

LES 10 ENGAGEMENTS FAIR & PRECIOUS



01

GÉRER ET PROTÉGER LES FORÊTS POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

02

PRÉSERVER LA RESSOURCE FORESTIÈRE EN RÉCOLTANT MOINS QUE L'ACCROISSEMENT NATUREL

03

DÉVELOPPER LES CONNAISSANCES SUR LA BIODIVERSITÉ POUR FACILITER LE REPEUPLEMENT DES ESPÈCES

04

ASSURER LE MAINTIEN DE L'ESPACE VITAL DE LA FAUNE

05

METTRE EN PLACE DES PROGRAMMES DE LUTTE CONTRE LE BRACONNAGE

06

CONTRIBUER AU BIEN-ÊTRE DES POPULATIONS, EN LEUR FACILITANT L'ACCÈS À L'ÉDUCATION, AUX SOINS ET AU LOGEMENT

07

STIMULER L'ÉCONOMIE DES PAYS PRODUCTEURS EN VALORISANT LA FORÊT ET EN PRIVILÉGIANT LA TRANSFORMATION LOCALE DU BOIS

80

METTRE EN PLACE DES FORMATIONS AUX MÉTIERS DE LA FORÊT ET DU BOIS

09

APPORTER LA CONNAISSANCE TECHNIQUE SUR LA DIVERSITÉ DES ESSENCES TROPICALES ET SUR LEURS USAGES

10

PROMOUVOIR L'ACHAT RESPONSABLE D'UN MATÉRIAU EXCEPTIONNEL





www.fair-and-precious.org

SOMMAIRE

A	LE DÉVELOPPEMENT DU PROGRAMME MARKETING	4
В	LES COMMISSIONS MARKETING 1. 15 janvier 2020 2. 16 avril 2020.	6
	3. 16 décembre 2020	23
С	LE RÉSEAU DES PARTENAIRES DE LA MARQUE FAIR&PRECIOUS 1. Les conditions d'adhésion 2. Les interactions avec les partenaires de la marque 3. Le recrutement de partenaires de la marque Fair&Precious.	33 35
D	LES COLLABORATIONS 1. FSC et PEFC-PAFC 2. STTC - Probos 3. Le Commerce du Bois 4. La FAO. 5. Les organisations chinoises GGSC et CTWPDA 6. The Malaysian Timber Council 7. The Bornéo Initiative. 8. Dynafac. 9. Madera Justa.	38 39 43 45 46 48 49
Е	L'ACTION D'INFLUENCE 1. Échanges avec l'Union Européenne sur le RBUE 2. Action auprès de SOLIDEO pour les JO de 2024 3. Mise en œuvre d'un dialogue constructif avec les lanceurs d'alerte 4. Proposition de lancement d'une action d'influence	52 52 55
F	LES ACTIVITÉS TECHNIQUES 1. La collaboration avec le CIRAD 2. Les publications techniques 3. La relance de la commission Matériau-Bois-Normalisation de l'ATIBT.	58 59
G	LES SUPPORTS DIGITAUX ET AUDIOVISUELS 1. La refonte du site ATIBT 2. L'animation du site Fair&Precious 3. Le projet de réalisation de films et de création d'un réseau de correspondants	61 64 65
Н	L'ANIMATION DIGITALE 1. Les newsletters 2. Les réseaux sociaux. 3. La chaîne YouTube	67 69
1	LES DOCUMENTATIONS 1. Le rapport d'activité ATIBT 2. Le rapport d'activité Fair&Precious 3. Le projet de réalisation d'une plaquette Fair&Precious	78 80
J	1. Améliorer l'image des bois tropicaux en Europe 2. Explorer de nouveaux marchés pour les bois tropicaux 3. Rendre de la valeur aux forêts, valoriser les services écosystémiques et la certification. 4. Développer des collaborations avec l'Asie pour agir conjointement sur la gestion durable des forêts tropicales.	87 88
K	L'ACTION MÉDIAS 1. Les communiqués de presse, témoignages et tribunes 2. Les retombées 3. L'évolution de l'action médias	96 97
L	LES INVESTIGATIONS MARKETING 1. L'enquête auprès des importateurs et metteurs en marché. 2. Les arguments en soutien des 10 engagements. 3. Les indicateurs du programme marketing	105 106
М	LES PROJETS INITIÉS PAR LE PROGRAMME MARKETING 1. L'Analyse du Cycle de Vie : Dryades . 2. La publication de la Due Diligence : Thémis . 3. Les LKTS . 4. La Baï TV	120 121 121
N	PLAN D'ACTIONS 2021	

LE DÉVELOPPEMENT DU PROGRAMME MARKETING

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire exceptionnelle.

Elle a évidemment impacté la filière des bois tropicaux, sans qu'un bilan précis puisse être établi à ce stade.

La KfW a pris des mesures d'urgence pour soutenir les gestionnaires forestiers certifiés du Bassin du Congo dans leurs efforts pour protéger leurs salariés, mais aussi les populations autochtones. Les opérateurs ont également mobilisé des ressources pour faire face à cette situation.

Le bilan sanitaire en Afrique semble être moins dramatique qu'annoncé en début de pandémie, probablement grâce à la jeunesse de la population, mais en ce début 2021 l'avenir proche reste incertain.

Toutefois la crise économique qui touche en premier lieu les plus fragiles aura des répercussions majeures dans les territoires.

Le programme marketing Fair&Precious a du évidemment s'adapter à la situation.

Ainsi des manifestations n'ont pu se tenir, parmi lesquelles le Comité de Pilotage à Douala, le Carrefour du Bois, le Gabon Wood Show, l'AG du FSC...

Pourtant l'essentiel des réunions techniques a pu être organisé grâce aux outils digitaux, à la capacité d'adaptation de l'ensemble des partenaires et à la mobilisation des équipes. L'efficacité de certains webinaires, associée aux économies réalisées au plan logistique, a pu surprendre.

Le programme Fair&Precious qui s'appuie essentiellement sur des supports digitaux, sites web, réseaux sociaux, newsletters et les relations presse, n'a pas été pénalisé par les restrictions de déplacement et de réunion. Bien au contraire leur audience a continué de se développer.

La marque Fair&Precious comptait 36 partenaires à la fin 2020 et les collaborations se sont poursuivies à la fois avec les organismes certificateurs, les associations professionnelles en Europe et en Asie, les organisations institutionnelles, les ONG et de très nombreux autres acteurs qui partagent les valeurs de ce collectif de la gestion durable des forêts dans le bassin du Congo.

Il convient, plus que jamais, d'agir simultanément sur l'offre et la demande en bois tropicaux. Sur l'offre, en encourageant le développement des surfaces forestières exploitées et protégées par le modèle de la gestion durable avec contrôle par tierce partie. Sur la demande, en faisant la promotion des bois certifiés de l'importateur à l'utilisateur, en passant par les fabricants, les prescripteurs et les distributeurs.

Le bois est un matériau d'avenir, car naturel, renouvelable, esthétique et apportant du confort, approprié à de multiples usages. La gestion durable des forêts apparaît peu à peu comme l'ultime rempart à la déforestation. L'enjeu du programme marketing consiste à faciliter le lien entre ces deux constats pour organiser un marché vertueux, respectueux des écosystèmes et générant un modèle économique responsable en Afrique.

Dans le rapport qui suit, une large part est consacrée aux commissions de l'ATIBT, et premièrement à la commission marketing, dont les travaux sont très réguliers. Deux autres commissions de l'ATIBT viennent étayer les travaux effectués dans le cadre du programme, à savoir le commission Certification et la commission Matériau-Bois-Normalisation, qui constituent toutes deux un cofinancement de l'ATIBT au programme marketing.

LES COMMISSIONS MARKETING

Les commissions marketing sont, depuis le début de ce programme en 2015, des rencontres essentielles toujours source d'informations et de prises de décisions pour ce programme. En 2020, 3 réunions ont eu lieu, le 15 janvier, le 16 avril et le 16 décembre. Deux autres réunions ont eu lieu avec essentiellement les opérateurs forestiers, le 28 juillet et le 1er décembre, sur la thématique des STS.

La commission marketing est présidée par M. Olman Serrano, président de l'ATIBT, et son secrétaire est Benoit Jobbé-Duval, avec l'appui de Bertrand Faucon, AMO du programme. Les procès-verbaux de ces rencontres sont intégralement repris dans les pages qui suivent (p6 à p30), mais nous pouvons rappeler ci-dessous les principaux sujets abordés :

- Covid 19: marketing de crise, communiqués de presse et appui spécifique aux entreprises. Le suivi de l'impact du Covid 19 a été constant tout au long de l'année, et a été suivi de manière particulière par l'ATIBT.
- Recrutement des premiers partenaires officiels de la marque Fair&Precious. Poursuite du recrutement.
- Actions « Médias et Réseaux sociaux » et proposition de renfort de l'équipe rédactionnelle.
- Echanges avec les organisations importantes en lien avec le programme marketing F&P : SW4SW, STTC, IHC, Malaysian Timber Council. Points précis sur :
 - La collaboration Fair&Precious STTC et signature d'un MOU avec IDH.
 - Les partenariats FSC et PEFC-PAFC et les interactions avec leurs activités de marketing.
- De nombreux échanges sur les projets techniques en lien avec le programme marketing, en particulier :
 - Le projet Thémis, outil de diagnostique destiné à l'évaluation des importateurs ;
 - Le projet Dryades, en lien avec la RE2020 et l'analyse de cycle de vie du bois tropical certifié.
 - Le projet Bai TV avec la SNCF et interaction avec projet paysages forestiers Nord-Congo
 - La relance du projet LKTS, entre le PPECF et les différents opérateurs certifiés.
- Préparation et organisation de la 3^{ème} session du Think Tank de l'ATIBT. Observations générales et nouvelles actions clefs à entreprendre ;
- Certains points ont été traités en commun avec la commission certification :
 - Point sur les motions FSC et sur le rapport de FORM/ M34. Etude de l'opportunité de rapprochement avec la Motion 18 rédigée par une société brésilienne, et reprise par la société Precious Woods.
 - Opportunité et conditions de mise en œuvre d'un projet PSE (Paiements pour Services Ecosystémiques)
- Travaux sur les achats certifiés des entreprises importatrices: Etude STTC, enquête ATIBT;
- Définition des indicateurs du programme marketing et modalité de collecte des informations.
- Lutte contre l'illégalité et renforcement du RBUE.
- Dialogue avec les organisations chinoises.

Signalons le partage des tâches existant entre commission marketing, commission certification et commission Matériau-Bois-Normalisation, étant donné les nombreux sujets relatifs à la certification ou à la technique reliés au programme marketing.

3 séances ont eu lieu dans le cadre de ces commissions :

- Commission Matériau-Bois-Normalisation, le 15 janvier 2020, avec comme président Emmanuel Groutel et secrétaire Patrick Martin.
- Commissions certification, le 16 juin et le 16 décembre 2020, avec come co-présidents Sophie Dirou et Nicolas Perthuisot, et secrétaire Caroline Duhesme.

1. COMMISSION MARKETING 15 JANVIER 2020

ATIBT NOGENT-SUR-MARNE

Participants

1. Olman SERRANO	ATIBT	14. Ben Romein	FSC
2. Alessandra NEGRI	SNCF	15. Rémi SOURNIA (au tél)	PEFC
3. Pr. Jean-Louis DOUCET	GEMBLOUX	16. Thomas Sievet (au tél)	PEFC
4. Pr A. Souza	Université Gabon	17. Nicolas PILLET	Le Commerce du Bois
5. Gijsbert BURGMAN	WIJMA KAMPEN	18. Benoit JOBBE-DUVAL	ATIBT
6. Tullia BALDASSARRI	INTERHOLCO	19. Patrick MARTIN	ATIBT
7. Philippe DELMOTTE	OLAM	20. Bertrand FAUCON	STRATÉMARK
8. Stéphane GLANNAZ	PRECIOUS WOODS	21. Vincent Pelé	EKWATO (invité)
9. Emmanuel GROUTEL	WALE	22. Philippe Bret	EKWATO (invité)
10. Romain LORENT	ECO CONSULT	23. Robin Doucet	Gembloux (invité)
11. Nicolas PERTHUISOT	Expert Forestier	24. Gaël Bibang	Gembloux (invité)
12. Jean-Paul GRANDJEAN	OREADE-BRECHE	25. John Carricaburu	Traducteur
13. Nathalie BOUVILLE	FSC		

ORDRE DU JOUR DE LA COMMISSION MARKETING

RÉSUMÉ ET SUIVI DES DÉCISIONS DU COPIL ET DE LA COMMISSION MKT DU 10 SEPTEMBRE 2019

- Information sur l'actualisation de l'écosystème digital ATIBT (sites web et réseaux sociaux)
- Résultats des actions « Médias et Réseaux sociaux »
- Compte-rendu de la réunion du 9 septembre sur la mise en place d'un outil de gestion de documentaire permettant de faciliter la DR, la com de crise, la promotion de l'offre de bois certifiés
- Démarrage de l'interaction entre Fair&Precious et STTC ; reformulation des engagements F&P
- Point d'information sur le forum de Shanghai
- Point d'information sur la nouvelle business unit « Investir pour protéger les forêts » de Total
- Projet Web TV: Fondation SNCF Lycée Gustave Eiffel PPECF COMIFAC ATIBT WWF WCS
- Lutte contre les sociétés qui encouragent le commerce de bois illégal en Europe.

SUJETS PRÉALABLES AU DÉROULEMENT DE L'ORDRE DU JOUR DE LA COMMISSION MARKETING

- Election du Président de la Commission Marketing : Monsieur Olman SERRANO est élu à l'unanimité Président de la Commission Marketing.
- Les sujets traités en Commission Marketing étant de plus en plus riches, il est décidé de réfléchir à une meilleure répartition des tâches avec les Commissions Techniques (par

exemple le sujet sur l'analyse du cycle de vie) et de Certification (avec l'approche de l'AG du FSC à Bali, les questions relatives aux PSE, etc..).

- Bois illégaux: de plus en plus de bois illégaux arrivent sur le marché européen, notamment via le port d'Anvers. Il est décidé de sensibiliser davantage l'UE et Interpol à cette situation et de mettre en place un mécanisme crédible de remontées d'information de la part des acteurs de la profession, type « lanceurs d'alerte » ou « militariser » le dispositif RBUE en exigeant que des moyens supplémentaires soient mis rapidement en place (vigilance interprofessionnelle).
- Convention FSC: en attente de validation de la part de FSC. Suite à un mail de FSC sur le traitement de FSC et de PEFC-PAFC dans le programme marketing Fair&Precious (et notamment un article sur Linkedin), la Commission Marketing rappelle sa volonté de promouvoir la certification dans son ensemble sans aucun parti pris entre les deux certifications. Cela n'exclut pas, qu'en fonction de leur actualité, l'une ou l'autre puisse être mise davantage en avant à telle ou telle occasion.
- Une traduction en français du document de FSC relatif aux services écosystémiques sera disponible fin janvier.
- AG FSC en octobre 2020 : la date limite d'envoi de requêtes est fixée au 31 mars finalement (information ultérieure à la commission MKT). Un groupe de travail se réunira dans ce délai. Sujets proposés : suivi de la problématique IFL, usage du français...
- FSC devrait signer prochainement la convention avec l'État du Gabon qui ne s'est pas positionné, à ce stade, sur PEFC-PAFC.
- 10 entreprises sont en coaching PPECF dans ce pays.
- Business Unit Total : les éventuelles discussions avec les gestionnaires forestiers relèvent de la confidentialité. Laurent Valiergue, ex BM, a rejoint la NBS unit de Total.
- SNDI: proposition de réalisation d'un guide d'achat à l'attention des acheteurs publics?.
- Proposition de reprendre et d'actualiser (charte graphique) les fiches de promotion des bois tropicaux réalisées par LCB en 2014.
- Proposition de constituer un centre de ressources de multimédia permettant d'accéder, via un moteur de recherche, à la documentation disponible sur la gestion durable des forêts (outil COMIFAC – ATIBT).
- Les membres de la Commission Marketing sont de nouveau sollicités pour fournir des sujets pour la presse et les réseaux sociaux.
- Il faut renforcer les liens avec les universités pour enrichir le contenu factuel de la communication F&P.
- Suggestion de se rapprocher de l'Union Européenne et de convaincre les décideurs : organiser un événement à Bruxelles pour démontrer les actions des gestionnaires forestiers certifiés. Pour information, une conférence est organisée à Bruxelles les 4 et 5 février et il conviendrait que l'ATIBT y soit représentée.
- Les gestionnaires forestiers doivent devenir des aménagistes du territoire en limite des massifs forestiers.

POINT SUR L'ACTUALISATION DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL ATIBT / F&P

Site Fair&Precious

- Mise en ligne le 15 octobre avant le forum de Shanghai.
- Une V2 plus dynamique :
 - La reprise des actualités de l'ATIBT en lien avec F&P
 - Des contenus adaptés aux différentes cibles
 - La mise en avant des 10 engagements
 - La présentation des essences
 - La présentation des Opérateurs certifiés et des Partenaires Officiels
 - La reprise des publications sur les réseaux sociaux Instagram et LinkedIn
 - La publication des articles de presse
 - L'annonce des événements
 - La présentation des clips et vidéos

Site ATIBT

- Avis de non objection pour le démarrage du site
- Présentation de la maquette de la page d'accueil
- Recommandations générales

Refondre la Page d'Accueil.

- Rendre les pages intérieures plus dynamiques et mieux structurées.
- Intégrer davantage de médias et d'interactions.
- Rendre les synergies plus fortes avec les autres Sites de l'écosystème.

Objectifs:

- Augmenter le nombre de visiteurs, de sessions, de temps passé.
- Améliorer le « ranking » Google (positionnement) sur des mots-clés génériques et de niche.
- Favoriser l'Adhésion : augmenter le nombre de demandes d'Adhésion via le Site ATIBT.

ACTIONS « MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX » ET PROPOSITION DE RENFORT DE L'ÉQUIPE RÉDACTIONNELLE

Action Presse (Open2Europe)

- Mise en œuvre de la campagne de presse à partir de novembre 2018.
- Les pays concernés sont la France, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. L'Espagne a été ajoutée à partir de février 2019.
- Au cours de cette période 8 communiqués de presse ont été rédigés, et diffusés
- 104 articles de presse ont été comptabilisés dont 51 résultent directement des communiqués de presse.
- 72 ont été publiés dans la presse « bois » spécialisée.
- 62 dans la presse print.

- 90 articles sur une tonalité positive, 14 neutres et aucun négatif
- La France est le pays avec le plus d'articles (60), suivie par l'Allemagne (10), le Royaume-Uni (10), l'Espagne (9), les Pays-Bas (8) et l'Italie (7).

Recommandation : mener, à budget égal, une action plus soutenue sur un seul pays par trimestre afin d'optimiser l'impact des relations presse. Les 6 pays seront ainsi couverts en 18 mois. Continuer pour autant de diffuser les dossiers de presse et tribunes dans les 5 autres pays.

Réseaux sociaux (Open2Digital)

- Depuis le lancement des comptes en juin 2019 on observe une croissance très significative de l'audience sur LinkedIn et surtout sur Instagram.
- Au total, les communautés LinkedIn et Instagram de F&P comptaient 914 abonnés au 31 décembre 2019.
- Les publications et publicités ont généré plus de 23 300 interactions en 7 mois sur les deux plateformes.
- Une audience totale de 940 000 impressions.
- Sur LinkedIn, le post d'annonce du nouveau président de l'ATIBT a été le post le plus engageant de l'année.
- En général, les actualités de Fair&Precious ainsi que les évènements génèrent de bons résultats.
- Le taux d'engagement sur les deux plateformes est très bon, voir excellent sur Instagram : 10,9% sur LinkedIn et 85,4% sur Instagram.
- Les publicités Instagram lancées depuis octobre ont très bien performé : non seulement elles ont permis d'augmenter le nombre d'abonnés sur Instagram mais aussi sur LinkedIn.

Recommandation : continuer à sponsoriser les contenus sur Instagram en 2020 pour renforcer la communauté et la marque.

VIDÉO: DIFFUSION DES 8 CLIPS ET PROPOSITION DE REPORTAGES PAR IMAGÉO

- Il faut encourager la diffusion des 8 clips F&P sur les sites des entreprises et des partenaires de F&P.
- Proposition de faire une version avec incrustation de données en sous-titres (cf Word Economic Forum). Solliciter STTC pour récupérer ces données.
- Présentation de l'offre d'Imagéo : accord conditionné à l'obtention de la seconde tranche du PPECF.
- Proposition de FSC Afrique de mettre F&P en relation avec des photographes locaux pour la réalisation de reportages.

POINT SUR LA COLLABORATION FAIR&PRECIOUS - STTC

- Financement de la collaboration STTC-Probos par le PPECF dans le cadre du programme marketing F&P dans l'optique d'apporter une expertise « marché » à la communication.
- Participation de l'ATIBT à la conférence STTC et International Hardwood à Berlin
- Contribution de STTC à la finalisation de la V2 du site F&P
- Sollicitation de STTC pour des publications sur les comptes Instagram et LinkedIn.
- Interrogation sur la poursuite du financement SSTC par IDH.

NB : Une réunion a eu lieu le jeudi 16, par Skype, avec IDH pour aborder plus concrètement les possibilités de poursuite de cette coopération.

MISE EN LIGNE DES PREMIERS PARTENAIRES OFFICIELS DE LA MARQUE FAIR&PRECIOUS. POURSUITE DU RECRUTEMENT

- Le recrutement des partenaires a débuté en novembre dernier.
 17 sont d'ores et déjà en ligne.
- Une deuxième phase de recrutement aura lieu à partir du mois de janvier.
- La société WIJMA KAMPEN a souhaité devenir partenaire de F&P. Les activités de WIJMA sont séparées entre l'Afrique et l'Europe. La société WIJMA KAMPEN B.V. achète le maximum possible (65-70%) de bois certifié FSC/PEFC et est certifiée chaîne de valeur FSC et PEFC. La candidature est par conséquent acceptée par la Commission Marketing.

PRESCRIPTEURS ET ACTIONS MARCHÉS: COLLABORATIONS AVEC LES FÉDÉRATIONS EUROPÉENNES, CONSTITUTION DE BASES DE DONNÉES « OFFRE CERTIFIÉE », ACTIONS DECKING ET/OU BARDAGE EN GSB

- Proposition de recrutement de deux stagiaires pour constituer une base de données européenne des metteurs en marché de bois certifiés.
- Cette mission se conçoit au travers d'une approche qualitative avec les fédérations et les professionnels de chaque marché, afin de déboucher sur une base de données qualitative en terme de fiabilité et de segmentation des intervenants.

PROJET DE DIVERSIFICATION DES ESSENCES DES TRAVERSES

• Les essais réalisés par la SNCF avec l'eveuss pour les traverses de chemin de fer n'ont pas été totalement concluants.

POINT SUR LES DERNIÈRES RENCONTRES IMPORTANTES EN LIEN AVEC LE PROGRAMME MARKETING F&P: SHANGHAI, SW4SW, STTC, IHC, MALAYSIAN TIMBER COUNCIL

- Forum de Shanghai en octobre 2020 :
 - 350 participants dont de nombreux Chinois.
 - Soutien du PPECF et de la FAO pour la préparation et le déroulement du forum
 - Un bilan très positif à condition de continuer à interagir avec les Chinois qui sont invités au CIB et au Gabon Wood Show.

- La COP biodiversité qui se déroulera en Chine fin 2020 est une opportunité pour les inciter à renforcer leurs bonnes pratiques.
- Eventualité d'un 3ème schéma de certification développé par les Chinois : ce sera une menace ou une opportunité en fonction du niveau d'exigence de cette certification.
- Il est plus facile de convaincre les sociétés dépendant de l'État, sous le contrôle des ambassades de Chine en Afrique, que celles qui sont totalement privées.
- SW4SW « Sustainable Wood For a Sustainable Word » (FAO/OIBT) : volonté d'intégrer les acteurs privés via l'ATIBT. Ce processus est totalement compatible avec Fair&Precious.
- Rencontres STTC à Berlin suivie d'une conférence sur les bois durs
- Opportunité de resserrer les liens avec MTC (Malaysian Timber Council). La Malaisie a une liste d'essences autorisées, il conviendrait de collaborer avec MTC pour y intégrer des LKTS.
- Think Tank: mardi 24 et mercredi 25 mars à Douala (avant le COPIL PPECF): traiter plus que jamais des services pour paiements écosystémiques et des relations avec les acteurs chinois. L'approche concernant les PSE nécessite probablement de revoir les statuts de l'ATIBT face à l'ambition d'être un acteur opérationnel dans la lutte contre le bois illégal et de jouer efficacement un rôle de « catalyseur » pour la captation de paiements pour services écosystémiques.
- CIB (Carrefour International du Bois) à Nantes du 27 au 29 mai : bureau et AG de l'ATIBT le 26 mai. Proposition d'organiser un évènement Fair&Precious sur le salon.
- Conférence BVRio « Good Wood, Good Business » à Pointe-Noire au mois de juin.
- AG FSC à Bali du 11 au 16 octobre 2020 : soumissions jusqu'au 31 Mars. Une réunion par Skype organisée par l'ATIBT réunira les aménagistes le vendredi 17 janvier au matin.

AVANCEMENT DU PROJET « BAÏ TV » : SNCF - LYCÉE GUSTAVE EIFFEL - ATIBT - CIB OLAM - PPECF - AFD

Le projet consiste à installer des dispositifs de retranscription d'image en temps réel de la faune africaine (située dans des spots de biodiversité du Bassin du Congo) et à les retransmettre dans quelques Gares SNCF, puis de les rendre accessibles via une Web TV. Ce travail serait réalisé en majeure partie par les étudiants du Lycée Professionnel Gustave Eiffel (en partenariat avec un lycée africain).

Le projet s'inscrit dans une dynamique d'ouverture et d'égalité des chances, en mettant en lumière les talents des Lycées professionnels et en créant des synergies avec des acteurs de différents horizons, français et internationaux.

- Partenariat envisagé : SNCF Lycée G. Eiffel ATIBT PPECF AFD WWF- WCF.
- Site proposé CIB Olam dans le nord Congo.
- Cofinancement envisagé : SNCF PPECF AFD.
- Candidature à la labellisation « Africa 2020 » du ministère de l'Education Nationale (F).
- 3 réunions de l'équipe-projet se sont déroulées au lycée Gustave Eiffel. Une quatrième est prévue à l'AFD le 17 janvier 2020.

PROJET THÉMIS : OUTIL DE GESTION DE DOCUMENTAIRE DD SOLLAN / PRÉSENTATION EKWATO

- Présentation du projet Ekwato par Vincent Pelé :
 - Module 1: Analyse de risques (système de diligence raisonnée pour les importateurs),
 - Module 2 : Gestionnaire de plan d'actions multiutilisateurs,
 - Module 3: Audit fournisseurs.
 - Module 4 : Audit interne.
- Proposition de suivre l'avancement du projet Ekwato pour identifier la faisabilité de publier et d'évaluer, à partir de cet outil, les éléments de Due Diligence conformément au projet Thémis.
- Objectif de Thémis : disposer d'un outil au service de la Due Diligence géré par la profession, pouvant être repris par les ONG (Spott, Open Timber Portal de WRI...).

PROJET DRYADES (ANALYSE DE CYCLE DE VIE)ET INTERACTION AVEC LES TRAVAUX DE CENTRAL HOUT.

- Ce sujet est prioritaire compte tenu du calendrier réglementaire : début 2021
- La SNCF, Vinci, Bouygues... ont manifesté leur intérêt pour les ACV des bois tropicaux.
- L'ATIBT pourrait avancer la contribution attendue de la part des entreprises (14.000 euros) mais il faudra un mécanisme de contribution retour de la part des entreprises.
- Le cofinancement des travaux effectués par Eric de Munck (Centrum Hout) pourrait également être considéré. Il faudra (1) vérifier la complémentarité des approches entre l'ATIBT et Centrum Hout et (2) demander à Centrum Hout si le financement est d'origine privé pour ce qui concerne les travaux effectués par cette organisation professionnelle.

PRÉPARATION DE LA 3^{ème} SESSION DU THINK TANK À DOUALA EN MARS 2020

1. Sujets prioritaires :

- a. Pérennisation du modèle au travers du Paiement pour Système Ecosystémiques
- b. Interactions avec les Chinois

2. A traiter également :

- a. Marché US
- b. Marché intra africain

ALIGNEMENT DES ACTIONS DE FSC ET DE L'ATIBT POUR LA CERTIFICATION EN AFRIQUE CENTRALE.

- M. Ben Romein, en charge des membres FSC de FSC Pays-Bas, et particulièrement engagé avec FSC Pays-Bas dans le soutien des opérateurs certifiés FSC dans le bassin du Congo, est venu exposer le plan d'action de FSC à la Commission Marketing.
- Les axes de cette initiative sont :
 - Établir une « voie verte » de la certification dans le RBUE
 - Promouvoir les essences de bois moins connues
 - Réduire les coûts de la certification
 - Convaincre les entreprises asiatiques d'aller vers la gestion durable
 - Paiements pour les services écosystémiques pour compléter
 - Actions de marketing

PRÉPARATION DE LA PHASE 2 DU PROGRAMME MARKETING PPECF : 01/05/2020 - 31/12/2022

- La KFW a annoncé une possible dotation complémentaire de 10 M€ pour le PPECF
- Dans l'attente de la confirmation de ce budget, un budget 2020-2021 sera étudié le 16 par la COMIFAC, l'ATIBT et le PPECF

Le détail des actions sera présenté à la prochaine Commission Marketing en fonction de ces deux hypothèses : avec ou sans la dotation complémentaire.

