



# Référentiel de l'adhérent

## « Exploitation, Transformation et Fabrication »

*Engagements à prendre et règles à respecter pour l'utilisation de la marque par les 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. Exploitation forestière, sciage, trituration, seconde transformation, fabrication d'emballage, énergie, fabrication d'objets manufacturés ....*

### **Association Préférez le bois français**

Document validé par le bureau du 24 février 2017

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

6 rue François 1er  
75008 Paris

[www.bois-francais.fr](http://www.bois-francais.fr)  
[info@bois-francais.fr](mailto:info@bois-francais.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 Transformation et la Fabrication	8
3.1	Pré-requis	8
3.2	Les exigences de la marque « bois français »	8
3.3	La logique sous-jacente	9
3.4	Mise en œuvre opérationnelle	10
3.5	Cas particuliers	13
3.6	Procédure interne de traçabilité des produits	14
4.	Procédures d'adhésion et d'enregistrement	15
4.1	La première demande	15
4.2	Modification du champ d'activité bénéficiant d'une licence de marque	17
4.3	Le renouvellement de l'adhésion	17
4.4	Suspension de l'adhésion et démission	18
4.5	Résiliation volontaire	19
4.6	Radiation et recours	19
4.7	Publication des données de l'adhérent	19
5.	Les règles d'utilisation de la marque	20
5.1	La marque « Bois Français » et le logo associé	20
5.2	Règles d'utilisation de la marque	21

## Référentiel de l'adhérent « transformation et fabrication »

---

6. Les contrôles _____	24
6.1 Les contrôles _____	24
6.2 Non-conformités et sanctions _____	27
Formulaire d'adhésion _____	31
La charte de l'adhérent « Bois français » _____	33
L'attestation de provenance _____	34

# 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 m<sup>3</sup>) 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 4 234 941 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](http://www.bois-francais.fr). Elle est accessible par tout adhérent à l'association munis de leurs identifiant et code d'accès.

Les adhérents accéderont 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 adhérés, mais ne pourront valoriser la marque que sur celles-ci.

## 3. LES ENGAGEMENTS POUR LA TRANSFORMATION ET LA FABRICATION

Ces engagements techniques s'appliquent aux produits et aux règles d'utilisation de la marque pour les acteurs industriels de la filière forêt-bois qui va de l'exploitation forestière à la transformation finale en passant par la scierie et la seconde transformation. Nous retrouvons donc ici toute la gamme d'activités pour fabriquer les produits demandés par les divers marchés.

### 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 :

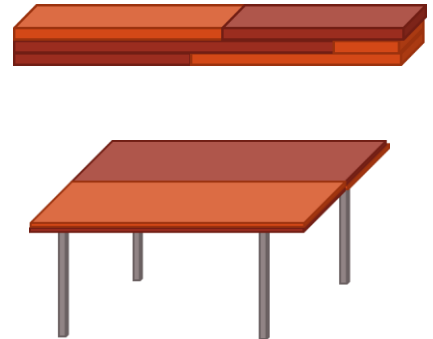
- » le bois utilisé ou composant le produit sont issus de ressource forestière française ;
- » la transformation et l'assemblage sont réalisés en France.

Il convient de distinguer les types des produits bois :

- » les **produits simples**, constitués d'une seule pièce de bois massif (et donc qui proviennent d'une seule source),



- » les **produits composés**, à partir de plusieurs pièces de bois (et donc potentiellement issus de plusieurs provenances) ;
- » les **produits manufacturés élaborés**, ceux issus d'assemblages de produits simples et/ou composés ainsi que d'autres matériaux comme les chaises, les fenêtres...



On pourra rassembler sous la même identification « produit », une gamme de produits dont :

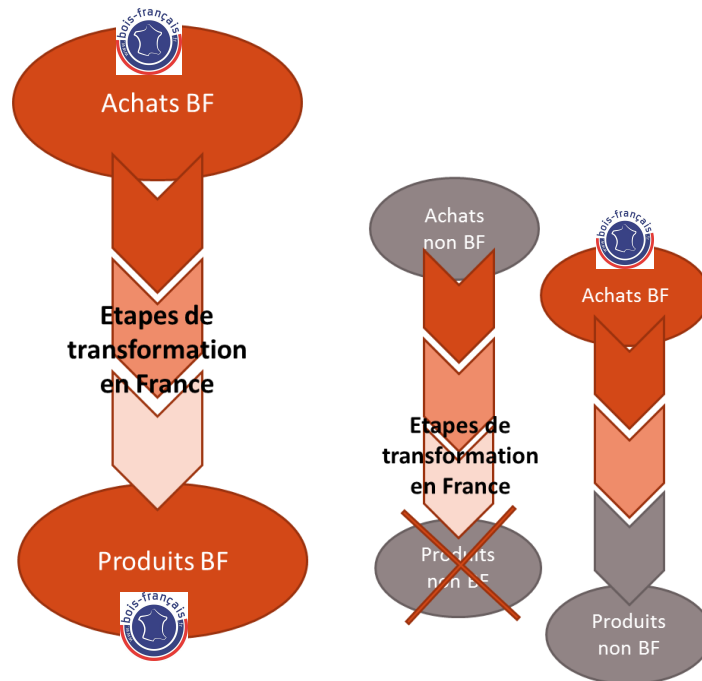
- » la composition bois (en termes d'essence) est identique et
- » le processus de fabrication (en dehors des finitions, le traitement, la peinture, le profilage...) est similaire

