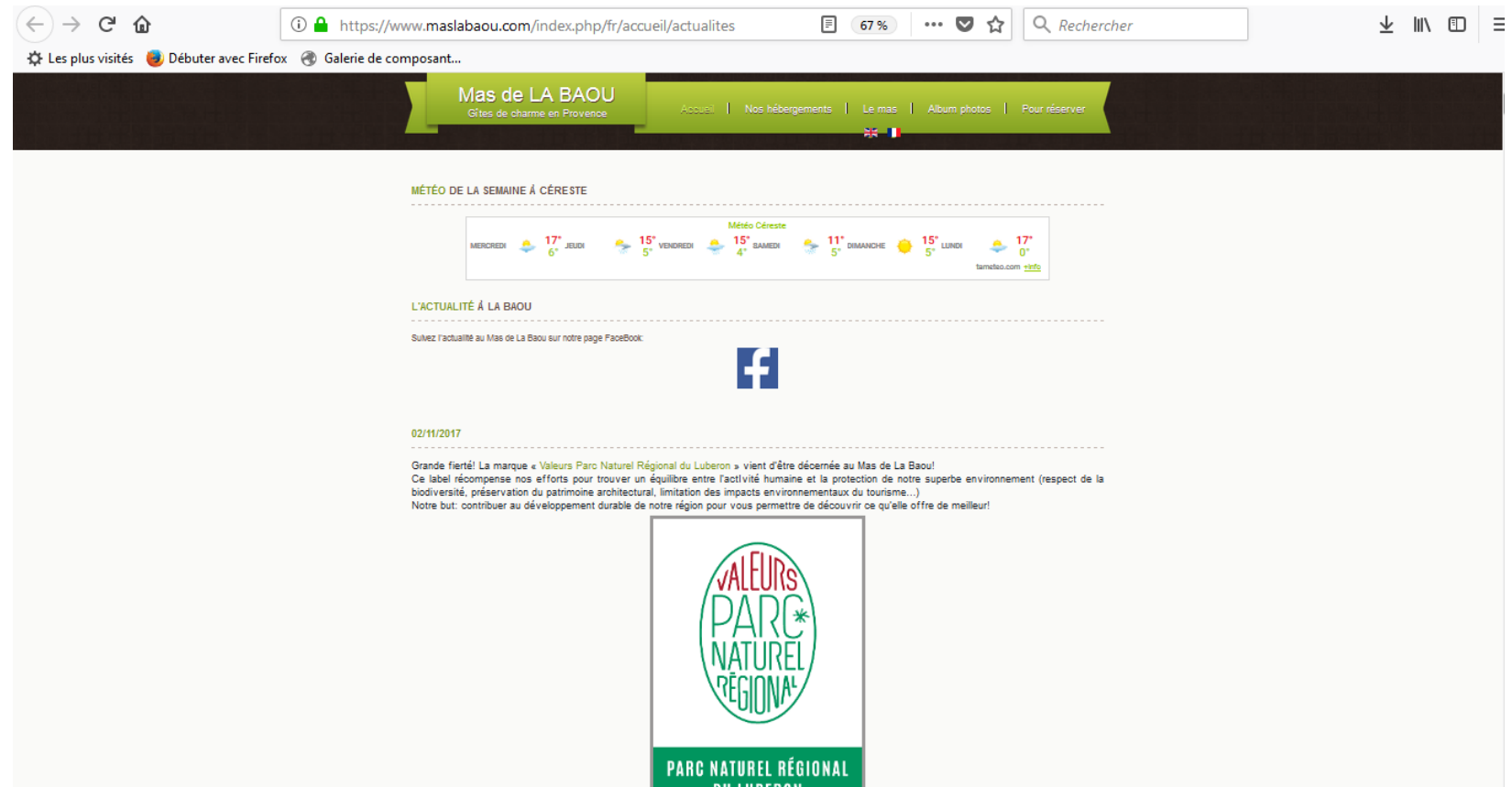
<https://www.gites-aiolo.com>



Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Inspirations / bonnes pratiques :