Annexes au compte-rendu:

- le support de présentation de la Commission Marketing
- les maquettes de la page d'accueil du site ATIBT
- le rapport trimestriel Open2Europe
- le rapport annuel Open2Europe
- les rapports mensuels Open2Digital
- le rapport semestriel Open2Digital
- la présentation effectuée par Jean-Louis Doucet
- la plaquette du Gabon Wood Show
- une plaquette « LKTS Congo » faite dans le cadre du projet FAO Congo.
- Présentation de FSC NL concernant le plan d'action bassin du Congo



2 - COMMISSION MARKETING ET COMITÉ DE PILOTAGE 16 AVRIL 2020

WEBINAIRE

Participants

Olman SERRANO Christophe JANSSEN **ATIBT INTERHOLCO** Martin BOSTROEM **KFW** Philippe DELMOTTE OLAM Christophe DUCASTEL AFD Stéphane GLANNAZ PRECIOUS WOODS Emmanuel FOURMANN AFD Emmanuel GROUTEL WALE Mathieu SCHWARTZENBERG AFD Nathalie BOUVILLE FSC Rémi SOURNIA Nienke SLEURINK IDH **PEFC** Alessandra NEGRI LCB Chih-Ching LAN IDH Gijsbert BURGMAN WIJMA KAMPEN Benoit JOBBE-DUVAL **ATIBT** Tullia BALDASSARRI **INTERHOLCO** Bertrand FAUCON STRATÉMARK

ORDRE DU JOUR DE LA COMMISSION MARKETING

RAPPEL DES CONCLUSIONS DU COPIL DU 6 JUIN 2019

Clôture du programme AFD-PRCC en juin 2018 : les rapports financier et narratif ont été adressés à l'AFD, la finalisation du programme par le service comptable est en cours. Lancement du PPECF-KfW en juillet 2018 en relais de l'AFD pour le soutien au programme marketing.

Remise du rapport d'activité du programme marketing 2019. Recommandations du COPIL :

- Concernant les partenariats, il a été indiqué que la coopération avec la SNDI était souhaitable;
- Le partenariat avec la FAO (SW4SW) a été également jugé positif.
- Collaborations étroites avec LCB et STTC également détaillées.
- Le Forum ATIBT de Shanghai a été à l'ordre du jour, et en particulier les échanges avec Client Earth et l'initiative avec la Cour Suprême de Chine.
- Le démarrage du recrutement des « Official Partners » F&P.
- Le déploiement de F&P « by COMIFAC » a été remis en question.
- Un espace « Fair&Precious Timber » sur le site Fair&Precious proposerait une offre de bois certifié

RAPPEL DE L'ORDRE DU JOUR DE LA COMMISSION MARKETING DU 15 JANVIER 2019

- Résumé et suivi des décisions du COPIL et de la Commission MKT du 10 septembre 2019
- Point sur l'actualisation de l'écosystème digital ATIBT / F&P
- Actions « Médias et Réseaux sociaux » et proposition de renfort de l'équipe rédactionnelle
- Vidéo: diffusion des 8 clips et proposition de reportages par Imagéo
- Point sur la collaboration Fair&Precious STTC
- Mise en ligne des premiers partenaires officiels de la marque Fair&Precious. Poursuite du recrutement
- Prescripteurs et actions marchés : collaborations avec les fédérations européennes, constitution de bases de données « offre certifiée », actions decking et/ou bardage en GSB

- Projet de diversification des essences des traverses
- Point sur les dernières rencontres importantes en lien avec le programme marketing F&P : Shanghai, SW4SW, STTC, IHC, Malaysian Timber Council
- Avancement du projet « Baï TV » : SNCF Lycée Gustave Eiffel ATIBT CIB Olam PPECF AFD
- Projet Thémis : outil de gestion de documentaire DD Sollan / Présentation Ekwato
- Projet Dryades (Analyse de Cycle de Vie)et interaction avec les travaux de Central Hout.
- Préparation de la 3^{ème} session du Think Tank à Douala en mars 2020
- Préparation de la phase 2 du Programme Marketing PPECF : 01/05/2020 31/12/2022
- Autres sujets : convention FSC, marché US, business unit Total, guide des achats publics, paiement des services écosystémiques, centre de ressources de la certification...

AUTRES SUJETS ABORDÉS EN QUARTIONS DIVERSES:

- Prise de RV est en cours avec Interpol, par Nicolas Pillet, qui habite Lyon et rencontrera prochainement le chef du projet LEAF, Davith Stewart, au nom de LCB, Fedustria et ATIBT.
- Convention FSC F&P, toujours en discussion.
- Suivi feuille de route FSC NL pour l'Afrique Centrale. Réunion ce soir avec Ben Romein.
- Business unit Total, à laquelle est venu se joindre Laurent Valiergues, de la BM. Les discussions se font en B2B.
- Guide des achats publics, à actualiser.
- Fiches de promotion des usages du BT par LCB, à diffuser (quelques exemples partagés ici)
- Le paiement des services écosystémiques, sujet toujours important mais sur lequel peu d'avancées sont actuellement visibles. Une piste dépendrait de FSC pour une mission du PPECF (Nicolas Perthuisot)
- Le centre de ressources de la certification, une initiative proposée par le PPECF pour capitaliser la documentation utile dans une démarche vers la certification.
- La fourniture de sujets de publication dans les médias, avec un dernier sujet de OLAM.
- La réflexion de Stéphane Glannaz sur la difficulté à expliquer de manière synthétique, à de futurs possibles partenaires de F&P, la nécessité de rejoindre l'initiative.
- La nécessité de dynamiser la Commission Certification, pour décharger la Commission MKT de certains sujets très techniques: PSE, IFL

COVID 19 : MARKETING DE CRISE, PRÉPARATION DE COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- Communiqué de Presse sur l'implantation des entreprises dans les territoires et le maintien de leur activité :

- Le poids de la filière bois dans le bassin du Congo,
- Des entreprises implantées de longue date, solidaires des populations et des territoires,
- Une gestion responsable des exigences sanitaires, sociales et économiques,
- Les avantages spécifiques de la certification forestière pour mettre en œuvre les mesures de protection et d'accompagnement des collaborateurs et des populations autochtones.

- Communiqué de Presse sur le soutien du PPECF (et des sociétés certifiées) à la protection des équipes et de leurs familles (achat d'équipement) :

- Fourniture de matériel de diagnostic de la maladie,
- Fourniture d'équipements de protection des salariés : masque, gants, alcool...,
- Fournitures pour les structures médicales dans les concessions : médicaments et vitamines, blouses, savons, désinfection, gestion des déchets...,

- Témoignages : Interholco, CIB Olam. Plan Covid 19 de Rougier au Gabon (Eric Chézeaux)
- Témoigner que les sociétés certifiées sont à la pointe de la protection de leurs collaborateurs et des populations vivant dans les concessions.
- La non-objection de la KfW pour 250 000 € concernant la DNO du PPECF a été obtenue très rapidement. Si cela fonctionne bien, il y aura possibilité d'augmenter la dotation.

Ces deux communiqués de presse seront rédigés par Open2Europe qui va contacter les entreprises et la Cellule de Gestion du PPECF.

Ils sont à déclencher au plus vite.

- Point bailleurs: PPECF 3

Déclenchement du PPECF3 : confirmé par la KfW

- Calendrier : d'ici fin 2020

- Montant : 10 M€

Programme marketing

- Poursuite des actions en cours
- Suivi et évaluation : plus formaliste dans les procédures de marché et dans l'évaluation des actions

Cofinancement du travail de STTC/F&P avec IDH

- Contrat 2019-2021 en cours : newsletter, fourniture de statistiques, compilation d'études et données en appui des 10 engagements

Interaction avec le projet « Paysages Forestiers Nord-Congo »

- Possibilité de cofinancement pour le projet Baï TV : en collaboration avec le FFEM. Présentation du projet à la ministre.

POURSUITE DU PROGRAMME MARKETING : NOTE STRATÉGIQUE

Principes de base :

- Mise en place d'indicateurs de performance et d'impact qui permettront de suivre lors de chaque commission marketing les avancées précises du programme marketing
- Mise en avant du cofinancement apporté au programme marketing par les opérateurs certifiés, et dans la mesure du possible les partenaires de la marque.
- Travail des commissions considéré comme central, avec la commission marketing déjà largement en route mais parfois surchargée. Il faut à présent animer la commission technique et la commission certification qui doivent s'emparer d'un certain nombre de thématiques spécifiques.
 - Importance d'avoir une communication cohérente avec l'appui de la commission marketing.
- La présidence de chacune des commissions est assumée par des personnes ayant une large expérience du secteur. Le président de l'ATIBT est également président de la Commission Marketing.
- Le think tank de l'ATIBT fait désormais partie des rencontres attendues par la profession. La programmation d'un think tank par an est prévue, à minima.

Il est recommandé de l'organiser plutôt en Europe pour des raisons de coût.

Actions prioritaires:

- Le suivi et l'intensification des partenariats avec la FAO, mais aussi MTC (bien qu'existe une certaine concurrence au plan du marché).
- Un partenariat avec IDH/STTC existe depuis 2019, et demande à être renforcé.
- Les échanges avec les organisations professionnelles européennes des importateurs de bois
- Les relations avec les médias au travers de notre agence de relations presse 02E
- Les réseaux sociaux avec l'agence O2D
- Développer et animer le réseau des partenaires de la marque FP, en les informant au mieux des avancées du programme.
- Les contributions des partenaires devraient aller, à terme, au-delà de la simple cotisation à l'ATIBT, moyennant, tout au moins, une contribution en nature à la promotion de la marque.
- Une question reste posée quant à la possibilité que des non-membres de l'ATIBT puissent être partenaires de F&P. Comment ? Avec quel type de contribution ?

Actions faisant l'objet d'un accompagnement

- L'évolution de la certification au Cameroun dans le cadre du FLEGT,
- Les relations avec les organisations chinoises,
- Le projet Baï TV, initié en partenariat avec la SNCF,
- Le projet LKTS en cours de relance par FSC ciblé sur le bassin du Congo
- L'interaction avec la communication de FSC Programme « Together we are FSC »
- L'interaction avec la communication sur le projet PAFC BC
- La fiscalité compensée
- Thémis

DÉFINITION DES INDICATEURS DU PROGRAMME MARKETING ET MODALITÉ DE COLLECTE DES INFORMATIONS

Une proposition d'indicateurs est présentée à la Commission Marketing

- Les indicateurs d'impact

Evolution des facteurs clés du développement de la gestion durable des forêts et de la vente de bois certifiés FSC et PEFC-PAFC

- 1. Nombre d'hectares certifiés
- 2. Part de marché des bois africains certifiés par rapport aux autres bois africains
- 3. Proportion de LKTS
- 4. Nombre de clients de bois certifiés
- **5.** Nombre d'hectares en coaching
- 6. Evolution des réglementations en faveur de la gestion durable des forêts
- 7. Absence d'attaques contre les entreprises F&P
- **8.** ...

- Les indicateurs de réalisation du Programme Marketing Fair&Precious

Travaux menés dans le cadre du programme marketing

- 9. Organisation des Commissions Marketing
- 10. Réalisation des supports papier et digitaux
- 11. Action presse et réseaux sociaux
- 12. Think Tank

- **13.** Partenariats : FSC, PEFC-PAFC, STTC Probos, LCB, FAO, fédérations et associations professionnelles...
- 14. Organisation et participation aux salons et forum

15. ...

- Les indicateurs de performance

Résultats des actions menées dans le cadre du programme marketing

- 16. L'implication des gestionnaires forestiers F&P
- 17. Le nombre de partenaires F&P
- 18. Les résultats des collaborations
- 19. La fréquentation des manifestations
- 20. L'audience des supports
- 21. Le nombre d'articles

Un groupe de travail sera animé par l'ATIBT pour définir ces indicateurs en accord avec les bailleurs et les professionnels.

ACTUALITÉ SITE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX ET RELATIONS PRESSE

Refonte du site internet ATIBT en cours de finalisation

Proposition de développement d'un annuaire en ligne sur le site ATIBT

Relations presse (données premier trimestre 2020)

- 13 articles en janvier, 6 en février
- Audience de 91 900 personnes
- Equivalent achat d'espace 12 610€

Réseaux sociaux (données février 2020)

- 326 abonnés sur Linkedin (+ 23 en un mois)
- 1352 abonnés sur Instagram (+ 277 en un mois)
- Plus d'un million de personnes ont vu les publications F&P dans le mois de février

EXPOSÉ DE IDH CONCERNANT STTC ET RAPPROCHEMENT ENTRE F&P - STTC

Intervention de Nienke Sleurink

Madame Sleurink est partie des constats suivants :

- **22.** STTC et l'ATIBT (F&P) partagent les mêmes idées quant à la valeur du bois tropical durable et les deux initiatives recherchent des synergies.
- 23. L'ATIBT et STTC sont complémentaires ; l'ATIBT dispose d'un département de communication solide et est présente sur le terrain dans les pays producteurs (principalement africains) ; STTC est forte en matière de recherche et de données et est jusqu'à présent peut-être plus connue en Europe.
- 24. STTC a beaucoup d'influence en ce moment. C'est une opportunité commune. Comment en tirer le meilleur parti ? Les membres de STTC et de l'ATIBT(F&P) constituent une équipe intéressante à partir de laquelle il est possible de développer davantage d'initiatives ayant un impact plus important sur le marché et donc sur les forêts tropicales.
- 25. Il est temps d'agir de manière concertée, c'est à envisager. En s'unissant, le travail de promotion des bois tropicaux durables serait renforcé. Nous pouvons également offrir à nos membres plus d'objectifs et de soutien et une contribution crédible à la gestion durable des forêts.
- 26. Possibilité d'élargir la collaboration au-delà de l'Europe et au-delà du seul message actuel, par exemple à la Chine.

La proposition concrète de collaboration est de faire évoluer progressivement tous les membres STTC/F&P vers un approvisionnement 100% durable en bois tropicaux. Pour garder à l'esprit une date butoir qui ne soit pas trop éloignée et qui reste réalisable, la réflexion actuelle est de fixer l'objectif à 2025.

La collaboration comporterait deux axes principaux :

• Les membres prendraient des engagements individuels, qui augmenteraient progressivement, en fonction de leurs capacités et feraient l'objet d'un suivi. Nous commencerions à travailler avec eux, sur le pilotage d'un système de suivi avec LCB et UK TTF. Ce système a également été utilisé par les membres néerlandais de la TTF. Il sera financé par STTC.

Les membres recevront un soutien : des conseils sur les délais possibles, sur la manière d'accroître la durabilité, des contrôles périodiques, en plus du soutien au suivi.

• En ce qui concerne le STTC et l'ATIBT, « nous travaillerons ensemble pour améliorer l'environnement favorable » : communications, lobby et coalitions pré-compétitives.

POINT SUR LES MOTIONS FSC ET SUR LE RAPPORT DE FORM/ M34

En prévision de la prochaine assemblée Générale du FSC, et toujours pour dialoguer avec les parties prenantes du FSC sur la problématique des IFL (M 65/2014), différentes motions seront présentées:

- La motion définition des IFL (présentation ATIBT)
- La motion paysage (présentation ATIBT)
- La motion sur le respect des GTR (présentation ATIBT)
- La motion légalité (présentation ATIBT)
- La motion sur l'usage du Français (support ATIBT)

Par ailleurs, et suite à la motion 34/2017 votée à Vancouver, une étude d'impact menée par Form International a été rendue publique cette semaine dernière.

Cette étude (draft) est bien entendu disponible pour tous, mais est encore en révision.

Les responsables de l'étude recommandent que le niveau de 20% proposé par le groupe de travail régional dans le Bassin du Congo soit accepté comme niveau de protection suffisant. Reste un point en suspens : quel sera l'impact de cette étude auprès du board FSC, qui a refusé il y a 2 mois les recommandations du GTR ?

Pour information, CFT en RDC a souhaité aller vers la certification FSC après sa certification de légalité. 80 % des surfaces de sa concession étant considérées comme IFL, CFT a préféré renoncer à la certification.

L'ATIBT a déposé des motions.

Echéance à octobre 2021

LANCEMENT DU PROJET DRYADES : ANALYSE DU CYCLE DE VIE

L'objectif de ce projet est d'obtenir des fiches de déclaration environnementale et sanitaire sur tous les produits bois issus du bassin du Congo afin que les producteurs ou distributeurs puissent communiquer les informations au moment de chaque transaction. Idéalement ces fiches de déclaration seraient auditées pour une reconnaissance des informations par les professionnels, et mieux encore elles seraient référencées dans une base de données reconnue.

Pour l'établissement de ces fiches, des informations très nombreuses, variées et souvent confidentielles sont nécessaires (comptabilité, investissements matériels, entretien, procédure de travail, etc.). Les paramètres influents peuvent énormément varier selon la provenance géographique du matériau, selon le degré de transformation sur place, etc. Pour ces raisons, la mise en place d'un logiciel ne serait pas maîtrisable par les professionnels, un accompagnement par un bureau d'étude spécialisé est indispensable.

CALENDRIER : En France, la réglementation environnementale RE2020 (remplaçant la règlementation thermique des bâtiments RT 2012) sera appliquée à partir de Janvier 2021. Il n'est par ailleurs pas pertinent de rechercher à couvrir tous les produits bois du bassin du Congo, mais plutôt d'aborder le problème par famille de produit :

- Les grumes ;
- Les sciages non séchés avec des sous familles selon les sections ;
- Les sciages séchés ;
- Les bois hydrauliques et traverses ;
- Les profilés (lames de terrasse, lambourdes, lambris, moulures, etc.) ;
- Les carrelets lamellés collés ;
- Les placages;
- Les contre-plaqués.

Le dossier est actuellement repris par Alessandra Negri qui a intégré l'équipe de LCB/ATIBT. L'étape en cours est de demander au BE Esteana de faire un devis.

Les résultats attendus sont des fiches de déclaration environnementale et sanitaire.

Il s'agit de se conformer à la réglementation RE 2020.

Il est essentiel d'obtenir les FDES à temps. Le béton les a déjà produites.

La KfW rappelle qu'il est nécessaire d'avoir une approche européenne sur ce sujet.

Il est demandé aux entreprises d'indiquer leur niveau de contribution dans les prochains jours au projet afin d'indiquer un cofinancement du secteur privé.

RELANCE DU PROJET LKTS / VISION DE FSC NL

Pour FSC-NL, il n'a jamais été aussi important de développer le marché des LKTS. L'avenir de la certification dans le bassin du Congo en dépend.

Ainsi, le FSC prévoit d'approcher les 6 concessionnaires du FSC dans le bassin du Congo pour leur demander de partager des informations concernant leurs plans d'exploitation à court et moyen terme afin de déterminer quelles LKTS seront disponibles et de travailler à un concept d'approche du marché européen et de créer une stratégie pour développer le marché chinois en coopération avec le bureau chinois de FSC.

Il est aujourd'hui avéré qu'il y aura une mise en danger de la certification en l'absence de diversification des essences.

Côté SNCF, le projet est relancé.

Périmètre : traverse en bois ferroviaire et appareil de voie

TB : Azobé et Okan

ADV: Azobé

- But : Diversifier le panel d'essences en bois tropical SNCF Réseau pour réduire la pression sur l'azobé
- Organisation et fonctionnement :

Ingénierie SNCF Réseau : prescription technique et cahier des charges pour homologation. ATIBT : pivot entre SNCF et les entreprises certifiées

• Procédure de test :

Equiper des Appareils de Dilatation (course 180 mm pour Longs Rails Soudés) afin de vérifier la tenue en voie (pose et suivi dans le temps). Il faudra fournir de quoi équiper un AD par type d'essence : le plancher bois d'un AD est constitué de 4 supports bois 1A (dimensions 0,26 x 0,15 x 2,6 m) et de 2 supports bois 2A (dimensions 0,30 x 0,15 x 2,6 m).

OPPORTUNITÉ ET CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE D'UN PROJET PSE (PAIEMENTS POUR SERVICES ECOSYSTÉMIQUES)

Objectif de générer des revenus complémentaires pour les gestionnaires forestiers.

Etude d'opportunité de valorisation des impacts positifs.

Faire communiquer le monde des gestionnaires forestiers et celui des financiers pour toucher de nouveaux investisseurs au travers des PSE.

Diversifier les revenus au-delà de la vente de bois.

Valeur du PSE. Mise en place d'une technologie blockchain. Critères sociaux, environnementaux au-delà du carbone.

Mettre en place une blockchain entre l'acheteur et le vendeur du SE, matérialisée par un contrat.

Le dispositif doit permettre aux acheteurs de PSE d'être intéressés par les services des gestionnaires forestiers.

Il conviendrait de déclencher l'étude de faisabilité au deuxième trimestre 2020 pour un aboutissement en juin 2021.

Outil Forland de l'ONFI comme piste pour la comptabilisation des SE.

Veiller à la conformité légale des PSE au bénéfice des entreprises dans les pays producteurs.

PROJET BAI TV ET INTERACTION AVEC PROJET PFNC

Parties prenantes

- SNCF : cofinancement et diffusion des images prévue dans 2 gares parisiennes
- Lycée Gustave Eiffel : labellisation Africa 2020 par le Ministère de l'Enseignement Supérieur, mise à disposition sur deux ans d'équipes de professeurs et de lycéens, renfort du bureau d'études ELSIA
- AFD : éligibilité au Programme Forestier Nord Congo
- PPECF : cofinancement à valider
- CIB Olam : site pilote
- ATIBT : structure de coordination du projet

Mise en œuvre

• Mesurer l'impact de la crise du COVID 2019 sur le calendrier initial

Annexes au compte-rendu:

- Le support de présentation de la Commission Marketing
- La note stratégique concernant la poursuite du Programme Marketing
- Les études et articles en appui des 10 engagements Fair&Precious (Fr et En)
- Le document de travail sur les indicateurs d'évaluation du Programme Marketing
- Le rapport d'activité 2019 du Programme Marketing en français et en anglais

INDICATEURS D'IMPACT DU PROGRAMME MARKETING:

- La part relative que les LKTS certifiées prennent dans les importations de bois africains certifiés gestion durable en Europe a augmenté de 5% entre 2018 et 2023. (indicateur pour objectif promotion LKTS)
- Le ratio volume de bois tropical africain durable par rapport au volume bois tropical africain total importé en Europe a augmenté au moins de 5% entre 2018 et 2023. (indicateur pour objectif promotion bois FSC/PAFC)
- Le ratio volume annuel de bois FSC/PAFC vendu comme tel par les producteurs vs volume bois total provenant de concessions durables vendu par ces mêmes producteurs a augmenté au moins de 5% entre 2018 et 2023. (indicateur pour objectif réduction de l'érosion des labels)
- Les superficies certifiées FSC/PAFC dans le bassin du Congo restent stables, voire augmentent entre 2018 et 2023. (indicateur pour objectif promotion gestion durable des forêts dans le bassin du Congo)
- Le nombre de clients qui ont effectivement acheté du bois F&P aux membres producteurs durant l'année écoulée est en augmentation continue. (indicateur pour objectif promotion F&P auprès des importateurs)
- Le plan annuel de travail de la commission Marketing est réalisé à 75% à la fin de chaque année. (indicateur d'effort de la commission Marketing)
- Les plans d'actions élaborés annuellement avec au moins 5 partenaires F&P (STTC-Probos, FSC, PEFC, SNCF, LCB, FAO,) sont réalisés à 75%. (indicateur de collaboration effective en matière de marketing)
- Des indicateurs de suivi pour les 10 engagements F&P sont élaborés et leur évolution communiquée annuellement sur le site F&P. (indicateur de progrès et de transparence)
- Le nombre d'adhérents à la marque F&P est en augmentation continuelle. (indicateur pour objectif promotion F&P en général)
- Le « collectif » Fair&Precious est financièrement autonome d'ici 2023 (indicateur de durabilité financière de la marque)

3 -COMMISSION MARKETING 16 DÉCEMBRE 2020

WEBINAIRE

Participants

Olman SERRANO ATIBT Romain LORENT **PPECF** Tullia BALDASSARRI INTERHOLCO Christophe JANSSEN INTERHOLCO Carine PEREIRA ROUGIER Philippe DELMOTTE OLAM Stéphane GLANNAZ Laurent MONNIER **PALLISCO**

PRECIOUS WOODS

Emmanuel GROUTEL Nathalie BOUVILLE Rémi SOURNIA Marko SEMIALJAC Alessandra NEGRI Benoit JOBBE-DUVAL Josépha COACHE Bertrand FAUCON

FSC **PEFC OPEN2INFLUENCE** LCB - ATIBT **ATIBT** ATIBT STRATÉMARK

WALE

CR DE LA COMMISSION MARKETING

L'enregistrement de cette commission est à la disposition de ceux qui le souhaitent.

3. RAPPEL DE LA COMMISSION MARKETING / COPIL DU 16 AVRIL 2020 ET PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE PROJET MARKETING POUR 2021

L'équipe est constituée à ce jour des personnes suivantes : B. Jobbé-Duval (MO), B. Faucon (AMO), A. Negri (appui technique), J. Tholon (newsletter), J. Coache (communication et suivi indicateurs).

> 4. RETOUR SUR LE THINK TANK DES 2 ET 3 NOVEMBRE 2020 : OBSERVATIONS GÉNÉRALES ET NOUVELLES ACTIONS CLEFS À ENTREPRENDRE

Rappel du programme et des liens sur l'article suivant :

https://www.atibt.org/fr/news/12907/compte-rendu-du-3emethink-tank-de-l-atibt-visioconference-2-3-novembre-2020

Observations concernant la forme:

- L'ordre du jour était très dense pour un format webinaire. C'était parfois difficile de rester concentré.
- Si les participants ont été globalement satisfaits, il conviendrait d'organiser en alternance des RDV en présentiel pour avoir la possibilité d'échanger en direct en marge des travaux.
- Le découpage du think tank en ½ journées est suggéré.
- L'utilisation du numérique est plutôt plébiscité, avec des réunion peut-être mixtes (visio + présence), ou un retour au présentiel pour des rencontres ponctuelles.
- Etudier la possibilité d'utiliser une autre plateforme que Zoom comme AIRMEET, qui est très ergonomique.

Observations concernant le fond :

- Beaucoup de sujets, certains complexes comme les PSE, qui ont d'ailleurs fait l'objet d'une reprise lors de la commission certification du 16/12 au matin.
- Il est important maintenant de « digérer » ce qui a été abordé, et de mettre en œuvre les actions suggérées.

5. MISE EN PLACE D'INDICATEURS DU PROGRAMME MARKETING

Les indicateurs de réalisation du Programme Marketing Fair&Precious ont été présentés et font à présent l'objet d'un suivi attentif dans le cadre du programme.

Indicateurs d'impact & Indicateurs de réalisation :

Voir Chapitre I « Les investigations marketing / Les indicateurs du programme marketing »

Observations sur les indicateurs :

Josépha Coache est en charge du suivi de ces indicateurs, en même temps qu'elle fait le suivi des adhésions de Fair&Precious. A ce titre, elle interroge les sociétés certifiées.

STTC et Probos sont également source d'informations. La FAO pourrait également être interrogée. Proposition de mise en place d'un panel européen d'entreprises (principalement constitué des premiers metteurs en marché) pour actualiser, par exemple tous les 6 mois, un certain nombre d'indicateurs.

Ce panel d'environ 59 entreprises (plus un panel interrogé par Fedustria) est d'ailleurs déjà constitué dans le cadre de l'enquête menée par l'ATIBT en septembre 2020, il faudra maintenant en faire un suivi semestriel.

6. TRAVAUX SUR LES ACHATS CERTIFIÉS DES ENTREPRISES IMPORTATRICES : ETUDE STTC, ENQUÊTE ATIBT

En septembre 2020, l'ATIBT a mené une enquête à destination des entreprises européennes importatrices de bois tropical, diffusée sous la forme d'un questionnaire dans un premier temps aux importateurs membres de l'ATIBT et de Fedustria, puis aux importateurs membres de LCB. Le questionnaire portait sur les achats de bois tropical certifié.