*Exemple : Des avivés de chêne, quel que soit leur dimension ou leurs finitions peuvent ainsi être considérés comme un même produit.*

*Une table dont le plateau peut être en hêtre ou en chêne sera considérée comme 2 produits différents.*

### 3.3 La logique sous-jacente

Pour sa partie bois, un produit sortant d'une unité industrielle située sur le territoire français peut justifier de la marque bois français dans la mesure où les approvisionnements (simples ou multiples) rentrant dans la composition bois du produit portent eux-mêmes la marque « bois français ».



## 3.4 Mise en œuvre opérationnelle

### 3.4.1 Définition des provenances « Bois Français »

Sont considérés comme des bois français tous les bois issus de massifs forestiers situés sur le territoire national. L'extension géographique des massifs transfrontaliers est tolérée à condition qu'il y ait une continuité forestière et d'en avoir fait la demande préalable (à la première adhésion) argumentée soumise à validation de l'association.

### 3.4.2 La période de transition

Tous les fournisseurs de l'adhérent ne pourront pas forcément procurer immédiatement cette preuve (s'ils n'ont pas encore fait la démarche d'adhésion à l'Association par exemple), ainsi une période de transition de 2 ans est prévue à compter de date d'émission de la première licence de marque. Au cours de cette période, les fournisseurs concernés pourront délivrer une attestation de provenance « Bois français attesté » (voir contenu et modèle en annexe). Les adhérents pourront comptabiliser ces approvisionnements comme pouvant bénéficier de la marque « bois français ».

Cette période de transition a vocation à créer un mouvement d'ensemble pour que progressivement tous les fournisseurs réguliers des adhérents trouvent également leurs intérêts à entrer dans cette démarche qui doit conduire à structurer une offre complète de produits bois « Bois français » et à installer la marque dans le paysage.

**Cette attestation de provenance ne pourra, cependant, être délivrée que pour des produits forestiers** c'est à dire ceux pour lesquels la traçabilité jusqu'à la forêt est aisée.

Les produits bénéficiant de cette attestation de provenance, pendant la période transitoire, sont désignés « Bois français attesté » dans la suite du document.

### 3.4.3 Les tolérances spécifiques

Aucune tolérance portant sur le lieu de fabrication n'est accordé : le produit doit être intégralement transformé et fabriqué en France.

#### Les produits simples

Aucune tolérance n'est accordée sur la provenance du bois composant les produits simples : la pièce unique de bois qui les composent doit être issue de forêts françaises telles que définies au paragraphe 3.3.1

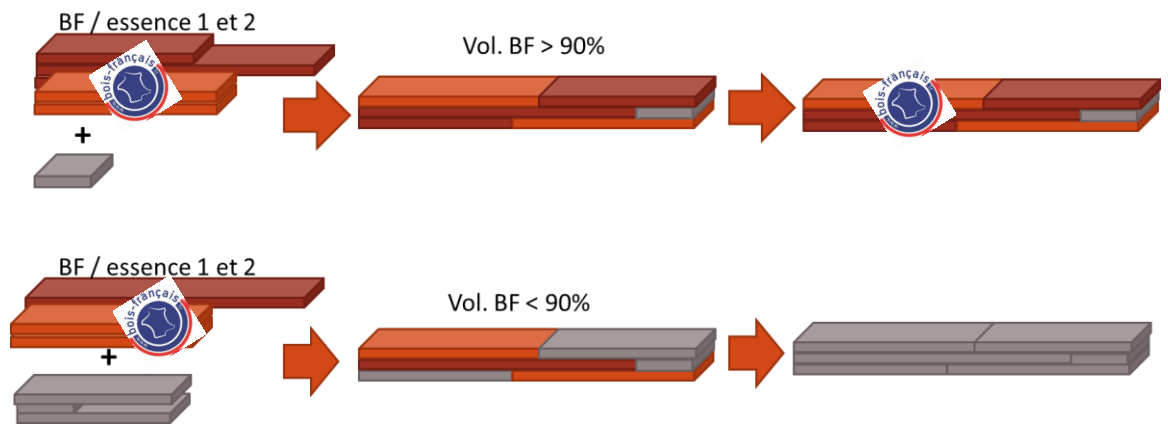
Pour pouvoir marquer un produit simple « Bois français », il s'agit d'être capable d'assurer, sans aucun doute possible que la matière première provient d'une source elle-même « Bois français » ou « Bois français attesté ».

