



Référentiel de l'adhérent

«Mise en œuvre et utilisation»

Engagements à prendre et règles à respecter pour l'utilisation de la marque par les entreprises travaillant sur mesure, et/ou assemblant des produits en bois ou à base de bois dans des réalisations ou des projets non standardisés.

Association Préférez le bois français

Document validé par le bureau du 17 juillet 2015

Tél 01 56 69 52 00
Télécopie 01 56 69 52 09

6 rue François 1^{er}
75008 Paris

www.bois-français.fr
info@bois-français.fr

Table des matières

1.	La démarche « bois français »	1
1.1	Le contexte de la filière forêt-bois française	1
1.2	Le lancement de la démarche « bois français »	2
1.3	La marque « bois français »	2
1.4	Les valeurs de la marque « bois français »	2
1.5	Les promesses de la marque « bois français »	3
2.	La construction de l'identité fédératrice	4
2.1	Fédérer les acteurs « bois français »	4
2.2	Mettre en réseau les acteurs du « Bois Français »	5
2.3	Créer une offre complète « Bois français »	5
2.4	Communiquer avec la marque « Bois français »	6
2.5	Respecter les engagements des référentiels adhérents	6
3.	Les engagements pour la mise en œuvre et l'utilisation	8
3.1	Pré-requis	8
3.2	Les exigences de la marque « bois français »	8
3.3	Mise en œuvre opérationnelle	9
3.4	Cas particulier des adhérents multi-sites et multi-activité	10
3.5	Procédure interne de traçabilité des produits	10
4.	Procédures d'adhésion et d'enregistrement	12
4.1	La première demande	12
4.2	Le renouvellement de l'adhésion	13
4.3	Suspension de l'adhésion et démission	14
4.4	Résiliation volontaire	14
4.5	Radiation et recours	15
4.6	Publication des données de l'adhérent	15
5.	Les règles d'utilisation de la marque	16
5.1	La marque « Bois Français » et le logo associé	16
5.2	Règles d'utilisation de la marque	17
6.	Les contrôles	20
6.1	Les contrôles	20
6.2	Non-conformités et sanctions	21

Référentiel de l'adhérent « Mise en œuvre et utilisation »

Formulaire d'adhésion (première demande et renouvellement)	23
1.1 Informations sur la société de l'adhérent	23
1.2 Informations sur les approvisionnements	24
1.3 Les objectifs de progression	24
La charte de l'adhérent « Bois français »	25

1. LA DEMARCHE « BOIS FRANÇAIS »

1.1 Le contexte de la filière forêt-bois française

Qui n'a pas fait part de son incompréhension devant la situation de la filière forêt-bois française qui avec 16 millions d'hectares de forêts se place sur la 3ème marche européenne pour son volume de bois sur pieds (2,5 milliards de m³) mais qui affiche aussi, paradoxalement, le second déficit commercial de la France (- 6 milliards d'€). Qui n'a pas entendu qu'on vendait nos grumes de chênes centenaires aux chinois et qu'on construisait nos maisons avec du bois de l'Europe du Nord ? S'il y a bien un secteur d'activité où la France devrait être auto-suffisante, voire même exportatrice (mais de produits à valeur ajoutée et non de matière première), c'est donc bien celui de la forêt-bois car nous avons la chance d'avoir une ressource locale potentiellement abondante.

La forêt française est riche de sa diversité. En offrant des propriétés mécaniques et physiques très diverses, les bois feuillus et résineux français présentent aussi des textures et des aspects très variés. Ces qualités, améliorées par le travail des ingénieurs et la créativité des designers, permettent à chaque essence de s'affirmer comme un matériau performant dans des usages variés. Le bois français c'est une offre complète pour répondre à tous les secteurs : bois énergie, pâte à papier, emballage, aménagements routiers et ferroviaires, palettes, panneaux, construction, agencement... le bois français répond à de multiples usages.

Les industriels du bois ont besoin d'une forêt gérée dynamiquement et durablement pour procurer des bois en quantité et qualité requise aux usages multiples du marché. La forêt a besoin des industriels du bois pour créer de la valeur à partir de cette matière première renouvelable au profit de chacun des maillons de la forêt.

1.2 Le lancement de la démarche « bois français »

Le bois bénéficie déjà de nombreux atouts qui ne sont plus à démontrer : matériau noble, chaleureux, écologique, performant etc... mais dans la continuité de la réflexion stratégique menée par les professionnels du bois français (caractérisation de produits, étude de marché sur les opportunités de certains débouchés ciblés, ...), il apparaît aussi dorénavant que le contexte national plébiscite de mettre en avant la provenance française des produits bois. Les industriels du bois français, incités à mieux faire connaître leurs produits et leurs savoir-faire, ont donc décidé d'engager une démarche de communication basée sur une marque commune : « bois français ». Cette **identité centrale fédératrice** est une preuve que les industriels du bois souhaitent valoriser ensemble et rapidement ce potentiel. Cette identité peut être largement utilisée et affichée par tous les transformateurs et utilisateurs de bois français.