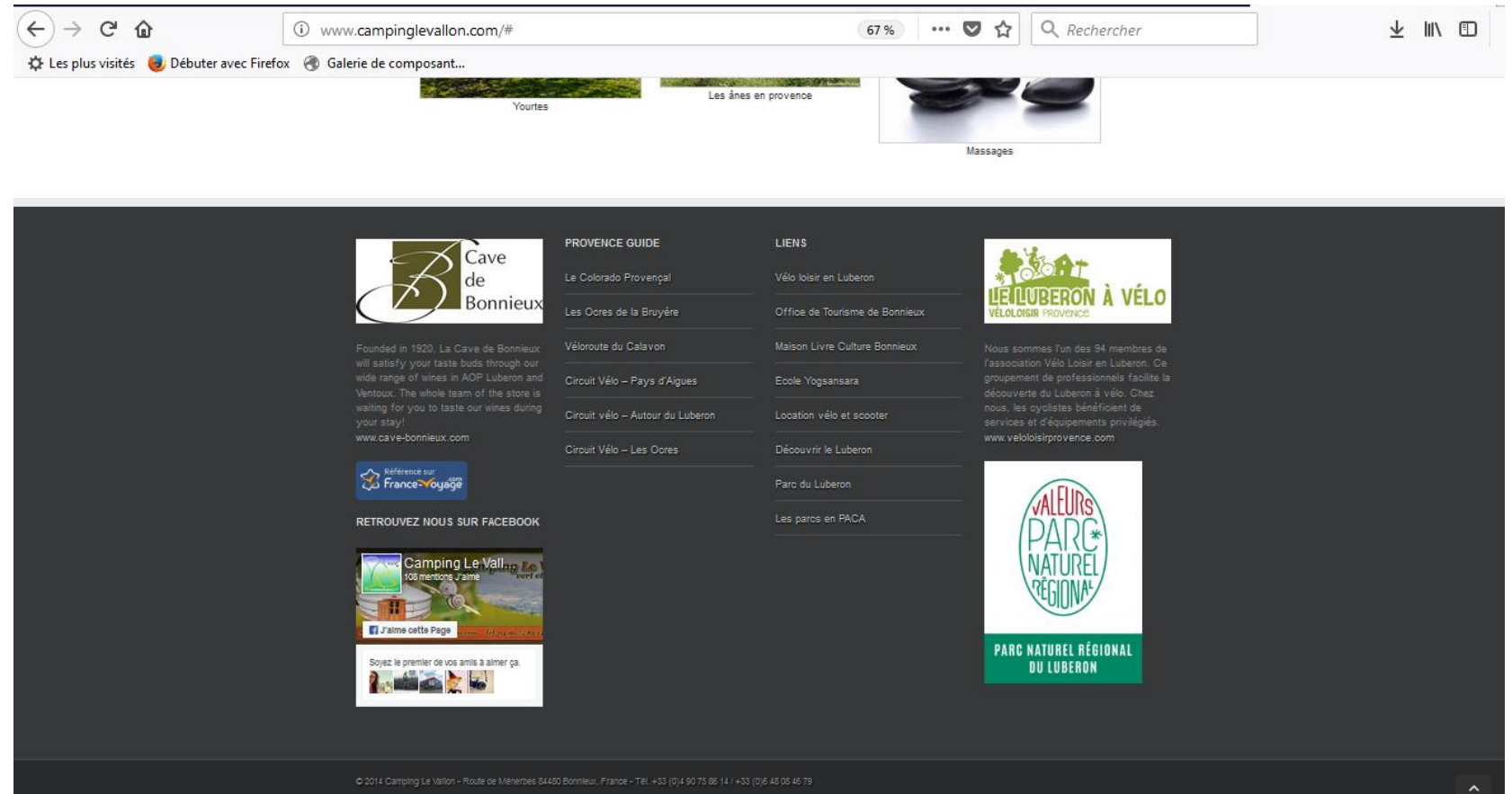
<https://www.maslabaou.com>



Les indispensables à adopter pour parler de la marque

Inspirations / bonnes pratiques :

<http://www.campinglevallon.com/>



ADOPTER UNE SIGNALÉTIQUE AUX NORMES, EFFICACE ET HARMONIEUSE, *Nicolas Bouedec, chargé de mission*

45 min



1. Publicité, enseignes, pré enseignes, RIS... De quoi parle-t-on?
2. Qui fait quoi en matière de signalétique
3. Que fait le Parc du Luberon sur ce sujet?
4. Quelles recommandations pour vous, professionnels du tourisme



De quoi parle-t-on?

PUBLICITE



Toute inscription, forme ou image destinée à **informer le public ou attirer** son attention.

PRE-ENSEIGNE



Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée

ENSEIGNE



Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble et relative à une activité** qui s'y exerce.

De quoi parle-t-on?

SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE (SIL)



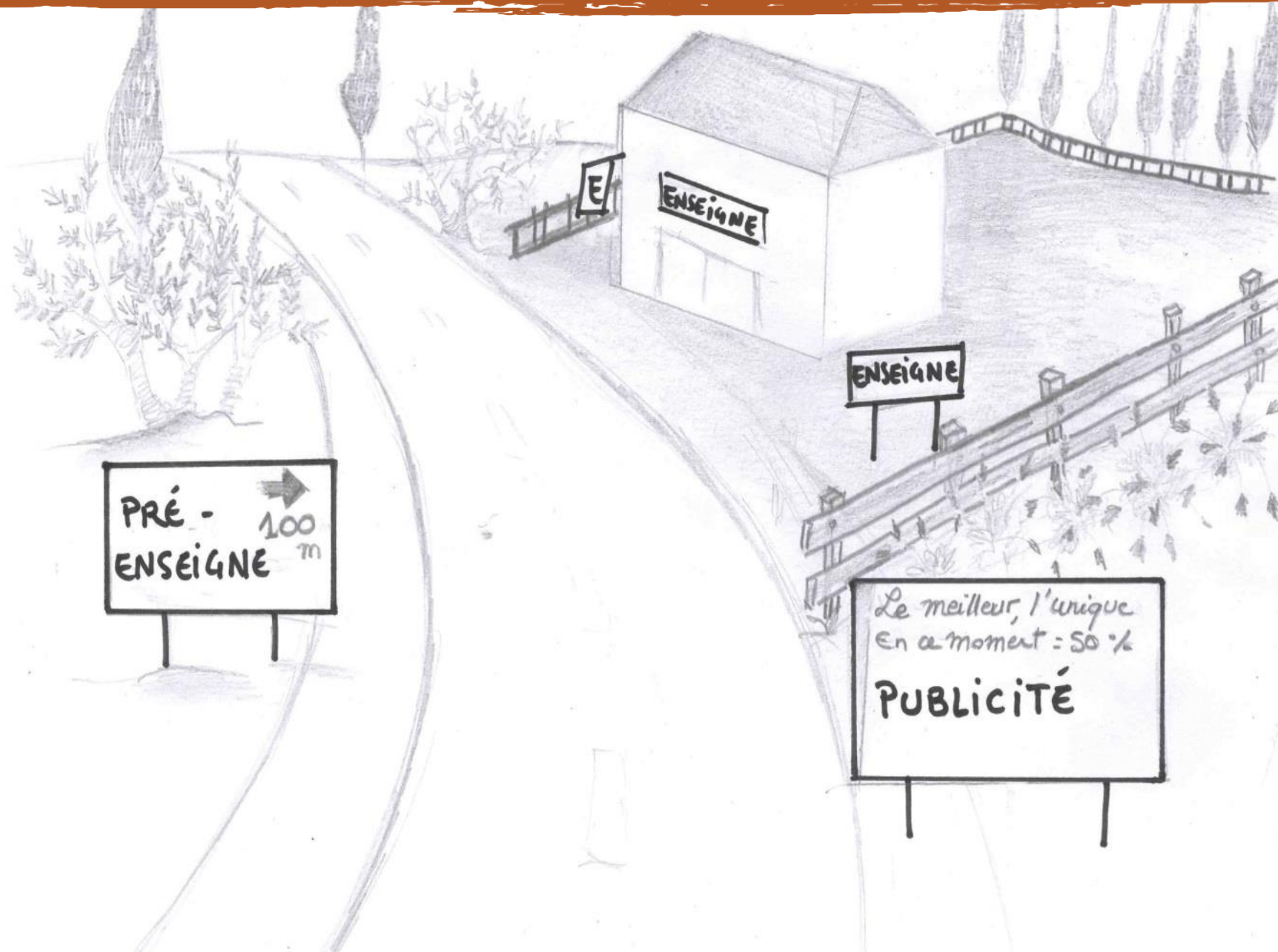
Signalisation **qui dépend du Code de la Route**, en aggro ou hors aggro, permet de signaler les activités qui ne peuvent pas être signalés par des pré-enseignes

RELAIS INFORMATION SERVICE (RIS)



Mobilier urbain, installé à proximité d'un stationnement, il offre aux usagers des possibilités de se repérer ou de compléter une information

De quoi parle-t-on?