#### Les produits composés et les produits manufacturés

Les produits composés et les produits manufacturés élaborés bénéficient d'une tolérance sur leur composition. En effet, leur imposer une obligation aussi draconienne risquerait finalement de rendre inapplicable le dispositif dans sa globalité.

Ainsi, en cas d'impossibilité de pouvoir s'approvisionner en produit marqué « Bois français » ou en produit bénéficiant d'une attestation « Bois français attesté » (voir paragraphe précédent) pour un élément particulier d'un produit bois composé, des seuils de tolérance sont acceptés à condition que cela reste marginal par rapport aux composants principaux.

**Le seuil de tolérance de provenance « non déterminée » est fixé à 10% de la matière première bois entrante dans la composition d'un produit bois** composé ou manufacturé, **et ce par lot**. Une origine « non déterminée » peut signifier qu'on ne dispose pas de l'information, ou bien qu'on ne dispose pas de l'attestation provisoire de provenance ou bien que cela provient de l'étranger.



Ainsi un produit bois composé, fabriqué en France et pouvant prouver l'origine française de plus de 90% de la matière première bois rentrant dans sa composition pourra bénéficier de la marque. Le dispositif fonctionne en cascade ensuite tout au long de la chaîne de fabrication.

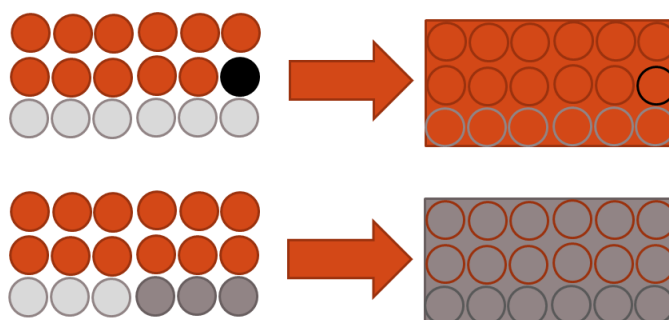
**Ce critère de 10% sera apprécié à l'unité de mesure (tonne, au m3, au m2, ...) communément utilisé pour ce type de produit** par la profession concernée afin de pouvoir en apprécier directement le % sur la base du système d'information existant dans l'entreprise en question.

**Cette tolérance est considérée par lot** et non en moyenne glissante – chaque lot doit être conforme et non 90% des lots sur une période donnée. Charge à l'industriel d'organiser sa traçabilité en conséquence.

Les seules exceptions acceptables concernent les produits connexes de scieries en général et la fabrication de granulés de bois en particulier compte tenu des stockages vrac voire de mélanges de matières premières nécessaires rendant impossible le suivi exact de la traçabilité d'origine. Il est alors accepté de raisonner en moyenne glissante par mois et non par lot (donc maximum 10% d'intrants non « Bois français » dans la fabrication du mois).

### Produits utilisant des bois recyclés

Pour les produits utilisant du bois recyclé, cette tolérance de 10% s'applique uniquement sur la part « non recyclée » du produit. Quant à la part recyclée, elle doit provenir en totalité d'une unité de recyclage de production de produits recyclés, située sur le territoire français. Les produits bois contenant du bois recyclé importé ne peuvent donc pas bénéficier de la marque. Autrement dit, un produit en fin de vie, sauf s'il est acheté auprès d'une entreprise de recyclage étrangère est présumé « Bois Français ».



Matière recyclée France
  Matière recyclée Autre
  Mat. 1er BF
  Mat. 1ère Autre

Ex : un panneau de particules dont la recette contient 40% de bois recyclés produits en France ne pourra pas contenir plus de 6% (60% x 10%) de matière bois à l'origine non déterminée pour pouvoir bénéficier de la marque « bois français »).

### 3.5 Cas particuliers

#### 3.5.1 Activité d'exploitation forestière

Il s'agit notamment des exploitants forestiers, des coopératives forestières, des entreprises de travaux forestiers (ETF) et de certains propriétaires forestiers pour leur activité régulière de vente de bois forestier ...

Ces acteurs, pour leur activité de vente de bois forestier marqués « Bois Français », doivent être en mesure de justifier de la provenance géographique de l'intégralité de leurs achats correspondants (leurs factures d'achat, constituant les preuves, devront mentionner la localisation précise de la forêt d'origine de ces bois). Par conséquent, tout achat ne répondant pas à la définition du « Bois Français » devra être identifié et séparé et ne pourra, dans aucun cas, bénéficier de la marque « Bois Français » lors de sa vente.

NB : les propriétaires réalisant occasionnellement des ventes de bois bord de route, peuvent signer une attestation de provenance fournie par l'acheteur.