Avec un taux de réponse estimable de 44 %, cette enquête a permis d'identifier des entreprises qui souhaitaient devenir partenaires du programme Fair&Precious, et a aussi participé à la mise en place d'indicateurs nécessaires au suivi du marché européen du bois tropical certifié :

- La proportion de bois certifié (légal et gestion durable) achetée par les entreprises importatrices de BT dans leurs importations totales est d'environ 43%.
- La proportion de bois certifié (légal et gestion durable) achetée par les entreprises importatrices de BT membres de l'ATIBT dans leurs importations totales est d'environ 51%. Suite à une question posée sur le pourquoi cette proportion n'est pas de 100%, il a été mentionné pour rappel que les achats de bois certifié en Hollande sont d'environ 70%,

Pour rappel, l'étude de STTC 2020 concernant l'importation de bois tropical certifié sur les données du marché en Europe est disponible :

https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2020/11/Understanding-sustainable-tro-pical-wood-products-through-data.pdf

Le sujet concernant la réglementation de la profession de metteur en marché a été abordé, comme une manière efficace de sécuriser l'importation de bois légal en Europe. Il est confirmé que cette idée est actuellement en cours de discussion, et qu'elle sera soumise au prochain CA de l'ATIBT, dans le cadre du courrier qui doit être fait à l'attention de l'UE pour demander plus de mesures contre le bois illégal.

Une demande auprès d'un juriste est suggérée, et ce point sera suivi.

7. DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU:

Partenaires de la marque Fair&Precious ;

• 35 Partenaires de la marque Fair&Precious au 15 décembre 2020

Le recrutement de partenaires se poursuit parmi les adhérents de l'ATIBT avec le respect des conditions définies par la Commission Marketing.

Tous les membres de l'ATIBT ne sont pas intégrés dans la marque Fair&Precious, puisque cette marque est censée réunir les acteurs tournés vers l'excellence en matière de certification.

Partenariats FSC et PEFC-PAFC et interactions avec leurs activités de marketing;

- Conventions signées avec FSC et PEFC-PAFC
- Mise en place de groupes de travail communication avec FSC puis PEFC avec définition des conditions d'utilisation et de cohabitation des marques dans le cadre du programme marketing Fair&Precious.
- Meilleure synergie entre les schémas de certification et la marque F&P.

Autres partenariats et actions stratégiques : FAO / SW4SW, IDH - STTC ;

Coalition SW4SW de la FAO, initiée fin novembre et en cours de construction.

On vise la sensibilisation, les échanges techniques, la coopération internationale sur la production et le commerce légaux et durables du bois, et la promotion du bois dans la bioéconomie, y compris dans les pays en développement.

Résultat escompté : plaidoyer, brochures techniques, présence lors de dialogues internationaux et de processus multilatéraux, réunions internationales.

- ATIBT International Tropical Timber Association
- Department of Environment, Australia
- FFF The Forest and Farm Facility (FAO, IIED, IUCN, AGRICORD)
- Finnish Forest Industry Federation
- FSC Forest Stewardship Council
- IBA Brazil Tree Industry
- IFFA International Family Forestry Alliance
- Ministry of Forests, Wildlife and Parks, Quebec
- PEFC Programme for the Endorsement of Forest Certification
- Swedish Forest Industry Federation

MoU avec IDH. Jusqu'à présent, nous n'avions pas d'accord direct avec IDH, seulement des actions conjointes avec STTC.

Cet accord comprend différents objectifs:

- Organiser des réunions stratégiques semestrielles en mai et octobre entre les parties
- Élaborer un engagement européen commun avec une feuille de route et un cadre de suivi/vérification
- Élaborer et faire progresser un plan de communication stratégique commun, en s'appuyant sur les plans et les documents existants, d'ici le troisième trimestre 2021.
- Développer un plan pilote de suivi des données et collaborer à l'amélioration de la collecte et de la publication des données de suivi des bois tropicaux durables d'ici le quatrième trimestre 2021.
- Explorer un plan de plaidoyer européen commun d'ici le quatrième trimestre 2021.
- Explorer le potentiel de collaboration au-delà de l'Europe (y compris la Chine, l'Inde et la connexion avec SourceUp)
- Organiser des événements communs dans la mesure du possible
- Dialogues ouverts et partage des connaissances et des informations

8. ACTIONS DE LUTTE CONTRE LES IMPORTATIONS DE BOIS ILLÉGAL ;

Présentation du projet de Lettre à la Commission Européenne.

Objet : Alerte sur le commerce illégal en Europe et l'application du Règlement Bois de l'Union Européenne dans les échanges commerciaux : défaillances systémiques et bonnes pratiques à encourager.

Observations : Le sujet de réglementer la profession des premiers metteurs en marché de bois tropicaux importés est de nouveau évoqué.

Il conviendrait de se faire accompagner par un conseil juridique spécialisé afin de mesurer la faisabilité de ce projet à l'échelle européenne.

Possibilité d'un appui du PPECF.

9. PROPOSITION DE RÉALISATION DE VIDÉOS PAR IMAGÉO ET DE MISE EN PLACE D'UN RÉSEAU DE CORRESPONDANTS DANS LES CONCESSIONS F&P;

Contexte:

La montée en puissance du programme marketing au travers des outils numériques (site web et réseaux sociaux) et des relations presse, mais aussi les nombreuses sollicitations des partenaires de Fair&Precious, rendent nécessaire la production de nouveaux contenus, d'une part en provenance directe de nos concessions certifiées, d'autre part au travers de témoignages d'utilisateurs ou d'acheteurs de bois certifiés.

4 films pourraient ainsi être réalisés sur les thématiques suivantes :

- Film sur la durabilité de l'exploitation (plans d'aménagement forestiers, prélèvements et sections, taux de reconstitution, diversification des essences...)
- Film sur les populations riveraines (actions en matière de santé et d'éducation, initiatives en matière de développement économique...)
- Film sur les services écosystémiques (préservation de la faune, de la flore, lutte contre les activités illégales, création de revenus additionnels...)
- Film sur l'approche filière avec la consommation en Europe (architectes, fabricants, acheteurs publics...)

Au-delà de cette commande, classique et nécessaire, le déplacement d'équipes de professionnels de la vidéo dans les concessions certifiées pourrait être l'occasion de former des correspondants locaux pour la réalisation de reportages et de témoignages.

Ainsi Fair&Precious bénéficierait de la présence de partenaires dans les concessions pour faire vivre sa communication tout en valorisant les actions de terrain en matière de services écosystémiques et de développement économique et social.

Formés et équipés de matériels et de logiciels, ces correspondants Fair&Precious, qu'ils soient collaborateurs des entreprises ou membres des communautés autochtones, se verraient valorisés par la diffusion de leurs vidéos sur les supports de l'ATIBT et de ses partenaires.

A terme, ce dispositif très novateur pourra servir de base à la création d'une chaîne Fair&Precious TV accessible sur les différentes plateforme vidéo.

La demande de financement auprès du PPECF s'élève à 118 614 €. : tournage, post production, formation, fourniture du matériel, montage des films sur une période de 6 mois)

10. PROPOSITION DE MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE D'INFLUENCE AFIN DE PROMOUVOIR LA GESTION DURABLE DES FORÊTS ET L'ACHAT DE BOIS CERTIFIÉS ;

Il est proposé à la Commission Marketing d'étudier les modalités d'une action auprès d'influenceurs afin de promouvoir la gestion durable des forêts dans le bassin du Congo et l'achat de bois tropicaux certifiés FSC et PEFC-PAFC.

Cette démarche pourrait se dérouler sur 1 ou 2 pays dans un premier temps (France et GB). La France et la Grande-Bretagne sont des marchés de référence sur lesquels il convient de développer la proportion des bois certifiés parmi les achats de bois tropicaux.

Fair&Precious collabore avec Open2Europe pour les relations presse et Open2Digital pour les réseaux sociaux. Le groupe a créé une nouvelle filiale sur cette démarche spécifique d'influence : Open2Influence

Marko SEMIALJAC a présenté la méthode et les actions possibles dans ce domaine :

- Influenceurs auprès des ONG et des médias sur la thématique de l'environnement : la gestion durable permet d'assurer la préservation des forêts...
- Influenceurs auprès des acheteurs et des prescripteurs (architectes, acheteurs publics, distributeurs, fabricants, constructeurs...): utilisez du bois certifié FSC et PEFC-PAFC
- Influenceurs auprès des décideurs publics, des grands groupes et des financiers : comment financer les services écosystémiques rendus par les gestionnaires certifiés (protection de la faune et de la flore, développement social et économique)

Observations:

L'influenceur doit « faire rayonner » la marque F&P. Le principe de mise en route de cette action d'influence a été validé largement lors de la commission.

La piste de Jamy GOURMAUD (Emission TV « C'est pas sorcier ») fait, à titre d'exemple, l'unanimité parmi les participants de la Commission Marketing. Il pourrait être l'ambassadeur de la marque, et possède un capital sympathie très important. Il s'est reconverti dans le métier de youtubeur.

Les jeunes doivent être particulièrement visés par cette démarche d'influence et convaincus par notre travail.

Les coûts liés à ce travail d'influence doivent être négociés, car l'obtention de bons contenus est également importante pour l'influenceur. Il faut par ailleurs faire attention à la rémunération des influenceurs, car nous ne sommes pas censés être sur un sujet commercial, mais plutôt d'intérêt général.

L'influenceur peut aussi être mis à contribution pour mieux nous aider à présenter nos propres arguments.

11. ACTIONS EN COURS : SITES WEB, RELATIONS PRESSE, RÉSEAUX SOCIAUX, NEWSLETTER ATIBT ET STTC - F&P

Globalement, l'ensemble des audiences est en augmentation, sur les différents médias. Les contenus des posts sont validés tous les mois, et nous comptons de plus en plus avec les contributions des différentes sociétés pour produire les contenus.

Ce qui a été semé semble marcher, et avec la démarche d'influence mentionnée précédemment, ce travail de communication est très important.

Supports numériques

Mise en ligne du nouveau site web de l'ATIBT dans le cadre des actions de refonte de l'écosystème digital

- Un design plus contemporain, adapté au mobile, une ergonomie améliorée.
- Une navigation avec un menu principal plus clair.
- Un accès facile aux pages de contenus et aux articles / ressources.
- De nouvelles pages de contenus, par exemple : page dédiée pour chaque Commission, page Equipe élargie, nouvelle section « Vous êtes », nouvelle section « Objectifs », section « Domaines de compétences » renforcée...
- Une transversalité des contenus, nouvelle section « Tags » permettant de relier des pages d'une même thématique entre elles.
- Une mise en avant des sujets du moment sur le 1er écran de la page d'accueil, en superposition de la vidéo : « Connaissances scientifiques et techniques » / « Achat de bois légal et certifié » / « Paiements des services écosystémiques » / « Reboisement et agroforesterie »
- Un accès rapide aux autres sites de l'ATIBT, et en particulier au site Fair&Precious;
- La mise en avant des événements sur la page d'accueil.
- Une carte de localisation des Membres (qui sera prochainement interactive).
- Les chiffres-clés de la filière en mode dynamique.
- Les logos des Membres sur les pages du site.
- Des sections Membres avec filtres, avec page dédiée pour chaque Membre (fiche Membre avec logo, coordonnées et texte de présentation).
- La mise en avant de la rubrique « Devenir Membre » et page dédiée.
- « L'Annuaire des Membres » généré automatiquement en PDF.
- Une section « Actualités » avec filtres.
- La mise en avant de l'Inscription à la Newsletter sur toutes les pages et synchronisation avec MailChimp.
- Un outil de génération automatique des Newsletters.
- La mise en avant de la Médiathèque sur toutes les pages, avec nouvelles pages dédiées aux ressources : « Publications techniques », « Publications institutionnelles », « Rapports d'activité », « Vidéos »...

Relations presse

4 communiqués de presse ont été préparés et diffusés entre

- COVID 19: « Les gestionnaires forestiers « Fair&Precious » s'engagent dans la lutte contre le covid-19 en Afrique
- Terrasses: « Fair&Precious: le bois tropical durable le choix du confort et du respect de l'environnement pour vos terrasses »
- ADEFAC, un programme ambitieux de formation aux métiers du bois et de la gestion durable des forêts dans le bassin du Congo.
- Fair&Precious, la marque collective de la promotion de la gestion durable des forêts du bassin du Congo fête ses 3 ans

Entre mai et novembre 2020

- 51 articles sont parus
- Audience des médias de 8 337 000 personnes
- Equivalent achat d'espace de 30 500 €

Réseaux sociaux

LINKEDIN

- 8 à 10 publications par mois
- 550 abonnés
- Plus de 4 000 consultations / Impressions par mois

INSTAGRAM

- 8 à 10 publications par mois
- 2 500 abonnées
- 380 000 consultations / Impressions par mois

Newsletters ATIBT et STTC - F&P

La newsletter de l'ATIBT poursuit sa publication hebdomadaire. Reprise de 92 articles d'actualités sur le site F&P, en français et en anglais :

- 16 actualités publiées en juin
- 13 actualités publiées en juillet
- 5 actualités publiées en août
- 15 actualités publiées en septembre
- 23 actualités publiées en octobre
- 20 actualités publiées en novembre

12. POINTS SUR LES PROJETS « ANNEXES » AU PROGRAMME MARKETING EN COURS : DRYADES, THÉMIS, BAÏ TV, LKTS – STS

Dryades:

- Pour rappel, le projet a pour objectif d'avoir des données sur les ACV des bois tropicaux (sortie Afrique). Il y a un réel besoin de la profession en raison de la réglementation environnementale RE 2020 pour avoir des FDES en France et des DEP au niveau européen.
- Ces données permettront aussi d'avoir des arguments marketing au travers d'infographies.
- Présentation de la proposition d'ESTEANA, BE spécialisé dans les ACV.
- Avis de non-objection en cours avec une réponse imminente. Il serait bon de demander au PPECF de nous indiquer dans quel délai l'ANO définitif pourrait être obtenu début 2021.
- Le financement d'un logiciel permettant d'identifier les paramètres les plus déterminants est également prévu.
- Il est demandé de rester très pratiques dans la présentation des résultats, et surtout que les résultats puissent arriver dès que possible de manière à « rester dans le business ».

Thémis:

- Ce projet mené par Probos réunit LCB, Fedustria, TTF et ATIBT. L'implication de GD Holz est également en cours de discussion.
- Ce projet a pour but des tester le degré d'engagement des importateurs, ainsi que des fédérations elles-mêmes.
- Les acteurs méritants seront mis en valeur sur nos plateformes F&P ou autres.
- Il est important que l'on soit dans une dynamique d'amélioration continue.
- Hypothèse d'une collaboration avec BVRio. Cette plateforme correspond à ce qui avait d'ailleurs déjà été imaginé d'être créée avec l'appui du PPECF il y a quelque temps.
- Avis de non-objection obtenu le 9 décembre. Les contrats seront faits début janvier.

Baï TV:

- Une réunion entre le Directeur Communication SNCF Gare et Connexion, la directrice DD de KEOLIS (filiale SNCF) et l'ATIBT s'est tenue en octobre. L'enjeu était de sensibiliser les équipes « communication » des gares SNCF au projet et d'aborder le sujet de la sélection des gares pour la diffusion des images de la BAI TV. Au vu de sa situation géographique (proche de l'AFD), la Gare de Lyon a été désignée comme pertinente.
- Pour le côté « technique » du projet, le Lycée Gustave Eiffel propose de relancer le projet. Une réunion s'est tenue en Novembre, avec pour objectif d'échanger avec le bureau d'études ELSIA sur la faisabilité technique du projet et du lancement de la maquette dans les ateliers du Lycée.

LKTS - STS

- Conformément aux recommandations du groupe de travail, un premier projet de coaching sur l'essence Gombé a été présenté au PPECF par la société CGB (Gabon).
- Pour rappel, une convention est en cours de signature entre le CIRAD et l'ATIBT, pour que les activités en lien avec la connaissance des bois tropicaux soient renforcées à l'ATIBT. Le CIRAD pourra certainement être sollicité aussi dans le cadre de cette collaboration pour les projets LKTS.
- Cette thématique LKTS est également conditionnée par la mesure CEMAC d'interdiction d'exportation des grumes.

13. DIVERS

Observations sur la composition de la commission marketing et sur les adhésions à l'ATIBT :

Suite à la proposition de prendre aussi en compte les sociétés sous coaching, pour mesurer l'effet commercial de la certification sur quelqu'un de non-certifié, une remarque a été faite sur le danger qu'il y a à « tout mettre dans le même pot » en ce qui concerne les indicateurs.

Différents responsables commerciaux ont souhaité s'exprimer aussi sur la nécessité de revenir à une commission marketing plus resserrée autour des participants des entreprises pour aboutir à des prises de décision plus rapides.

FSC, PEFC ou PPECF pourraient participer de manière ponctuelle à certaines commissions, une fois par an.

Par ailleurs, le positionnement autour de la certification SFM a été demandé de la part de différentes entreprises, en contrepied à un positionnement plus élargi, où « tout le monde participe à toutes les commissions ». Les demandes d'adhésion à l'ATIBT venant d'entreprises qui « achètent au Zaire » ont été critiquées.

Ces remarques correspondent à un recadrage venant « des boiseux et des certifiés » de la ligne politique et éditoriale Fair&Precious.

Une remarque a été faite également sur les conditions d'admission à l'ATIBT, et la procédure d'acceptation des adhérents a fait l'objet d'échanges. Il est rappelé que ce sujet doit être débattu lors du CA, de manière claire et transparente.

Observations concernant la consultation RBUE de l'UE:

Une remarque a été faite sur une consultation publique concernant le bois illégal et il a été demandé par le PPECF ce que l'ATIBT avait fait par rapport à cette consultation.

Il est précisé que l'ATIBT avait en fait relayé cette consultation en septembre 2020 : https://www.atibt.org/fr/news/12797/latibt-relaye-deux-consultations-publiques-de-lue-dont-une-sur-le-rbue-latibt-vous-encourage-a-y-repondre-jusquau-26-novembre-2020

Nous prenons contact avec la responsable de cette consultation pour en connaître les résultats dès que possible : Anne Delvaux / DG ENV .F.3, Multilateral Environmental Cooperation

Discussion sur la thématique des plantations forestières :

Une longue discussion a eu lieu sur les questions de plantations forestières certifiées qui viennent concurrencer le bois issu de forêts naturelles certifiées. Ces clients sont plus rassurés par un matériau compétitif qui répond parfaitement à leurs cahiers des charges. Il faut faire ressortir les particularités de notre action, et faire valoir les arguments concernant la biodiversité, qui prennent de plus en plus d'importance. Il faut soutenir l'aménagement durable des forêts tropicales, mettre en avant les services écosystémiques, avec des outils vidéo qui sont certes bien, mais aussi en faisant appel à l'infographie, qui se révèle efficace. Avec tous les sujets actuels sur la reforestation il faut mettre en avant notre propre valeur ajoutée avec des arguments impactants.

L'infographie est actuellement très utilisée dans la communication anglo-saxonne.

Quelques autres remarques:

- Il faudrait exploiter davantage la capacité des opérateurs forestiers d'agir aussi sur le volet de la sécurité alimentaire, ce que les opérateurs de plantations forestières ne font pas.
- Il a été par ailleurs à nouveau souligné que le « Fair » de « Fair&Precious » doit être mieux démontré, bien que ce concept soit d'ores et déjà prouvé au plan des conditions salariales et même aussi des relations avec les populations autochtones.

Demande de distinguer, parmi les bois tropicaux certifiés FSC et PEFC-PAFC, la production en provenance de plantation de la production en provenance des forêts naturelles, ces dernières présentant un bilan écosystémique sans comparaison.

Présentations des échanges B2B entre les gestionnaires forestiers Fair&Precious et les sociétés chinoises de CTWPDA, organisés par l'ATIBT les 17 et 18 décembre.

Annexes disponibles:

- Le support de présentation de la Commission Marketing
- La synthèse de la 3ème édition du Think Tank (2 et 3 novembre 2020)
- La proposition de courrier à l'UE
- La proposition d'Open2Influence
- Le document de travail sur les indicateurs d'évaluation du Programme Marketing
- Convention ATIBT-CIRAD

14. ROLE DE LA COMMISSION CERTIFICATION. UN APPUI DANS LE DEBAT SUR LES IFL.

La commission certification constitue un cofinancement de l'ATIBT auprès du programme marketing. Les présidents en sont Sophie Dirou et Nicolas Perthuisot, et le secrétariat est assuré par Caroline Duhesme.

L'objectif général de la commission certification de l'ATIBT est de promouvoir et soutenir la certification forestière. Dirigée par des membres actifs, la commission certification décline cet objectif au travers d'objectifs spécifiques :

- Faire une veille sur la certification forestière sur le Bassin du Congo et diffuser l'information pertinente de manière transparente aux membres, partenaires et parties prenantes de l'ATIBT;
- Répondre aux interrogations des membres de l'ATIBT sur la mise en œuvre de leur processus de certification et les conseiller ;
- S'impliquer dans les processus de consultation et de décision des nouveaux référentiels et/ou exigences des systèmes de certification et accompagner les membres dans ces changements;
- Participer dans la mesure du possible aux divers évènements en lien avec la certification forestière;
- Identifier et suivre les initiatives et les processus qui peuvent être complémentaires ou en résonnance avec la certification forestière (FLEGT, REDD+, PSE, ODD, SNDI, certification d'autres filières, etc.);
- Alimenter les réflexions qui peuvent être menées au sein des autres commissions.

Certains sujets traités par la commission Certification l'ont également été par la commission Marketing, comme par exemple :

- Les motions préparées en prévision de l'AG du FSC
- Le rapport de FORM/ M34.
- L'opportunité de rapprochement avec la Motion 18 rédigée par une société brésilienne, et reprise par la société Precious Woods.
- Les conditions de mise en œuvre d'un projet PSE (Paiements pour Services Ecosystémiques)

La commission certification, qui réunit essentiellement les aménagistes des sociétés forestières certifiées, a permis ainsi d'aller plus loin au plan technique et d'approfondir considérablement les problématiques IFL.

Fin 2020, elle s'est saisie du projet appelé maintenant « Forêts de Grande Valeur », « Forest Focus ». Ce projet se penche sur les IFL et aborde le paysage au plan plus large (au-delà des concessions certifiées et de leurs UFA) et permettra en principe de préciser comment le FSC pourrait s'engager avec les forêts qui ont une grande importance du point de vue du changement climatique, de la biodiversité ou d'autres valeurs environnementales.

L'initiative est avant tout un exercice de cartographie et de définition des IFL, utilisant non seulement la propre terminologie du FSC, mais également les termes que d'autres utilisent, tels que forêts primaires, forêts anciennes et menacées, vieilles forêts, etc.

Pour rappel, les six dernières années de discussion sur les IFL au sein du FSC ont montré à quel point il est difficile de parvenir à un accord entre les membres du FSC sur ce que devraient être les règles de protection. Cela rend nécessaire un dialogue constructif, fondé sur des définitions, des valeurs et des visions claires. C'est le but de ce projet FSC, géré par l'ETH.

LE RÉSEAU DES PARTENAIRES DE LA MARQUE FAIR&PRECIOUS

Depuis 2018, un processus a été mis en route pour accueillir les partenaires officiels Fair&Precious.

1. LES CONDITIONS D'ADHÉSION

Les membres de l'ATIBT ont la possibilité de signer une convention pour devenir partenaires de la marque Fair&Precious dès lors qu'ils satisfont aux conditions suivantes :

- Pour les acteurs de la filière bois (importateurs, négociants, fabricants, distributeurs...):
- Disposer d'une chaîne de contrôle depuis la forêt jusqu'au produit fini, afin de garantir le suivi des matières certifiées.
- Rechercher des produits certifiés donc issus de forêts gérées durablement,
- S'assurer que les fournisseurs de bois certifiés disposent de certificats FSC et/ ou PEFC en cours de validité et que les documents commerciaux associés à ces matières certifiées spécifient qu'elles le sont.
- Promouvoir la certification FSC ou PEFC-PAFC dans leur communication.
 - Pour les importateurs Européens : respecter les obligations du Règlement Bois de l'Union européenne.
 - Pour les importateurs non-Européens : respecter la chaîne de contrôle de la légalité de leurs achats qu'ils ont préalablement mise en place.
- Pour les associations professionnelles, ONG, et autres organisations, ainsi que les membres individuels :

- Promouvoir la gestion durable des forêts et l'achat de bois FSC et PEFC-PAFC.
- Soutenir les mesures anti-corruption et la lutte contre le commerce illégal du bois.

En tant qu'adhérent de l'Association, le partenaire de Fair&Pecious ne paie pas de cotisation supplémentaire à sa cotisation annuelle. Pour rappel, le montant des adhésions permet à l'ATIBT de financer la mise en place de nombreux projets pour un développement écologique et éthique de la filière bois tropical.

Lorsqu'un membre devient partenaire de Fair&Precious, des actions de promotion et de visibilité sont bien entendu mises en place entre le partenaire et la marque.

Pour rappel, les conditions d'adhésion à l'ATIBT sont claires, et un processus de validation par le CA de l'ATIBT existe avant l'entrée de tout nouvel adhérent. Être membre de l'ATIBT n'est donc pas anodin, et il n'y a eu aucun débat sur les admissions validées au cours des dernières années. S'il y a désaccord, celui-ci débouche toujours sur la non-admission du candidat.

De ce fait, les membres de l'ATIBT qui souhaitent devenir partenaires de Fair&Precious sont à ce jour admissibles, et à partir du moment où ils valident devoir œuvrer pour le développement de l'image des bois certifiés on peut considérer qu'il n'y a pas d'obstacle.

Cette question est abordée régulièrement au sein des commissions MKT :

- Lors du COPIL du programme MKT en septembre 2018, il y avait été mentionné que la recherche de partenaires devait débuter, et un focus avait eu lieu essentiellement sur le droit d'utilisation des estampilles, mais la discussion n'était pas allée au-delà.
- Ensuite, la question du développement des partenariats Fair&Precious a été abordée lors des différentes commissions marketing de 2020, sans beaucoup de commentaires de la part des membres de la commission.

 Fin 2019, un cas particulier concernait une société, anciennement opérateur certifié et dont le statut de partenaire Fair&Precious pouvait poster question.

Ceci dit, la procédure de validation des partenaires Fair&Precious pourra être encore renforcée, par exemple avec :

- La mise en place d'un comité de validation des nouveaux membres ;
- La signature de la charte ;
- Un partenariat Fair&Precious qui soit validé chaque année ;
- La désignation d'un référent Fair&Precious au sein de chaque société partenaire.



2. LES INTERACTIONS AVEC LES PARTENAIRES DE LA MARQUE

Depuis trois ans, Fair&Precious monte en puissance et s'enrichit au fur et à mesure que se nouent des partenariats, aussi bien institutionnels, commerciaux, que techniques et scientifiques. Parmi les premiers partenaires, on compte 11 entreprises importatrices de bois tropical, principalement européennes. Les interactions entre ces entreprises partenaires et la marque sont un atout pour l'ensemble des parties-prenantes : les entreprises permettent de donner de la visibilité à Fair&Precious en la mettant en valeur sur leurs sites web, dans leurs brochures et dans leurs contacts commer-

ciaux ; de l'autre côté, Fair&Precious fait valoir ses partenaires sur son site web mais également sur les réseaux sociaux, dans les articles qu'elle publie et à travers les newsletters de la marque et de l'ATIBT. En outre, ces partenariats permettent d'amplifier les communications des partenaires et de la marque : d'un côté comme de l'autre, les messages à destination des consommateurs, des gestionnaires forestiers ou des décideurs publics peuvent être relayés, faisant converger les efforts des acteurs engagés pour une meilleure gestion des ressources forestières.

Concrètement, voici des exemples d'interactions attendues :

- Présentation de l'entreprise en tant que partenaire officiel Fair&Precious sur le site web de la marque ainsi que dans l'annuaire des membres de l'ATIBT / Présentation de Fair&Precious sur le site web des partenaires.
- Un article de la newsletter de l'ATIBT souhaitant la bienvenue aux nouveaux partenaires / Si les partenaires envoient des newsletters, un article sur Fair&Precious peut donner de la visibilité à la marque.
- Fair&Precious met en avant ses partenaires à travers les réseaux sociaux (notamment Instagram et Linkedin) / Les partenaires font valoir les engagements de Fair&Precious en matière de gestion durable des forêts sur les réseaux sociaux qu'ils utilisent.
- Lors d'événements spécifiques initiés par Fair&Precious (séminaires, anniversaires, etc), les partenaires sont bien sûr invités à participer.
- Les partenaires regroupant plusieurs acteurs de la filière bois tropical (fédérations professionnelles notamment) participent à la communication de Fair&Precious en relayant des informations et messages auprès leurs membres.
- Les partenaires bénéficient du doit d'usage de la marque Fair&Precious

C'est en faisant converger les efforts pour lutter contre l'exploitation illégale des forêts, le déclin de la biodiversité, le réchauffement climatique que nous les rendrons d'autant plus efficaces. C'est en cela que l'équipe Fair&Precious est convaincue de la nécessité de partenariats pour agir le plus concrètement et le plus efficacement possible sur l'amélioration de la filière bois tropical.

3. LE RECRUTEMENT DE PARTENAIRES DE LA MARQUE FAIR&PRECIOUS

Le recrutement des partenaires Fair&Precious se fait essentiellement au travers des demandes spontanées, ou parfois d'invitations. Les messages à l'adresse des candidats sont indiqués sur le site www.fair-and-precious.org

POURQUOI DEVENIR PARTENAIRE OFFICIEL



Vous voulez que les ressources forestières soient préservées.