Qui fait quoi ?

Le Maire / Le Préfet

Le Maire a la compétence « publicité » si la commune dispose d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

Cette compétence donne au Maire le pouvoir d'instruire les demandes et de mettre en œuvre des procédures administratives d'enlèvement des dispositifs en infraction. Le RLP est réalisé sur décision de la municipalité.

Dans les communes qui n'ont pas de RLP c'est le Préfet qui a la compétence. La DDTM a le devoir d'instruire les demandes, d'assurer le contrôle et d'entamer les procédures.

L'afficheur

Il met en location auprès de professionnels privés des dispositifs de support de publicité (publicité ou pré enseignes).

L'annonceur

Il est celui qui souhaite signaler son activité. Il doit au préalable s'informer de ses droits et devoirs en matière de publicité extérieure auprès de la Mairie, de la DDTM ou du Parc.
Il peut s'agir d'un parcours difficile.....

Et le Parc la dedans ?

Il fait le lien et sert de plate forme des compétences. Il informe et explique.

Il propose des méthodes et des alternatives pour concilier respect de la loi, confort de l'utilisateur par une signalisations lisible et efficace des activités locales, et préservation des paysages.

Quelques règles nationales...

- La publicité **est interdite** hors agglomération,
- La publicité **est interdite** dans certains lieux protégés (immeubles classés, sites classés, réserve naturelle...)
- La publicité **est interdite** sur les arbres, les poteaux téléphoniques, télégraphiques, d'éclairage public, routier et sur les clôtures non aveugles
- La publicité est interdite dans les Parcs Naturels Régionaux... (Mais, possibilité d'y déroger via un Règlement Local de Publicité)

Adopter une signalétique aux normes...

Qu'est-ce qu'on pas le droit de faire
= illégalité / Code de l'environnement



PRE-ENSEIGNE RESTAURANT
+ PUBLICITE HORS AGGLOMERATION



PRE-ENSEIGNES NON DEROGATOIRES



ENSEIGNE AU DESSUS DE L'EGOUT DU TOIT



INTERDICTION SUR CANDELABRE

Que fait le Parc du Luberon sur le sujet ?

Prise en compte dans notre charte, de la problématique de la signalétique

- MISSION B : Développer et ménager le territoire
- ORIENTATION B2 : Amélioration du cadre de vie et de la qualité de vie
 - Objectif B.2.3 : **Veiller au respect de la Charte signalétique**

« Le Parc continue l'assistance aux communes pour la mise en œuvre et le suivi d'application de la Charte signalétique approuvée par le comité syndical du Parc (...).

Les techniciens du Parc et les conseillers architecturaux conseillent les particuliers pour l'application de la loi relative à la publicité, aux enseignes et pré enseignes et de la Charte signalétique ».

Que fait le Parc du Luberon sur le sujet ?

→ Donne des outils pour comprendre la loi, et pour harmoniser les dispositifs autorisés, conseille et accompagne pour valoriser les activités et rendre lisible leurs signalisations



Révision de notre charte signalétique en février 2014

BUT : Réactualiser la charte signalétique en fonction de la nouvelle réglementation

- donner les bases de révisions des 44 règlements de publicité qui devront être révisés avant 2020
- Etablir une méthodologie pour l'enlèvement des panneaux illégaux
- Proposer des solutions pour remplacer les pré enseignes dérogatoires et notamment l'utilisation de la SIL

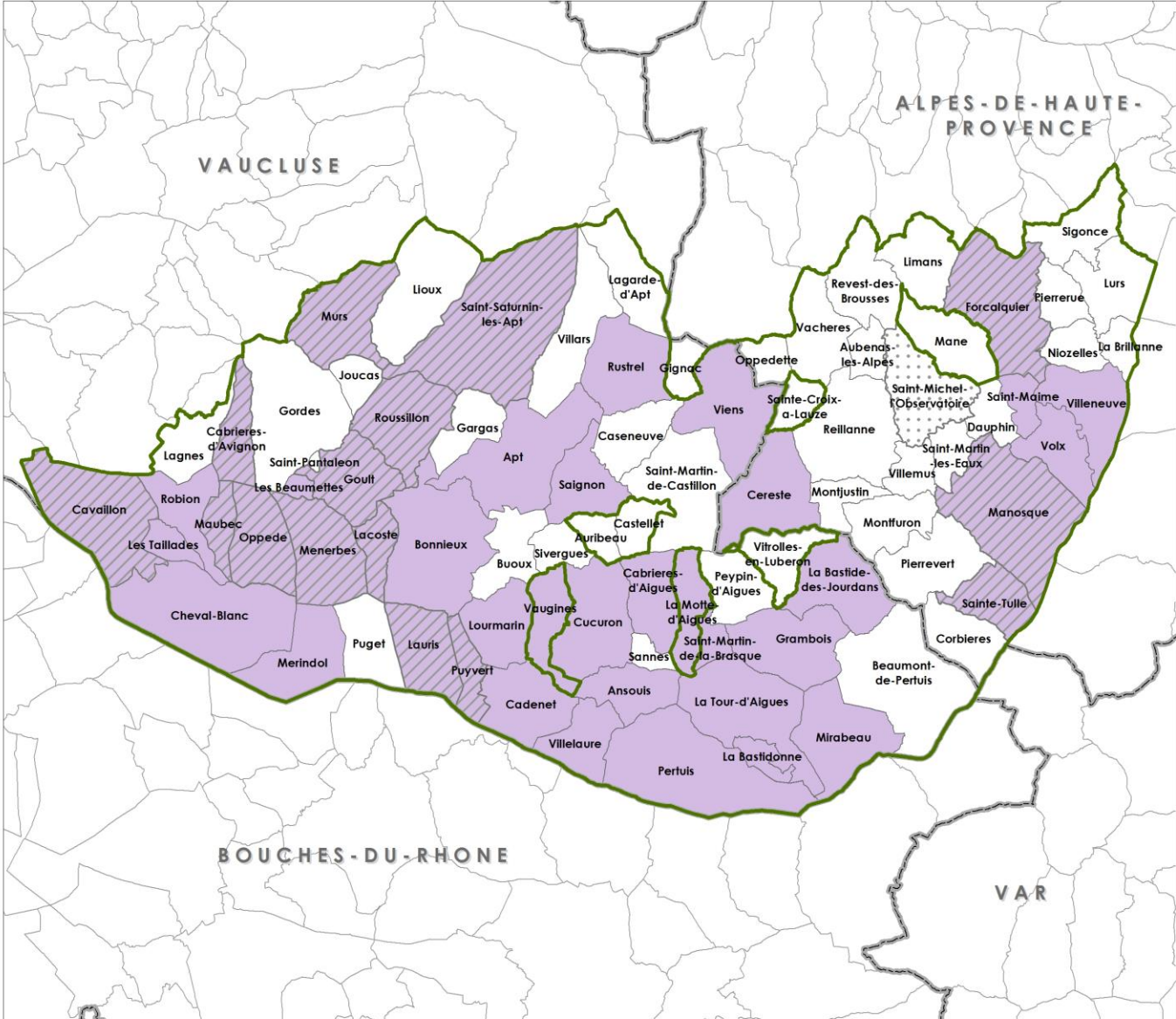
Que fait le Parc du Luberon sur le sujet ?