1.3 La marque « bois français »

La marque n° 15 4 434 941 est déposée auprès de l'INPI par la Fédération Nationale du bois sous la forme :



Elle est communément appelée marque « Bois français ». Elle est gérée par l'association « Préférez le bois français ».

1.4 Les valeurs de la marque « bois français »

Les valeurs de la marque « bois français » sont :

- » **l'ouverture** en permettant à chacun des acteurs de la filière et à toutes parties prenantes qui le souhaitent d'adhérer à la démarche ;

- » **l'indépendance** en considérant que cette marque est faite par et pour les professionnels du bois. Il ne s'agit pas d'une nouvelle réglementation imposée aux acteurs.
- » **la confiance** en s'appuyant au maximum sur les systèmes d'informations internes afin de simplifier au maximum le suivi des engagements ;
- » **le progrès** en acceptant de rentrer dans une logique d'amélioration continue au bénéfice de l'ensemble de la communauté;
- » **la crédibilité** en mettant en place une organisation qui fasse respecter les exigences requises afin de protéger l'identité de la marque.

1.5 Les promesses de la marque « bois français »

La marque « Bois français », c'est la promesse que les produits bois sont :

- » issus des forêts françaises,
- » transformés et assemblés en France.

2. LA CONSTRUCTION DE L'IDENTITE FEDERATRICE

Toute entreprise, organisation publique, privée ou associative qui se reconnaît dans cette identité fédératrice peut intégrer la démarche en adhérant à l'association « Préférez le bois français ».

Tous les adhérents sont considérés, avant toute chose, comme **des acteurs de la marque** « Bois français ». Ils prennent alors des engagements et tiennent un rôle important dans la promotion de la marque et de ses valeurs afin de créer un mouvement en faveur de la filière bois française.

2.1 Fédérer les acteurs « bois français »

Il convient de distinguer trois types d'acteurs :

- » **ceux qui sont directement impliqués** en tant que producteurs ou distributeurs de produits bois (exploitants forestiers, scieurs, industriels du bois, négociants ...). En plus de leurs implications sur le volet produit (respect des engagements de leur référentiel d'adhérents), il est déterminant qu'ils communiquent activement au niveau de leurs entreprises pour faire connaître la marque « bois français » ;
- » **ceux qui ont un potentiel d'action contribuant à la décision** (ex : sylviculteurs, maîtres d'ouvrage, architectes, artisans...) Ce sont des acteurs qui sans avoir le pouvoir de décision de privilégier le bois français, ont quand même un rôle majeur à jouer pour que la solution « Bois français » aboutisse. C'est l'architecte qui travaille avec les industriels du bois et les artisans locaux pour répondre à une commande publique (dont le cahier des charges a été établi en amont avec une collectivité locale, maître d'ouvrage du projet) ;
- » **ceux qui sont des « faiseurs d'opinions »** en jouant un rôle essentiel dans la formation de l'appréciation des choses et de leurs évolutions (entreprises communicantes, associations citoyennes). C'est la presse, les entreprises qui ont une communication institutionnelle « verte », les associations citoyennes ou ONG diverses qui véhiculent une bonne image du bois (versus les matériaux énergivores ou énergies fossiles ou nucléaires), des bien faits des circuits courts sur le développement durable (économie, social, écologie).

2.2 Mettre en réseau les acteurs du « Bois Français »

Adhérer à l'association « Préférez le bois français » c'est faire partie du réseau des acteurs impliqués dans le « Bois Français ». Les adhérents s'engagent à participer à la vie du réseau.

En contrepartie l'association met à la disposition des adhérents des outils et services leur facilitant le respect de leurs engagements. L'accès à ces services se fait via la plateforme internet www.bois-francais.fr. Elle est accessible par tout adhérent à l'association munis de leurs identifiant et code d'accès.

Les adhérents accèderont à :

- Leurs informations personnelles : licence, contenu des déclarations annuelles, résultat des contrôles
- La Base de données complètes des entreprises adhérentes et de leurs produits
- Un service de mise en relation entre adhérent. Un adhérent « Transformation et fabrication » pourra ainsi contacter les entreprises « Distribution et commerce » ou « Mise en œuvre et utilisation ».
- Le Forum d'échange des adhérents sur la marque
- La Hotline de l'association pour l'aide à la mise en place de la marque dans les entreprises adhérentes
- Les divers outils et supports de communication.

Par ailleurs, le site Internet accessible au grand public mettra en évidence les entreprises et les produits marqués.

2.3 Créer une offre complète « Bois français »

La mise en avant de la marque « Bois français » permet de fédérer des acteurs hétéroclites autour des promesses mises en avant par cette démarche de l'Association.