Vous souhaitez contribuer à aider les populations locales et à protéger la faune et la flore. Vous souhaitez nous aider à promouvoir un matériau durable doté de qualités exceptionnelles

LE CONTENU DU KIT DE COMMUNICATION FAIR&PRECIOUS

- Le logo et la charte graphique F&P
- Les estampilles « Opérateurs certifiés » et « Partenaires officiels »
- Les 10 engagements F&P : visuel groupé et 10 visuels séparés
- Les encarts F&P
- Le flyer et prochainement la palquetet
- Le manifeste
- Le règlement d'usage
- Des extraits de la photothèque libre de droits
- Les lien Youtube : films et clips F&P
- Les lien Instagram et linkedIn
- Les liens internet F&P, ATIBT, My Tropical Timber, Timber Trade Portal
- La recommandation échange de liens avec le site F&P
- Des extraits d'articles de presse (F, D, GB, NL, I, E)



LES COLLABORATIONS

Les collaborations entre le programme marketing de l'ATIBT et différentes ONG ou organisations professionnelles, sont nombreuses. Ces collaborations ont pour but d'œuvrer à différents niveaux, que ce soit au plus haut, sur les thématiques de certification, comme sur des questions beaucoup plus élémentaires relatives par exemple à la définition de la légalité ou de la compréhension de la gestion durable. Un échange spécifique a eu lieu avec le collectif DYNAFAC, constitué d'organismes scientifiques, d'acteurs publics et d'entreprises menant des programmes de recherche sur les thématiques de dynamique forestière en lien avec l'avenir des plans d'aménagement.

1. FSC ET PEFC-PAFC

L'année 2020 a vu la finalisation des partenariats avec PEFC-PAFC et FSC.

La signature de la convention avec FSC en 2020, après celle de PEFC-PAFC en 2019, confirme le positionnement de Fair&Precious comme marque ombrelle de la gestion durable des forêts, avec l'objectif de promouvoir l'achat de bois certifié issu du bassin du Congo.

Un wébinaire a été organisé avec les responsables communication de FSC, de l'ATIBT, et de STRATÉMARK, afin de définir les règles de

communication, y compris les modalités de présentation commune avec PEFC-PAFC. Les consignes ont ensuite été transmises aux prestataires du programme marketing.

Pour sa part PEFC-PAFC souhaite développer la mutualisation des actions de communication avec Fair&Precious, dans le respect des règles de traitement impartial des deux dispositifs de certification forestière. Une convention sera établie en 2021 pour fixer les modalités de ce partenariat.



2. STTC - PROBOS

PRÉSENTATION

En juillet 2018, IDH a octroyé à Probos un financement pour mener diverses activités de relations publiques et de communication dans le cadre de la Coalition européenne des bois tropicaux durables (STTC). Le programme de communication de l'ATIBT «Fair&Precious» poursuit des objectifs similaires à ceux de STTC. IDH, ATIBT et Probos ont donc établi une collaboration pour assurer la coordination et mutualiser leurs efforts.

Les activités conjointes ont débuté le 1^{er} mai 2019 et se poursuivront jusqu'au 30 avril 2021. Probos coordonne et met en œuvre toutes les activités qui lui sont confiées, le cas échéant, avec le soutien du journaliste britannique Mike Jeffree.

Les activités suivantes sont incluses dans le contrat :

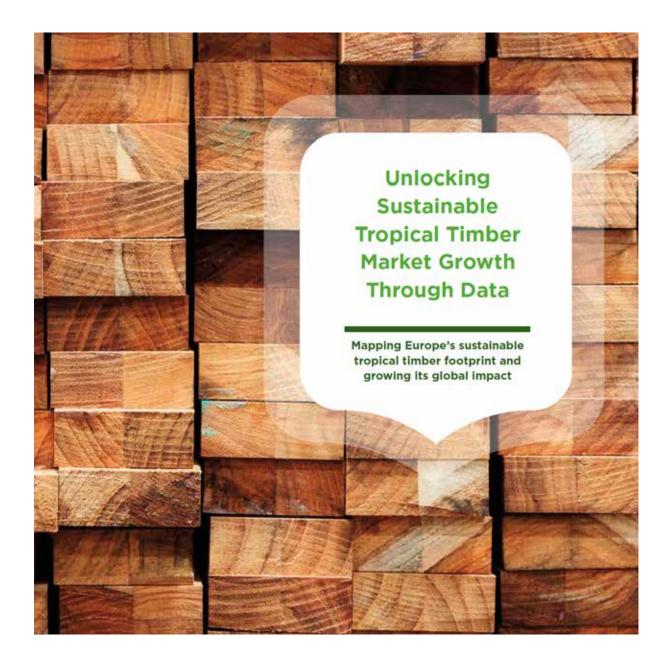
- 1. Contribuer à la mise à jour le site Web du STTC et de Fair&Precious (cette activité est finalisée en 2019)
- 2. Réaliser un kit de communication (presque terminé et sera finalisé début 2021)
- 3. Création d'un bulletin d'information conjoint (cette activité a été finalisée en 2019)
- 4. Publication d'un bulletin d'information conjoint (en cours jusqu'en avril 2021)
- 5. Contributions régulières sur les sites Web STTC et Fair&Precious (en cours jusqu'en avril 2021)

ACTIVITÉS 2020

En 2020, les activités suivantes ont été menées, conformément au contrat. En coordination avec l'équipe ATIBT, le contenu du kit de communication a été ajusté en avril 2020 pour répondre aux besoins actuels.

Coordination globale et gestion de projet

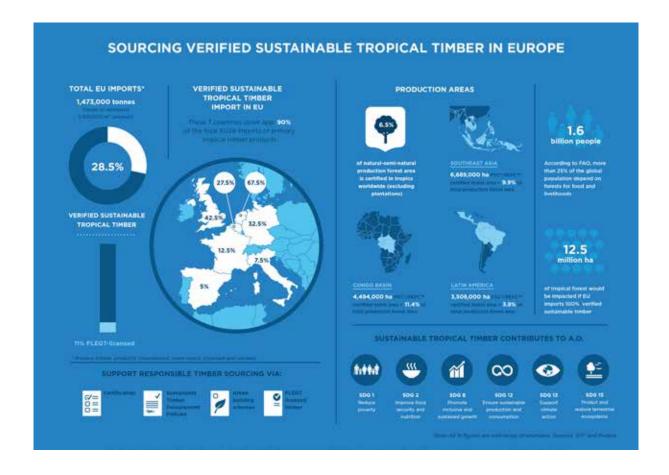
- Toutes les deux semaines, une conférence téléphonique entre Probos et l'ATIBT pour discuter des « questions d'actualité » et explorer les opportunités, les sujets / les appels à l'action;
- L'ATIBT participe au comité technique de STTC pour faciliter les échanges;
- Probos a participé au Think Tank et aux réunions de la commission marketing de l'ATIBT;
- 4. Appui aux agences de médias sociaux ATIBT / Fair&Precious Open2Europe et Open2digital;
- 5. L'ATIBT et ses membres ont contribué à l'étude de 2020 « Comprendre les produits de bois tropicaux secondaires durables grâce aux données» (http://www.europeansttc.com/ growing-secondary-wood-product-demand-to-support-tropical-forests/);
- 6. Réaffectation du budget. Il est conclu que pendant la période restante du projet jusqu'en avril 2021, nous n'utiliserons probablement pas les frais fixes réservés à Mailchimp et aux photos (1750 EUR) et peut-être aussi les frais de voyage. D'un autre côté, il y a un dépassement de temps pour atteindre tous les livrables. En coordination avec l'ATIBT, il a été convenu que, le cas échéant, les coûts matériels peuvent être utilisés pour couvrir une partie du temps supplémentaire consacré aux produits livrables énumérés ci-dessous.



KIT DE COMMUNICATION

En avril 2020, il a été convenu avec l'équipe ATIBT de développer une page dédiée sur le site Web de Fair&Precious où le contenu suivant du kit de communication sera mis à disposition:

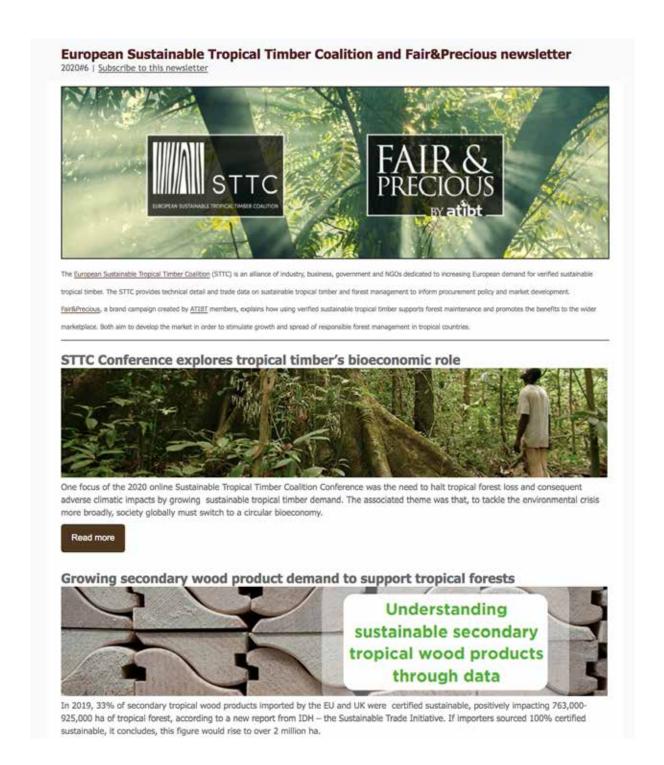
- **1.** Relecture des 10 engagements (finalisée en 2019: https://www.fair-and-precious.org/en/p/2/the-10-commitments)
- 2. Collecte et présentation de faits et chiffres de base sur les forêts tropicales: Superficie des forêts tropicales; Déforestation tropicale annuelle; Stockage de carbone de la forêt tropicale sur pied (indication); Valeur du capital naturel de la forêt tropicale (indication); Superficie forestière durable vérifiée; Superficie de la forêt qui profite si l'Europe s'approvisionnait uniquement en bois durable vérifié; Etc. (finalisé en 2020: https://www.fair-and-precious.org/en/news/349/tropical-forests-the-facts-and-figures)



- 3. Histoires génériques de faits valorisants écrites sur la gestion durable des forêts tropicales vérifiées / la production de bois, y compris les idées des personnes sur le terrain dans les pays tropicaux. Au final, un total de 5 histoires sont écrites et publiées en étroite collaboration avec les partenaires F&P:
 - a. Les entreprises soutiennent la biodiversité: https://www.fair-and-precious.org/en/news/330/business-backs-biodiversity
 - b. CBG opte pour le gombé: https://www.fair-and-precious.org/en/news/331/cbg-goes-for-gombe
 - c. Faire face au défi Covid: https://www.fair-and-precious.org/en/news/332/coping-with-the-covid-challenge
 - d. Une ambition croissante dans la valeur ajoutée africaine: https://www.fair-and-precious.org/en/news/333/growing-ambition-in-african-value-addition
 - e. Scierie fondée sur l'approvisionnement en bois durable: https://www.fair-and-precious.org/en/news/329/sawmill-founded-on-sustainable-timber-supply Cela signifie que cette activité est finalisée en 2020.
- 4. Élaborer de courts articles d'études de cas sur l'utilisation de bois tropicaux durables vérifiés, mettant en évidence ses capacités techniques uniques et sa valeur : des exemples de projets phares comme source d'inspiration.
 - Ces articles sont actuellement en développement et seront finalisés début 2021.
- **5.** Recueillir des faits et des preuves à partir de la littérature qui soutiennent les 10 engagements (finalisés en 2020: https://www.fair-and-precious.org/en/p/2/the-10-commitments).

PUBLICATION D'UN BULLETIN D'INFORMATION CONJOINT

En 2020, 6 newsletters conjointes STTC et Fair&Precious ont été diffusées à un total de 1849 adresses. Le taux d'ouverture est de 25%, ce qui est un taux élevé. Environ 2 newsletters sont prévues pour le premier trimestre de 2021 (la période restante dans le contrat actuel).



GESTION RÉGULIÈRE DES SITES STTC ET FAIR&PRECIOUS

Modifications régulières en anglais pour le site Web STTC et Fair&Precious.

3. LE COMMERCE DU BOIS



PRÉSENTATION

En 2018, l'ATIBT et LCB ont établi un partenariat dans le cadre du programme de communication de l'ATIBT « Fair&Precious ». LCB assure un appui technique, de l'ordre de 2 jours par semaine, à l'ATIBT pour le déploiement de son programme de communication.

Les activités suivantes sont incluses dans le contrat :

- 1. Mise en ligne hebdomadaire de la newsletter de l'ATIBT et appui pour la mise à jour du site Web de l'ATIBT
- 2. Coordination des projets marketing de l'ATIBT
- 3. Appui technique pour la promotion de l'usage du bois tropical certifié

ACTIVITÉS 2020

En 2020, les activités suivantes ont été menées, conformément au contrat.

En coordination avec l'équipe ATIBT, LCB prépare de façon hebdomadaire la newsletter de l'ATIBT ; met à jour le site internet ; coordonne les projets suivant : DRYADES ; BAI TV, et appuie techniquement l'ATIBT sur plusieurs dossiers communs : THEMIS, SNDI, stratégie de prescription et promotion.

Coordination globale et gestion de projet

- 1. Toutes les semaines, LCB publie la newsletter de l'ATIBT et met à jour le site internet ;
- 2. Toutes les semaines, une conférence téléphonique entre LCB et l'ATIBT est programmée pour discuter des « questions d'actualité », des projets en cours et explorer les opportunités et les actions à mener :
- 3. LCB a participé au groupe « marchés » du Think Tank, qu'il a piloté, et participé aux réunions de la commission marketing de l'ATIBT ;
- 4. Appui aux agences de médias sociaux ATIBT / Fair&Precious Open2Europe (appui pour la création du communiqué de presse « terrasse en bois tropical»

PROJET DRYADES : CRÉATION DE DONNÉES ACV ET DE DONNÉES ENVIRONNEMENTALES SUR LES PRODUITS EN BOIS CERTIFIÉS FSC/PAFC DU BASSIN DU CONGO

Courant Mars 2020, LCB est venu apporter un appui à l'ATIBT pour coordonner le projet DRYADES :

- Redimensionnement du projet DRYADES: périmètre élargi aux produits de construction = pré-produits concernés par les ACV collectives + produits concernés par les déclaration environnementale produit (DEP) et périmètre géographique étendu aux pays consommateurs: pays producteurs (Bassin du Congo) + pays consommateurs (France, Belgique, Angleterre, Pays-Bas)
- Echanges avec Centrum Hout (Eric de Munk) pour collaborer et échanger les données sur les ACV des produits en bois tropical
- 3. Présentation du projet et échange avec les membres de l'ATIBT lors des commissions marketing de l'ATIBT
- 4. Coordination avec le bureau d'étude ESTEANA pour établir le devis du projet DRYADES (finalisé en mai 2020)
- 5. Rédaction de la demande de cofinancement du projet au PPECF (DNO) (finalisé en octobre 2020)
- 6. Pilotage de l'état de l'art des ACV/DEP des bois tropicaux réalisé par le bureaux d'étude ESTEANA et financé par LCB (finalisé octobre 2020)

BAITV: PARTENARIAT SNCF / LYCÉE GUSTAVE EIFFEL / ATIBT

Courant Mars 2020, LCB est venu apporter un appui à l'ATIBT pour coordonner le projet BAI TV : création d'une web TV par un lycée professionnel dans un « hot spot » d'une concession forestière certifiée FSC et diffusée dans quelques gares SNCF :

- 1. Pilotage d'une réunion de relance du projet (mai 2020)
- 2. Révision du calendrier du projet
- 3. Réunion avec le directeur communication des gares SNCF pour désigner des gares SNCF pour la diffusion des images de la BAI TV (octobre 2020)

DIFFUSION DE LA NEWSLETTER DE L'ATIBT ET MISE À JOUR DU SITE INTERNET

Diffusion hebdomadaire de la Newsletter de l'ATIBT et modifications régulières sur le site web de l'ATIBT.

En coordination avec l'équipe de l'ATIBT, LCB crée et diffuse la newsletter de l'ATIBT et rédige de courts articles sur les actions conjointes de LCB et ATIBT pour la promotion des produits en bois certifiés du bassin du Congo.

En 2020, 54 newsletters et Flash de l'ATIBT, pour un total de 201 actualités ont été diffusés à 1 498 destinataires abonnées.

Parmi elles 148 ont été reprises sur le site de Fair&Precious

Le taux d'ouverture moyen est de 29,25% ce qui est un taux particulièrement élevé. Une newsletter est prévue par semaine. Les adresses IP des contacts interagissant le plus avec la newsletter de l'ATIBT se situent à Paris, à Brazzaville (Congo) et à Libreville (Gabon).

APPUI DE LCB SUR DES DOSSIERS COMMUNS:

- 1. Coordination LCB et ATIBT sur le projet THEMIS : participation à des réunions communes ;
- 2. SNDI (Stratégie Nationale contre la Déforestation Importée): lien avec le Ministère de la Transition Ecologique français pour mettre en avant les avantages des produits bois tropicaux certifiés; relecture du guide d'achat public du ministère; mise en avant du programme Fair&Precious sur la plateforme SNDI du ministère;
- 3. Prescription et promotion des bois tropicaux certifiés : rédaction d'un courrier contre l'exclusion des bois tropicaux pour les JO 2024 adressé au DG de l'établissement public SOLIDEO ; réunion avec FSC pour élaborer une stratégie de communication des bois tropicaux certifiés.

4. LA FAO



L'initiative «Le bois durable pour un monde durable» (SW4SW) est une initiative effectuée conjointement dans le cadre du Partenariat de collaboration sur les

forêts (PCF), formé par la FAO avec le Centre pour la recherche forestière internationale (CIFOR), le Secrétariat de la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (Secrétariat CITES), l'Organisation internationale des bois tropicaux (OIBT), la Banque mondiale et le Fonds mondial pour la nature (WWF). L'initiative se concentre sur l'augmentation de la durabilité des chaînes de valeur du bois et s'appuie sur un cadre conçu en fonction de leurs contributions les plus pertinentes aux SDG.

Le SW4SW encourage une production et une consommation responsables du bois, en faisant le lien entre les gestionnaires de forêts et les consommateurs finaux pour ouvrir les marchés du bois durable, en valorisant les produits bois comme matériau essentiel dans la lutte contre le réchauffement climatique. L'initiative travaille en étroite collaboration avec les mécanismes de restauration des forêts et des paysages en liant les activités de restauration aux

interventions de développement durable de la chaîne de valeur forestière et en augmentant la viabilité économique des efforts de restauration des forêts.

Enfin, le SW4SW a également travaillé en étroite collaboration avec le Comité consultatif de l'industrie forestière durable de la FAO (ACSFI), du quel l'ATIBT est membre, pour atteindre les marchés de consommation et l'industrie forestière mondiale, en travaillant ensemble pour changer les comportements en faveur de la consommation durable et de la bioéconomie circulaire.

Les mesures visant à réduire l'illégalité, à accroître la transparence des marchés et de l'élaboration des politiques, et à augmenter la valeur ajoutée du bois ne peuvent être adoptées que si un élan est donné pour améliorer la gouvernance, faire progresser les compétences techniques et accroître l'adoption d'innovations. Ces objectifs très concrets doivent être soutenus par un changement de mentalités. Il est essentiel d'apporter des exemples de réussite, des champions du bois durable et de communiquer efficacement avec les gouvernements, les producteurs et les consommateurs.

Aussi, une coalition vise à se constituer, dans laquelle l'ATIBT a été invitée à participer.



5. LES ORGANISATIONS CHINOISES GGSC ET CTWPDA

L'importance des sociétés chinoises dans le bassin du Congo n'est plus à démontrer. Qu'il s'agisse des entreprises forestières, ou des acheteurs chinois, il est important de communiquer avec eux, de comprendre les enjeux des nouvelles règlementations en Chine et de les sensibiliser aux enjeux de la certification.

Un travail a été effectué en 2020 en lien avec les sociétés chinoises dans le bassin du Congo, travail soutenu par le programme marketing, et en synergie avec différents autres bailleurs mentionnés ci-dessous.

5 axes de travail ont été suivis :

- L'appui de l'ATIBT à CTWPDA pour la meilleure compréhension de la légalité au Congo et au Libéria, qui a abouti à un rapport de Caroline Duhesme (secrétaire de la commission certification) à l'attention du CTWPDA, en décembre dernier.
- Un projet FAO qui va permettre de faire un point sur les liens entre pays du bassin du Congo, et les sociétés chinoises; Ce projet est mené dans le cadre de l'action SW4SW,

- avec pour objectif d'améliorer la durabilité des chaînes de valeur du bois dans le bassin du Congo, et notamment en lien avec les sociétés asiatiques.
- 3. Un projet GSC Facility, qui devrait être financé par la GIZ, et présenté lors de la 3ème édition du Think Tank. Pour rappel, ce projet a pour but d'apporter un financement aux achats de bois durables par les sociétés chinoises aux acteurs certifiés dans le bassin du Congo.
- 4. Le financement prévu par l'OIBT, de la poursuite du développement du site Timber Trade Portal, avec la prise en compte de sa traduction en Chinois. Ce projet va permettre pas mal de contenus, d'améliorations, notamment ergonomiques sur cet outil important pour les sociétés chinoises;
- 5. La poursuite régulière de nos échanges avec CTWPDA, qui nous a permis en décembre de procéder à des rencontres B2B entre les sociétés Fair&Precious, les 17 et 18 décembre derniers, action directement en lien avec le programme marketing.

Concernant la rencontre B2B, la réunion avait pour objectif de créer une **plateforme de communication** directe et **de coopération** entre les entreprises chinoises aux meilleures pratiques et celles membres de l'ATIBT, travaillant en Afrique afin de promouvoir le développement d'un commerce durable des bois durs.

Les entreprises présentes à cette réunion sont membres du CTWPDA et de l'ATIBT.

- Côté ATIBT: PALLISCO CIFM, ROUGIER, PRECIOUS WOODS, CIB OLAM et INTE-RHOLCO. Les entreprises ci-dessus possèdent une superficie totale de plus de 6,34 millions d'hectares de terres forestières certifiées au Cameroun, au Congo, au Gabon et au Brésil, et leurs principaux produits sont les grumes, le bois d'œuvre, le contreplaqué et les panneaux.

 Côté CTWPDA: China Forestry Materials Company Limited (Zhangjiagang), Wenzhou Timber Group Company Limited, Jingjiang Guolin Forestry Company Limited, Shanghai Guohao Wood Industry Company Limited et Zhangjiagang Hongxi International Trade Company.

Ces entreprises représentent un chiffre d'affaires total combiné de plus de 11,83 milliards de RMB en 2019. Leurs principales activités sont l'exploitation des ressources forestières, l'importation et l'exportation de bois, le commerce de gros, les grumes, le bois d'œuvre, le bois intégré, les meubles et produits du bois, les matériaux de construction en bois préservé, etc.



6. THE MALAYSIAN TIMBER COUNCIL (MTC)



MALAYSIAN TIMBER COUNCIL

Le Malaysian Timber Council est une organisation reconnue qui travaille depuis longtemps sur l'image des bois certifiés malaisiens dans le monde. Un marketing très actif est mené par cette organisation, qui possède un bureau de représentation à Rotterdam. Son action a été particulière au niveau des fédérations européennes ainsi qu'au niveau des foires commerciales et salons du bois.

La marque «Malaysie» est associée à un bon niveau de qualité, à un degré maximum de transformation dans les régions de production, et à une variété de produits et d'essences intéressante pour le marché européen. Différents bureaux régionaux du MTC existent dans le monde (Europe, Asie, Amérique).

Le MTC et l'ATIBT ont des objectifs communs, et des actions conjointes pourraient être menées en particulier dans certains domaines clés communs à nos deux organisations: Nordik Swan, les jeux olympiques de Paris 2024, mais aussi dans certains dossiers futurs car le lobbying contre les bois tropicaux pourrait se poursuivre en Europe, pour des raisons de protectionnisme, entre autres. L'organisation de conférences, de séminaires et de symposiums pour promouvoir conjointement les bois tropicaux pourrait également être envisagée entre les deux organisations.



7. THE BORNEO INITIATIVE

the Borneo Initiative

Depuis 2008, « The Borneo Initiative » soutient la gestion durable en Indonésie. Les objectifs comprennent la gestion d'un total de 12 millions d'hectares de forêts naturelles et la restauration de 4 millions d'hectares de forêts dégradées dans toute l'Indonésie. Plus de 2 millions de personnes dans les communautés rurales en bénéficieraient directement.

Les échanges entre le programme Fair&Precious de l'ATIBT et The Borneo Initiative sont utiles, car les deux programmes poursuivent des objectifs similaires. Une rencontre a eu lieu en 2020 en vidéoconférence avec TBI.

Les constats de TBI sont à ce jour :

- Le prix premium des produits certifiés FSC s'est érodé;
- Les marchés régionaux Chine, Inde deviennent de plus en plus importants et ne nécessitent normalement pas de certification FSC;

- La pandémie de COVID 19 accélère le déclin à long terme du secteur et The Borneo Initiative estime que plus de 50 % des concessions sont inactives;
- La plupart des entreprises ont maintenu leur certification jusqu'à présent, mais le risque de retombées négatives est de plus en plus grand;
- Le développement agricole à grande échelle augmente la pression sur les terres forestières.

La stratégie de TBI serait donc, au cours des prochaines années :

- Envisager une nouvelle réglementation permettant aux concessions de devenir des entreprises polyvalentes et de combiner l'exploitation forestière avec la restauration des forêts, la plantation d'arbres (espèces à croissance rapide), la conservation et l'agriculture;
- Les sociétés polyvalentes auraient un potentiel de revenus plus élevé et des problèmes de trésorerie réduits au cours de la période d'investissement initiale (voir comment ?).
 Les revenus du carbone pourraient avoir une influence positive sur la faisabilité de cette évolution.
- Les entreprises polyvalentes seraient potentiellement intéressantes pour les investisseurs verts (prêts, fonds propres) si elles adoptent une approche paysagère et soutiennent les petits exploitants. La certification FSC serait une première exigence et faciliterait l'accès à des prêts préférentiels et à des subventions supplémentaires.





DYNAFAC - Vers une évolution nécessaire des plans d'aménagement

L'exploitation forestière dans les pays de la COMIFAC est encadrée par un système législatif, au cœur duquel se situe le plan d'aménagement. Si l'intention d'assurer la durabilité de l'exploitation est réelle, les limites de ce système sont devenues évidentes au fur et à mesure de l'accumulation des résultats de la recherche forestière.

Mutualiser les efforts et les résultats des équipes de recherche impliquées dans l'étude du fonctionnement des forêts de la région peut aider à prendre des décisions pour améliorer la durabilité de l'aménagement. Ce constat est à l'origine du collectif DYNAFAC. Récemment, ce collectif a synthétisé dans un rapport technique des recommandations fortes en vue de pérenniser les ressources ligneuses exploitées dans les forêts de production d'Afrique centrale. Ces recommandations sont issues de quarante années de collecte et d'analyse de données scientifiques sur la dynamique forestière.

Vers un partenariat DYNAFAC - Fair&Precious

Concernant la marque Fair&Precious, il faut élargir et diversifier sa base de partenaires pour lui donner toujours plus d'ampleur. Être partenaire de la marque, c'est d'abord être membre de l'ATIBT, le développement de Fair&Precious étant l'une de ses activités phares.

DYNAFAC n'est pas à proprement parler un membre de l'ATIBT, mais toutes les sociétés du SP et les organismes qui ont participé aux projets DynAfFor et P3FAC le sont. Il est donc cohérent de croiser la communication des deux initiatives.

Par ailleurs, les objectifs de DYNAFAC sont alignés avec certains des engagements de F&P. Nous avons réussi à agréger autour de la marque un certain nombre d'ONG.

DYNAFAC pourrait donc rejoindre les partenaires de F&P, dans une catégorie spécifique à créer, auprès des initiatives STTC de IDH, ou SW4SW de la FAO.



Madera Justa est le seul label au niveau mondial qui promeut le « bois équitable ».

Cette plateforme espagnole opère en Amérique Latine, et a été créée dans le but de promouvoir la conservation des forêts et l'éradication de la pauvreté à travers la consommation responsable de produits forestiers fabriqués dans des conditions de commerce équitable et avec le label du FSC.

En quelque sorte, « Madera Justa » est dimension « équitable » apportée à FSC. Madera Justa est une plateforme ouverte à la participation d'autant de partenaires que possible.

La communication « Madera Justa » s'articule autour de trois axes :

 Sensibiliser et promouvoir la consommation responsable de produits forestiers certifiés FSC, et de produits fabriqués dans des conditions de commerce équitable.

- Créer un réseau d'entreprises et d'organisations qui participent activement à la diffusion de la campagne et qui soutiennent le travail des entreprises et des coopératives communautaires qui fabriquent dans les conditions du commerce équitable et du FSC.
- Contribuer à l'amélioration de la gestion des forêts et à la réduction de l'exploitation forestière et des exportations non contrôlées, grâce à la certification des produits forestiers selon la norme du commerce équitable.

Des échanges ont déjà eu lieu entre Fair&Precious et Madera Justa, dans le but spécifique de mieux valoriser le « Fair » de la la marque « Fair&Precious ».