#### 3.5.2 Adhérents multi-sites

Un adhérent peut avoir plusieurs sites de production (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 (ex : un acteur possédant plusieurs scieries), c'est l'industriel qui choisira la meilleure solution en fonction de son organisation propre (ex : adhésion globale pour groupe intégré avec des sites de production ou adhésion par sites pour une fédération de PME relativement autonome).

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.

Dans le cas d'une entreprise française ayant un site de production à l'étranger, celui-ci ne pourra pas être intégré à la demande d'adhésion : tout produit sortant de ce site non français ne pourra donc pas bénéficier de la marque « Bois Français ».

### **3.6 Procédure interne de traçabilité des produits**

Aucun cadre formel n'est imposé aux acteurs « Transformation & Distribution » pour assurer la traçabilité interne des produits « Bois français » et la garantie du respect de l'ensemble des exigences du référentiel. C'est à chacun d'eux d'apprécier si leur système d'information peut garantir une traçabilité sans faille des produits « Bois français ».

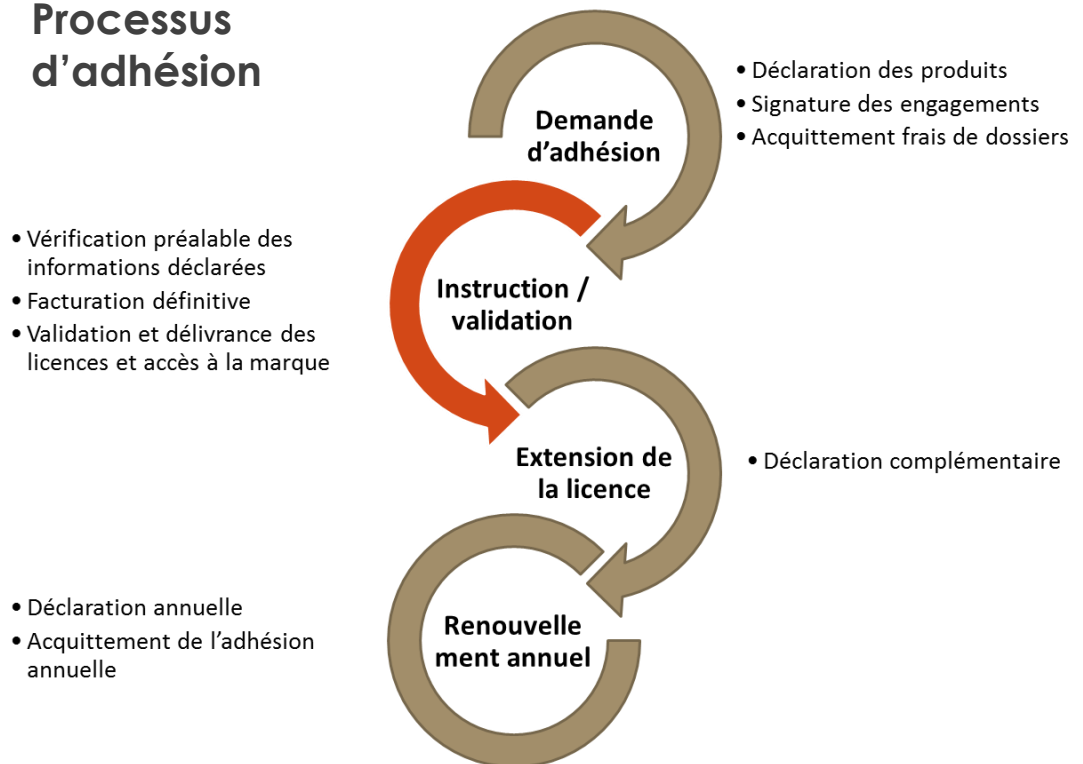
A défaut, charge à eux de faire les modifications nécessaires pour que leur système d'information puisse le faire ou bien d'organiser une séparation physique des lots. Dans ce cas, pour que les différents produits/matières premières « Bois français » ou « bois français attesté » puissent rester identifiables tout au long du procédé de production/commercialisation, y compris pendant le stockage, il convient de procéder comme suit :

- » la séparation physique en termes d'espace dédié à la production ou au stockage ou ;
- » la séparation physique en termes de temps ou ;
- » l'identification claire des produits/matière premières « Bois français » ou attestés « bois français attesté » 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.

## 4. PROCEDURES D'ADHESION ET D'ENREGISTREMENT

### Processus d'adhésion



### 4.1 La première demande

Pour pouvoir bénéficier de la marque « bois français » pour tout ou partie de ses produits, un acteur industriel du bois doit :

- » remplir un formulaire d'adhésion à l'Association « Préférez le bois français », dans lequel il déclare les produits dont il souhaite faire bénéficier la marque « Bois français » (voir en annexe)
- » joindre les pièces justificatives demandées
- » 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](http://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 transforme/utilise bien du bois portant la marque « Bois français » et/ou attesté « Bois français prouvé » et
- » qu'il s'est donné les moyens d'assurer la traçabilité en interne de ces produits.

