



Usage des marques de certification, les contrôles se renforcent

Que ce soit, PEFC ou FS, les systèmes de certification se dotent de moyens pour réduire et corriger les dérives observées en matière d'abus de marquages de la part de distributeurs. Il est vrai que l'utilisation induite d'un label sur le produit est une distorsion de concurrence inacceptable, ne serait ce que pour les distributeurs qui ont développé une chaîne de contrôle en bonne et due forme. Retour sur l'arsenal déployé par les deux grands systèmes de certification pour décourager les abus.

On peut distinguer plusieurs formes d'abus de la marque : la vente de produits non certifiés mais avec un logo ; l'établissement de factures avec logo mais sans numéro de licence ; communication par une entreprise de transformation non certifiée sur le fait que les produits qu'elles fabriquent sont en bois certifié ; facture d'une société non certifiée mentionnant le logo d'un fournisseur certifié ; apposition par un distributeur du logo en vis-à-vis de produits non certifiés (en rayon, sur les catalogues, sur le site Internet) ; utilisation du logo en vis-à-vis de produits certifiés mais sans indication du numéro de licence du fabricant du produit.

Face à ces possibilités multiples, les deux grands systèmes de certification ont mis en place des solutions.

PEFC France a engagé un Cabinet d'avocat pour traiter directement, après les premières démarches d'information par PEFC France, les litiges relevés et non corrigés.

Un bilan détaillé vient d'être publié par ce système de certification.

Ainsi à titre d'exemple, 12 dossiers ont été traités en 2011 concernant des documents imprimés sur papier certifié PEFC. Tous ont été régularisés :

- L'intervention de l'avocat a été nécessaire dans un seul cas.
- Dans 3 cas, l'imprimerie était en fait certifiée mais n'avait pas mis sous numéro de licence sous le logo.
- Dans un cas, le client a changé d'imprimeur pour traiter avec un imprimeur certifié
- Les autres ont retiré toutes les références à PEFC France de leur communication et/ou ont demandé les informations nécessaires à la mise en place de la chaîne de contrôle

Autre exemple : 49 dossiers ont concerné en 2011 des entreprises de transformation non certifiées qui

communiquent sur le fait que les produits qu'elles fabriquent sont en bois certifié PEFC :

- 8 sont en cours de traitement par l'avocat et 41 ont été régularisés :
- L'intervention de l'avocat a été nécessaire dans 6 cas (mais une simple mise en demeure a suffi).
- 1 entreprise s'est faite certifiée.
- 3 entreprises étaient en fait certifiées mais communiquaient sous un nom commercial différent de leur raison sociale et n'apposaient pas leur numéro de licence sous le logo.
- Les autres ont retiré toutes les références à PEFC France de leur communication et/ou ont demandé les informations nécessaires à la mise en place de la chaîne de contrôle.

De son côté, **FSC France** a aussi mis en place une stratégie forte de protection de la marque, autour de deux actions :

D'abord le choix d'un Cabinet d'avocat spécialisé dans le droit des marques qui interviendra dorénavant systématiquement sur toutes les entorses remontées à FSC France ;

Ensuite un partenariat a été conclu avec la DGCCRF ; il a conduit à la formation au système FSC d'une dizaine d'enquêteurs.

Cette action est également conduite en relation avec le FSC international qui est propriétaire du Trademark.

La crédibilité d'une démarche de certification passe nécessairement par le renforcement des outils de contrôle et le cas échéant de sanctions. Outre la dimension d'image, il en va aussi de conditions normales de concurrence pour les sociétés qui ont investi dans la mise en place de chaînes de contrôle.



PEFC, un nouveau référentiel consolidé

Le nouveau schéma de certification forestière PEFC France est entré en vigueur pour 5 ans. Etabli pour la période 2012/2017, le nouveau schéma « permet de produire plus en préservant mieux la ressource. Il répond également aux conditions d'accès des marchés publics et aux attentes du consommateur qui, dans ses choix quo-

tidien, est un maillon décisif de la gestion durable de la forêt », selon le communiqué de PEFC France.