En effet, chaque industriel, utilisateur ou prescripteur de solutions bois, qu'il soit menuisier, charpentier, négociant, architecte, paysagiste, agenceur, designer, constructeur, industriel de la seconde transformation, scieur, exploitant forestier, sylviculteur, ou simplement collectivité, entreprise, association citoyenne engagée... - a au moins une bonne raison à ce que le bois français soit mieux mis en valeur. Et cette marque a justement vocation à promouvoir le bois et les produits à base de bois issus des forêts françaises. Elle permettra de valoriser la richesse des essences métropolitaines et d'outre mer, la diversité des techniques de valorisation, ainsi que de promouvoir les conditions sociales, phytosanitaires et environnementales dans lesquelles sont produits et transformés ces bois. En

s'affichant clairement, les produits bois français montreront qu'ils répondent aux attentes des utilisateurs et de leurs besoins par une offre complète, structurée et de qualité. La provenance du bois pourra alors devenir un véritable critère différenciant supplémentaire pour orienter les choix des acheteurs. Cette démarche permettra de reconstituer un réseau de professionnels ayant des rapports de proximité et de qualité.

2.4 Communiquer avec la marque « Bois français »

Il convient de distinguer deux approches de communication « Bois français », selon qu'elles concernent :

- » la démarche. Chaque acteur engagé dans la marque peut soutenir la démarche « Bois français » en communiquant au niveau de son entreprise ou organisation, c'est une communication « institutionnelle ».
- » les produits. Chaque entreprise de la filière impliquée dans la production et la distribution peut valoriser l'origine française du bois composant ses produits et solutions bois en utilisant la marque « Bois français », c'est une communication « produits ».

Chaque acteur engagé dans la marque a un rôle important pour faire connaître et promouvoir la marque « Bois français » auprès des utilisateurs finaux. Mais l'association devra s'assurer de leur bonne déontologie et de la correcte utilisation de la marque régie par les règles d'utilisation de la marque par les acteurs. Il est de même concernant la communication « produits » (*se reporter au chapitre concerné plus bas*).

2.5 Respecter les engagements des référentiels adhérents

Toute entreprise ou acteur de la filière forêt-bois française qui veut produire, commercialiser et mettre en œuvre des produits bois estampillés « Bois français » doit respecter un référentiel d'adhérents adapté à sa propre situation. Il y a quatre grandes familles d'acteurs concernés :

- » Transformation et Fabrication (*voir référentiel spécifique*)
Entreprises transformant le bois et fabricant des produits en bois et à base de bois, de l'exploitation forestière aux produits finis (de façon industrielle et en série)
- » Distribution et Commerce (*voir référentiel spécifique*)
Entreprises distribuant ou commercialisant des produits en bois ou à base de bois (sans les fabriquer).
- » Mise en œuvre et utilisation de solutions bois (*voir ci-dessous*)

Entreprises travaillant sur mesure, et/ou assemblant des produits en bois ou à base de bois dans des réalisations ou des projets non standardisés.

- » Les sympathisants (Voir référentiel spécifique)
Tout acteur pouvant contribuer à l'utilisation du bois français mais n'intervenant pas directement sur/avec le produit en bois ou à base de bois.

Les adhérents, dont l'activité couvre 2 voire de ces 3 familles, seront soumis aux référentiels pour lesquelles ils auront adhésés, mais ne pourront valoriser la marque que sur celles-ci.

3. LES ENGAGEMENTS POUR LA MISE EN ŒUVRE ET L'UTILISATION

Ces engagements techniques s'appliquent aux maîtres d'œuvre des solutions bois, artisans ou acteurs du marché du BTP et quelque soit les corps de métiers (construction, charpente, menuiserie, ...). Ce sont les utilisateurs de produits bois, qu'ils ne fabriquent pas eux-mêmes en dehors des produits sur mesure (un fabricant de produits bois en série relève du référentiel techniques des industriels du bois).

3.1 Pré-requis

L'adhésion à l'association et l'obtention d'une licence de marque « Bois Français » suppose, en préalable, le respect par l'entreprise de l'ensemble des lois et réglementations auxquelles elles sont soumises, en particulier le code du travail, le code douanier, les réglementations relatives à l'hygiène, à la sécurité, à l'environnement etc. Cependant, les contrôles réalisés dans le cadre de la marque n'ont pas pour objet de vérifier le respect par l'entreprise du (des) référentiel(s) auquel (auxquels) elle adhère.

3.2 Les exigences de la marque « bois français »

Pour qu'un produit (ou une gamme de produits) en bois ou à base de bois puisse bénéficier de l'usage de la marque « bois français », les deux critères d'appréciation sont très simples :

- » le bois utilisé ou composant le produit sont issus de ressource forestière française ;
- » la transformation et l'assemblage sont réalisés en France.