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, (voir ci-dessous)
- » 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 Modification du champ d'activité bénéficiant d'une licence de marque**

Un adhérent déjà enregistré pour une partie de son activité, peut souhaiter étendre le champ d'application de sa licence. Il en fait la demande depuis son compte adhérent de la plateforme internet [www.bois-français.fr](http://www.bois-français.fr) et en utilisant le module créé à cet effet. L'adhérent y complète la liste de ses produits éligibles à la marque et pour lesquels il souhaite bénéficier de celle-ci. Pour chacun de ces produits, il fournit les mêmes informations que lors de sa première demande.

Une fois l'extension validée, l'association s'assure que les modifications sont correctement effectuées dans la base de données et pour ce qui concerne la licence de marque. L'extension d'une licence n'impacte pas la date anniversaire de l'adhésion. En conséquence, tout complément éventuel de redevance de marque sera du pour un exercice complet et le renouvellement continuera à s'effectuer à la date anniversaire.

A tout moment, une entreprise peut restreindre le champ d'application de sa licence en cours d'adhésion. Il ne pourra y avoir aucun remboursement des redevances de marque déjà versées. De la même façon que pour une extension de licence, l'association s'assure alors de la mise à jour des données internes et de l'adaptation de la licence de marque.

## **4.3 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 d'activité « Bois français »
- » s'acquitte de la totalité de sa redevance de marque pour la période à venir

### **La déclaration annuelle (activité réalisée)**

L'adhérent déclare annuellement sa production « Bois français » (en quantité/type de produits/chiffre d'affaires global). 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. L'information sur le chiffre d'affaires réalisé servira à calculer la redevance de l'année à venir.

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

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.

#### **Le renouvellement de l'adhésion (activité prévisionnelle)**

En regard de l'activité réalisée, l'adhérent doit préciser sur le même formulaire en ligne s'il prévoit étendre (ou restreindre) son activité « Bois français » (en produits et en volumes d'activité). Ces informations sont nécessaires pour adapter le champ d'application de sa licence de marque et le niveau de sa redevance de marque.

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.

### **4.4 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).

## **4.5 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.

## **4.6 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.

## **4.7 Publication des données de l'adhérent**

---

Les données suivantes concernant les licenciés sont publiées en ligne sur le site Internet [www.bois-français.fr](http://www.bois-français.fr) :

- » L'identité et les coordonnées des licenciés
- » La description des produits bénéficiant de la marque
- » 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 4 234 941 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 de la « Transformation & Fabrication », cette licence est délivrée pour une liste donnée de produits ou gammes de produits et identifiées. Une

entreprise peut choisir de déclarer la totalité de sa production. Un numéro de licence individuel est attribué à chaque entreprise adhérente.

## **5.2 Règles d'utilisation de la marque**

Chaque adhérent ayant enregistré des produits auprès de l'association bénéficie d'une licence d'utilisation de la marque dont le champ d'application est défini lors de sa première adhésion. Chaque adhérent bénéficiant d'une licence est enregistré sous un numéro de licence qui lui est propre. Le champ d'application de chaque licence est mis à jour à chaque adhésion ou à chaque extension, sans effet sur le numéro de licence attribué à l'adhérent. 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 produits enregistrés auprès de l'association PBF comme bénéficiant de la marque « Bois Français », doivent être identifiés de façon distincte des autres produits.

La documentation associée aux produits (devis, factures, bons de livraison publicités, brochures, catalogues etc.) indiquera de façon obligatoire les



produits et références bénéficiant de la marque « Bois Français » par l'apposition du logo et/ou d'une mention spécifique.

Le lien entre la référence « Bois Français » figurant sur la facture et le produit livré doit être immédiat (n° de lot, de référence produit etc...), aucun doute possible ne doit persister.

*Exemple : Une facture devra préciser pour chacune des références si elle est « Bois français » ou non. Si tous les lots d'une même référence ne le sont pas forcément, il faudra faire deux lignes sur les documents administratifs (ou créer une nouvelle référence : une « Bois français », une autre pour le même produit non « Bois français » si cela est plus simple pour l'entreprise).*

Pour chaque vente « Bois Français », le vendeur indiquera sur les documents associés à la vente (factures, bons de livraison etc...) son numéro de licence « Bois Français ». Voir exemple ci-dessous.



Par ailleurs, le logo utilisé en lien avec un produit (ou une gamme de produits) peut être apposé directement sur le produit ou sur son emballage.

### 5.2.2.1 Cas des produits ou gammes de produits destinés aux acteurs « Distribution et Commerce »

Le marquage produits (et d'une façon générale les notions de marketing et de communication) intéresse tout particulièrement les acteurs « Distribution & Commerce ». Ces acteurs « Distribution & Commerce » sont intégrés dans le dispositif de marque. Afin de faciliter la traçabilité et la visibilité commerciale des produits « Bois Français » chez ces acteurs, le marquage devra être réalisé, lorsque c'est possible et justifié, à l'unité de vente consommateur (UVC).