Actions du Parc auprès des communes pour améliorer la signalétique

Actions engagées :

- Animation d'un groupement de commandes sur 16 communes pour la révision ou l'élaboration de leur règlement local du publicité
(*RLP à réviser obligatoirement avant le 13 juillet 2020 !*)
- Animation d'un groupement de commandes sur 14 communes pour l'élaboration de plans de jalonnement SIL
- Animation de réunions publiques

Règlement locaux de publicité = Publicité, compétence du Maire





Territoire du
Parc naturel régional du Luberon

Charte signalétique au 23-09-2016

Règlements locaux de publicité

Légende

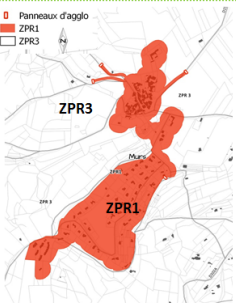
- RLP* approuvé
- RLP* en cours de révision
- RLP* en élaboration
- Limites départementales
- Limites communales
- Périmètre du Parc



1:350 000

Date : 21/09/2016
Sources : PNRL, BD Cartho
BaseDeDonnées®-SIGN PFAR 2007-2013
Cartographie : M. KREBS-SIT-PNRL-PACA-Luberon

Proposition de règles et zonage sur la commune de Murs



0 Panneaux d'agglomération
ZPR1
ZPR3

Publicité sur mobilier urbain :

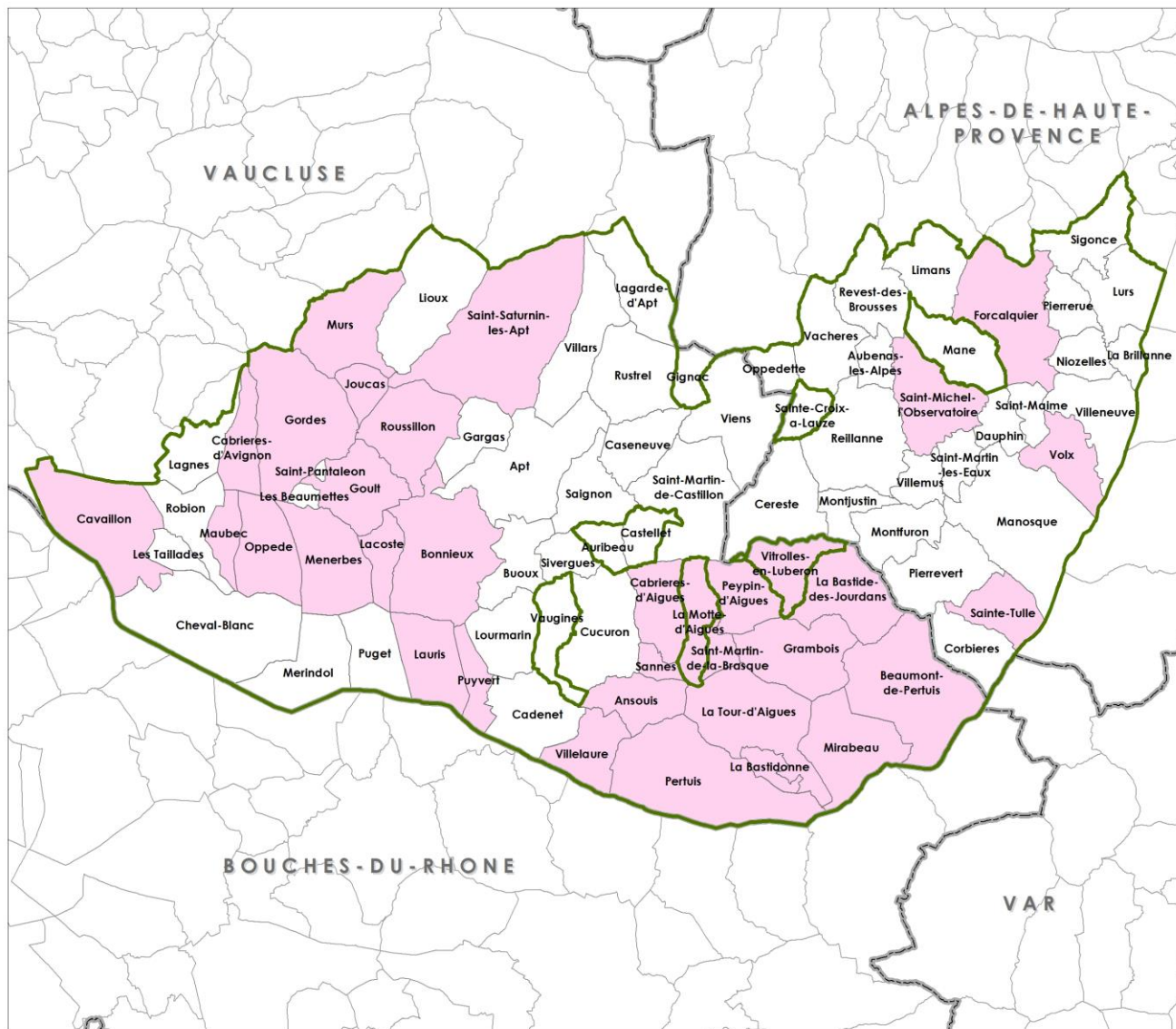
- Interdites

Enseignes et préenseignes temporaires :

- Les dispositifs temporaires sont disposés uniquement sur la grille de l'école et sur un panneau d'affichage situé aux Plaines