Les évolutions apportées au nouveau schéma 2012-2017 résident principalement dans : l'harmonisation nationale des critères de gestion forestière durable (ex : un seul cahier des charges pour les proprié-

taires contre 15 précédemment) ; le renforcement des audits d'évaluation du système (ex : 3 fois plus d'audits de contrôle pour les exploitants) ; la mise en place d'une Commission technique nationale pour accompagner les propriétaires.

Afin de maîtriser le développement durable de la forêt, le schéma PEFC (Program for the Endorse-

ment of Forest Certification) œuvre depuis plusieurs années pour une consommation responsable du bois. A noter que la marque de certification forestière PEFC représente près de 5 millions d'hectares de forêt en France, 52 000 propriétaires forestiers et 2.600 entreprises utilisant le bois ou les produits qui en sont issus.

Quel avenir pour les produits éco certifiés africains sur le marché européen ?

L'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) vient de publier les premiers résultats d'une étude sur le marché européen des produits bois issus du Bassin du Congo. A l'heure où les exigences de marché se renforcent en matière de légalité et de gestion durable des ressources forestières, ce travail fournit un éclairage intéressant sur les opportunités et les contraintes que rencontrent ces produits. Commerce international du bois vous présente ici le contenu de ce document.

6 clés indispensables pour ouvrir les marchés aux bois africains certifiés

L'étude sur le marché européen des produits bois issus des forêts certifiées du bassin du Congo s'inscrit dans le cadre du projet pour l'appui à l'écocertification des concessions forestières d'Afrique Centrale (ECOFORAF).

Programmé sur trois ans, en direction des pays du Bassin du Congo membres de la Commission des Forêts d'Afrique Centrale (COMIFAC, ECOFORAF est cofinancé à hauteur de 1,5 M€ par le Fonds Français pour l'Environnement Mondial (FFEM).

L'une de ses composantes majeures vise le développement et la promotion de produits bois certifiés sur les marchés européens à travers des actions de sensibilisa-

tion, de communication auprès des importateurs, prescripteurs, distributeurs et collectivités.

C'est dans cette optique que le consortium TERE, AF-Bois et FORM International a réalisé une étude sur les débouchés des bois tropicaux certifiés du Bassin du Congo en Europe.

Inédite en son genre, cette étude fondée sur les données qualitatives et quantitatives de la filière du bois tropical certifié dans le Bassin du Congo a permis d'identifier, sur la base de six constats préalables, les freins à lever pour accompagner son développement sur les marchés locaux et européens.

La promotion des bois africains, une priorité...

L'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) a reçu en septembre 2010 une subvention du FFEM pour assurer la mise en œuvre et la gestion du programme ECOFORAF.

L'ATIBT coordonne les partenaires impliqués dans les différentes composantes du projet : entreprises forestières, administrations, société civile, ONG locales...

La composante portant sur la promotion et le développement des produits bois africains certifiés sur le

marché Européen, comprend plusieurs actions :

- l'étude de marché qualitative et quantitative,
- la sensibilisation et l'information des entreprises de distribution en Europe,
- l'appui direct aux importateurs, négociants, et distributeurs,
- la sensibilisation et l'information des marchés.



l'entente
pour l'éco-certification
des bois africains

Un engagement commun de tous les acteurs

Principal vecteur du projet ECOFORAF, «L'entente pour l'éco certification des bois africains» réunit sous une signature commune les partenaires menant des actions de communication auprès de la filière : FSC France, TFT, WWF France, Le commerce du bois (LCB), la Fondation Chirac, la Fondation

Prince Albert II et IFIA. Cette initiative représente la première tentative pour fédérer autour d'une même identité visuelle des messages de portée différente vers des cibles spécifiques.