E L'ACTION D'INFLUENCE

Les actions de lobbying et de plaidoyer auprès d'organisations professionnelles ou d'institutions publiques ou privées sont également effectuées. Ces actions ont pour but de sensibiliser directement ou indirectement ces interlocuteurs sur la pertinence de notre travail, et de toujours mettre en avant l'importance de la certification.

1. ÉCHANGES AVEC L'UNION EUROPÉENNE SUR LE RBUE

Une série d'échanges a eu lieu fin décembre et début janvier 2021 avec l'UE, dans le but d'alerter l'UE sur le commerce illégal en Europe et l'application du Règlement Bois de l'Union Européenne dans les échanges commerciaux, considéré comme défaillant. Un certain nombre de messages ont été transmis, au travers de l'envoi d'un courrier à l'attention de M. Hugo Schally, Chef d'unité de l'unité ENV.F3, Multilateral Environmental Cooperation, et de Madame Delvaux, qui travaille également dans cette unité. Une rencontre a eu lieu par vidéoconférence avec M. Niels Boelling, également.

Les principaux messages ont été:

- Faire appliquer le RBUE à tous les opérateurs et assurer des contrôles auprès de ceux qui ne sont pas inquiétés
- Refuser les systèmes de diligence raisonnée basés sur des documents peu fiables et de ce fait, permettre une reconnaissance de la certification.
- Renforcer et harmoniser les compétences des autorités compétentes
- Réglementer la profession de « premier metteur en marché ».

2. ACTION AUPRÈS DE SOLIDEO POUR LES JO DE 2024

Envoi d'un courrier à l'attention de SOLIDEO et prévision d'une action avec l'appui de politiques africains. Une action postérieure également envisagée vis-à-vis du Nordik Swan.

Dans le cadre des travaux des JO Paris 2024, le cahier de prescriptions du village olympique proscrit, sauf contrainte spécifique liée à la sécurité incendie (dans un tel cas, 100% des bois devront être certifiés FSC), les bois d'origine exotique et boréale hors UE1. Cette exigence de provenance formulée par la SOLIDEO (Société de Livraison des Ouvrages Olympiques) semble contrevenir au principe de libre concurrence des produits (principe fondateur de l'UE) et ne s'appuie pas sur des

exigences de protection de l'environnement clairement définies.

En effet, la position de SOLIDEO ne tient pas compte des recommandations du Ministère de la Transition Ecologique ou encore d'ONG (ex. WWF) qui, dans un marché largement mondialisé et sous réserve d'approvisionnement en bois issus de forêts certifiées pour leur gestion durable, n'excluent pas de provenances géographiques.

Le courrier prévu d'être envoyé est en annexe, avec pour signataires les présidents de LCB et de l'ATIBT. Dans un second temps, un voyage visant à appuyer certaines autorités du bassin du Congo pourrait être organisé, dans le but de communiquer positivement auprès des autorités européennes sur la pertinence de consommer des bois tropicaux certifiés. L'envoi d'un courrier similaire à l'attention du Nordik Swan est également prévu, avec également la possibilité d'une action avec l'appui de politiques africains.

Lettre à l'attention du Directeur Général Exécutif de la SOLIDEO

A l'attention de Monsieur Nicolas Ferrand Directeur Général Exécutif de la SOLIDEO

Objet : Alerte sur l'exclusion des bois d'origine exotique et boréale hors UE dans le cahier de prescriptions d'excellence environnementale du village olympique

Monsieur le Directeur Général Exécutif,

Le cahier de prescriptions d'excellence environnementale du village olympique proscrit, sauf contrainte spécifique liée à la sécurité incendie (dans un tel cas, 100% des bois devront être certifiés FSC), les bois d'origine exotique et boréale hors UE¹.

Cette exigence de provenance formulée par la SOLIDEO semble contrevenir au principe de libre concurrence des produits (principe fondateur de l'UE) et ne s'appuie pas sur des exigences de protection de l'environnement clairement définies.

En effet, la position de SOLIDEO ne tient pas compte des recommandations du Ministère de la Transition Ecologique ou encore d'ONG (ex. WWF) qui, dans un marché largement mondialisé et sous réserve d'approvisionnement en bois issus de forêts certifiées pour leur gestion durable, n'excluent pas de provenances géographiques.

Bien contraire, comme le rappelle le Ministère de la Transition Ecologique dans le guide d'achat « zéro déforestation » publié en novembre 2020, « si les bois sont boycottés, les forêts tropicales perdent leur production valorisable en devises et la pression est alors forte pour les défricher à des fins agropastorales ou agro-industrielles (hévéa, cocotier, palmier à huile) »². Pour œuvrer le plus efficacement pour la préservation et le renforcement des écosystèmes l'enjeu est bien de promouvoir l'usage du bois éco-certifié quel que soit la provenance.

Cette exclusion met également à mal les investissements de nombreux industriels français en matière de R&D, d'innovation et de développement d'une offre bois de qualité, conforme aux exigences normatives, réglementaires ou encore volontaires (ex. marques CTB) et intégrant ces origines de bois.

De plus, les travailleurs des entreprises forestières, les populations autochtones riveraines des entreprises certifiées sont les premiers bénéficiaires du développement d'une filière de bois durable. Promouvoir une gestion durable de toutes les forêts c'est donner de la valeur aux forêts et donc les conserver. Les entreprises certifiées, sur le plan social comme sur le plan environnemental, méritent d'être connues et reconnues par tous.

Nota: les forêts tropicales sont celles situées entre le tropique du Cancer et le tropique du Capricorne. Les trois principaux massifs forestiers tropicaux sont l'Amazonie, le bassin du Congo en Afrique et l'Asie du Sud-Est. Ces forêts couvrent 18 millions de km2 soit 45 % des surfaces forestières mondiales. Les forêts boréales sont celles situées dans les régions froides de l'hémisphère nord, elles sont constituées principalement d'espèces de conifères qui résistent au froid, comme l'épicée et le sapin. Elles traversent principalement le Canada, la Russie et les pays scandinaves et couvrent environ 16 millions de km2 soit 40 % des surfaces forestières mondiales. A elles deux, les forêts tropicales et boréales représentent environ 85 % de la superficie forestière mondiale. Les principaux systèmes de certification de gestion durable des forêts (FSC et PEFC) sont présents dans tous les grands pays producteurs couverts par ces forêts, d'où l'existence d'une offre abondante en produits bols issus de ces forêts certifiées avec transformation sur place ou dans les marchés de destination dont la France.

² https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Guide_politique_achat_public_zero_deforestation_18nov2020.pdf; p30

Ces prescriptions présentent donc un caractère discriminatoire tant au niveau de la production des pays exportateurs que des entreprises françaises de transformation utilisatrices de cette ressource abondante. Elles écartent du marché une offre en bois certifiés pour la gestion durable de leurs forêts, source d'emplois dans les pays du nord et du sud.

Cette offre en bois certifiés concerne de nombreuses familles de produits tant en construction qu'en aménagement intérieur ou extérieur :

- fermette, charpente traditionnelle, charpente lamellé-collé... réalisées en France et intégrant des résineux certifiés (épicéa, sapin...) en provenance de forêts boréales hors UE ;
- bardages bois réalisés en France et intégrant des essences réputées telles que le mélèze de Sibérie ou encore le western red cedar du Canada ;
- menuiseries et agencements intérieurs en bois réalisés avec des panneaux de contreplaqué en okoumé du Bassin du Congo ou autres essences hors UE (bouleau...);
- terrasses bois réalisées en bois tropical généralement en provenance d'Afrique ou d'Amérique du Sud (ex. ipé, cumaru, macarenduba, padouk, itauba...);
- etc.

Les entreprises françaises concernées, qu'elles soient fabricantes de panneaux de contreplaqué, de lames de terrasses, de bardages ou encore de charpentes en bois lamellé-collé transforment pour tout ou partie ces bois dans nos territoires avec des retombées locales indéniables.

En conclusion, comme le recommande le Ministère de la Transition Ecologique, l'exigence de recours à des bois certifiés pour la gestion durable des forêts, apparaît suffisant pour apporter les garanties de traçabilité des bois, de préservation des forêts et de leur biodiversité, de lutte contre le changement climatique (défi carbone) et plus largement de réponse aux objectifs de développement durables de l'ONU. Au contraire, l'exclusion de certaines provenances géographiques, peut être source d'effets pervers en accélérant la conversion des forêts en terres agricoles et en écartant une offre industrielle française de qualité, répondant aux exigences du marché et à l'ensemble de ses préoccupations d'ordre sociétal, économique ou encore environnementale. Pour cela, nous recommandons l'usage du guide des achats « zéro déforestation » édité par le Ministère de la Transition Ecologique.

Aussi, nous serions heureux d'échanger avec vous et les personnes de votre équipe en charge de la politique environnementale en lien avec la construction des ouvrages olympiques afin de trouver une solution de nature à satisfaire toutes les parties prenantes tant pour la construction du village olympique que des autres équipements qui relèvent de votre responsabilité (ex. village des médias, aménagements extérieurs...).

Les JO sont un rendez-vous universel qui permet de révéler la diversité et l'excellence. Tout comme il est impensable d'exclure des participants *a priori*, il serait déloyal de stigmatiser les acteurs de la gestion durable des forêts tropicales et boréales qui accomplissent des efforts considérables en matière de préservation de la biodiversité et de développement économique et social. Nous formulons donc l'espoir que les JOP PARIS 2024, soient la plateforme inclusive et démonstratrice des propriétés techniques et environnementales des matériaux biosourcés, sans discrimination de provenance et valorisant l'offre certifiée durable.

Veuillez agréer, Monsieur le Directeur Général Exécutif, l'expression de notre respectueuse considération.

Signataires:

Jean-Louis CAMICI Olman Serrano Président LCB Président ATIBT

3. MISE EN ŒUVRE D'UN DIALOGUE CONSTRUCTIF AVEC LES LANCEURS D'ALERTE

Les membres de l'ATIBT sont parfois interpellés de manière anonyme, par des « lanceurs d'alerte ». Il s'avère que certains opérateurs certifiés F&P ont ainsi perdu des opportunités commerciales ou de partenariats institutionnels très importants en raison de ces interpellations anonymes, qui s'avèreraient beaucoup moins « inquiétantes » si elles émanaient d'ONG de conservation, connues ou non.

L'anonymat d'une dénonciation inquiète, sans toutefois être synonyme de véracité ni de crédibilité.

Ainsi, l'ATIBT a demandé l'avis d'avocats pour tenter de convaincre d'éventuels lanceurs d'alerte anonymes de se dévoiler, et d'établir, avec l'association ou ses membres, un dialogue constructif.

Pourtant, un dispositif visant à assurer la confidentialité de l'identité du lanceur d'alerte et le prémunir de tout risque de représailles a été mis en place par la loi Sapin II, en France. Des dispositifs similaires existent certainement dans les autres pays européens. Dans ce cadre, la Loi Sapin II sanctionne de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende, le destinataire de tout signalement émis par un lanceur d'alerte qui divulguerait tout élément confidentiel de nature à identifier son auteur ou les informations recueillies dans le cadre du signalement.

De même l'intimidation ou les représailles à l'égard du lanceur d'alerte sont pénalement réprimées (article 13 de la Loi Sapin II).

En outre, afin d'empêcher toute tentative de représailles « judiciaires » le montant de l'amende destiné à l'auteur de toute procédure de diffamation abusive envers le lanceur d'alerte est doublé (article 13 de la Loi Sapin II).

Enfin, le dispositif de protection mis en place par la loi (article 122-9 du Code pénal) garantit au lanceur d'alerte une immunité pénale en cas de divulgation de certains secrets légalement protégés (secret professionnel).

Au regard de ces dispositions, le choix de l'anonymat est aujourd'hui peu justifié, et il existe même au contraire une véritable défiance à l'égard du signalement anonyme.

Tant la CNIL que le Conseil de l'Europe expriment cette défiance à l'égard de l'anonymat du lanceur d'alerte (des informations sont reçues mais personne n'en connaît la source), alors que tous deux sans aucune équivoque, privilégient la confidentialité de son identité (le nom de la personne qui a révélé des informations est connu de la personne qui les a reçues mais n'est pas révélé sans son consentement, sauf si la loi l'exige).

Ainsi, la CNIL recommande que « l'organisme (mettant en œuvre un dispositif de recueil et de gestion des alertes professionnelles) n'incite pas les personnes ayant vocation à utiliser le dispositif à le faire de façon anonyme, étant entendu qu'une alerte anonyme est une alerte dont l'auteur n'est ni identifié ni identifiable ». Elle encourage au contraire lesdits organismes à tout mettre en œuvre pour que l'auteur de l'alerte s'identifie (Point 5.4 du référentiel adopté le 18 juillet 2019 destiné aux organismes mettant en œuvre un dispositif de recueil et de gestion des alertes professionnelles) afin d'éviter la défiance qu'elle pourrait occasionner et de crédibiliser avec force sa démarche.

De même, le Conseil de l'Europe privilégie la confidentialité car « l'anonymat soulève quantité de questions. Très souvent les allégations anonymes sont supposées malveillantes, voire moins crédibles, par ceux qui les reçoivent. Dans le cas de révélations anonymes, l'enquête peut aussi être beaucoup plus difficile et il peut s'avérer impossible de remédier au problème signalé. Enfin

l'anonymat ne garantit pas que la source d'information ne soit pas dévoilée. Lorsque la personne est identifiée, son acte anonyme peut être interprété comme un signe de mauvaise foi et la placer dans une situation plus délicate encore » (Recommandation du Conseil de l'Europe CM/Rec (2014)7 et exposé des motifs).

Il apparait que les dispositifs de recueil d'alertes mis en place conformément à la loi Sapin II, procèdent d'une volonté de responsabiliser les utilisateurs des dispositifs de recueil des signalements, l'identification de l'émetteur apparaissant comme un frein aux dérives vers la délation ou la dénonciation calomnieuse.

Inciter à ne pas dénoncer sous le couvert de l'anonymat, c'est également consolider la présomption d'innocence et faciliter l'administration des preuves par les différentes autorités.

Pour ces raisons éthiques, tenant notamment à la déloyauté d'un tel mode de preuve, la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'Homme, comme celle de la Cour de cassation, considère que le juge ne peut, sans méconnaître les exigences d'un procès équitable, se fonder uniquement ou de manière déterminante sur un témoignage anonyme quand bien même les faits seraient suffisamment étayés et que le principe du contradictoire aurait été respecté (CEDH 26-3-1996 n° 20524/92 et Cass soc. 4-7-2018 n° 17-18.241 FS-PB).

Par ailleurs, se prévaloir de l'identité d'un tiers en vue de troubler la tranquillité d'autrui constitue un délit passible d'une peine de prison (article 226-4-1 du Code pénal)

Aussi, pour l'ensemble des raisons légales, réglementaires et éthiques sus-évoquées, l'ATIBT invite tout lanceur d'alerte à se conformer, dans le cadre de son signalement, aux recommandations de la CNIL et du Conseil de l'Europe, en s'identifiant dans des conditions qui garantiront la confidentialité de celle-ci.

4. PROPOSITION DE LANCEMENT D'UNE ACTION D'INFLUENCE

ACCROITRE LA VISIBILITÉ DE GESTION DURABLE DES FORÊTS

L'action d'influence étant déjà existante au sein de l'ATIBT au travers de nombreuses initiatives (RBUE, JO, 2024, Nordic Swan...), la Commission Marketing a émis l'hypothèse de recourir à un prestataire spécialisé dans ce type de démarche.

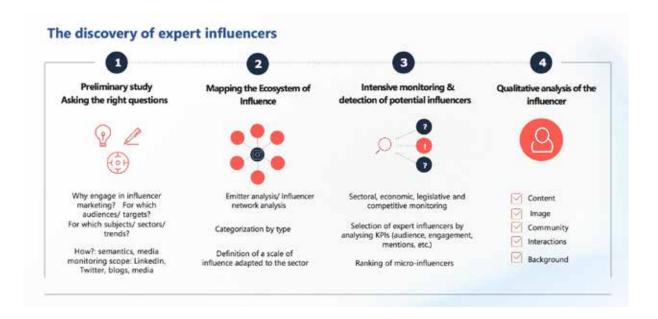
En complément des actions digitales, médias et évènementielles, il conviendrait, en effet, d'entamer une démarche d'influence pour bénéficier du relais de leaders d'opinion et de prescripteurs. Cela pourrait s'organiser autour de 3 axes :

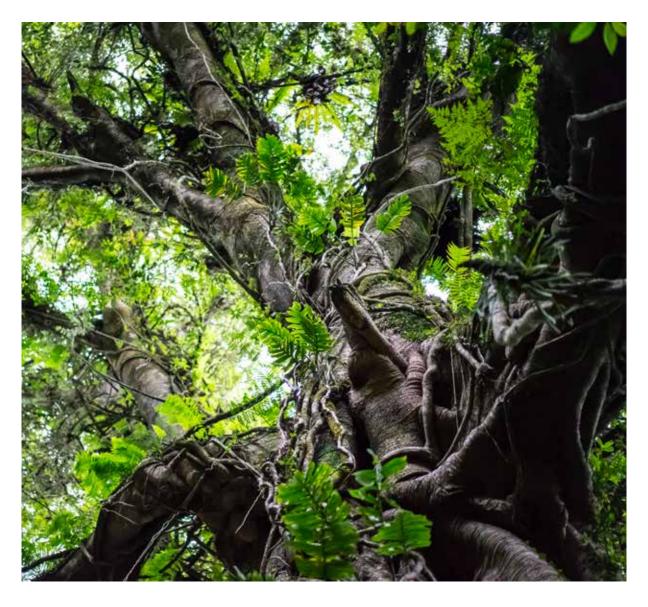
• Influenceurs auprès des ONG et des médias sur la thématique de l'environnement : la gestion durable permet d'assurer la préservation des forêts...

- Influenceurs auprès des acheteurs et des prescripteurs (architectes, acheteurs publics, distributeurs, fabricants, constructeurs...): utilisez du bois certifié FSC et PEFC-PAFC
- Influenceurs auprès des décideurs publics, des grands groupes et des financiers : comment financer les services écosystémiques rendus par les gestionnaires certifiés (protection de la faune et de la flore, développement social et économique)

Une étude sur la méthodologie, les pays concernés, le coût et les résultats attendus devrait être présentée fin 2020.

LES ÉTAPES POUR IDENTIFIER LES INFLUENCEURS





LES ACTIVITÉS TECHNIQUES « BOIS »

Les membres de l'ATIBT ont toujours été attachés au rôle technique de leur association, et aux connaissances qui ont été capitalisées au fil du temps. Avec la marque Fair&Precious, nous avons misé depuis ses débuts sur le partage des connaissances comme l'un des points importants de sa communication.

L'année 2020 a été de ce point de vue là une année charnière puisque le directeur technique de l'association l'a quittée.

1. LA COLLABORATION AVEC LE CIRAD

Pour assurer la continuité de la dimension technique de l'association, une convention a été signée avec le CIRAD pour l'accompagnement des adhérents. Avec cet accord, l'association est ainsi revenue à une alliance ancienne entre les deux organisations.

Plusieurs priorités sont actuellement données à la collaboration, l'une d'elle étant la dynamisation de la commission technique de l'ATIBT, qui ne se réunissait plus que très rarement. Il est prévu aussi de publier plus régulièrement qu'avant des informations techniques et de renforcer l'appui aux membres de l'ATIBT et aux opérateurs certifiés. L'accompagnement des projets techniques de l'ATIBT sera également fait.

La convention avec le CIRAD se trouve en annexe de ce document.



2. LES PUBLICATIONS TECHNIQUES

LES PUBLICATIONS TECHNIQUES

D'autres décisions ont été prises pour renforcer la communication technique, et notamment au travers de Fair&Precious :

- Au niveau des essences de bois tropical, la description complète des essences, sur le site F&P, a été notée comme étant fortement attractive. Nous allons donc poursuivre cette description autant que possible.
- Au niveau des notes techniques, celles-ci vont également être mise en avant sur le site, avec notamment des en-têtes mettant en valeur la marque. Les différentes notes qui se trouvent à ce jour sur le site sont les suivantes :

- Le bois de réaction
- Les colorations anormales du bois
- Les déformations, retraites et fentes
- La durabilité et les classes d'emploi
- · L'humidité du bois
- Les niveaux de transformation du bois
- · Les noms des bois
- Le mulotage des bois
- Le séchage
- Les traitements des bois
- Le tuilage des lames
- Les Contrats et usages
- Les litiges et réclamation



3. LA RELANCE DE LA COMMISSION MATÉRIAU-BOIS-NORMALISATION DE L'ATIBT

La commission matériaux et normalisation de l'ATIBT est dirigée par des membres actifs de l'ATIBT dans l'objectif de :

- Créer un réseau d'experts permettant de discuter des évolutions et stratégie collectives pour établir et réagir sur le plan normatif.
- Développer des produits industriels, en rappelant le rôle des bois tropicaux, souvent concurrencés par des matériaux concurrents tel que l'aluminium, le PVC.
- Établir des stratégies collectives.
- Entreprendre des actions sur le plan normatif.
- Intervenir dans les pays consommateurs comme dans les pays producteurs.

Cette commission, qui s'est réunie à nouveau en 2020, a nommé un nouveau président, Emmanuel Groutel, et bénéficie désormais d'un nouveau secrétaire en la personne de Jean Gérard, du CIRAD. Cette commission a produit une note sur les niveaux de transformation du bois, laquelle a permis de réduire, au Gabon, la fiscalité sur certains produits de 2^{ème} ou 3^{ème} transformation fabriqués par les sociétés certifiées.

Par ailleurs, cette commission a également abordé, dans la réunion de janvier 2020, le projet Dryades qui sera mis en route début 2020.



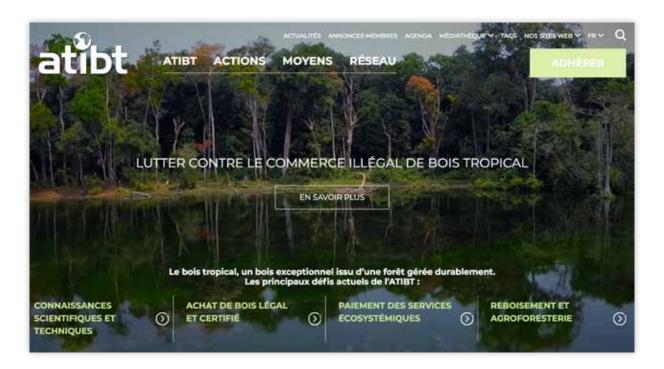
LES SUPPORTS DIGITAUX ET AUDIOVISUELS

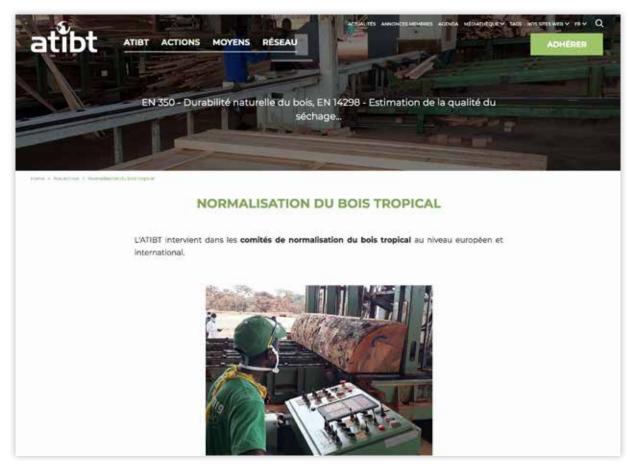
1. LA REFONTE DU SITE ATIBT

La mission de refonte de l'écosystème digital s'est poursuivie avec la finalisation du nouveau site internet de l'ATIBT.

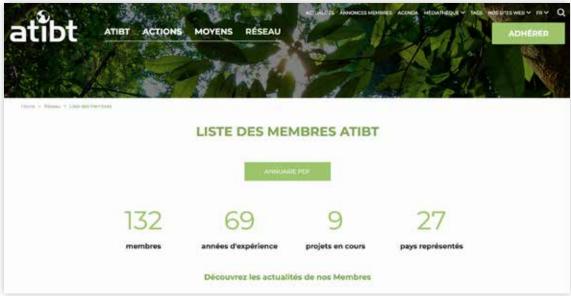
Cette nouvelle version, mise en ligne à la mi-septembre 2020, offre :

- Un design plus contemporain, adapté au mobile, une ergonomie améliorée.
- Une navigation avec un menu principal clair : triptyque « L'ATIBT » / « NOS ACTIONS » / « NOS MEMBRES »
- Un accès facile aux pages de contenus et aux articles / ressources.
- De nouvelles pages de contenus Exemples : page dédiée pour chaque Commission, page Equipe élargie, nouvelle section « Vous êtes », nouvelle section « Objectifs », section « Domaines de compétences » renforcée...
- La transversalité des contenus, nouvelle section « Tags » permettant de relier des pages d'une même thématique entre elles.
- Une mise en avant des sujets du moment sur le 1er écran de la page d'accueil, en superposition de la vidéo.
- « Connaissances scientifiques et techniques » / « Achat de bois légal et certifié » / « Paiement des services écosystémiques » / « Reboisement et agroforesterie ».
- La mise en avant des événements sur la page d'accueil.
- La carte de localisation des Membres.
- Les chiffres-clés dynamiques.
- Les logos des Membres sur toutes les pages du site.
- Des sections Membres avec filtres, avec page dédiée pour chaque Membre (fiche Membre avec logo, coordonnées et texte de présentation).
- La mise en avant de la rubrique « Devenir Membre » et page dédiée.
- L'« Annuaire des Membres » généré automatiquement.
- La section « Actualités » avec filtres.
- La mise en avant de l'Inscription à la Newsletter sur toutes les pages et synchronisation avec MailChimp.
- Un outil de génération automatique des Newsletters.
- La mise en avant de la Médiathèque sur toutes les pages, avec nouvelles pages dédiées aux ressources : « Publications techniques », « Publications institutionnelles », « Rapports d'activité », « Vidéos »...
- L'accès aux autres sites ATIBT valorisé (MTT, F&P, TTP).











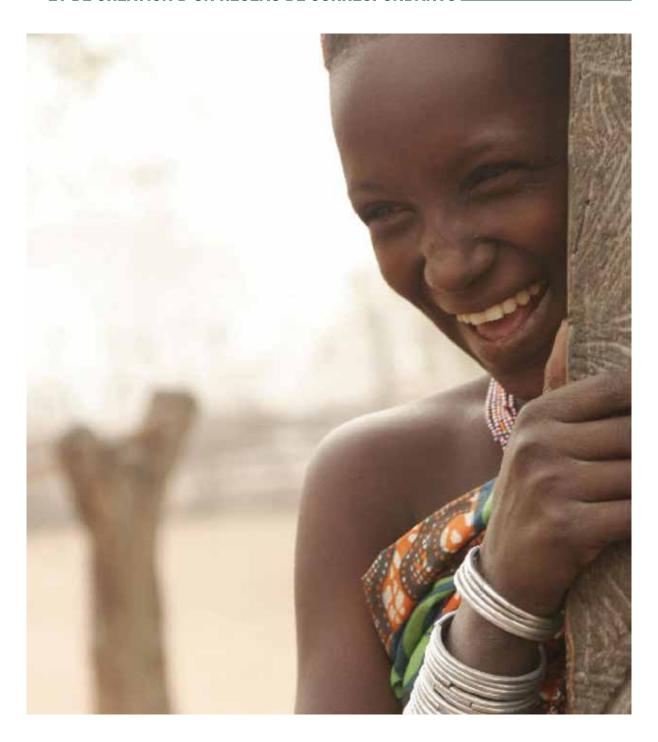
2. L'ANIMATION DU SITE FAIR&PRECIOUS

- Mise à jour hebdomadaire des événements sur le site F&P
- Publication des nouveaux contenus sur les 10 pages « Nos Engagements » du site F&P, en français et en anglais (textes Probos)
- Suppression du fil Twitter sur le site atibt.org
- Mise à jour des rapports d'activités sur le site atibt.org
- Mise à jour de la Gouvernance sur le site atibt.org
- 3ème remplissage du nouveau site ATIBT suite à l'envoi de nouveaux textes en français et en anglais





3. LE PROJET DE RÉALISATION DE FILMS ET DE CRÉATION D'UN RÉSEAU DE CORRESPONDANTS



LE CONTEXTE

Le fonctionnement du programme marketing Fair&Precious s'appuie, grâce aux moyens dédiés par les bailleurs, sur un positionnement, des engagements, des concepts, des supports, l'implication des bénéficiaires, le développement de partenariats mais aussi des contenus. Parmi ces contenus la médiathèque, composée essentiellement de vidéos et de photographies, doit être enrichie régulièrement pour maintenir l'attrait du programme auprès des publics ciblés.

La réalisation de ces reportages offrira l'opportunité de former des correspondants dans les concessions forestières Fair&Precious pour alimenter au fil de l'eau les supports du programme marketing. Cette initiative permettra, en outre, de valoriser les collaborateurs de ces entreprises et les populations autochtones par la réalisation et la diffusion de témoignages sur les bonnes pratiques transférables à d'autres concessions forestières. Cette initiative contribuera ainsi à promouvoir, tant dans les pays producteurs que les pays consommateurs, le modèle de la gestion durable des forêts par des reportages au plus près du terrain.