Zones		dispositions communes	ENSEIGNES								SCÉLÉE AU SOL	
			MURALES PARALLÈLES				MURALES PERPENDICULAIRES					
			Façade <50m²		Façade >50m²		Commerce en étage		Commerce en étage			
Ratio	Surface Dimension	Nombre/établissement	Ratio	Surface	Nombre/établissement		Nombre/établissement	LxH	Commerce en étage			
Zone 1	Centre ancien et agglomération	Interdit : enseignes numériques sur clôtures non aveugles sur toiture	20%	2 m² 0,45 m de hauteur	1	15%	4 m² 0,45 m de hauteur	1	Interdit	1	0,60x0,60 m maxi	Interdit Utilise SL si non visible depuis la voie
Zone 3	Hors agglomération						2 à 2 vitrines sinon 1	Autorisé				Interdit sauf si non visible depuis la voie et dans la limite de 2m²

Communes dotées d'un plan de jalonnement SIL





Territoire du
Parc naturel régional du Luberon

Charte signalétique au 23-09-2016

Plans de jalonnement
SIL : 33 communes

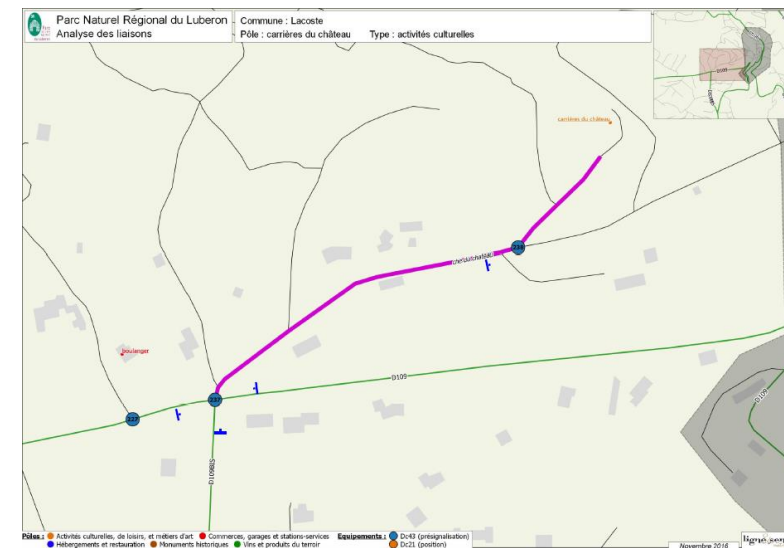
Légende

- Communes disposant d'un plan de jalonnement SIL ou ayant un plan en cours de réalisation
- Limites départementales
- Limites communales
- Périmètre du Parc



1:350 000

Date : 21/09/2016
Sources : PNRL, BD Cartho
BaseDeDonnées®-©IGN PFAR 2007-2013
Cartographie : M. KREBS-SIT-PNR-PACA-Luberon



Que fait le Parc du Luberon sur le sujet ?

Actions du Parc auprès des professionnels

Actions engagées :

- Réponse à 40 demandes par an, d'artisans, de commerçants, d'entreprises, pour des conseils pour l'installation d'enseigne, de pré-enseignes, de lames SIL...
- Conseil / notre charte signalétique/ règlement local de publicité communal /Code de l'environnement

AVANT / APRES... commune d'APT



AVANT/ APRES commune de Lauris



Que recommande le Parc aux professionnels ?

ENSEIGNE / PROPOSITION CHARTE SIGNALÉTIQUE PARC DU LUBERON

Zone1
Centre-ville

Zone2
Pénétrantes

Zone3
Hors agglo

ENSEIGNE / PROPOSITION CHARTE SIGNALÉTIQUE PARC DU LUBERON									
ENSEIGNE A PLAT		PERPENDICULAIRE		STORE BANNE		SCELLE OU POSEE AU SOL		COMMERCE EN ETAGE	
SURFACE PAR FACADE < à 50m ²	SURFACE > à 50 m ²	NOMBRE	L x H	SURFACE	HAUTEUR C	NOMBRE MAX	HAUTEUR MAX	SURFACE MAX	
2 m ² MAX	2 m ² MAX	1	0,60X0,60m	0,60m2	0,15m	1	5m	1 m ²	
8 m ² MAX	8 m ² MAX	1	0,60X0,60m	2 m ²	0,20m	1	5m Totem : 3m	1 m ²	
2 m ² MAX	4 m ² MAX	1	0,60X0,60m	2 m ²	0,15m	1	5m	1 m ²	

Recommandation pour les enseignes :

- Interdites au dessus de l'égout du toit (Code de l'E R 581-60)
- Interdites au-delà de la limite déterminée par le niveau du plancher du 1^{er} étage
- Les enseignes sur clôtures non aveugles (grillage) sont interdites dans les RLP des communes du Parc
- Les enseignes numériques sont interdites, ainsi que les enseignes lumineuses clignotantes, fluo, lasers...
- Les enseignes préconisées sont les suivantes : peintes sur les façades, en fer forgé, en lettre découpées.

Recommandation pour les enseignes :

Pour une enseigne : autorisation préalable via un formulaire CERFA N°14798*01

- Demande à envoyer en Mairie, si la commune est dotée d'un RLP
- Demande à envoyer à la Préfecture (via la DDT) , si pas de RLP
- Demande en 3 exemplaires en LRAR ou dépôt contre décharge datée

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'environnement

Demande d'autorisation préalable

de nouvelle installation ☐
de remplacement ☐
de modification ☐

cerfa
N° 14798*01

**d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité,
une préenseigne ou une enseigne**

Livre V - Titre VIII - Chapitre 1^{er} - art. L. 581-9 et L. 581-44, R. 581-9 à R. 581-21 du code de l'Environnement

Cadre réservé à l'administration

Date de réception : ____/____/____
Dossier transmis à : le ____/____/____
Numéro d'autorisation : AP - ____ - ____ - ____ - ____

A8F ☐ préfet de région ☐

Compléter la partie concernant le dispositif visé par la demande d'autorisation

Un imprimé ne peut concerner qu'un seul type de dispositif.
Lorsque plusieurs dispositifs du même type sont installés sur le même terrain, un seul imprimé peut être renseigné.
Lorsque plus de 3 enseignes sont installées pour une même activité, un second imprimé doit être renseigné.

1. Identité du déclarant projetant d'exploiter le dispositif

Vous êtes un particulier : Madame ☐ Monsieur ☐

Nom : _____ Prénom : _____

Vous êtes une personne morale : _____

Dénomination : _____ Raison sociale : _____

Recommandation pour les pré-enseignes dérogatoires

Depuis le 13 juillet 2015 , ne sont autorisées, **hors agglomération**, que les **pré-enseignes dérogatoires** suivantes :

- ✓ Fabrication et vente de produits du terroir (2 dans un rayon de 5 kms)
- ✓ les activités culturelles (2 dans un rayon de 5kms)
- ✓ les monuments historiques classés (4 /10 kms)
- ✓ Les manifestations temporaires

Les autres pré-enseignes **doivent être enlevées**, car elles sont devenues non réglementaires !