### 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 ;

- » communiquer de façon institutionnelle pour un industriel très fortement impliqué dans la vente de produits sous licence « Bois français ».

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

- » Pages web d'entreprise ;
- » Documentation de présentation ;
- » Véhicules de transport (bâches de camion, voitures commerciales, ...).

*Exemple de mention :*

- « entreprise proposant une gamme de produits « Bois français » »
- « entreprise soutenant le « Bois Français » »

#### **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 industriels du bois 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 Contrôle initial et de suivi

La première année de leur adhésion, toutes les entreprises « Exploitation, Transformation & Fabrication » doivent faire réaliser un contrôle de leur activité « bois français ».

Ces entreprises devront ensuite réaliser :

- au moins 1 contrôle de suivi tous les 3 ans si elles adhèrent pour la totalité de leur production
- au moins 1 contrôle de suivi tous les 2 ans si elles adhèrent pour une partie seulement de leur production.

La fréquence de ces contrôles est précisée suivant le plan de contrôle défini par l'association.

### 6.1.3 Cas particuliers des multi-sites

La notion d'entreprise ici est liée à un numéro de licence peu importe le nombre de sites et d'activités concernées.

Lorsqu'il y a 3 sites et moins rattaché au numéro de licence à auditer : l'organisme de contrôle visite la totalité des sites et audite la totalité des activités bénéficiant de la marque.

Lorsqu'il y a 4 sites et plus rattachés au numéro de licence à auditer : l'organisme de contrôle audite  $\sqrt{n}$  sites (arrondis au nombre entier supérieur) chaque année pour la totalité des activités réalisées sur ces sites (n étant le nombre total de site d'activité) et ce jusqu'au contrôle de l'ensemble des sites. Dans ce cas, les entreprises ne peuvent être intégrées à un nouveau au plan de contrôle qu'après l'audit de l'ensemble des sites.

Par site, il faut comprendre site d'activité (unité de production, ...), le siège administratif n'est pas un site d'activités opérationnelles et ne doit pas être considéré dans le nombre « n ». Les OC devront apprécier selon les informations dont ils ont besoin pour mener leur audit, et selon où se trouvent ces informations, s'ils doivent se rendre également au siège.

Dans le cas d'une première adhésion d'une entreprise multi-sites (> à 4), il n'est pas nécessaire d'avoir audité l'intégralité des sites la première année mais simplement d'avoir enclenché le processus pluri-annuel de contrôle de tous les sites tel qu'indiqué ci-dessus.

### 6.1.4 Cas d'une entreprise contrôlée sur plusieurs référentiels

Il convient de bien distinguer l'audit de la partie « exploitation, transformation & fabrication » de celui de la partie « distribution & commerce » dans la mesure où ces 2 activités ne seront peut-être pas auditées en même temps la même année car les fréquences d'audit du référentiel ne sont pas les mêmes pour ces 2 activités. Par ailleurs, la gestion de ces activités n'est en général pas la même notamment au niveau de la traçabilité.

Une entreprise contrôlée pour plusieurs référentiels sera donc contrôlée de façon indépendante entre ses différentes activités.

### 6.1.5 Le plan de contrôle annuel

Tous les ans, l'association lance des contrôles chez au moins 1/3 des adhérents 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,
- n'ayant pas été contrôlées au cours de l'année précédente ou des 2 années précédentes selon qu'il s'agisse d'une entreprise devant être contrôlée respectivement tous les 2 ou 3 ans.
- pour le reste, par un tirage au sort parmi les adhérents n'ayant pas encore fait l'objet d'un contrôle sur les 3 précédentes années.

Les contrôles sur site ont pour objectif de :

- contrôler la fiabilité des procédures internes (s'assurer qu'un lot estampillé « Bois français » l'est forcément bien 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, en cours de production) et sur les systèmes de mesure (étalonnage, fiabilité des extractions des systèmes d'informations, cohérence par rapport aux diverses déclarations administratives...)
- vérifier la bonne utilisation de la marque pour l'ensemble de la communication (produit et générique)

L'association fournit aux entreprises concernées, la liste des organismes agréés pour réaliser ces contrôles. Les entreprises sont libres de choisir un de ces organismes et de programmer avec lui le contrôle (ils peuvent éventuellement le coupler avec un autre contrôle PEFC, Marquage CE ...).

Les frais liés aux contrôles sont entièrement à la charge des adhérents.

L'association est destinataire des bilans des contrôles, par le biais des organismes de contrôle.