La logique sous-jacente est donc qu'un produit sortant d'une unité industrielle située sur le territoire français peut justifier de la marque bois français dans la mesure où ses approvisionnements (simples ou multiples) portent eux-mêmes la marque « Bois Français ».



Les règles détaillées dans le référentiel techniques « Transformation & Fabrication » fixent sous quelles conditions un produit bois ou à base de bois peut bénéficier de la marque.

Un professionnel « Mise en œuvre et Utilisation » trouvera sur le marché des produits qui bénéficient de la marque « bois français » et, par son propre engagement dans la marque, il pourra les mettre en œuvre et le faire savoir.

3.3 Mise en œuvre opérationnelle

Grâce à l'engagement des acteurs « transformation & fabrication » et « Distribution & commerce » à respecter des engagements techniques de la marque, des produits marqués « Bois français » sont disponibles sur le marché.

Afin de pouvoir valoriser cet engagement de mettre en avant l'origine et la transformation françaises du bois, le dispositif de marque prévoit d'associer tout acteur ayant un pouvoir de décision ou d'opinion pour encourager l'utilisation de ces produits « Bois français ».

En adhérant à l'association « Préférez le bois français » en tant qu'acteur « Mise en œuvre & Utilisation » de ces produits, une entreprise ou une organisation s'engage à contribuer au développement de la marque et à l'emploi de ses produits.

Cette contribution vise à :

- » Communiquer sur la marque et ses valeurs
- » Faire connaître à l'association « Préférez le bois français » les projets et réalisations pour lesquelles il a pu mettre en œuvre des produits « Bois français ».
- » Encourager l'emploi de produits « bois français » en intervenant directement auprès de sa clientèle.

Plus particulièrement, sur ce dernier point, l'adhérent « Mise en œuvre et utilisation » s'engage ainsi à proposer à tout ou partie de sa clientèle, lorsque l'offre disponible le permet, une proposition mettant en œuvre des produits « Bois français ». Pour connaître l'offre disponible, il peut se rendre sur la plateforme www.bois-francais.fr sur laquelle il trouvera toutes les références de

produits « bois français » et il pourra rentrer en contact avec les adhérents « Transformation et Fabrication » ou « Distribution et Commerce ».

Les engagements pris pour la « mise en œuvre et l'utilisation » de produits « Bois Français » s'inscriront dans une démarche de progrès au fil des renouvellements de leur adhésion pour une montée en puissance de leur contribution et de leur implication dans la vie de l'association « préférez le bois français » et de la marque « Bois français ».

3.4 Cas particulier des adhérents multi-sites et multi-activité

Un adhérent peut avoir plusieurs sites de travail (multi-sites) avec des activités plus ou moins distinctes (multi-activités). Il est libre de définir le périmètre de son adhésion c'est-à-dire d'adhérer globalement à la démarche pour l'ensemble de ses sites et activités ou bien de faire des demandes d'adhésion spécifiques par site et/ou par activité.

Ainsi, dans le cas de multi-sites, c'est le professionnel qui choisira la meilleure solution en fonction de son organisation propre.

Selon le cas pour les multi-activités, ils seront soumis à un ou plusieurs référentiels selon les activités couvertes. Là encore, il sera possible pour les groupes intégrés de n'avoir qu'un n° de licencié bien que dépendant de plusieurs référentiels. Toute la procédure d'enregistrement et de contrôle sera également globalisée dans cette hypothèse.

3.5 Procédure interne de traçabilité des produits

Aucun cadre formel n'est imposé aux acteurs « Mise en œuvre & Utilisation » pour assurer la traçabilité interne des produits « Bois français » et la garantie du respect de l'ensemble des exigences du référentiel. Charge à l'acteur qui met en œuvre les solutions bois chez son client (B to B ou B to C) d'assurer la traçabilité des produits qu'il a acheté estampillés « Bois français ». Cette information est, en effet, obligatoirement mentionnée sur les bons de livraison et les factures de ses fournisseurs adhérents « Bois français » et devra être ré-introduite dans son système d'information afin de garantir que les mentions commerciales et les devis commerciaux proposés n'induisent pas en erreur ses clients (acheteurs de solutions bois « Bois français »).

En tout état de cause, son système d'information devra être en mesure de faire le lien entre les produits bois utilisés sur un chantier et les lots achetés à cet effet.

Il lui incombe donc de faire les adaptations nécessaires pour que son système d'information puisse le faire ou bien d'organiser une séparation physique des lots. Dans ce cas, pour que les différents produits/matières premières « Bois Français » « bois français attesté » puissent rester identifiables tout au long du procédé de mise en œuvre, y compris pendant le stockage et le chantier de montage, il convient de procéder comme suit :

- » la séparation physique en termes d'espace dédié au stockage ou ;
- » la séparation physique en termes de temps ou ;
- » l'identification claire des produits/matière premières « Bois français » au cours du procédé ou ;
- » tout autre système vérifiable et imaginé par l'entreprise.

