



## DECISION N° 2020 - DGDMS - 11

**Date : 28 juillet 2020**

**Objet : Décision relative à la modification de l'organisation de la gouvernance de la marque *Esprit parc national***

**Emetteur : Direction des aires protégées**

---

**Le Directeur général de l'Office français de la biodiversité,**

**VU** la loi n° 2019-773 du 24 juillet 2019 portant création de l'Office français de la biodiversité, modifiant les missions des fédérations des chasseurs et renforçant la police de l'environnement,

**VU** le décret n°2019-1580 du 31 décembre 2019 relatif à l'Office français de la biodiversité,

**VU** le décret en date du 30 décembre 2019 portant nomination de Monsieur Pierre Dubreuil en qualité de Directeur général de l'établissement,

**VU** la décision n°2020-DG-01 en date du 2 janvier 2020 relative aux modalités de publication des délibérations du conseil d'administration et des décisions relatives à l'organisation et au fonctionnement de l'Office français de la biodiversité,

**VU** la marque collective *Esprit parc national* enregistrée à l'INPI sous le n° 15 4 164 196,

**VU** le règlement d'usage générique de la marque collective *Esprit parc national* inscrit au Registre national des marques sous le n° 772359,

**VU** la décision n°2018-136 du Directeur général de l'Agence française pour la biodiversité en date du 17 septembre 2018 relative à l'organisation de la gouvernance de la marque *Esprit parc national*,

**VU** la décision n°2020-DG-14 en date du 3 avril 2020 portant délégation au directeur général délégué « mobilisation de la société » à l'effet de signer l'ensemble des actes et documents nécessaires à l'administration, la gestion et la défense de la marque collective *Esprit parc national*,

**VU** la décision n°2020-DGDMS-02 en date du 7 mai 2020 portant subdélégation de la signature du Directeur général par le Directeur général délégué « Mobilisation de la société » au Directeur des aires protégées, relative à la marque *Esprit parc national*,

**CONSIDERANT** qu'il est nécessaire d'adapter l'organisation de la gouvernance de la marque *Esprit parc national* à la structuration de l'Office français de la biodiversité,

## DÉCIDE

### Article 1 :

L'organisation de la gouvernance de la marque *Esprit parc national* modifiée tel que jointe en annexe à la présente décision est adoptée, et remplace celle issue de la décision n°2018-136 du Directeur général de l'Agence française pour la biodiversité en date du 17 septembre 2018, abrogée.

### Article 2 :

La présente décision sera publiée sur le site internet de l'OFB et entrera en vigueur le jour de sa publication.

L'OFB garantit l'accès effectif de ses agents et des tiers au recueil des actes administratifs de l'établissement publié sur le site internet ainsi que la continuité de la mise en ligne des décisions durant deux mois minimum. L'OFB assure la conservation et l'archivage des décisions publiées par cette voie.

Pour le Directeur général  
et par délégation,  
Le Directeur des aires protégées



Michel SOMMIER

**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. »

## **Organisation de la gouvernance de la marque *Esprit parc national* au sein de l'Office français de la biodiversité (OFB)**

L'organisation de la gouvernance de la marque *Esprit Parc national* au sein de l'OFB précise la répartition des rôles respectifs :

- du Directeur général de l'OFB
- du Comité de gestion de la marque (CGM)
- du Collège des directions des parcs nationaux (Collège des directions)
- de la Conférence des présidents de CA des parcs nationaux (Conférence des présidents)
- du Groupe de travail marque inter-parcs nationaux (GT marque) ainsi que des autres Groupes de travail inter-parcs nationaux contributeurs (GT)
- de la Direction Aires protégées (DAP) et du service d'appui aux parcs nationaux et aux réseaux nationaux d'aires protégées de l'OFB
- des équipes des parcs nationaux.

### **1 : Compétences du directeur général de l'Office français de la biodiversité - « l'Office » - pour l'ensemble des actes nécessaires à l'administration et la gestion de la marque collective *Esprit parc national*.**

Dans le cadre de ses missions d'administration et de gestion de la marque collective *Esprit parc national*, sur proposition du Comité de gestion de la marque, le Directeur général :

- adopte l'organisation du dispositif d'administration de la marque, notamment la composition et le règlement intérieur du comité de gestion de la marque et les modifications afférentes,
- adopte les stratégies générales et thématiques pluriannuelles de développement de la marque et les plans d'actions nationaux annuels
- adopte un dispositif budgétaire et financier approprié,
- adopte le règlement d'usage générique de la marque et les règlements d'usage catégoriels,
- assure la défense de la marque en situation de contentieux,
- adopte les exceptions sur l'usage de la dénomination géographique adossée à la marque collective *Esprit parc national*,
- adopte le dispositif de contrôle de la marque,
- adopte toutes les décisions relatives au dispositif de redevances.

Le Directeur général peut saisir le comité de gestion de la marque de toute question relative à ses missions.

### **2 : Compétences du comité de gestion de la marque**

Le comité de gestion de la marque *Esprit Parc national*, désigné ci-après par le « comité de gestion » (CGM), est force de proposition auprès du Directeur général de l'Office pour l'ensemble des actes et décisions relevant de l'administration et de la gestion de la marque.

A ce titre, il propose les stratégies globales de développement de la marque et les moyens afférents pour les mettre en œuvre.

De plus, annuellement :

- il définit le plan d'actions de la marque avant la fin du 1<sup>er</sup> trimestre de l'année n, tenant compte du budget disponible pour l'année n,
- il examine son rapport d'activité n-1 au premier semestre de l'année n,

- il émet des recommandations aux parcs nationaux dans l'utilisation de la marque *Esprit parc national*.