### **6.1.6 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.

### **6.1.7 Durée des contrôles**

La durée d'un contrôle tient compte des critères suivants :

- Chiffre d'affaires couvert par la marque
- Complexité des produits bénéficiant de la marque (tel que défini dans les référentiels)

## Référentiel de l'adhérent « Transformation et fabrication »

- Délivrance d'autres marques de certification par l'OC
- L'obtention de la marque pour la totalité ou non de la production

	1	2	3	4
<b>Chiffre d'affaire</b>	CA < 2,5M€	2,5M€ < CA < 12,5 M€	12,5M€ < CA < 37,5M€	CA > 37,5M€
<b>Complexité des produits bénéficiant de la marque</b>	Il ne s'agit que de produits simples	Il y a au moins un produit composé	Il y a au moins un produit manufacturé élaboré	
<b>Autres marques délivrés par l'OC</b>	PEFC et/ou FSC à même périmètre	PEFC et/ou FSC sur un périmètre différent	Autre marque produit ou marquage CE (mutualisation de frais de déplacements)	Aucune

A chaque critère ci-dessus est associé un nombre de points. Le produit des points (P) permet de calculer la durée de l'audit :

Score (P)	Durée de l'audit pour les entreprises bénéficiant de la marque pour la totalité de leur production	Durée de l'audit pour les autres entreprises
<b>P ≤ 2</b>	1 heure	2 heures
<b>2 &lt; P ≤ 4</b>	1 heure	4 heures
<b>4 &lt; P ≤ 12</b>	2 heures	8 heures
<b>P ≥ 12</b>	4 heures	8 heures minimum

## 6.2 Non-conformités et sanctions

### 6.2.1 Les types de non-conformités

Le contrôle d'adhérent peut conclure à :

- » Une non-conformité majeure : un ou plusieurs point(s) essentiels du référentiel ne sont pas respectés et cela remet en question le respect des promesses de la marque (définies dans l'article 1.1 ci-dessus).
- » Une non-conformité mineure : un ou plusieurs point(s) du référentiel ne sont pas respectés sans remettre en question le respect des promesses de la marque.

### 6.2.2 Les actions correctives

Lors de la réunion de clôture du contrôle, les adhérents concernés par des non-conformités auront 10 jours pour présenter les actions correctives qu'ils comptent prendre et le délai de leur mise en œuvre (maximum de 3 mois après la réunion de clôture). L'OC émet un avis sur ces propositions (jugement positif/négatif de la pertinence) avant de transmettre le rapport d'audit à l'Association.

La levée des non-conformités (3 mois maximum après la réunion de clôture des contrôles), est donc faite par l'enregistrement et l'acceptation par l'OC de ces preuves de conformité avant transmission à l'Association pour archivage avec le rapport d'audit (il s'agit ici de prouver la véracité de la mise en œuvre à défaut de pouvoir en vérifier de façon certaine l'efficacité).

Le rapport d'audit à l'Association, comprend a minima les éléments suivants :

- pour les entreprises sans non-conformité : la simple mention « absence de non-conformité au référentiel »
- pour les entreprises présentant des non-conformités, il sera précisé pour chacune d'entre elles :
  - o le niveau de non-conformité (majeure, mineure)
  - o L'objet de la non conformité
  - o les références aux éléments de preuve pour les non-conformités majeures
  - o L'action corrective proposée et son délai
  - o L'évaluation de l'action corrective proposée (satisfaisante / insuffisante) selon l'OC
  - o La preuve/confirmation de sa mise en œuvre justifiant de la levée de la non-conformité.
  - o L'avis définitif de l'OC sur la situation de l'adhérent par rapport au respect de son référentiel (non conformités entièrement ou partiellement levées).

L'Association peut alors statuer sur les suites à donner.

### 6.2.3 Suivi des écarts

En cas de non-conformité majeure relevée lors d'un audit, l'organisme de contrôle conservera la référence ou la copie des éléments de preuve :

- Jusqu'à l'audit suivant qui permettra de juger définitivement de l'efficacité de l'action correctrice
- En cas de radiation, jusqu'à l'extinction du délai de recours.

L'efficacité réelle des actions correctives sera vérifiée par l'OC lors du prochain audit. Un adhérent ayant fait l'objet de non-conformités majeures sera d'office intégré au plan de contrôle de l'année suivante.

Les non-conformités mineures ne feront pas l'objet d'un suivi spécifique par les OC mais s'il s'avère que les actions correctives proposées par les adhérents concernés ne satisfont pas entièrement les OC dans leurs rapports d'audits, les adhérents concernés seront de facto inscrits au plan de contrôle de l'année suivante par l'Association PBF.

#### **6.2.4 Sanctions**

Pour les non-conformités majeures qui restent pendantes à réception du rapport d'audit définitif de l'OC (c'est à dire dans les 3 mois suivant la clôture de l'audit), il appartient à l'Association de statuer sur :

- la radiation,
- la suspension,
- la demande de réalisation d'un contrôle complémentaire (à la charge de l'adhérent),
- ou éventuellement le maintien de l'adhérent.