Action à engager par le Maire (RLP) ou les services de l'Etat (DDT)

Attention, en cas de non enlèvement par le propriétaire, après mise en demeure, possibilité d'une astreinte journalière de 208,17€.

Recommandation pour les pré-enseignes dérogatoires

Modèle de Préenseigne



Installation sur domaine privé,
Avec autorisation écrite du propriétaire
À 5 mètres du bord de la chaussée

Que signaler avec la SIL (Signalisation d'Information Locale)

Charte S.I.L. du Conseil Départemental de Vaucluse – Hors Agglomération

Activités signalables et conditions

- Caves coopératives et caves ou caveaux qualifiés pour l'accueil touristique
- Produits du terroir : points de vente directs labellisés
- Sports et loisirs : sites de loisirs aquatiques, notamment naturels hors agglomération ; aires d'accueil aménagées, randonnées pédestres, équestres et VTT....
- Sites et Monuments remarquables
- Hébergements (hôtels, campings, résidences de tourisme, meublés de tourisme classés, chambre d'hôtes labélisés)
- Possibilité de dérogation pour certains restaurants (éloignés de la voie principale)

Guide technique de chartes SIL



06/04/2018

Conseil départemental de Vaucluse



SCHEMA DIRECTEUR DEPARTEMENTAL DE S.I.L.



CHARTRE DEPARTEMENTALE DE S.I.L.

Décembre 2015



Direction des Routes et des Interventions Territoriales
Service Coordination des Services Territoriaux

SCHEMA DIRECTEUR DE
SIGNALISATION DIRECTIONNELLE
ET TOURISTIQUE

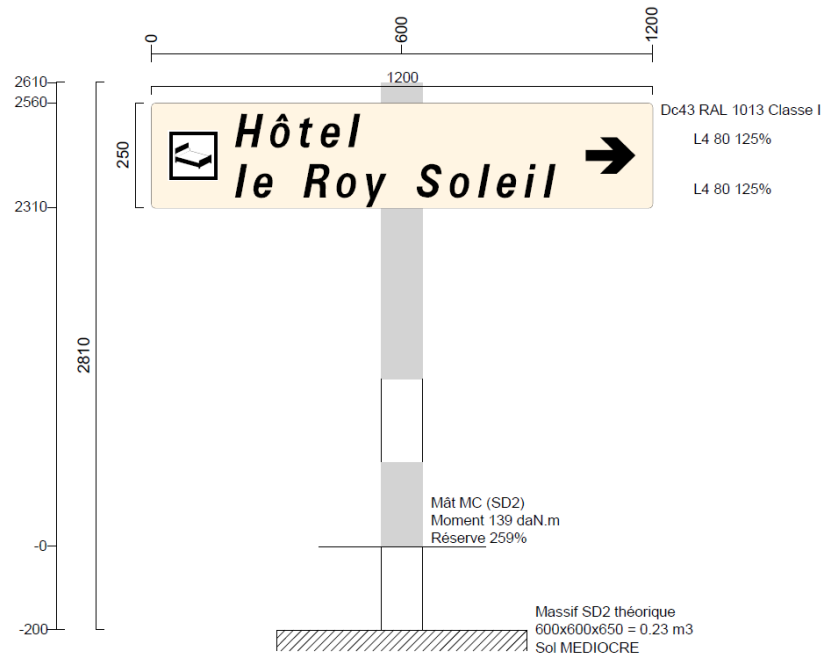
Charte de mise en place de
la Signalisation d'Information Locale

ASCODE

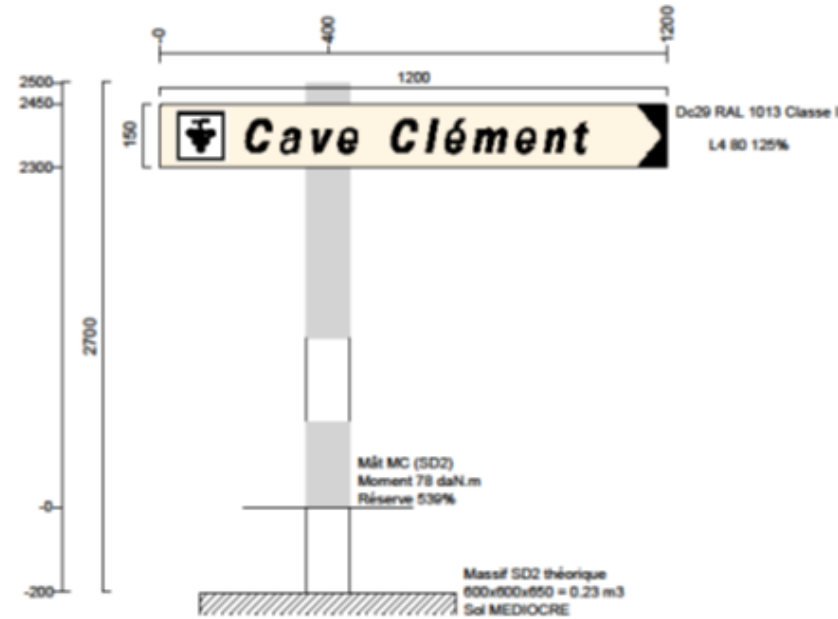
Juillet 2015
Version 3.0

Le matériel préconisé pour la SIL (hors agglomération)

DC 43



DC 29



Code couleur de la charte du PNRL à reprendre

Matériel préconisé : Panneaux CE

Panneaux CE



CE3a

Relais d'information service



CE4a

Terrain de camping pour tentes



CE4c Terrain de camping
pour tentes, caravanes et
autocaravanes



CE5a

Auberge de jeunesse



CE6a Point de départ
d'un itinéraire pédestre



CE6b Point de départ d'un circuit
de ski de fond



CE7

Emplacement pour pique-nique



CE14 Installations accessibles
aux personnes handicapées



CE15a

Distribution de carburant



CE16

Restaurant



CE17

Hôtel ou motel



CE18

Débit de boissons

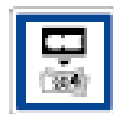


CE21

Point de vue



CE24 Station de vidange pour
caravanes, auto-caravanes et cars



CE25 Distributeur
de billets de banque



CE28

Poste de dépannage



Aire de stationnement dédiée au
covoiturage

Charte graphique PNRL

Charte graphique de notre charte signalétique à respecter (couleur, logo, police....)