LE DESCRIPTIF DU PROJET

L'ATIBT avait coproduit, en 2015, avec le FFEM le film « Comment préserver les forêts tropicales ? » réalisé par Imagéo.

Dans le cadre de Fair&Precious, 8 clips ont été réalisés en 2018 avec des banques d'images. La montée en puissance du programme marketing au travers des outils numériques (site web et réseaux sociaux) et des relations presse, mais aussi les nombreuses sollicitations des partenaires de Fair&Precious, rendent nécessaire la production de nouveaux contenus, d'une part en provenance directe de nos concessions certifiées, d'autre part au travers de témoignages d'utilisateurs ou d'acheteurs de bois certifiés.

4 films pourraient ainsi être réalisés sur les thématiques suivantes :

- Film sur la durabilité de l'exploitation (plans d'aménagement forestiers, prélèvements et sections, taux de reconstitution, diversification des essences...)
- Film sur les populations riveraines (actions en matière de santé et d'éducation, initiatives en matière de développement économique...)

- Film sur les services écosystémiques (préservation de la faune, de la flore, lutte contre les activités illégales, création de revenus additionnels...)
- Film sur l'approche filière avec la consommation en Europe (architectes, fabricants, acheteurs publics...)

Les 3 premiers seraient tournés en Afrique (dans les concessions certifiées) avec la réalisation concomitante de reportages photos pour compléter la médiathèque de Fair&Precious et le dernier en Europe, par exemple aux Pays-Bas, en France et en Allemagne.

Leur durée sera d'environ 3 minutes. Ils seront proposés en anglais et en français. Les images tournées permettront de réaliser des films et des clips de différentes durées pour un usage spécifique par exemple sur les réseaux sociaux.

Au-delà de cette commande, classique et nécessaire, le déplacement d'équipes de professionnels de la vidéo dans les concessions certifiées pourrait être l'occasion de former des correspondants locaux pour la réalisation de reportages et de témoignages. Ainsi Fair&Precious bénéficierait de la présence de partenaires dans les concessions pour faire vivre sa communication tout en valorisant les actions de terrain en matière de services écosystémiques et de développement économique et social.

Formés et équipés de matériels et de logiciels, ces correspondants Fair&Precious, qu'ils soient collaborateurs des entreprises ou membres des communautés autochtones se verraient valorisés par la diffusion de leurs vidéos sur les supports de l'ATIBT et de ses partenaires.

A terme ce dispositif très novateur pourra servir de base à la création d'une chaîne Fair&Precious TV accessible sur les différentes plateforme vidéos.

H L'ANIMATION DIGITALE

1. LES NEWSLETTERS

LA NEWSLETTER DE L'ATIBT / FAIR&PRECIOUS

Diffusion hebdomadaire de la Newsletter de l'ATIBT et modifications régulières sur le site web de l'ATIBT. Avec l'appui technique de LCB (pour sa mise en ligne et la diffusion) l'ATIBT crée et diffuse une newsletter hebdomadaire de courts articles sur les actions menées pour la promotion des produits en bois certifiés du bassin du Congo.

En 2020, 54 newsletters et Flash de l'ATIBT, pour un total de 201 actualités ont été diffu-

sés à 1 498 destinataires abonnées. Parmi elles 148 ont été reprises sur le site de Fair&Precious.

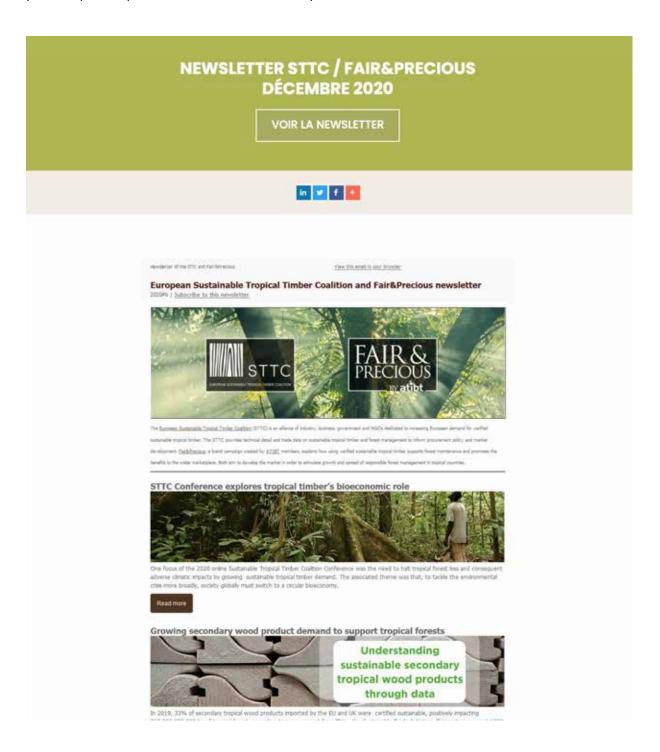
Le taux d'ouverture moyen est de 29,25% ce qui est un taux particulièrement élevé. Une news-letter est prévue par semaine. Les adresses IP des contacts interagissant le plus avec la newsletter de l'ATIBT se situent à Paris, à Brazzaville (Congo) et à Libreville (Gabon).



LA NEWSLETTER STTC - FAIR&PRECIOUS

Cette newsletter est gérée par Probos, et fait appel à des contenus proposés par différents partenaires, dont l'ATIBT.

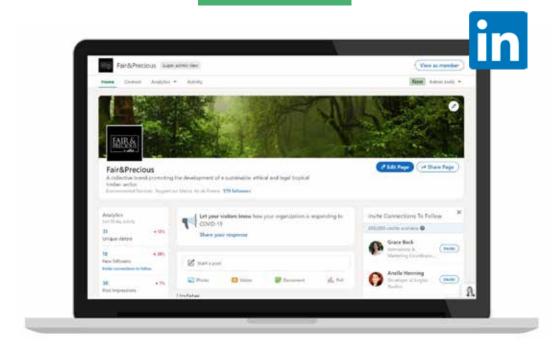
En 2020, 6 newsletters conjointes STTC et Fair&Precious ont été diffusées à un total de 1 849 adresses. Le taux d'ouverture est de 25%, ce qui est un taux élevé. Environ 2 newsletters sont prévues pour le premier trimestre de 2021 (la période restante dans le contrat actuel).



LES TEMPS FORTS DE 2020

Janvier	Sur LinkedIn, la publication ayant atteint le plus haut taux d'engagement était une vidéo.
Février	Nous avons dépassé les 1 000 abonnés sur Instagram.
Mars	Nous avons redirigé les abonnés du site web vers des films éducatifs afin de les occuper durant le confinement. Nous en avons fait la communication via un post LinkedIn et une Story Instagram.
Avril	Nous avons dépassé les 1500 abonnés sur Instagram. Le mois d'avril a été le troisième mois consécutif où nous avons gagné plus de 200 abonnés.
Mai	Sur LinkedIn, nous avons publié 6 posts pour communiquer sur les efforts de nos partenaires pendant la période du COVID. Notre public a trouvé ce contenu très intéressant. Ces informations ont également été partagées sur Instagram sous la forme d'une Story.
Juin	Nous avons introduit un nouveau visuel, « Wood Essence », qui se concentre sur une espèce de bois spécifique, pour LinkedIn et Instagram. Nous avons dépassé les 2 000 abonnés sur Instagram.
Juillet	Nous avons réalisé une analyse des résultats de juin 2019 à juin 2020. Suite à cela, nous avons introduit une ligne éditoriale modifiée pour Instagram qui intègre plus de bois et moins de biodiversité. Nous avons publié notre première vidéo sur Instagram qui a été vue plus de 5 000 fois.
Août	Au total, nous avons gagné près de 500 abonnés sur LinkedIn et plus de 2200 abonnés sur Instagram.
Septembre	Nous avons dépassé les 500 abonnés sur LinkedIn.
Octobre	Nous avons organisé le budget de la publicité et avons donné plus d'argent aux posts qui génèrent généralement un engagement plus important. Nous avons annoncé le lancement du nouveau site web d'ATIBT sur LinkedIn.
Novembre	Sur Instagram, le post du Green Bush Viper a généré plus de 3 600 likes – le meilleur de l'année. Sur les deux plateformes, nous avons célébré le 3° anniversaire de la marque avec un post dédié sur LinkedIn et une Story Instagram. Nous avons annoncé l'évènement ATIBT Think Tank sur LinkedIn.
Décembre	Nous avons conclu l'année avec 555 abonnés LinkedIn et 2 644 abonnés Instagram

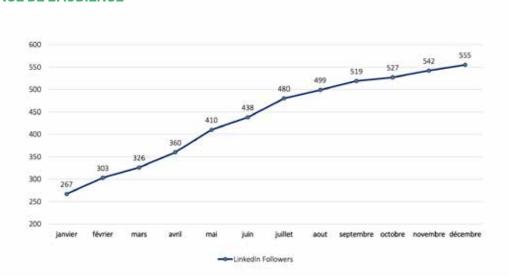
LINKED IN

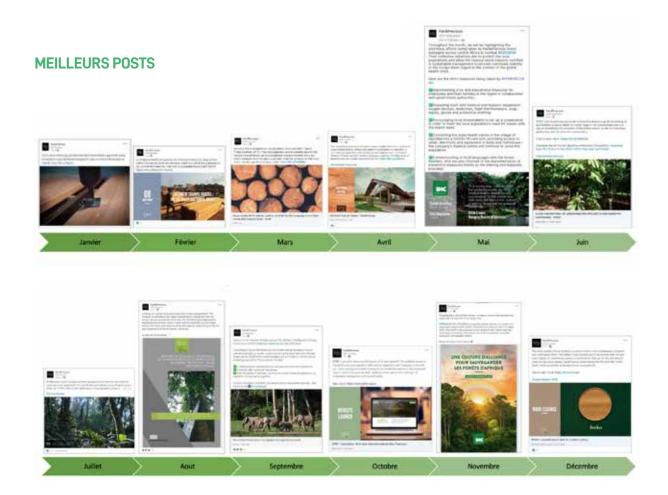


POINTS CLÉS:

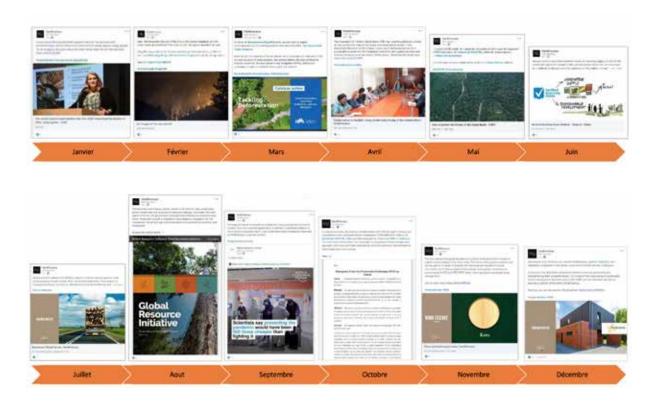
- Au total, au cours des 12 derniers mois, nous avons partagé 114 publications, qui ont généré 1 027 réactions, 26 commentaires, et 1 548 clics sur le contenu.
- Le taux d'engagement moyen sur la période était de 8.8%.
- En moyenne, nous avons publié 9,5 publications par mois, pour un total de 114 sur l'année 2020. Ces publications ont été vues presque 30 000 fois.
- Notre communauté LinkedIn a grandi de presque 369 abonnés depuis janvier 2020.
- Nous poursuivons la sponsorisation de publications sur Instagram, avec pour objectif (en plus du recrutement d'abonnés) de rediriger les internautes vers la page LinkedIn.

CROISSANCE DE L'AUDIENCE





POSTS LES MOINS PERFORMANTS





CONCLUSION - LINKEDIN

- En général, les meilleures publications sont les articles avec un message positif (sauver la faune, protéger les forêts); Les documents PDF sont également intéressants pour nos fans.
- Les posts consécutifs communiquant sur les efforts de la marque durant le COVID ont été particulièrement performants.
- Les posts les moins performants varient selon les différents types de contenu (articles, valeurs de la marque, etc), mais ils semblent tous avoir des éléments visuels moins attractifs par rapport aux posts les plus performants.
- Notre campagne d'acquisition (via Instagram) a permis d'agrandir notre communauté LinkedIn. Nos abonnés proviennent des 5 pays suivants: France, Suisse, Belge, Allemagne et les Pays-Bas. La plupart de ces abonnés travaillent dans l'industrie forestière et dans celle du papier.
- L'introduction du post « Wood Essence » a été accueillie avec engagement en termes de commentaires, mais moins en termes de réactions.

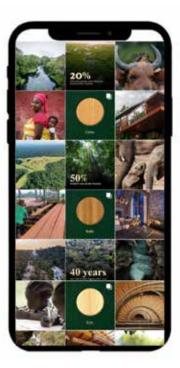
RECOMMANDATIONS - LINKEDIN

- Continuer de mettre en avant les activités de Fair&Precious et les activités de nos partenaires qui contribuent à nos efforts globaux en termes de développement durable.
- Optimiser encore la charte graphique pour améliorer les visuels et rendre le contenu plus engageant.
- Si la visibilité de la page est l'objectif : allouer un budget publicitaire supplémentaire à LinkedIn, afin d'augmenter la visibilité de Fair&Precious sur la plateforme, ainsi que pour augmenter le nombre d'abonnés plus rapidement.
- Compte tenu de la bonne performance de la série de contenus sur le COVID, nous recommandons de développer une (ou plusieurs) nouvelle série de contenus sur une thématique précise, afin d'informer nos abonnés sur l'implication de la marque dans certains sujets (EX : Changement Climatique) et à des moments clés (EX : Journée de la Terre, Journée mondiale de la forêt tropicale, etc.).

INSTAGRAM



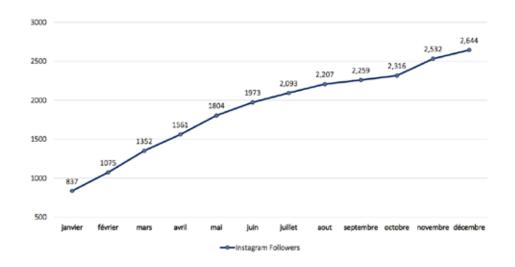




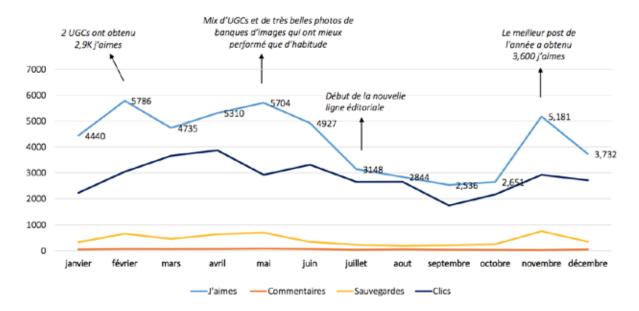
POINTS CLÉS:

- Au cours des 12 derniers mois, nous avons observé une croissance significative de l'audience sur Instagram (+ 1 871 abonnés), grâce notamment aux publicités lancées en octobre 2019.
- Nous avons continué de dépenser le budget publicitaire mensuel de 400 EUR entre Instagram et LinkedIn pour cibler nos publics de niveau 1 et de niveau 2. Le recrutement a eu plus de succès sur Instagram car les internautes étaient déjà sur le compte Instagram.
- Au total, sur la période, nous avons partagé 107 publications, qui ont été vues par 5,5 millions de personnes et qui ont généré 51 000 réactions, 597 commentaires, et 5 078 sauvegardes.
- Le taux d'engagement moyen était de 32%, ce qui est bien supérieur à la moyenne de la plateforme.
- En moyenne, nous avons publié 9 publications par mois.
- Nous avons modifié la ligne éditoriale afin d'informer nos fans sur les différentes espèces de bois tropicaux, leurs caractéristiques et leurs produits finis.

CROISSANCE DE L'AUDIENCE



INTERACTIONS



MEILLEURS POSTS



POSTS LES MOINS PERFORMANTS





CONCLUSION - INSTAGRAM

- Les meilleures publications sont les photos de faune et de flore ; les posts les moins performants sont des visuels qui incluent du texte.
- Les UGC, contenus générés par les internautes, ont toujours du succès et nous permettent d'augmenter notre visibilité.
- Notre campagne d'acquisition a permis de bien cibler les consommateurs européens ; ils provenaient majoritairement des 3 pays suivants : France, Espagne et Italie, avec une majorité d'hommes (35% de femmes vs 65% d'hommes).
- Après avoir révisé la ligne éditoriale en juillet 2020, nous avons commencé à créer plus de publications centrées sur les différents types d'essences de bois, leurs caractéristiques et les produits finaux.

RECOMMANDATIONS - INSTAGRAM

- Utiliser d'avantage les Stories Instagram pour engager notre communauté et proposer du contenu à forte valeur ajoutée.
- Continuer à sponsoriser les contenus pour renforcer la communauté et la visibilité de la marque auprès des consommateurs finaux potentiels.
- Créer un ciblage dédié aux architectes et constructeurs pour attirer de potentiels clients dans cette industrie.
- Bien que les publications «Essence de bois» ne soient pas aussi performantes que la faune et la flore, nous pensons que la stratégie actuelle doit être maintenue. En effet, ces publications nous permettent de parler de façon plus concrète des « produits » certifiés recommandés par Fair&Precious.
- Compte tenu du coût des publicités sur LinkedIn, et en l'absence de budget supplémentaire, nous recommandons d'utiliser le budget mensuel de 400 euros uniquement pour diriger les internautes vers notre profil Instagram.

3. LA CHAÎNE YOUTUBE ATIBT — FAIR&PRECIOUS

Les vidéos placées sur la chaîne YouTube de l'association ont été pour la plupart produites par l'ATIBT, et seront utiles pour toute information, communication, ou tout simplement pour se distraire dans l'univers de l'ATIBT.

Cette page, très utile en période de crise sanitaire, présente notamment :

Les rediffusions des derniers webinars :

- 3^{ème} Think
 - Session 1 Amélioration de l'image des bois tropicaux certifiés
 - Session 2 Redonner de la valeur aux forêts. Services environnementaux et certification
 - Session 3 Travailler avec les opérateurs asiatiques
 - Session 4 Explorer les nouveaux marchés
- Plantation et agroforesterie : opportunités innovantes pour le secteur privé forestier Bassin du Congo et Côte d'ivoire
 - Section 1 Introduction
 - Section 2 Agroforesterie
 - Section 3 -plantations de bois d'œuvre

Les clips Fair&Precious

- F&P préserve la forêt
- F&P protège la faune
- F&P permet de réduire la pollution de l'air
- F&P participe au développement socio-économique
- F&P contribue au bien-être des populations locales
- F&P offre une large palette de couleurs
- F&P matériau de construction exceptionnel
- F&P une solution idéale pour les aménagements extérieurs

Les films de promotion de la gestion durable des forêts

- Comment préserver la forêt tropicale
- C'est pas sorcier La Forêt du Congo : sur la piste des bois tropicaux

Les collections « Bonnes pratiques » et « Grands concepts »

- La gouvernance forestière
- Les plans d'aménagement forestiers
- La traçabilité





ATIBT Fair&Precious

28 abonnés + 35 vidéos

CATIBT fournit aux professionnels et au grand public un large éventait d'informations Institutionnelles, techniques et ...

ABONNÉ Q

Dernières vidéos de ATIBT Fair&Precious



Think Tank - session 2 - Give back value to forests. Environmental services and certification

14 yues + il y a 2 mois

AT AT Fair & Precious

Situation des IFL et bilan des motions déposées. L'importance de l'AG de Bali 2021 – Discussion avec porfeurs motion 18/2020 ...



ATIBT

ATIBT Fair&Precious

1 EN +



WEBINAR ATIBT - SECTION 3 -plantations de bois d'œuvre

ATIBIT Fair&Precious

WEBINAR ATIBT 28 OCTOBRE 2020 - PLANTATION ET AGROFORESTERIE - OPPORTUNITÉS INNOVANTES POUR LE ...



FFEM- ATIBT - Comment Préserver Les Forets Tropicales

ATHT Fair&Precious

Comment préserver durablement les forêts tropicales ? Ce film présente, de manière pédagogique, les enjeux de la gestion ...



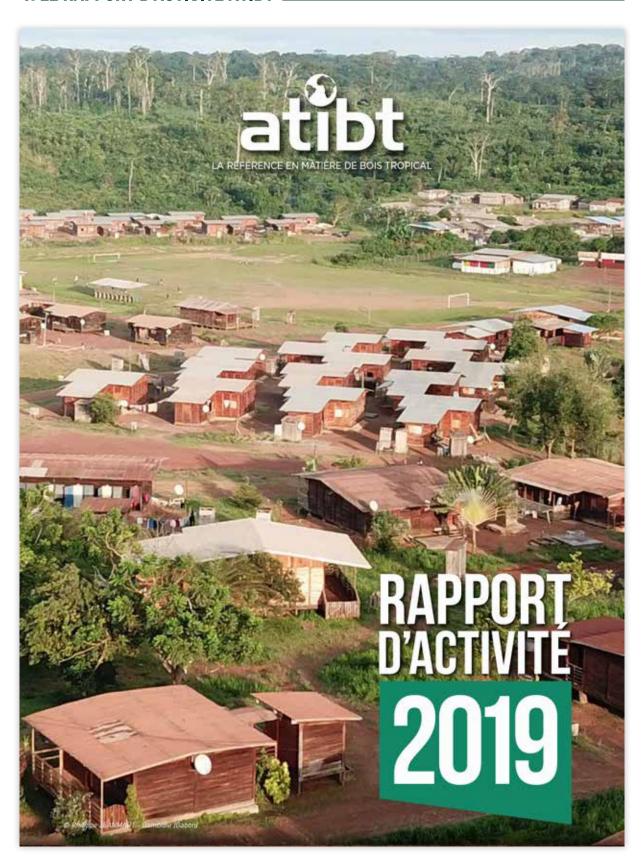
Collection Bonnes pratiques - Mise en œuvre des Plans d'Aménagement Forestiers

ATIBY Fair SPrecious

Ce court-mêtrage a été réalisé dans le cadre des projets FLEGT mis en œuvre par l'ATIBT avec l'appui de la FiB en RDC.

LES DOCUMENTATIONS

1. LE RAPPORT D'ACTIVITÉ ATIBT



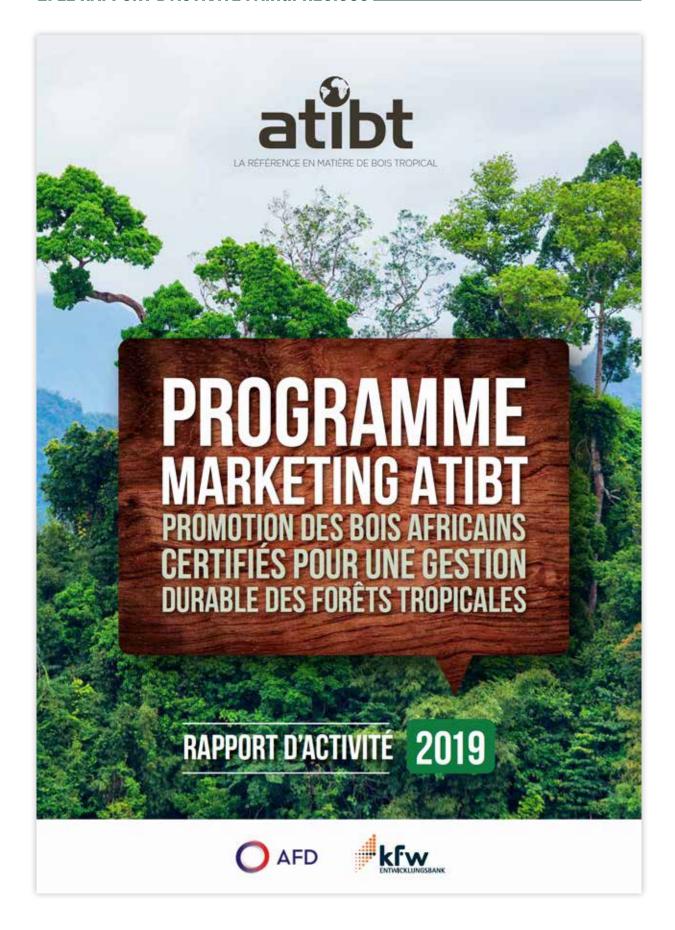
SOMMAIRE

L'ATIBT, L'ASSOCIATION DÉDIÉE AU BOIS TROPICAL et à la gestion durable des forêts tropicales

	Editoriaux	
	Les adhérents de l'ATIBT en 2019	0
	Evolution du nombre d'adhérents	
	Représentativité de l'ATIBT dans le secteur bois tropical	2
	Une équipe au service de la filière.	2
	• 2019, en un clin d'oeil	5
2	LES COMMISSIONS DE L'ATIBT, AU COEUR DE L'ASSOCIATION	8
	La commission marketing	8
	La commission certification	9
	La commission formation	
	La commission technique	1
	La commission forêt & industrie	
	Le conseil scientifique	2
3	CHIFFRES CLÉS 2	3
	Origine des ressources de l'ATIBT	
	Situation financière 2019	3
	Quelques chiffres concernant la filière dans le bassin du Congo	4
4	LES PRINCIPALES ACTIVITÉS EN 2019	6
	Actions de plaidoyer menées par notre association	6
	Les activités de formation	
	Le Think Tank de l'ATIBT pour la certification	8
	Participation aux évènements et rencontres au plan international	9
	Les projets conduits par l'ATIBT	
	- L'ATIBT et la Certification forestière dans le bassin du Congo4	
	 Etudes menées sur l'agroforesterie et les plantations de bois d'oeuvre	
	- Les activités liées aux APV FLEGT et au RBUE	
	- Connaissance de la ressource	
	Connaissance du matériau bois tropical	5
5	LE FORUM 2019 DE L'ATIBT À SHANGHAI	7
A	REMERCIEMENTS	
U	HEMEHOLEMENTS	52

RAPPORT B'ACTIVITÉ 2019 - www.atibt.org

2. LE RAPPORT D'ACTIVITÉ FAIR&PRECIOUS



SOMMAIRE

A	LA MONTÉE EN PUISSANCE DU PROGRAMME MARKETING	6
В	LES COMMISSIONS MARKETING 1. 13 février 2019 2. 6 juin 2019 3. 10 septembre 2019.	6
С	LES COLLABORATIONS 1. FSC et PEFC-PAFC 2. STTC - Probos 3. FAO et le programme SW4SW 4. Le Commerce du Bois et les autres Fédérations européennes 5. Le recrutement de partenaires de la marque Fair&Precious	22 22 23 23
D	LES SUPPORTS DIGITAUX ET AUDIOVISUELS 1. L'analyse de l'écosystème digital 2. La refonte du site Fair & Precious 3. Les clips Fair & Precious	25
E	L'ANIMATION DIGITALE 1. Les newsletters 2. Les réseaux sociaux 3. Archiexpo	36 38
F	1. Le rapport d'activité ATIBT 2. 2. Le rapport d'activité Fair&Precious 3. 3. Le leaflet Fair&Precious 4.	44
G	LE THINK TANK 1. Améliorer l'image des bois tropicaux en Europe. 2. Explorer de nouveaux marchés pour les bois tropicaux 3. Rendre de la valeur aux forêts, valonser les services écosystémiques et la certification d'. Développer des collaborations avec l'Asie pour agir conjointement sur la gestion durable des forêts tropicales.	47 48 48
н	LE FORUM ATIBT 1. L'enjeu du dialogue avec les acteurs chinois 2. L'organisation du forum 3. Des avancées concrètes 4. L'obligation de résultats 5. Le renforcement des collaborations	51 52 53 54
1	L'ACTION MÉDIAS 1. Les communiqués de presse, témoignages et tribunes 2. Les retombées 3. L'évolution de l'action médias	56 59
J	LES PROJETS INITIÉS PAR LE PROGRAMME MARKETING 1. L'Analyse du Cycle de Vie : Dryades 2. La Bai TV. 3. La publication de la Due Diligence : Thémis	75
к	LE PLAN D'ACTIONS 2020	

RAPPORT D'ACTIVITÉ PROGRAMME MARKETING ATIBT 2019 - Stratémark/Links

3. LE PROJET DE RÉALISATION D'UNE PLAQUETTE FAIR&PRECIOUS

Ce document a pour objectif de présenter, en complément des supports numériques, de manière attractive et argumentée le bénéfice de la gestion durable des forêts et les engagements des promoteurs de la marque Fair&Precious.