# Annexes

## FORMULAIRE D'ADHESION



### Marque Bois Français Formulaire rapide d'adhésion des entreprises « Transformation et fabrication »

#### Votre entreprise

Raison Sociale : \_\_\_\_\_  
 SIRET : \_\_\_\_\_ Chiffre d'affaire bois : \_\_\_\_\_ €  
 Adresse du siège : \_\_\_\_\_  
 Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_  
 Téléphone : \_\_\_\_\_ Fax : \_\_\_\_\_  
 E-mail général : \_\_\_\_\_ Site Web : \_\_\_\_\_

#### Décrivez votre activité

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

#### Indiquez les site(s) de production concerné(s) par la demande<sup>1</sup>

Nom du site	Code Postal	Commune

#### Contacts

##### Personne en charge de la marque

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
 Fonction : \_\_\_\_\_ Tel. : \_\_\_\_\_  
 Email : \_\_\_\_\_

##### Dirigeant (si différent)

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
 Fonction : \_\_\_\_\_ Tel. : \_\_\_\_\_  
 Email : \_\_\_\_\_

#### Organisme de contrôle

Vous souhaitez faire appel à votre organisme de contrôle (1 choix) :  FCBA  ECOCERT  QUALISUD

Vous n'avez pas d'organisme pré-identifié et vous souhaitez être recontacté par (plusieurs choix possibles) :  
 FCBA  ECOCERT  QUALISUD

<sup>1</sup> Il s'agit des sites par lesquels « passent » les produits transformés, hors sites des sous-traitants



Marque Bois Français  
Formulaire rapide d'adhésion des entreprises  
« Transformation et fabrication »

## Produits candidats à la marque « Bois Français »

Indiquez la liste des produits pour lesquels vous souhaitez bénéficier de la marque

Type/Nom du produit ou gamme <sup>2</sup>	Esence(s) et composition <sup>3</sup>

L'intégralité de votre production bénéficiera-t-elle de la marque Bois Français ?  oui  non

Chiffre d'affaires total des produits bénéficiant de la marque : \_\_\_\_\_ €

## Les achats bois de votre entreprise

Achetez-vous du bois en forêt, sur pied ou bord de route ?  oui  non

Si oui,

- quel est votre rayon d'approvisionnement :  R<50km  R<150km  R<500km  R>500km

- Avez-vous des achats transfrontaliers que vous souhaitez prendre en compte ?  oui  non

Si oui, indiquer dans vos approvisionnement la part de :

bois français : \_\_\_\_\_ %, bois transfrontalier \_\_\_\_\_ %, Autre \_\_\_\_\_ %

*Si oui, merci de joindre à votre adhésion une demande argumentée et cartographiée pour les zones concernées. Cette demande et les informations qu'elle comportera restera confidentielle et sera examinée par lors de l'instruction de votre dossier.*

<sup>2</sup> Vous pouvez regrouper dans une même ligne un ensemble de produits ayant des caractéristiques similaires et la même complexité (produit composé d'une seule pièce de bois ou composés)  
*ex : « gamme parquet massif », pour tous les parquets massifs quelque soient les finitions. Vous ne pouvez par contre pas déclarer sur une même ligne des parquets massifs et des parquets contre-collés.*

<sup>3</sup> - Si vous avez un même type de produits réalisés en plusieurs essences différentes : séparez les essences par une « , ».

*Ex : Vous réalisez des avivés en chêne et des avivés en hêtre, indiquez : Avivés | Chêne, Hêtre*

- Si vous avez un produit dont la composition mélange des essences indiquez un « + ».

*Ex : Vous fabriquez du BMR qui mélange sapin et épicéa, indiquez : BMR | Sapin+Epicéa*

## 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

## **L'ATTESTATION DE PROVENANCE**

L'attestation de provenance fait apparaître :

- L'identification du fournisseur
- La qualification du lot vendu (notamment l'essence)
- L'engagement du fournisseur que le lot provient effectivement d'une forêt française.
- Le lieu de récolte (département / région)

Cette attestation peut prendre les formes suivantes :

- un document séparé distinctes (voir modèle ci-dessous)
- informations demandées intégrées dans la documentation contractuelle existante,

L'entreprise fournisseur délivrant une telle attestation doit être une entreprise française

Sur feuille à en-tête de l'entreprise XXX

### ATTESTATION DE PROVENANCE «BOIS FRANÇAIS PROUVE »

Je soussigné, M. ou Mme Untel, dirigeant de l'entreprise XXX, atteste que le lot référencé sous le n° de bon de livraison provient bien d'une forêt française, ayant été récolté dans le département/région de et dont je peux procurer la preuve à première demande de l'association « Préférez le bois français ».

NB : le bon de livraison est annexé à cette attestation de provenance permettant de connaître précisément les volumes, essences et types de produits concernés.

Lieu

Date

Nom de l'entreprise

Nom du dirigeant signataire

Cachet de l'entreprise