Palette des couleurs

Produits du terroir

RAL 6002 Vert feuillage - Avery 967 Leaf green



Vins

RAL 3031 Rouge oriental - Avery 903 Tomato red



Hébergement - Restauration

RAL 5015 Bleu ciel - Avery 935 Intense blue



Garages - Stations-service

RAL 7036 Gris platine - Avery 960 Dove grey - Cool grey 7C



Commerces

Avery 972 Lemon



Activités culturelles

RAL 1001 Beige - Avery 914 Cream



Métiers d'art

RAL 2004 Orangé pur - Avery 910 Dark orange



Activités de loisirs

Avery 985 Spring time



Monuments Historiques

RAL 8002 Brun sécurité - Avery 976 Brown - RVB 108 59 42



Références couleurs Avery (marque d'adhésifs utilisés pour la réalisation des panneaux): gamme 900 Supercast - durabilité: 7-10 ans
Toutes les couleurs utilisées sont non- réfléchissantes de nuit.

Démarche à suivre pour la pose d'une lame SIL

- ✓ La SIL doit suivre les règles de signalisation routière (pas de logo commercial)
- ✓ Le conseil départemental gère l'implantation de la signalisation sur les routes départementales et les communes gèrent la signalisation sur les voies communales.
- ✓ Toutes les demandes sont à faire à la Mairie du lieu d'implantation
 - Sur route communale : accord de la mairie
 - Sur route départementale : obtention d'une permission de voirie par les services du Département

L 411-6 du Code de la Route

- ✓ *Le droit de placer en vue du public, par tous les moyens appropriés, des indications ou signaux concernant, à un titre quelconque, la circulation n'appartient qu'aux autorités chargées des services de la voirie.*

Un cas concret...

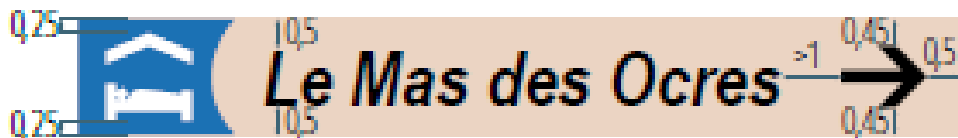
Monsieur et Madame Luberon, propriétaire d'une chambre d'hôte classée, sur la commune de Lacoste, éloignée des voies de circulation souhaitent implanter un « panneau » pour signaler leur activité depuis la route départementale :

- Catégorie « Hébergement »
- Droit à une pré-enseigne ? = **NON** car pas à une activité dérogatoire
- Droit à une lame SIL ? = **OUI** , 2 lames SIL aux couleurs de la charte (bleu ciel)
- Modalités, se renseigner en Mairie / plan de jalonnement des activités
- Le financement de la S.I.L. est assuré par le pétitionnaire
- Une permission de voirie devra être obtenue et délivrée par le Conseil départemental avant tous travaux
- Se rapprocher d'une entreprise locale pour la fabrication de la lame SIL (environ 138 € HT)



Exemples de dispositif SIL type DC43

à implanter 15 m minimum avant l'intersection.



Vrai / faux sur la pub – la signalétique – le Parc

- « *C'est parce que je suis dans un Parc qu'on m'oblige à retirer mon panneau* »
- « *Personne n'est venu me voir, alors je le laisse* ».
- « *Mon panneau est sur un terrain privé, donc je le garde* ».
- « *J'ai le droit de mettre mes logos sur mes panneaux* ».
- « *Pour être sur la SIL, je m'adresse à la mairie* ».
- « *Il faut bien que mette mon numéro de téléphone pour que les clients puissent m'appeler* ».

L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU, *Laure Reynaud*



15 min

- **Objectifs de marquage 2018**
- **Point cotisations**
- **Lancement de la démarche de renouvellement de marquage**
- **Présentation de Céline Marse Stagiaire pour 6 mois**

Objectifs 2018

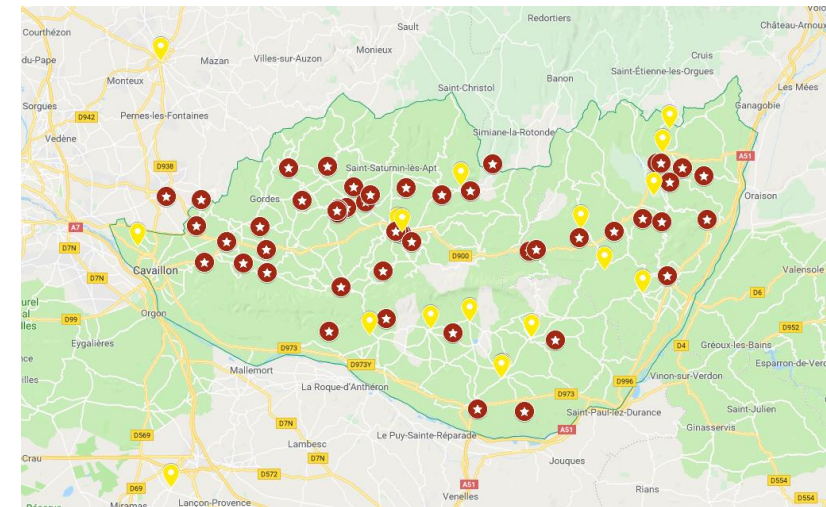
Marquages 2018

- Prestations touristiques: + 6
 - Vin : 6 renouvellements + 1 nouvelle cave (7)
- Signature des conventions avant les vendanges
- Pain : travail en cours nouveau référentiel variétés paysannes de blé

Référentiels

- Vin : remodelage en cours (commission Marque Fédé en mai)
- Tourisme : référentiels à jour

Tourisme : 32 prestataires
Produits : 7 caves



Conventionnement & appels à cotisation 2018

→ Produits : 2018 transitoire, cotisation janv 2019

→ Prestations touristiques :

✓ **23 actes d'audits facturés en 2017 (21 MP + 2 CETD)**

❑ **20 nouvelles conventions + appels à cotisation pour les marquages 2016 & 2017 => mai 2018**

VV Leo Lagrange, Camping Roumavagi, Ferme de Gerbaud, Château Perréal, Jas de monsieur, VV Biabaux, Moulin de Lincel, Hôtel Universitaire du mieux être, Gîtes écologiques de l'Aiolo, Camping la Coutelière, Marche à l'étoile, Restaurant la terrasse de Lurs, Mas La Baou, Bistrot Li Poulivet, Restaurant la Fontaine, Bistrot de Niozelle, La campagne St Lazare, Nicolas cuisine le monde, Bistrot l'Imprévu, Camping le Vallon.

