

Décision n°2019-83 du **27 JUIN 2019**

Relative aux grands principes de la stratégie marketing de la marque « *Esprit parc national* »

Le directeur général de l'Agence française pour la biodiversité,

Vu la délibération n°2016-16 du 14 novembre 2016 du conseil d'administration de Parcs nationaux de France adoptant la stratégie de développement 2017-2020 de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.131-8 et suivants et R.131-27 et suivants,

Vu la délibération du CA de l'AFB n°2017-46 en date du 27 septembre 2017 relative à la délégation de pouvoir au directeur général pour l'ensemble des actes nécessaires à l'administration et la gestion de la marque collective « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-136 du directeur général de l'AFB en date du 17 septembre 2018 relative à l'organisation de la gouvernance de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-137 du directeur général de l'AFB en date du 17 septembre 2018 relative au Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-243 du directeur général de l'AFB en date du 29 novembre 2018 nommant les membres au Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la délibération du Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » n° 2018-01 du 13 décembre 2018 relative à l'élection du président et du vice-président du Comité de gestion.

Vu la délibération du Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » n° 2019-03 du 29 mars 2019 relative aux grands principes de la stratégie marketing de la marque.

Considérant que l'article 3-2 de la stratégie de développement 2017-2020 de la *marque « Esprit parc national »* dispose que doit être élaborée et mise en œuvre une stratégie marketing afin de poursuivre le déploiement de la marque.

Considérant que l'article 1 de l'organisation de la gouvernance de la marque « *Esprit parc national* » dispose que le directeur général de l'AFB, sur proposition de comité de gestion de la marque, adopte la stratégie pluri-annuelle de développement de la marque.

DÉCIDE

Article 1 :

Les grands principes de la stratégie marketing de la marque « *Esprit parc national* », joints en annexe à la présente décision, sont adoptés.

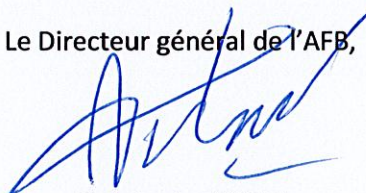
Article 2 :

La Direction des parcs et aires protégées est chargée de l'exécution de la présente décision.

Article 3 :

La présente décision est publiée sur le site internet de l'Agence française pour la biodiversité, dans l'onglet « Agence » et dans la rubrique « Recueil des actes administratifs ».

Le Directeur général de l'AFB,



Christophe AUBEL

Voies et délais de recours : « Le destinataire de la présente décision qui désire la contester peut directement saisir le tribunal administratif compétent d'un recours contentieux dans les deux mois de sa notification.

Il peut également, dans ce même délai, saisir d'un recours gracieux, l'auteur de la décision, ou d'un recours hiérarchique, le supérieur de l'auteur de la décision. Ceux-ci disposeront d'un délai de deux mois pour lui répondre. En cas de rejet exprès ou implicite de la demande - la décision naît dans ce cas du silence gardé par l'administration pendant un délai de deux mois - le délai du recours contentieux, prorogé par l'exercice de ces recours administratifs, ne recommence à courir à l'égard de la décision initiale que lorsqu'ils ont été l'un et l'autre rejetés. »