A l'image de ce qui est fait pour la démarche PEFC et/ou le marquage CE, une adaptation du système d'information serait le moyen le plus simple et le plus efficace pour assurer la traçabilité des lots.

Grâce au numéro de licence indiqué sur la documentation associée à la vente des produits « Bois Français », et en se rendant sur la base de données www.bois-français.fr, l'acteur « Mise en œuvre et utilisation » est en mesure de vérifier:

- Pour leur fournisseur acteur « Transformation & Fabrication » :
 - o l'adhésion effective de l'entreprise à l'association PBF
 - o l'enregistrement du produit vendu comme bénéficiant de la marque
- Pour leur fournisseur acteur « Distribution & Commerce » :
 - o L'adhésion effective de l'entreprise à l'association PBF (et donc son engagement à assurer la traçabilité des produits « Bois français » dans son entreprise)

4. PROCEDURES D'ADHESION ET D'ENREGISTREMENT

4.1 La première demande

Pour pouvoir bénéficier de la marque « bois français » pour tout ou partie de ses produits, un acteur « Mise en œuvre & Utilisation » doit :

- » remplir un formulaire d'adhésion à l'Association « Préférez le bois français », (*voir en annexe*)
- » s'engager dans une démarche de progrès en se fixant des objectifs annuels pour contribuer au développement de la marque
- » s'engager à respecter la charte de l'adhérent (*voir en annexe*) qui porte notamment sur :
 - le respect de la marque et de ses valeurs
 - l'acceptation de l'utilisation de certaines de ses informations à des fins statistiques et de leur publication sur www.bois-francais.fr.
 - l'acceptation des contrôles effectués dans le cadre de son adhésion à la marque
 - s'acquitter des frais d'ouverture de dossier selon le barème en vigueur

Toutes ces démarches se font en ligne (sous forme de scans pour les pièces justificatives et la charte). La confidentialité des informations personnelles est garantie dans le respect de la charte de la CNIL.

4.1.1 Instruction de la demande

Une fois ce dossier de première demande complet, l'association l'instruit dans les meilleurs délais.

L'instruction, consiste pour l'association à vérifier a priori la véracité et la cohérence des informations transmises :

- » que le déclarant a bien une existence légale ;
- » que le candidat a identifié des fournisseurs « Bois français » lui permettant de pouvoir mettre en œuvre ces produits
- » que les objectifs de progression fixés sont suffisants et crédibles

Si elle le juge nécessaire, l'association peut demander des informations complémentaires au candidat à l'adhésion.

4.1.2 Validation de l'adhésion

Lorsque l'adhésion est techniquement validée, l'association en informe le candidat. Elle joint une facture pour le paiement du solde de sa redevance de marque (redevance totale annuelle – frais de dossier).

L'adhésion est définitivement acquise lorsque la totalité de la redevance de marque est versée.

L'association transmet alors au candidat :

- » l'identifiant pour accéder à son compte sur la plateforme internet,
- » sa licence de marque (n° personnalisé),
- » son logo,
- » la documentation diverse sur la marque

Si l'adhésion est rejetée, l'association motive ce refus au candidat et l'invite à tenir compte de ces remarques puis à reposer sa candidature. Un refus d'adhésion ne donne pas droit au remboursement des frais de dossier déjà versés.

4.2 Le renouvellement de l'adhésion

Le renouvellement de l'adhésion est annuel, il s'effectue à condition que l'adhérent :

- » soit à jour de sa déclaration annuelle
- » se fixe des nouveaux objectifs pour l'année à venir
- » s'acquitte de la totalité de sa redevance de marque pour la période à venir

La déclaration annuelle (activité réalisée)

L'adhérent revient annuellement sur les objectifs qu'il s'est fixé un an plus tôt dans le cadre de sa démarche de progrès. Il évalue et justifie dans quelle mesure il a atteint ces objectifs.

Il fait remonter des informations sur les réalisations et projets dans lesquels il aura mis en œuvre des produits « Bois français » au cours de l'exercice passé. Il le fait selon le niveau de détails prévu à cet effet sur le site de l'association dans son espace sécurisé). Cette déclaration est absolument nécessaire à des fins promotionnelles et statistiques.

Voir en annexe : le formulaire de la déclaration annuelle « bois français ».

En regard de l'activité réalisée, l'adhérent se fixe de nouveaux objectifs pour l'année à venir.

Si la déclaration annuelle de l'adhérent présente des incohérences, l'association pourra décider de l'intégrer au plan de contrôle de l'année en cours ou à venir. (Par exemple si les objectifs ne sont jamais atteints et/ou si aucun projet n'est remonté...)

Une fois ces étapes réalisées, l'adhésion est reconduite pour une année ainsi que la licence de marque correspondante. Les données et droits de l'adhérent sont mises à jour en conséquence.