Lancement de la démarche de renouvellement des marquages

Autoévaluation + visite de contrôle

❑ **12 renouvellements pour les marquages 2013 & 2014 => mai à septembre**

Mines de Bruoux, Conservatoire des ocres, Poterie de Pierroux, Hôtel Charembreau, Château de Lourmarin, Domaine des Finets, Li Poulidetto, VV le Grand Luberon, Ecomusée de l'Olivier, Le Mas des Grès, Provence Hipposervices, Chante coucou



Renouvellement de la marque Valeurs Parc naturel régional

[QUESTIONNAIRE D'AUTO-EVALUATION](#)

Remplir par le chargé de mission

Nom commercial de l'activité :	
Noms et prénoms :	
Adresse d'attribution de la marque Valeurs Parc naturel régional :	

Document d'auto-évaluation pour le renouvellement de la marque Valeurs Parc naturel régional en Provence-Alpes-Côte d'Azur (version 06/2017)

Pour nous aider Céline MARSE, stagiaire du 19 mars au 19 septembre ☺

La parole est à vous



45 min

Partagez-nous vos projet 2018 !



Présentation des nouveaux marqués 2017

, *André Berger, Laure Galpin*



30 min



PARC NATUREL RÉGIONAL
DU LUBERON

La fontaine, Restaurant à Villars

Nadine & Tjebbe Zijlstra



Le Bistrot de Niozelles, Restaurant Roger Blanc et son équipe



Camping le Vallon à Bonnieux

Véronique Leclercq & Olivier Larousse

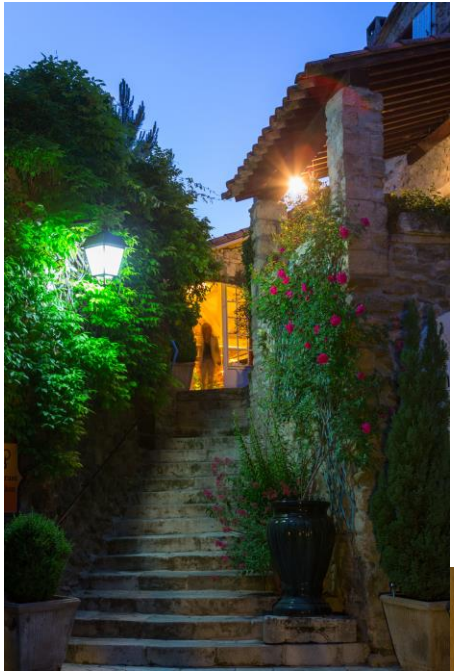


Nicolas cuisine le monde, chef à domicile à Apt Nicolas Daubigney



La Campagne Saint-Lazare, Gîtes & Restaurant à Forcalquier

Isabelle Chamant



Bistrot l'Imprévu aux Beaumettes

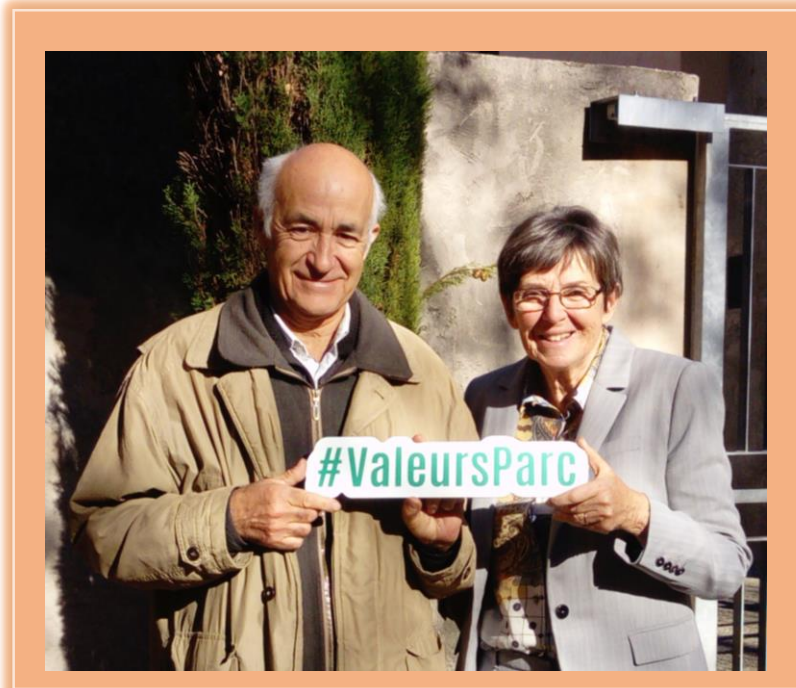
Sylvie Vallion



La terrasse de Lurs, restaurant Estelle & David Arcos



La mas de la Baou, Gîtes à Céreste Françoise & Alain Alter



Bistrot Li Poulivet, Restaurant à Oppède

Sandrine & Patrick Piquet



Cave Les Côteaux de Grambois, Joël Reynaud, Sandra Garnier, Noémie Bernos



Visite du Centre de vacances Léo Lagrange

, Rémi Bondu



15 min



Pause déjeuner à la cantine Léo Lagrange



1h30

Menu à base de produits locaux et de saisons cuisiné par la cuisinière du centre



Visite du Centre de sauvegarde de la faune sauvage

, Aurélie Amiault





AGIR pour la
BIO DIVERSITÉ
Provence-Alpes-Côte d'Azur

LPO PACA / Sorties / Education / Formation / Soins / Protection / Etudes



Centre régional de sauvegarde de la faune sauvage

Soigner et préserver la faune sauvage en détresse, conseiller et sensibiliser tous les publics

Découvrir ▼

paca.lpo.fr/soins-animaux#g-mainbar

Formation « Mieux connaître l'offre agricole du parc et savoir où la trouver » *Mylène Maurel*



De 14h30
à 17h

1. Présentation du Projet Alimentaire Territorial
2. Présentation des lieux de vente : magasins de producteurs ; marchés paysans
3. Présentation et dégustation de 3 produits emblématiques du territoire : pain, vin, huile d'olive et de leurs signes officiels de qualité (AOP/IGP...)
4. Echanges sur les besoins et attentes des marqués



Merci pour votre attention et votre présence