Après plusieurs recherches, le projet a fait l'objet, au deuxième semestre 2020, de nouvelles propositions :

CHOISIR LE BOIS CERTIFIÉ, C'EST CHOISIR DE FAIRE VIVRE LA FORÊT TROPICALE

Le bois tropical, bien plus que du bois

- Pour protéger la vie animale et végétale Saviez-vous que cette chaise longue contribue à protéger la biodiversité ?
- Pour accompagner la vie sociale

 Savez-vous que cette pergola concourt au bien être de familles africaines
- Pour développer la vie économique Saviez-vous que cette plage de piscine a un impact direct sur l'éducation, la formation et l'emploi ?
- Pour encourager un cycle de vie vertueux Saviez-vous que cette cuisine aménagée participe à la lutte contre le réchauffement climatique

Afin d'étudier d'autres hypothèses et le cas échéant de renouveler les messages, l'ATIBT, le coordinateur PPECF et l'AMO proposent de faire appel à un rédacteur extérieur pour valider ou non la pertinence de cette approche et bénéficier d'un regard et d'arguments nouveaux.

















LE THINK TANK

Trois Think Tanks de l'ATIBT sur le thème « Quel avenir pour les entreprises certifiées dans le bassin du Congo? » ont eu lieu depuis 2018, soutenus par le programme marketing de l'ATIBT. Le Think Tank 2020 s'est tenue en format visioconférence.



Les sujets récurrents au cours de chacune de ces réunions ont été les suivants :

- 1. Améliorer l'image des bois tropicaux en Europe.
- 2. Explorer de nouveaux marchés pour les bois tropicaux
- 3. Rendre de la valeur aux forêts, valoriser les services écosystémiques et la certification
- 4. Développer des collaborations avec l'Asie pour agir conjointement sur la gestion durable des forêts tropicales.

COMPTE RENDU DU 3^{èME} THINK TANK DE L'ATIBT

Visioconférence, 2-3 novembre 2020

Le 3ème think tank de l'ATIBT sur le thème « Quel avenir pour les entreprises certifiées dans le bassin du Congo? » a eu lieu les 2 et 3 novembre 2020, en format vidéoconférence. Depuis sa création en mai 2018, le think tank est soutenu par le programme marketing de l'ATIBT.

Conçu comme un « laboratoire d'idées » à dimension internationale, une traduction simultanée a permis la participation de différents partenaires anglophones de l'ATIBT. Au total, environ 80 personnes ont été connectées à la rencontre. Celle-ci s'est construite autour de 4 webinaires de 2h30 ciblés sur les thématiques suivantes :

Session 1 - Améliorer l'image des bois tropicaux certifiés en Europe.

Session 2 - Rendre de la valeur aux forêts, valoriser les services écosystémiques (SE) et la certification

Session 3 - Développer des collaborations avec l'Asie pour agir conjointement sur la gestion durable des forêts tropicales.

Session 4 - Explorer les nouveaux marchés des bois tropicaux.

L'ensemble des présentations effectuées au cours des sessions se trouve sur les liens suivants en ordre chronologique :

Titres en français: https://www.atibt.org/fr/media/66/3eme-think-thank-de-latibt
Titres en anglais: https://www.atibt.org/en/media/66/3rd-think-thank-of-atibt

L'enregistrement des différentes sessions Zoom est également disponible :

Session 1 - Amélioration de l'image des bois tropicaux certifiés

Session 2 - Redonner de la valeur aux forêts. Services environnementaux et certification Session 3 - Travailler avec les opérateurs asiatiques

Session 4 - Explorer les nouveaux marchés

Au total, 34 speakers se sont exprimés au cours de 35 présentations, réparties sur les différentes sessions. Claude Garcia (Cirad – ETH) a assuré la modération des discussions qui ont eu lieu au cours des quatre sessions, donnant lieu à des discussions assez approfondies.

Le compte-rendu ci-dessous restitue l'essentiel des échanges, en situant les sessions en ordre non chronologique, avec les sessions dans l'ordre suivant : 1-4-2-3. Ainsi la session sur l'image des bois tropicaux est suivie par la session « marché » car différents sujets sont proches.

1. GROUPE DE RÉFLEXION — AMÉLIORER L'IMAGE DES BOIS TROPICAUX CERTIFIÉS EN EUROPE.

LE LEADER DE CETTE ACTION EST : BERTRAND FAUCON bfaucon@stratemark.fr



Concernant l'amélioration de l'image des bois tropicaux, les échanges ont débuté sur les questions de communica-

tion. Une revue des actions en cours concernant la marque Fair&Precious a été faite, en citant les différents projets en lien avec le programme. Un projet de réalisation de films sur les bénéfices de la gestion durable des forêts et la promotion de l'achat de bois certifiés a été proposé. A suivi une proposition de former et d'équiper, à 'occasion de ces tournages, des correspondants locaux « Fair&Precious », dans les concessions et parmi les collaborateurs et la population autochtone. Ceci aurait pour objectif de réaliser des témoignages et des reportages sur les bonnes pratiques de gestion durable des forêts, avec « un zoom » sur les communautés locales et le **projet OKA** de CIB Olam qui a été lancé à l'occasion du think tank.

Le rapport durabilité réalisé par la société Interholco a également été mentionné.

Les Partenariats avec STTC (IDH) et SW4SW (FAO) ainsi que le prochain Congrès Forestier Mondial de Séoul, ont été également évoqués comme autant d'occasions de partager nos visions de la gestion durable du bassin du Congo.

L'accès aux marchés publics au travers des appels d'offres préconçus a été mentionné, ainsi que l'appui à la conception de politiques d'achat durable. Une actualisation des informations disponibles concernant la **Stratégie** de Lutte contre la Déforestation Importée (SNDI) a été faite, avec notamment l'annonce de la parution prochaine d'un guide des achats publics en France. Pour rappel, la SNDI encouragera les filières en capacité de démontrer l'origine «zéro déforestation» de différentes matières premières agricoles importées (cacao, huile de palme, soja, viande, bois). Compte tenu de l'état d'avancement des autres filières dans ce domaine (autres que le bois), il devrait y avoir une vraie opportunité pour le bois tropical, au vu de l'analyse qui se dessine sur la qualité des labels. La SNDI française est également en discussions au niveau des autorités européennes pour un plus large déploiement.

Le travail d'influence à faire sur les marchés a été évoqué, pour appuyer la communication Fair&Precious avec l'utilisation d'influenceurs en tant que « multiplieurs » de messages clairs, nets et précis, tant auprès des acheteurs et des distributeurs que de l'opinion publique.

Un benchmarking a été initié avec **The Bornéo Initiative** (TBI), et la proposition d'un voyage d'étude en Indonésie ou en Papoua-

sie Nouvelle Guinée a été faite pour mieux comprendre les tenants et les aboutissements de cette initiative.

Concernant le RBUE, la nécessité d'étendre la diligence raisonnée au-delà des premiers metteurs en marchés, sur toute la chaine jusqu'au consommateur final, a été mentionnée. Tant qu'il y aura discussion sur la légalité du bois tropical, il sera très difficile de

le promouvoir. L'image ne s'améliorera que lorsque l'approvisionnement en bois tropical en provenance d'Afrique sera totalement légal, et la nécessité d'écarter toute concurrence illégale est cruciale.

La lutte contre le bois illégal doit se poursuivre, et la faiblesse des actions proposées par les services publics des pays importateurs en Europe a été notée.

2. GROUPE DE RÉFLEXION - EXPLORER DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR LES BOIS TROPICAUX.

LES LEADERS DE CETTE ACTION SONT :

Alessandra Negri: alessandra.negri@atibt.org

Stéphane GLANNAZ : stephane.glannaz@preciouswoods.com

Lors de la session de travail sur les marchés, les thèmes principaux ont été nombreux, allant de la consolidation des marchés des produits en bois tropical au développement de nouveaux marchés comme le tourisme.

La décision de la CEMAC d'interdire l'exportation de grumes à partir de 2022 a fait l'objet d'un exposé. La comparaison avec la situation actuelle du Gabon, 10 ans après l'interdiction de 2010, a été soulignée, et la mise en route de la zone de Nkok a également fait l'objet de remarques concernant son efficacité. Concernant cette interdiction, des mesures d'accompagnement devront être mises en œuvre, et non pas seulement pour les sociétés s'installant dans les Zones d'Economie Spéciale (ZES) qui vont être créées. En effet, il ne faut pas pénaliser les entreprises déjà installées. Il y a des raisons pour lesquelles l'interdiction des grumes peut être une contrainte importante pour certains pays : les infrastructures défaillantes, le manque d'encouragement de l'industrie, le manque de personnel formé, l'énergie ou plutôt l'absence de celle-ci, etc... La COMIFAC s'est également prononcée sur ce sujet, en soulignant que l'organisation serait aux côtés des gestionnaires forestiers, et que lors de la réunion CEMAC, il avait été souligné qu'une fiscalité devrait être adaptée.

La crise COVID, bien qu'elle n'ait pas été au centre des débats, ne va pas aider cette évolution, car les entreprises restent malgré tout fragilisées en ce moment.

Il a été dit aussi que l'interdiction d'exportation des grumes serait antinomique avec la diversification des essences en raison de l'inadéquation entre l'outil industriel existant et les LKTS. L'exploitation des LKTS nécessiterait de les exporter en grumes, vu leur moindre abondance qui ne permet pas de régler une scierie pour répondre à de gros contrats. Il y a été souligné aussi que des pays qui depuis longtemps n'exportent plus de grumes ne sont pas moins empêchés de lancer des essences moins connues.

La décision des JO de Paris, prise au travers de l'établissement public SOLIDEO, **d'interdire les bois tropicaux** pour la construction du « village olympique » contrairement à ce qui avait été pratiqué pour les JO de Londres, a été critiquée. Un travail entre LCB et ATIBT aura lieu pour tenter de faire revenir SOLIDEO sur sa décision. Un projet de faire intervenir les Etats Africains auprès de SOLIDEO a été envisagé, car ces Etats doivent aussi défendre leurs productions.

Mener des campagnes conjointes, notamment en mobilisant des influenceurs, permettrait d'optimiser les ressources. Après les JO en France se joue peut-être également l'avenir du bois Africain comme matériau de choix et pourvoyeur de solutions face aux enjeux climatiques et sociaux. Mais les campagnes ne suffisent guère à elles seules, sans des incitations pour les acteurs responsables et des sanctions pour les autres. Ainsi, l'action doit rester positive, mais cette situation a mis en avant le besoin de communication de notre filière, ensemble avec ONG's et politiques. Il faut trouver les arguments pour positionner le bois tropical dans l'achat public.

Un projet de « **Community Forests** » a été évoqué par Precious Woods, pour créer des ponts entre communautés urbaines des pays consommateurs et communautés rurales en Afrique. Concernant l'écotourisme, le projet «pont de canopée» au Gabon a été mentionné pour regretter qu'il n'ait pas pu être mené à bien.

Le bilan de l'étude sur les **produits connexes** menée en 2019 a été présenté, pour souligner le niveau d'ingéniosité des entreprises confrontées à une raréfaction drastique de la ressource : étuvage pour transformer propriétés des essences LKTS, récupération maximale, etc.. Il est urgent de développer de nouveaux marchés, de nouveaux produits, de nouvelles stratégies pour la transformation locale du bois. Les marchés régionaux africains sont certainement une opportunité clé.

La plateforme « Responsible Timber Exchange » de BVRio (www.bvrio.com), lancée en novembre 2016. L'utilisation gratuite de la plateforme de négociation en ligne permet de s'approvisionner en bois légal et durable dans le monde entier. Cette plateforme disponible en anglais, français,

portugais, espagnol, indonésien et chinois a été commentée. Des questions concernant l'intensification de cette plateforme pour l'Afrique Centrale, et la vérification de l'origine durable du bois ont été posées.

Parmi les projets récemment initiés ou en cours d'instruction par le PPECF qui ont été présentés et qui se trouvent en lien avec les questions d'image ou de marchés du bois tropical, on peut signaler :

- Le projet Thémis, pour collecter des données concernant l'engagement des entreprises dans différents pays européens, à rapprocher peut-être de la plateforme de commercialisation de bois gérés durablement gérée par BVRio. Il faudrait donc prévoir une interface BVRIO-Thémis pour accroitre l'efficacité de cette étude.
- Le projet Dryades, pour souligner l'importance de disposer de analyses de cycle de vie (ACV) et de fiches de déclaration environnementale et sanitaire (FDES) pour atteindre le marché de la construction et du neuf. Ces éléments seront indispensables en 2021, si l'on souhaite toucher le marché de la construction français (et à venir dans plusieurs pays).
- Le projet LKTS, pour l'appui aux initiatives des différentes sociétés concernant leur mise sur le marché des LKTS (dont il a été suggéré qu'elles s'appellent désormais « sustainable timber species » (STS). Le PPECF a proposé aux entreprises du programme la mise en route de travaux répondant aux besoins de chacune, avec un « coaching » sur le modèle de ce qui a été fait pour la certification. Pour mémoire, le CIRAD a réalisé la caractérisation de nombreuses essences tropicales (une centaine pour l'Afrique) avec les fiches TROPIX https://tropix.cirad.fr/fiches-disponibles. Il faut se focaliser en premier lieu sur des essences ou groupes d'essences très abondantes dans la région : Limbali, Ilomba, Essia, Eveuss, Celtis,...

3. GROUPE DE RÉFLEXION - RENDRE DE LA VALEUR AUX FORÊTS, VALORISER LES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES (SE) ET LA CERTIFICATION

LES LEADERS DE CETTE ACTION SONT :

Caroline Duhesme : caroline.duhesme@atibt.org **Nicolas Perthuisot :** nicolas.perthuisot@wanadoo.fr

Une session a été consacrée à l'enjeu crucial de donner davantage de valeur aux forêts. Orientée sur les questions de certification, de paiement pour services environnementaux et de bien être et de l'aménagement forestier, cette session a permis d'aborder la réflexion sur le rôle et la responsabilité des gestionnaires forestiers, et les limites du modèle de concession forestière en termes de rentabilité.

D'un côté des certifications: la préparation de l'AG du FSC à Bali, en octobre 2021, et plus particulièrement le cas de la Motion 18/2020 préconisant la suppression de la motion 65 sur les IFL et l'élaboration de mesures de protection des forêts ont été commentés. Il a été rappelé par le FSC que les règles du FSC limitent la flexibilité accordée aux discussions des groupes nationaux de normalisation pour l'adaptation des motions, et a souligné que l'ATIBT et ses membres ont raison de se concentrer sur la défense des propositions de motions pour la prochaine AG.

Une présentation de l'état d'avancement actuel du projet PAFC-Bassin du Congo a été faite, rappelant que le standard de gestion forestière a été validé en octobre 2020 et indiquant que le système de certification PAFC BC devrait être prêt pour le premier semestre 2022. La validation du standard est un vrai succès, car il constitue une référence consensuelle, pragmatique et novateur en matière de critère d'évaluation, intégrant des indicateurs marqueurs tels que les plans de gestion social et de la faune, les calculs de gaz à effet de serre, l'évaluation des stocks de carbone. Il reste à résoudre certains problèmes pour que le système de certification PAFC BC couvre et serve la certification des opérations des entreprises sur le bassin du Congo, notamment de trouver des organismes d'accréditations intéressés à développer un programme d'accréditation pour la sous-région.

Certains sujets spécifiques, comme la fiscalité, ont été également abordés. La révision et l'harmonisation des fiscalités forestières dans la zone CEMAC sont indispensables à la survie des entreprises, car trop de disparités existent comme les écarts énormes entre les redevances forestières annuelles (RFA), les taxes d'abattage, les droits de sortie. La fiscalité impacte le prix de revient des bois en grumes et transformés à des degrés divers. Dans les perspectives de renouvellement des plans d'aménagement et d'industrialisation, c'est une problématique majeure. Mais des initiatives de mécanismes d'incitations fiscales en faveur de la certification (par exemple la nouvelle loi des finances au Gabon) basés sur une fiscalité différenciée en fonction du niveau de certification représente une opportunité de récompenser les sociétés certifiées et de répartir indirectement les coûts de la certification.

Le mécanisme des paiements pour services environnementaux et de bien-être (PSEBE) en lien avec les ODD a fait l'objet de différentes présentations, avec une question fondamentale : qui peut payer pour les services environnementaux qu'offrent les sociétés forestières ? Beaucoup de mécanismes sont à l'étude, mais peu sont actifs et opérationnels. Il y a une certaine difficulté actuellement de voir ce qui va réellement fonctionner. La plateforme Vertdeep qui a été présentée permettra d'assurer les échanges et la « liquidité » des certificats en créant un vrai marché financier pour l'impact positif. Cette plateforme est basée (1) sur la mise en relation contractuelle entre des investisseurs / sponsors qui financent et des entreprises forestières capables de mettre en œuvre des actions ayant des impacts positifs et (2) sur la valorisation de l'image d'une société (qui peut représenter 25% de sa valeur). Cette relation prend la forme d'un contrat qui règle la question de propriété.

La question de l'«additionnalité » entre la certification et les PSE a été posée. En général, l'additionnalité ne s'applique pas systématiquement aux demandes faites dans le cadre de la procédure des services environnementaux FSC (STD 30 006). Les marchés des crédits-carbone vérifiés sont plus stricts. Une suggestion largement partagée serait de se baser sur un niveau de référence « business as usual » d'une entreprise non certifiée ou dite conventionnelle, plutôt qu'au niveau certification de gestion durable, pour ne pas risquer de pénaliser les entreprises déjà certifiées qui auront déjà investi, et créer des opportunités d'inciter de nouvelles entreprises par la compensation des coûts de certification grâce aux revenus des SE.

Il ressort la nécessité de poursuivre cette réflexion sur les PSE et valoriser autrement que par le bois les services apportés par les gestionnaires forestiers certifiés, et approfondir la piste de la solution Venturexpert, tout en travaillant sur les points bloquants et les limites/risques (rentabilité des services environnementaux et de bien être et coût de vérification, sur quels outils de vérification s'appuyer, question de l'additionnalité, image des forestiers, etc)

(PA) a aussi fait l'objet de réflexions. En effet, certaines sociétés arrivent bientôt à la fin des premières rotations et des premiers plans d'aménagement. De plus, de nouveaux enjeux sont apparus durant la première rotation qu'il faudra inclure dans la suivante (inclusion des populations locales, problématique des changements climatiques, des plantations/agrofo-

resterie, des problématiques liées à l'agricul-

ture, sécurité alimentaire, opportunité des PSE,

etc). Il faut donc repenser l'aménagement, tant

Le renouvellement des plans d'aménagement

d'un point de vue technique que sur le rôle du gestionnaire forestier, en évaluant et minimisant les investissements nécessaires. Il a été dit que toute discussion avec l'administration sera très longue, c'est la raison d'être d'anticiper cette situation des maintenant avec l'ensemble des acteurs et partenaires.

Cette session a permis de relever la forte dynamique de la certification dans le Bassin du Congo par l'avènement d'un nouveau système en devenir, ou des nouvelles réglementations qui intègrent la certification comme obligation légale (avec les limites que cela peut comporter). Mais il subsiste toujours la nécessité de valoriser les services et le rôle joués par les concessionnaires certifiés, qui supportent de plus en plus la responsabilité des enjeux liées aux forêts tropicales (aménagement forestier, aménagement du territoire, garants des services écosystémiques, inclusion des populations locales, etc).

Le monde forestier a besoin de se réinventer en trouvant de nouveaux types d'investisseurs, de financements, en mettant en valeur la forêt dans son ensemble et pas seulement le bois, en trouvant le moyen de récompenser les entreprises vertueuses. Une piste pour cette valorisation sont les PSE, et d'orienter cette approche sur la rémunération de la mise en œuvre d'actions positives réalisée par un forestier dans le cadre « d'un contrat d'impact positif ». Cette réflexion représente un challenge puisque nécessite de chercher d'autres produits que le bois dont le marché est inconnu.

Il est effectivement temps de mener ces réflexions sur des sujets qui pour **beaucoup de thématiques sont en pleine évolution** (plan d'aménagement, rôle du concessionnaire forestier, PSE, etc), et qui nécessitent de repenser le modèle de concession forestière certifiée.

Savoir restituer la réalité de la vie dans les forêts certifiées pour la faune, la flore, les habitants et les entreprises... c'est la clé du développement et du financement de ce modèle.

4. GROUPE DE RÉFLEXION -DÉVELOPPER DES COLLABORATIONS AVEC L'ASIE POUR AGIR CONJOINTEMENT SUR LA GESTION DURABLE DES FORÊTS TROPICALES.

LES LEADERS DE CETTE ACTION SONT :

Robert Hunink: robert.hunink@bluewin.ch

Benoit Jobbé-Duval: benoit.jobbeduval@atibt.org

Pour ce qui est des relations avec la Chine, et après l'introduction de cette session avec un rappel des conclusions du forum de l'ATIBT organisé en octobre 2019 en Chine et l'offre de consolider les relations entre ATIBT et organisations chinoises, une présentation actualisée de l'initiative Global Green Supply Chain (GGSC) a eu lieu.

Un projet de financement des importations de bois durable en Chine a également été présenté avec des incitations financières (meilleures conditions de prêt) pour récompenser les opérateurs qui respectent la légalité. Ce projet Green Supply Chain Facility (GSC Facility) est probablement une occasion à saisir par les sociétés Fair&Precious, car il ciblera des achats de bois légaux. Il faut faire la promotion des bois certifiés auprès de ce mécanisme.

L'implémentation de l'article 65 de la **nouvelle loi forestière en Chine** a été présentée. Il a été signalé une nouvelle fois que la Chine, du fait de l'importance de son marché, peut être déterminante sur l'évolution de la légalité et

de la durabilité de la filière. La nouvelle loi forestière sera fondamentale.

Il est trop tôt pour savoir comment cet article 65 sera mis en œuvre. La NFGA (ministère chinois en charge des forêts) a besoin de soutien dans ce domaine, actuellement en cours au travers d'un programme financé par le Royaume Uni.

L'association CTWPDA a demandé à l'ATIBT un appui pour mieux comprendre la définition de « bois légal » dans différents pays du bassin du Congo. Un premier travail doit être rendu par l'ATIBT en novembre. Pour la suite, la traduction du Timber Trade Portal (TTP) au chinois a également été évoquée. La mise en relation d'entreprises chinoises et d'entreprises forestières engagées dans des pratiques durables a été évoqué également.

Enfin, des discussions sont en cours au sein de PPECF pour mettre à la disposition des opérateurs forestiers de bassin du Congo un guide de certification y compris traduit en mandarin.

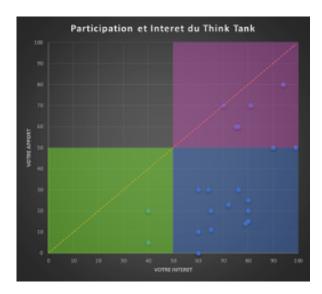
RÉSULTAT DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION SUR LE THINK TANK, SUIVI DE QUELQUES RÉFLEXIONS PERSONNELLES DU FACILITATEUR.

Le facilitateur du think tank est Claude Garcia claude.garcia@usys.ethz.ch

A la suite du think tank, un questionnaire a été soumis par Claude Garcia aux participants. 22 personnes ont répondu à ce « questionnaire de satisfaction », et ont estimé leur contribution ainsi que ce qu'elles ont retiré du think tank. Cela permet de représenter l'engagement de façon simple. Chaque point est un participant : à l'horizontale le bénéfice estimé tiré de la participation, et à la verticale l'investissement que cela a couté.

Première observation : tout le monde est en dessous de la diagonale, ce qui traduit une satisfaction générale : on y trouve plus que l'on n'y apporte.

Il y a ensuite 4 types de profils.



En mauve les contributeurs, qui s'investissement bcp dans l'organisation et le déroulement des débats. Ce sont aussi ce qui en bénéficient le plus. En bleu, il y a les bénéficiaires. Leur contribution est modérée, et ils estiment beaucoup le bénéfice qu'ils en tirent. C'est la catégorie la plus nombreuse, ce qui n'est pas surprenant pour une plateforme de cette nature. En vert, ce sont les visiteurs. Ils s'investissent peu, ils y gagnent mais de façon modérée. Seulement deux personnes se retrouvent dans cette position, mais il y a fort à parier que de nombreuses personnes n'ayant pas répondu au questionnaire sont dans cette situation. Enfin, en gris, les piliers. Ils donnent beaucoup et en tirent peu. Personne ne se retrouve dans cette situation. C'est bon signe. Il est possible d'être pilier d'un processus collectif, mais pas de façon prolongée. Les meilleures volontés s'épuisent.

D'une manière générale, Claude Garcia fait une sélection subjective et non exhaustive de ce qui a le plus interpellé. Citons (1) les chiffres avancés pour quantifier l'image d'une entreprise, (2) les avancées de F&P, mais aussi (3) l'absence des partenaires africains.

Aussi bien sur le fond que sur la forme, on remarque aussi (4) la prise de conscience partagée par tous, concernant les enjeux de la filière; (5) l'écart entre les opérateurs certifiés et les autres, qui sont majoritaires,

ne cesse de se creuser ; (6) la décision de la Chine d'avancer sur la légalité des bois importés, doublé d'un risque de « conscience verte étatique » donc certains doutent. Nous étions nombreux à réagir sur l'opportunité pour l'UE de financer la transition vers la légalité des partenaires Chinois.

Sur le fond, notre facilitateur retient avec un autre intervenant que la gouvernance et la corruption n'ont pas été des sujets abordés, alors que ces questions semblent affecter de plein fouet l'image négative des bois tropicaux. Sur le fond aussi, le facilitateur retient personnellement un point, cité-lui aussi par d'autres participants : une transformation profonde du modèle de la concession commence à se dessiner, elle est annoncée depuis longtemps mais elle se précise.

Sur la forme, nous avons apprécié de découvrir de nouveaux outils de collaboration en ligne. La diversité des intervenants, des thèmes tout comme une participation élevée ont été des points notables. Les participants ont souvent été également surpris par la fluidité que le format en distanciel permet.

Ce qui nous a le plus manqué se résume en deux points – les interactions directes et informelles, et plus de temps de réflexion, de débat et de discussions contradictoires. Plusieurs ont regretté les nombreux écrans noirs. Pas de doute que la visioconférence... requiert de voir son interlocuteur!

Un troisième point d'importance, déjà signalé plus haut : plus de participation par les collègues africains est nécessaire.

Toujours sur la forme, ce qui a le plus pesé est probablement un agenda trop chargé, avec beaucoup de présentations, parfois trop longues, au détriment du temps de la réflexion déjà cité.

Le facilitateur a été personnellement interpellé par l'abattement dont certains font état devant la complexité croissante de la profession, et la frustration de ne pas voir de dégager un chemin.

Au final, nous demandons à reconduire l'exercice de la réunion numérique, mais Claude Garcia déconseille personnellement les formats hybrides. Enfin, nous avons tenu à saluer les organisateurs ainsi que le modérateur.

Une dernière réflexion : devant la diversité des thèmes a aborder et des fronts a faire avancer, comment l'ATIBT compte -elle s'organiser?

Ci-dessous, une analyse personnelle de Claude Garcia :

« En tant que modérateur, j'ai à la fois le privilège d'être au premier rang pour vous écouter, mais aussi la difficulté a prendre du recul – difficile d'écouter attentivement et de réfléchir a la signification de ce qui est dit en même temps. Puisque l'ATIBT m'offre l'opportunité de partager mes réflexions, je retiens pour ma part en plus de tout ce qui a été dit précédemment, un élément qui m'a souvent permis de faire le tri dans les nombreux thèmes et points abordes. Les trois dimensions qui nous intéressent, celle de la profitabilité, de la légalité, et de la dura-

bilité permettent déjà de faire la part des choses, et représenter par exemple le cas de figure présenté par Sylvie Gourlet-Fleury lors du meeting a Shangaï. Alors que pour certains la légalité est le premier pas vers la durabilité, ma collègue du CIRAD mettait l'accent sur le fait que la loi peut parfaitement contenir des dispositions contraires à la reconstitution des écosystèmes.

Garder ces diagrammes en tête peut nous aider à ne pas prendre des éléments contingents pour des vérités absolues. Malheureusement, la complexité explose de façon exponentielle et rajouter une 4eme dimension – ici les critères de la certification, ne revient pas à tracer un cercle supplémentaire – comme j'ai pu les faire pendant les discussions. On passe de 7 à 15 cas de figure possible. Une 5eme dimension (les droits des populations autochtones par exemple) rend rapidement l'exercice impossible pour des personnes normales!

Il faut donc s'armer d'outils pour ne pas se noyer dans cette complexité – comme les comptables ont développé des abaques. Partager ce genre de grilles de lecture peut apporter plus de clarté dans les débats que vous souhaitez tenir ».



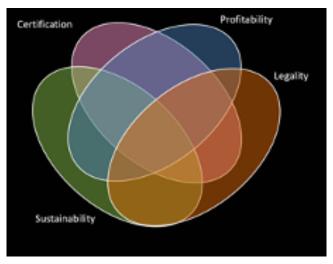


Figure 2 : Espaces des solutions a 3 dimensions (profitabilité, légalité, durabilité) et a 4 dimensions (certification). La combinatoire explique comment les cas de figure possibles se multiplient. Garder ce schéma en tête peut éviter des quiproquos.