4.3 Suspension de l'adhésion et démission

Une adhésion non renouvelée dans un délai de 6 mois est considérée comme une démission. Durant cette période, l'adhésion est suspendue, c'est-à-dire que l'adhérent dispose toujours d'un accès à son compte mais son activité d'adhérent n'est plus publiée.

Durant cette période, le renouvellement doit être effectué selon la procédure définie précédemment sans que cela ne modifie la date anniversaire de l'adhésion initiale. L'adhérent doit cependant s'acquitter de sa redevance de marque pour la totalité de l'exercice.

Les adhérents démissionnaires sont informés du changement de leur statut et de ses conséquences :

- » L'accès à l'ensemble des services de l'association est suspendu
- » Le démissionnaire perd tout droit d'utiliser la marque
- » en cas de renouvellement ultérieur, il perdra l'antériorité de son droit de licence (modification de son logo personnalisé intégrant son n° de licence) et devra suivre la procédure de première demande d'adhésion donnée ci-dessus. Au-delà d'une durée de suspension supérieure à 1 an, un contrôle sur site sera automatiquement déclenché dans le cadre du plan de contrôle annuel (notamment pour vérifier l'utilisation de la marque pendant la période d'interruption).

4.4 Résiliation volontaire

Un adhérent peut résilier volontairement son adhésion. Pour cela, il peut :

- » Tout simplement, ne pas renouveler son adhésion
- » Ou, en cours d'adhésion, faire une demande de résiliation, par courrier recommandé auprès de l'association.

L'entreprise ne dispose plus de droits pour l'utilisation de la marque et du logo associé et l'accès à l'ensemble des services est supprimé.

4.5 Radiation et recours

Un adhérent peut être radié dans les cas suivants :

- » Cessation d'activité
- » Refus de réaliser un contrôle
- » Non-respect de ses engagements constaté lors de contrôle

L'association décide des cas de radiation suivant les modalités définies dans son règlement interne. L'adhérent radié est informé du changement de son statut et de ses conséquences (droits d'utilisation de la marque, publication des informations, redevance de marque non remboursée etc...).

L'adhérent radié peut déposer un recours auprès de l'association dans un délai raisonnable (1 mois maximum) durant lequel son adhésion est alors considérée comme suspendue. Dans ce recours, l'adhérent radié devra apporter les preuves qu'il respecte bien les exigences de la marque et que l'appréciation de l'association ayant conduit à sa radiation était fondée sur des informations erronées. Son recours sera examiné par l'association. Sur la base des informations transmises, le bureau confirmera ou annulera la radiation de l'entreprise dans un délai d'1 mois maximum.

4.6 Publication des données de l'adhérent

Les données suivantes concernant les licenciés sont publiées en ligne sur le site Internet www.bois-français.fr :

- » L'identité et les coordonnées des licenciés
- » La description des réalisations et projets dans lequel des produits « bois français » auront été mis en œuvre et sélectionnés car exemplaires.
- » Les témoignages des structures engagées

Ces informations doivent permettre à toute personne de trouver un fournisseur de produits marqués dans un secteur géographique donné.

5. LES REGLES D'UTILISATION DE LA MARQUE

5.1 La marque « Bois Français » et le logo associé

5.1.1 La marque et le logo associé

La marque n° 15 4 434 941 communément appelée « Bois français » est déposée auprès de l'INPI sous la forme :



La marque « bois français » porte tant sur l'origine de la matière première à base de bois utilisée dans les produits finis que sur le lieu de fabrication et d'assemblage de ces produits.

5.1.2 Propriété de la marque bois français et du logo associé

La marque « Bois français » est enregistrée en tant que propriété de la FNB, et son logo associé est un matériel protégé par copyright. Toute utilisation non autorisée de ce matériel est interdite et peut conduire à une action juridique.

La FNB confie à l'association « Préférez le bois français » la gestion et l'administration de cette marque.

5.1.3 Droits d'utilisation de la marque « Bois Français »

La marque « Bois Français » doit être utilisée dans le cadre d'une licence d'utilisation de la marque délivrée par l'association « Préférez le bois français ». Pour les acteurs « Mise en œuvre et utilisation », cette licence est délivrée pour l'ensemble de leur activité. Un numéro de licence individuel est attribué à chaque entreprise adhérente.

5.2 Règles d'utilisation de la marque

Chaque adhérent « Mise en œuvre et Utilisation » à l'association PBF bénéficie d'une licence d'utilisation de la marque pour l'ensemble de son activité. Chaque adhérent bénéficiant d'une licence est enregistré sous un numéro de licence qui lui est propre. En contrepartie, il s'engage à respecter les règles générales et les règles spécifiques d'utilisation de la marque données ci-dessous.