Il est le garant du respect de la stratégie marque et du plan d'action, et à ce titre est légitime pour alerter le Directeur général de l'OFB et le parc national concerné, d'éventuels dysfonctionnements.

Il peut saisir le Directeur général de l'OFB de toute question relative à l'administration et la gestion de la marque, après avis le cas échéant du collège des directions et de la Conférence des présidents.

### **3 : Compétences du Collège des Directions**

Le directeur référent du GT marque fait des points réguliers en collège des directions sur le sujet de la marque et du CGM, et peut solliciter son avis sur de sujets à l'ordre du jour en préparation des réunions du CGM.

Le collège des directions est saisi par le GT marque pour avis sur les orientations stratégiques (dont la stratégie pluriannuelle et plans d'actions annuels) et le budget avant passage en CGM.

Le collège des directions peut être saisi :

- par le GT marque sur toute question nécessitant arbitrage,
- par le CGM pour toute question relative à la marque.

Le collège des directions fait le lien avec la Conférence des présidents sur des aspects stratégiques relatifs à la marque.

### **4 : Compétences des GT inter-parcs nationaux**

Le GT marque, animé par le service des parcs nationaux de la DAP, est composé de représentants de l'ensemble des parcs nationaux.

Il est force de proposition technique pour le développement et la mise en œuvre de la marque.

A ce titre, il est notamment compétent pour proposer une rédaction de l'organisation du dispositif d'administration de la marque, des décisions relatives à la redevance, du règlement d'usage général et des règlements d'usages catégoriels (RUC), du dispositif de contrôle et de la promotion de la marque, ainsi que leurs évolutions.

Il s'appuie sur les compétences d'autres GT et à ce titre, peut proposer des éléments à intégrer dans leurs feuilles de route, et intégrer leurs propositions thématiques. Sont particulièrement concernés les GT suivants :

- le GT agriculture, en charge de l'élaboration et de l'évolution des RUCs « produits de bouche » et des propositions de décisions relatives aux filières concernées (contrôle, promotion...)
- le GT Tourisme, en charge de l'élaboration et de l'évolution des RUCs relatifs au « Tourisme » et des propositions de décisions relatives aux filières concernées (contrôle, promotion...) ; il examine également le lien des stratégies de marquage des produits avec les stratégies de destination des parcs
- le GT Communication s'assure de la coordination de la communication de la marque dans les communications des établissements des parcs nationaux et de l'OFB.

Des groupes projets en tant que de besoin peuvent être constitués pour un sujet particulier, notamment un groupe projet (GP) Communication-marque, composé de membres du GT communication et du GT marque, en charge de la mise en œuvre du plan d'actions concernant l'élaboration d'outils de communication sur la marque.

Le GT marque est responsable de la coordination et du suivi de la réalisation du plan d'actions annuel.

Il contribue à l'ordre du jour et prépare les sujets qui seront traités par le comité de gestion de la marque.

Il appuie les parcs nationaux dans l'utilisation de la marque *Esprit parc national* et en réfère au CGM.

## **5 : Compétences de la Direction des aires protégées (DAP) et du service d'appui aux parcs nationaux et aux réseaux nationaux d'aires protégées de l'OFB**

La DAP est le correspondant du directeur général de l'OFB, et du collège des directions pour l'ensemble des sujets qui concernent la marque et pour contribuer à un développement cohérent des dispositifs déployés pour l'accompagnement des acteurs économiques portés par l'OFB

Le service d'appui aux parcs nationaux et aux réseaux nationaux d'aires protégées :

- assure le secrétariat du CGM,
- est chargé de l'administration juridique de la marque : conseil et proposition au GT marque pour l'organisation du dispositif d'administration de la marque, les décisions relatives à la redevance, la rédaction et modifications du règlement d'usage général (RUG) et des règlements d'usages catégoriels (RUC), le dispositif de contrôle et la promotion de la marque, la défense de la marque en situation de contentieux, le suivi des exceptions sur l'usage de la dénomination géographique de la marque,
- en tant qu'animateur du GT marque, du GT tourisme et du GT agriculture, et co-animateur du GP communication-marque, il assure leur coordination pour la promotion et le développement de la marque.
- est chargé du suivi de l'exécution du budget attribué à la marque en lien avec les différents chefs de projets. Il peut dans ce cadre porter des actions transversales et nationales et inter-parcs.
- assure une veille technique par rapport aux marques et dispositifs déployés pour l'accompagnement des acteurs économiques portés par les autres aires protégées.

## **Article 6 : Compétences de la Direction de la communication(DICOM) de l'OFB**

En tant que co-animatrice du GP communication-marque et animatrice du GT communication, dans le respect des lignes directrices éditées par le GT marque, la DIRCOM contribue à la réflexion pour la définition et la mise en œuvre d'actions de communication, notamment l'animation du site internet, des réseaux sociaux, les relations presse, l'événementiel promouvant la marque...

## **Article 7 : Compétences des parcs nationaux**

Les parcs nationaux sont responsables du déploiement et de la promotion de la marque sur leurs territoires. A ce titre, ils gèrent les candidatures des acteurs économiques, et attribuent la marque par la signature de contrats, perçoivent les redevances. Ils organisent la gouvernance locale et contribuent à la gouvernance nationale. Ils accompagnent les bénéficiaires dans l'utilisation de la marque (formations, échanges....). Ils peuvent également organiser des actions mutualisées inter-parcs ou au bénéfice du collectif, en lien avec l'OFB.