5.2.1 Règles générales

Toute utilisation de la marque doit être loyale et non trompeuse. En particulier, elle ne doit pas générer de confusion sur la labellisation effective des produits et l'origine du bois les composants.

Les bénéficiaires d'une licence de marque ne peuvent l'utiliser que pendant la période de validité de cette licence.

Les bénéficiaires d'une licence de marque doit diffuser sa licence en cas de demande.

Pendant la période de validité de sa licence et après son expiration, le bénéficiaire ne prétend à aucun droit de propriété intellectuelle sur la marque et son logo associé.

Le bénéficiaire est tenu de respecter ses engagements techniques pris dans le cadre de ce référentiel.

En cas de fusion ou de cession, le transfert de la licence de la marque est soumis à l'approbation de l'association « Préférez le bois français ».

La marque « Bois français » est incessible et insaisissable. Elle ne saurait faire l'objet d'aucune exécution forcée.

5.2.2 Utilisation en lien avec les produits

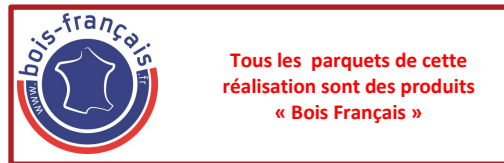
Les acteurs « Mise en œuvre et Utilisation » ne peuvent pas apposer la marque sur des produits.

Les produits enregistrés auprès de l'association PBF comme bénéficiant de la marque « Bois Français » sont identifiés par les acteurs « Transformation & Fabrication » et « Distribution & Commerce » de façon distincte des autres produits sur la documentation associée au produit et éventuellement sur le produit lui-même.

Dans le cadre de leur activité et de leur engagement au sein de la marque, si les acteurs « Mise en œuvre et utilisation » mettent en œuvre et utilisent des

produits « Bois Français », ils pourront le faire savoir. Ils utiliseront alors le logo avec une mention précisant le(s) produit(s) effectivement « Bois Français ».

Exemple



Les adhérents utilisant ces logos devront pouvoir apporter la preuve de la labellisation effective des produits « Bois Français » en cas de contrôle. Ils conserveront les éléments de preuve de leurs achats portant effectivement les mentions « Bois Français » (Cf. règles d'utilisation de la marque pour les acteurs spécifiques).

5.2.3 Communication générique (hors lien à un produit identifié)

Pour une communication en dehors de tout lien avec le produit, et pour toutes les communications génériques / institutionnelles, un adhérent peut faire valoir son adhésion et son soutien au dispositif « Bois Français ». Pour cela il doit utiliser le logo associé à une mention n'entraînant aucune confusion quant à ce qui fait l'objet de l'apposition de la marque.

Cette utilisation peut, par exemple, être envisagée pour :

- » véhiculer et porter les valeurs de la marque ;
- » communiquer sur son engagement propre en tant qu'adhérent ;

L'utilisation du logo et des mentions associées peut alors se faire sur divers supports comme :

- » Pages web d'entreprise ;
- » Documentation de présentation ;
- » Véhicules commerciaux et de livraison

Exemple



5.2.4 Règles graphiques d'utilisation

L'utilisation de la marque respecte la charte graphique définie et faisant l'objet d'un document spécifique.

Dans toutes ses utilisations, la marque « bois français » doit être respectée dans son intégralité, ainsi que les mentions ad'hoc autorisées (couleurs, textes, proportions...).

Le texte principal « bois-français » doit rester lisible.

6. LES CONTROLES

Les valeurs de l'association sont «ouverture, indépendance, confiance, progrès, crédibilité».

La **confiance** dans le comportement de ses adhérents ne dispense cependant pas l'Association de mettre en place toute une chaîne de contrôle pour garantir la **crédibilité** de la marque auprès des utilisateurs finaux. En effet, en cas de manquements sur ces points, c'est toute la communauté des adhérents qui en pâtirait.

6.1 Les contrôles

En adhérant à l'Association « Préférez le bois français », les acteurs « Mise en œuvre & Utilisation » acceptent de se faire contrôler selon la procédure décrite ci-dessous. D'une façon générale, les contrôles permettent de vérifier le respect des engagements de l'adhérent.

6.1.1 Vérification préalable à toute adhésion

A l'occasion d'une inscription (première demande d'adhésion), l'association réalise des vérifications préalables telles que prévues dans la procédure de demande d'adhésion et le règlement interne de l'association.

6.1.2 Le plan de contrôle annuel

Tous les ans, l'association lance des contrôles chez des adhérents « Mise en œuvre & Utilisation » bénéficiant de la marque depuis plus d'un an.

Pour constituer cet échantillonnage, elle intègre les adhérents :

- pour lesquels des informations basées sur des faits avérés et pointant des manquements potentiels ont été relevées,
- pour lesquels une incohérence sur les déclarations annuelles ont été relevées,
- qui ré-adhèrent après une période d'interruption supérieure à un an,
- pour le reste, par un tirage au sort.

Les contrôles sur site ont pour objectif de :

- contrôler la fiabilité des procédures internes (s'assurer qu'un lot valorisé « Bois français » auprès de la clientèle l'est forcément compte tenu de l'organisation interne sur le plan physique et informatique) ;
- vérifier la réalité des déclarations. Ils porteront sur la vérification de l'origine des produits (entrants, sortants, encours d'utilisation) et sur les systèmes de mesure (étalonnage, fiabilité des extractions des systèmes d'informations, ...).

L'association prend en charge la réalisation de ces contrôles

6.1.3 Contrôle de traçabilité ascendante

De plus, l'association lance des contrôles sur la provenance de produits au plus près des utilisateurs finaux afin de remonter intégralement la filière. A ce titre les adhérents concernés seront amenés à fournir les factures d'achat et de vente des produits sélectionnés. Ces vérifications se font sur une base documentaire suivant la demande de l'association.

6.2 Non-conformités et sanctions

Le contrôle d'adhérent peut conclure à :

- Une non-conformité rédhibitoire : non-conformité grave, portant atteinte à la marque et ne pouvant être réparée et/ou volonté délibérée de détourner la marque
- Un ajustement nécessaire

L'organisme de contrôle établit la liste des écarts. Il en fait la synthèse dans le bilan transmis à l'association.

Pour chaque ajustement nécessaire, l'adhérent propose une action corrective à l'organisme de contrôle, avec un délai de réalisation ne dépassant pas 1 an. L'organisme de contrôle s'assure du suivi de la mise en œuvre des actions correctives et en tient informé l'association.

6.2.1 Sanctions

Pour les ajustements requis, si les actions correctives ne sont pas mises en œuvre par l'adhérent dans l'année qui suit le contrôle, l'association radie l'adhérent.

Dans le cas de non-conformités rédhibitoires, l'adhérent sera radié immédiatement.

Annexes

FORMULAIRE D'ADHESION (PREMIERE DEMANDE ET RENOUVELLEMENT)

1.1 Informations sur la société de l'adhérent

Identité

- Nom
- Adresse / coordonnées siège
- N° SIRET
- Site web
- Description de l'activité de l'ensemble de l'entreprise
- CA global
- Activité(s) concernée(s) par la demande (Tout ou partie à définir)
-

Site(s) ou Etablissement(s) concernés (préciser si multiples) concernés par la demande

- o Adresse
- o Téléphone / Fax
- o Mail du site de production

Contacts

- Dirigeant de l'entreprise
 - o Nom, Prénom
 - o Localisation (site)
 - o Téléphone portable + mail professionnel du dirigeant (pas contact@xxx.fr)
- Contact référent sur le dossier « Bois français » (si différent du dirigeant)
 - o Nom, Prénom,
 - o Localisation (site)
 - o Fonction,
 - o Tel + Mail

1.2 Informations sur les approvisionnements

- Identification au moins 1 fournisseur « Bois français » dans la liste des entreprises adhérentes.
Pour le renouvellement : déclarer les achats de bois « Bois Français » sur la dernière période.

1.3 Les objectifs de progression

- Objectifs de communication général
- Objectif d'achat bois français
- Objectifs de valorisation clientèle
 - o Nombre de devis « bois français » proposé / accepté
- Objectifs de réalisation mettant en œuvre des produits « bois français »
Nb de réalisation

LA CHARTE DE L'ADHERENT « BOIS FRANÇAIS »

Sur feuille à en-tête de l'entreprise XXX

LA CHARTE DE L'ADHERENT « BOIS FRANÇAIS »

Je soussigné, M. ou Mme Untel, dirigeant de l'entreprise XXX, m'engage, en tant qu'adhérent à l'Association « Préférez le bois français » et bénéficiaire de la marque « Bois français » à :

- porter les valeurs de la marque (ouverture, confiance, progrès, crédibilité) ;
- respecter les promesses de la marque (du bois d'origine française transformé en France) ;
- respecter les exigences requises indiquées dans le(s) référentiels d'adhérents concernant les activités pour lesquels j'adhère.

A cet effet, j'accepte :

- de procéder, avec toute la diligence voulue, à mes déclarations annuelles d'activité ;
- de subir des contrôles de mon activité en regard de mes engagements et les décisions qui en résulteront;
- de m'engager dans une démarche de progrès collectif pour améliorer de façon continue le dispositif ;
- que les informations issues de mes déclarations annuelles puissent être compilées et diffusées afin de faire ressortir des statistiques globales du dispositif « Bois français » selon les règles de la CNIL (aucune information personnelle ne pourra être diffusées).

Lieu

Date

Nom de l'entreprise

Nom du dirigeant signataire

« Bon pour engagement à respecter la charte de l'adhérent « Bois français »

Cachet de l'entreprise