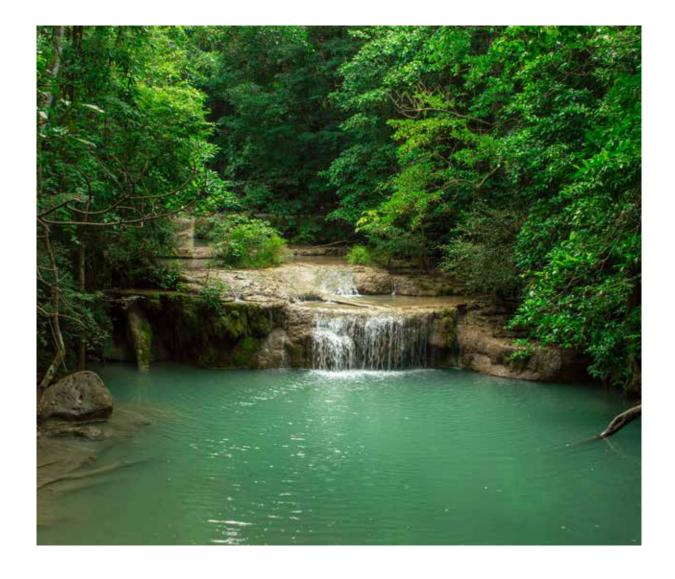
CONCLUSION

Le think tank va continuer à fonctionner comme plateforme collaborative, alternant les temps d'échange, les temps d'information et les temps de construction collective et de décision. Que vous soyez plutôt visiteur, bénéficiaire ou contributeur, nous vous invitons à continuer l'engagement, et pourquoi pas à changer parfois de rôle.

Différentes actions vont à présent devoir être menées compte tenu des orientations issues des échanges. L'augmentation des sujets traités imposera de marquer des priorités.

Au-delà des projets actuellement en cours mentionnés auparavant, un travail collectif est à mener pour réfléchir à **l'avenir des plans d'aménagement,** ou encore la **décision de la** **CEMAC d'interdire l'exportation de grumes.** Ces sujets doivent être portés par l'ATIBT.

Bien d'autres actions doivent être entreprises, en particulier celle qui consiste à indiquer à court terme à certains acheteurs publics européens que le **bannissement du bois tropical en soi lors d'achats publics n'est pas compréhensible**, à l'heure ou la gestion durable des forêts, l'emploi dans le bassin du Congo, comme l'avenir des communautés rurales sont des priorités. La création de **kits appels d'offres** serait également une piste à suivre. Enfin, une meilleure **implémentation du RBUE** est jugée urgente par de nombreux participants et fera l'objet d'une communication prochaine avec l'UE.



L'ACTION MÉDIAS

1. LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE, TÉMOIGNAGES ET TRIBUNES

PR TOOLS

Press Releases 1 & 2



FAIRAPRECIOUS FOREST CONCESSIONS COMMIT TO THE FIGHT AGAINST COVID-19 IN CENTRAL AFRICA

on the memories below by the flood/frection member plangement





PR TOOLS

Press Releases 3 & 4



ADEFAC, an ambitious training programme in woodworking and sustainable forest management in the Congo Basin

The French Development Agency, an experient partner in the summable reanequencing of African forests.

The history of African forests to support of the property of the support of the su





promoting sustainable forest management

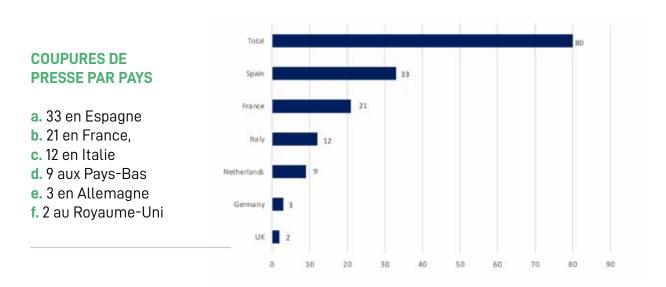
of the Congo Basin celebrates its 3rd anniversary

- Develop Annihility on bindwesty to improve the recognition of species on the entity.

- nouringing local wood processing.
 To set up training occurse in twestry and -cool professions.
 Finance technical showledge on diversity of tropics species and their uses.
 Promote a responsible purchase of a unique material.

2. LES RETOMBÉES

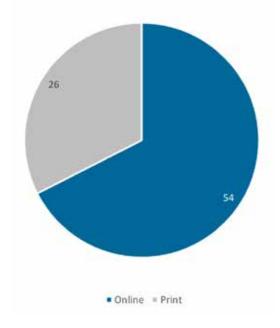
Au total, 80 articles ont été publiés entre janvier 2020 et décembre 2020.



L'équivalence en valeur publicitaire (A.V.E.) de ces 80 articles est de 56 254 €

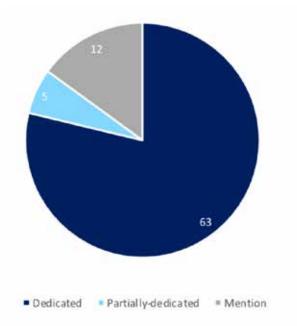
Espagne : 16 471 €
France : 16 158 €
Italie : 16 100 €

Pays-Bas: 2 908 €
Royaume-Uni: 2 320 €
Allemagne: 1 897 €



TYPE DE MÉDIA

Sur les 80 articles, 26 ont été publiés sous forme imprimée et 54 en ligne.



TYPE D'ARTICLE

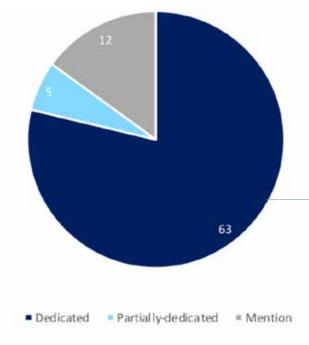
Sur les 80 articles publiés

- 63 étaient consacrés à Fair&Precious (y compris l'ATIBT),
- 12 contenaient une mention à F&P,
- 5 étaient partiellement dédiés.

FRÉQUENCE

Sur les 80 articles publiés, 52 figuraient dans des publications quotidiennes, 8 en hebdomadaires, 1 en bimensuel, 13 dans des médias mensuels, 4 en bimestriel, 2 en trimestriel.





TONALITÉ DE L'ARTICLE

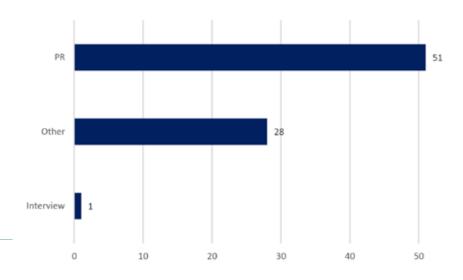
Sur les 80 articles publiés,

- 78 étaient positifs
- 2 étaient neutres
- aucun n'était négatif

ORIGINE DES ARTICLES

Sur les 80 articles publiés,

- 51 étaient le résultat direct d'un communiqué de presse de l'équipe Fair&Precious / Open2Europe,
- 1 d'une interview,
- 28 d'autres sources.



QUELQUES ARTICLES PARUS - FRANCE

France



PARIS: COVID-19, Les gestionnaires forestiers « Faire&Precious » s'engagent dans la lutte contre l'épidémie en Afrique Centrale

Des messures sanitaires et des initiatives locales coordonnées depuis le début de la crise afin de protéger les salariés et préserver les activités de la filière bols dans le Bassin du Congo.

Las ascélités forestières membres de l'ATIET (Association Technique Internationale des Bois Tropicacia) se soit mises en ordre de marche afin de Cas sociated largetifiers remitters of c'All'El (Association Fechingue internationale del titro Tropicacy) as soot masse en oder do manche dina control, a fun manual, le delendegment de Coreil 19 en Allique, Larse objectific protegie internal production and association and association of the control production of the control pro

Date or controlls de crise switters internationale, TATrigue résiste face à la propagation du Covid 19 et l'organise pour limiter ses impact économi dans des pays où la filitier bors emplore des malliers de travailleurs qui redouters de perder leur moyer de substatence. Arnal, sins emerprises apécialisées dans la production et l'exponision de bois d'Alfique est filies sur juis l'infiliative de mettre en place leurs programmes pédagogiques et amétreurs, estates aux nodes de les des populations doctes Au ceiur de mettre en place leurs programmes pédagogiques et amétreurs, estates aux nodes de les des populations doctes Au ceiur de mes déveurties : un appet à la sensibilisation pour information de montre de la production de la partiéerie.







Las sociétés forestièmes membres de l'Association Technique Internationale des Bola Tropicas (ATIBT) se sont mises en order de marche afin de contret, à leur réveau, le développement du Cuvid-19 en Afrique. Leurs objectifs : pronège leurs collaborateurs et les populations locales, assis poursaires l'activité d'une Elikier responsaible et essentielle à l'épigilibre éconnique de ces pieps, où le bois est un des contributeurs les plus importants au Trésor Public.



16

By atibt

France

Maison&Travaux





le magazine maisonbois



FAIR&PRECIOUS: LE BOIS TROPICAL DURABLE





QUELQUES ARTICLES PARUS - ALLEMAGNE

Germany



Warerikundia Tropenhosz

Tropenwälder durch ihre Nutzung schützen

Obwohl ihre Gründung auf UN und OECD zurückgeht, sill die Association flechnique internationale des Bais Trapicoux (ASBI) – etwa Internationale Repentroliteichnische Verenigung – in Deutschland recht unbekonnt, im Interview Mört zur Direktor, Benoß Jobbe-Durd, über die Arbeit zum Schulz nachhaltigen Trapennozes auf.



Internationale Laubholzkonferenz in Berlin

Druck durch globale Handelespannungen, der Klimawandel und die nachhaltige Nutung von Tropenholz waren einige der Themen auf der Internationalen Laubholdkonteienz in Berlin.

| Veran-

By atibt

26

Germany



19.05.2020 Blodiversität

Fair&Precious: Der Kampf gegen COVID-19 in Zentralafrika

Die Fair&Precious Waldkonzessionen setzen den Kampf gegen COVID-19 in Zentralafrika fort. So wurden seit Ausbruch der Corona-Krise Gesundheitsmaßnahmen und lokale Initiativen ergriffen, um Beschäftigte zu schützen und die Aktivitäten der Holzindustrie im Kongobecken aufrecht zu erhalten. Wie genau diese Maßnahmen aussehen, erfahren Sie in diesem Beitrag.



Die forstwirtschaftlichen Konzessionen unter den Mittliedern des internationalen Verbandes für sechnische Fragen zum Tropenholz - ATIBT (Association Technique Internationale des Bots Tropicaux) waren in den letzten Monaten damit beschäftigt, Mafinehmen gegen die Ausbreitung von COVID-19 in Afrika zu ergreifen. Ihre Ziele ihre Angestellten und die einheimische Bevölkerung zu schützen und die Tätigkeit eines für das wirtschaftliche Gleichgewicht dieser Länder wesentlichen Sektors förtzusetzen, in dem Holz einen der wichtigsten Beitrage zur lokalen Wirtschaft leistet.

Inngesamt fünf Unternehmen mit Sitz in Kamerun, Kongo und Gebun setzen sich für den Erhalt des menschlichen, sozialen und wirtschaftlichen Ökosystems der gesamten Region ein. Das Hauptziel ist die Fortsetzung ihrer FSC- und PEFC-PAFC-zertifizierten Holzexport-Aktivitäten.

27

QUELQUES ARTICLES PARUS - ITALIE





≡ blastingnews

In Africa Centrale, continua la lotta estenuante al Covid19

proleggers ('archevirs a preservors in attivité (vestel rel fiscirio del Clarge)

in Mather Considers (who mile I being Dennis (miles)

Non-persions in ultime nevers

-

II Covid19 spaventa l'Africa centrale

Il Covid 19 speventa l'Africa centrale ed anche le attività legate al settore del lagno e all'ambiente del bacino del Congo, Le concessioni forestali membri dell'ATIBT (Association Technique Internationale des Bois Tropicaux) hanno annunciato di essessi impegnate in questi ultimi mesi per contrastere la diffusione del virus in Africa. I toro obiettivi: proteggere i loro dipendenti e le popoliazioni indigene e perseguire l'attività vitale di questo.

In totale, cinque aziende con sede in Camerun, Congo e Gabon lavorano per sostenere l'ecosistema umano, sociale ed economico dell'intera regione.

Le misure pre Covid19

Quali misure sono statifornitura di attrezzature l'ossigeno, medicinali, 1 guanti e indumenti prot trasformazione di alcur che forniscono accesso letti e materassi, il cent servire la popolazione

L'ATIBT (Interi Technical Ass

Fin dalla sua creazione dell'OCSE**, l'ATIBT (/ Bois Tropicaux - Interna Association) si propone tropicali, dalla foresta a





nel FUTURO

e constresse de activate control conpromissor legas tropicale certificaso proveniente de una gettiene forcada unerablele. Un materiale esa-erganishile che concilio Concetta e il rispetto per Lambieria.



as in general expensible solitable, and a larger Carpe, California, Camerani, articles in estimates of gastion articles in estimates of gastion articles in estimates of gastion and contribution of minde in estimates of a larger and register solid, force at Ada San, marticle in estimate in elapse contribute of estimate in elapse equilibrium shift in the contribution of the contributio

QUELQUES ARTICLES PARUS - ESPAGNE

Spain





Madera tropical sostenible Fair&Precious: una elección de confort y respeto al medio ambiente para terrazas

1345-2000

and a f w in 0



Fair&Precious: Madera Tropical Sostenible



Las eccetiquetas forestales del FSC y del PEFC-PAFC son ahora reconocida muchos actores como una herramienta para el desarrollo económico, social y cultural, así como para la conservación de la biodiversidad y la lucha contra la deforestación. En los últimos años se han adoptado varios reglamentos en apoyo de este enfoque: políticas nacionales de desarrollo sostenible, políticas de adquisición pública, el Reglamento de la Madera de la Unión Europea (EU TAR).

Por iniciativa de la Asociación Técnica Internacional de Maderas Tropicales Por insciativa de la Asociación Tecnica Internacional de Maderas Tropicales (ITTTA), los administradeses ferestales comprometidos con este enfoque responsable en la cuenca del Congo (Congo, Gabón, Camerún), mediunte la certificación de la gestión sosterable, han creado la marca Fair &Precious. Este colectivo, apoyado por las cooperaciones alemana (KFW) y francesa (AFD), se compromete a respetar la fauna y la flora, así como a un modelo de desarrollo económico y social respetusoso con las poblaciones.

52

By atibt

ADEFAC

OHD who

0

Spain



Adefac: un ambicioso programa de capacitación en el trabajo de la madera y la gestión forestal sostenible en la Cuenca del Congo

man = f w in G





ADEFAC, un programa de capacitación en el trabajo de la madera y gestión forestal sostenible en la Cuenca del Congo

0000



La Cupra del Congre alle eja la capación resper internación de lamaçan ingradare del mismolo y programanos medicas devida a mais de el mismolo de permitore, La importancia de entre estabilitames constituye un lese somian insurellad y de lugar a congregación es egiptorios comunicados para la coloracción estamble de les bospess. El mismo formamismoni, citado ficilita habita de medide medica, expresenta an mismo ejectivos estables que en que estable la habita de la medide medica, expresenta an mismo ejectivos del program de para los que estables ligentas del Congr. Lecto ani diferencia (la enquientable del enquien formal) correi de las condicación o

545



Netherlands

NIEUWS

MEER OP HOUTWERELD.NL

HOUT WERELD



BOSBEHEERDERS STRIJDEN MEE



Vijf houtkapbedrijven annex bosbeheerders die lid zijn van de ATIBT (Association Technique Internationale des Bois Tropicaux) spannen zich in om de ontwikkeling van Covid-19 in Centraal-Afrika tegen te gaan. Sinds het begin van de crisis moeten verschillende gezondheidsmaatregelen en lokale initiatieven werknemers beschermen en de activiteiten van de houtindustrie in het Congobekken in stand houden. De ondernemingen proberen zowel werknemers als de inheemse bevolking te beschermen. Ook zien zij het voortzetten van hun activiteten als essentiael voor het economisch evenwicht van deze landen, waar hout één van de belangrijkste bijdragers is aan de lokale economie.

Interholco (Noord-Congo), Rougier (Gabon), CIB-Olam (Noord-Congo), Palisco-CIFM (Kameroen) en Precious Woods (Gabon) werken aan de instandhouding van het menselijke, sociale en economische ecosysteem in de regio. Hoofddoel is om hun FSC- en PEFC/PAFC-gecertificeerde houtexportactiviteiten te behouden. De preventie- en zorgprogramma's worden ondersteund door de Dutse cooperatieve bank KFW met behulp van Eair & Procious, het merk dat duurzaam bosbeheer promoot. De vijf producenten en exporteurs van gecertificeerd Afrikaans hout hebben educatieve en gezondheidsprogramma's opgezet, die zijn aangepast aan de levenswijze van de lokale bevolking. De kern van deze initiatieven is een oproep tot bewustmaking om de werknemers en hun gezinnen te informeren, onderwijzen en beschermen in de strijd tegen de pandemie. De bouw en uitbouw van quarantainezones en klinieken is één van de vele getroffen maatregelen.

43

Netherlands



TIMMERFABRIKANT

Bosbeheerders zetten zich in voor de strijd tegen Covid-19

De houtkepbedrijven die lid zijn van ATHAE (Ausociation Technique Internationale des Bois Tropicane) beldem sich ingespatume om de onwelchteling was Cowel 19 in Afrika begen te gaan. De doubtedlingen van dem houtkepbedrijven zijn het beschettuen van hun werkmener en de inhiemme bevolking. Mar ook het voortsteten van hun activiteiten, die euerstied zijn voor het economisch evenwicht van deze landen, waar hout em van de hekargrijkste bijdragers is in de lokde economisc.

Vijf bedrijven in Kamenson, Cengo en Gabon werken xan de instandbugding van het memelijke, sociale en economis sche ecosysteem in de rogio. Het hoofddeel van deze bedrijven is som hun FSC en PEFC-PAPC georettifcvende houtenportsetrometen te belonden. Hun preventies on auegpognamma's worden onderstrund door de Dume cofoperatiese buck KFW men beleuly van laan de Bussioon, het mork dat alaumaam beslecher promost.

In de comezo van de huidige interpationale gezonalheidicisis vezat Afrika zich tot am son tegen de versprending van Carida-19 udgit het stoppen ondertreamen om de roconmische gevolgen te bepreden in landese waar de houstindertrie duizenden verkiemeres in diennt herfi die hom bevolvisming zooden kunnen verliezen. Zo helben vijf bedrijwe, die geopeculiseerd zijn in de productie en expost van geoentificered Afrikaan hout, het initiatief geoonsen om han eigen odseatsiere en gezondbesdepegramma's ep se



pettern. Deze programma's zijet veilledig aungepast aus de Irvenwijze van de biskile bevolking. De kern zan deze mitiatieven is een oproep tot bewarmaking om de werkammers en han gerinnen te informeren, te ookerwijzes en te beschormen in deze strijd tegen de pandemie.

Meer informaties ATIBT www.arbt.org

44

QUELQUES ARTICLES PARUS - ROYAUME UNI



3 L'ÉVOLUTION DE L'ACTION MÉDIAS

En complément de l'action auprès des supports professionnels de la filière « bois » dans les 6 pays européens, l'agence Open2Europe recommande de s'orienter vers des relais d'opinion traitant de sujets environnementaux, mais aussi de thématiques liées au développement économique.

En effet les pays du bassin du Congo s'engagent de plus en plus dans la transformation locale des produits issus de leurs forêts et mettent en place notamment un cadre réglementaire, des zones dédiées et des programmes de formation pour accroître la valeur ajoutée dans les zones de production.

Il conviendra en 2021 de mener en coordination les relations presse et la démarche d'influence, dans la mesure ou certains influenceurs pourront être directement des personnalités des médias.

LES INVESTIGATIONS MARKETING

1. L'ENQUÊTE AUPRÈS DES IMPORTATEURS ET METTEURS EN MARCHÉ

L'objectif général consiste à mener une étude du marché des importateurs et metteurs en marché de bois tropicaux certifiés en Europe, afin d'agir sur les mécanismes permettant d'élargir la part de marché de ces bois. Cette étude sera l'occasion de développer le réseau de partenaires de la marque Fair&Precious. Le confinement et les difficultés à communiquer avec certaines entreprises au cours des mois de mars à juin a permis d'utiliser la disponibilité des deux stagiaires recrutées pour cette enquête pour (1) traduire au francais l'étude de STTC « Encourager la croissance du marché du bois tropical durable grâce au suivi des données » et (2) réaliser les traductions à l'anglais de tous les contenus anglais du nouveau site de l'ATIBT, entre autres appuis à l'ATIBT.

Cette enquête a pu être menée en septembre 2020 afin de répondre à l'indicateur du programme marketing « Proportion de bois certifié (légal et gestion durable) achetée par les entreprises importatrices de bois tropicaux membres de l'ATIBT dans leurs importations totales »

L'enquête a été diffusée sous la forme d'un questionnaire dans un premier temps aux importateurs membres de l'ATIBT et de Fedustria, puis aux importateurs membres de LCB. Le questionnaire portait sur les achats de bois tropical certifié, l'objectif étant d'identifier les entreprises les plus engagées dans une démarche d'achats responsables en considérant différents critères :

- proportion de bois certifié dans les achats totaux,
- évolution de cette proportion sur les 5 dernières années,

 engagement des entreprises dans des initiatives par exemple.

Avec un taux de réponse estimable de 44 %, cette enquête a permis de collecter des tendances significatives et d'établir des contacts pour le développement de la marque Fair&Precious.

Les principaux résultats :

- Adhérents à l'ATIBT :
 - Oui : 73 %
 - Non: 27 %
- Moyenne de bois certifié parmi les importations de bois tropicaux : 43 %
 - En augmentation : 35 %
 - Stable : 54 %
 - En diminution: 11%
- 61% prévoient une augmentation de la part de bois certifié dans leurs importations
- 58 % affirment que leurs fournisseurs sont engagés dans des démarches de certification.
- Mise en place d'un groupe d'entreprises engagées dans une démarche d'approvisionnement 100% certifié à l'horizon 2025 :
 - 33 % sont intéressés
 - 67 % aimeraient en savoir plus (objectif difficile à atteindre)
- Connaissance de Fair&Precious
 - Oui : 68 %
 - Non: 32 %
- Actuellement partenaire de Fair&Precious
 - Oui : 12 %
 - Non : 88 %
- Souhait de devenir partenaire de Fair&Precious (parmi celles qui ne le sont pas)
 - Oui: 53 %
 - Non ou Ne sait pas: 47 %

2. LES ARGUMENTS EN SOUTIEN DES 10 ENGAGEMENTS

Un draft d'argumentaire sur les 10 arguments Fair&Precious a été rédigé par Probos, dans le cadre de la convention ATIBT-STTC.

Ce document, qui demande encore à être complété, est présenté ci-dessous.

LES 10 ENGAGEMENTS FAIR & PRECIOUS, PREUVES À L'APPUI

Mark van Benthem, Sander Teeuwen & Joyce Penninkhof.

OBJECTIF

La marque Fair & Precious a été créée à l'initiative de l'Association technique internationale des bois tropicaux (ATIBT). La mission de l'ATIBT est de promouvoir le développement d'une filière bois tropicaux durable, éthique et légale. Pour y parvenir, Fair & Precious a formulé 10 engagements auxquels elle souhaite contribuer. Il a été demandé à Probos d'effectuer une analyse documentaire pour soutenir chacun de ces engagements.

EXPLIQUER ET DÉMONTRER LES ENGAGEMENTS

Pour chacun des 10 engagements de Fair & Precious, des citations tirées de la littérature scientifique et de l'élaboration des politiques ont été indiquées. Ces citations visent à montrer la pertinence de la gestion durable des forêts (GDF) et l'impact qu'elle a sur les engagements.

ACRONYMES

CFM: Community Forest Management

COP: Conference of the Parties **EC:** Exploitation conventionnelle

EFIR: Exploitation Forestière à Impact Réduit

FSC: Forest Stewardship Council

FHVC: Forêt à Haute Valeur de Conservation

GDF: Gestion Durable des Forêts

IUCN: International Union for Conservation of Nature

PEFC: Programme for the Endorsement of Forest Certification

REDD: Reducing Emissions from Deforestation and forest Degradation

UFA: Unité Forestière Aménagée

UNFCCC: United Nations Framework Convention on Climate Change

76 % du carbone est retenu dans les forêts exploitées sélectivement dans le cadre de la gestion durable des forêts (GDF).

(Putz et al., 2012)

- L'adoption des pratiques EFIR peut entraîner une réduction des émissions de 288-502 TgC (1056-1840 TgCO2) (Sasaki et al., 2016).
- Les stocks de carbone retrouvent les niveaux d'avant l'exploitation forestière ou des niveaux plus élevés 40 ans après les pratiques EFIR si un retour prématuré est évité. Si la réouverture prématurée est autorisée, les stocks de carbone diminuent de 19,5 % et 34,4 % pour la première et la deuxième exploitation forestière prématurée, respectivement (Sasaki et al., 2016).
- L'application de la GDF aux forêts naturelles de production dégradées pourrait entraîner [...] une augmentation du stockage de carbone dans les écosystèmes des forêts tropicales humides (Imai et al., 2009).
- La gestion non durable dans de nombreux pays tropicaux a entraîné la dégradation des forêts et la déforestation, et a contribué à 17,5 % de l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre (Commission européenne, 2019).
- Pratiquée correctement, la GDF implique une préparation minimale du site et des rotations prolongées, alors que la coupe à blanc entraîne une perte de masse et de matière organique du sol qui pourrait bien ne pas être compensée par une séquestration ultérieure par une croissance plus rapide des arbres. En général, donc, la pratique de la sylviculture [dans le cadre de la GDF] est bénéfique pour le bilan carbone (Pearce et al., 2003).
- Dans des simulations comparatives de séquestration du carbone dans les forêts malaisiennes exploitées par des équipes formées suivant la ligne directrice des pratiques EFIR et avec des méthodes conventionnelles, Pinard et Putz (1996) (voir également Boscolo et Vincent, 1998) ont montré que l'utilisation des pratiques EFIR permettait de conserver le carbone dans les peuplements récoltés et entraînait des taux de séquestration post-récolte nettement plus élevés en raison d'une plus grande densité des arbres de culture potentiels et de moins de problèmes avec les lianes et autres adventices (Pearce et al., 2003).
- Lors de la COP-15 de 2009 à Copenhague, les parties ont en outre convenu d'inclure non seulement la réduction des émissions dues à la déforestation et à la dégradation, mais aussi la conservation des stocks de carbone forestier, la gestion durable des forêts et le renforcement des stocks de carbone comme options d'atténuation dans le cadre d'un mécanisme REDD-plus de la CCNUCC (Arets & Veeneklaas, 2014).
- Les pratiques EFIR impliquent des pertes de carbone plus faibles à des niveaux d'extraction du bois similaires à ceux de l'exploitation forestière conventionnelle (Healey et al., 2000; Medjibe et al., 2011; Pinard et Putz 1996; Putz et al., 2008) dans Arets & Veeneklaas, 2014.
- L'amélioration de la gestion des forêts a permis de réduire les émissions de carbone d'environ 30 % par rapport à l'exploitation forestière classique (Putz et al., 2008).
- L'utilisation de meilleures pratiques d'exploitation dans les forêts tropicales destinées à l'exploitation forestière permettrait de retenir au moins 0,16 gigatonne de carbone par an (Gt C y -1). À titre de comparaison, la quantité totale de carbone émise en raison de la déforestation tropicale est estimée à 1,5 Gt y -1 (soit 20 % des émissions anthropiques mondiales). Ainsi, le potentiel de réduction des émissions par une meilleure gestion des forêts est d'au moins 10 % de celui que l'on peut obtenir en freinant la déforestation tropicale (Putz et al., 2008).

#2

PRÉSERVER LES RESSOURCES FORESTIÈRES EN RÉCOLTANT MOINS QUE L'ACCROISSEMENT NATUREL.

Mettre en place une exploitation de bois durable signifie que la récolte ne doit pas dépasser la croissance naturelle. La gestion durable est une mesure de viabilité économique et un critère pour assurer l'autosuffisance et la rentabilité». (Lagan et al., 2007).

Le FSC parvient à stopper la déforestation (tropicale) (Di Girolami & Arts, 2018)

- La gestion durable des forêts est basée sur des méthodes qui ne compromettent ni les futures récoltes de produits forestiers ni les futurs bénéfices des services environnementaux (Putz, 1994).
- La certification a le potentiel d'améliorer les cadres normatifs faibles qui permettent l'exploitation non durable des forêts (Cerutti et al., 2010).
- L'application stricte de l'exploitation à impact réduit (EFIR) et la mise en place d'une Forêt à Haute Valeur de Conservation (FHVC) avec une contiguïté et une superficie appropriées au sein d'une concession forestière commerciale sont certainement deux mesures efficaces pour protéger l'environnement physique, la flore, la faune et les interactions lors de la production de bois (Lagan et al., 2007). déforestation tropicale est estimée à 1,5 Gt y -1 (soit 20 % des émissions anthropiques mondiales). Ainsi, le potentiel de réduction des émissions par une meilleure gestion des forêts est d'au moins 10 % de celui que l'on peut obtenir en freinant la déforestation tropicale (Putz et al., 2008).



DÉVELOPPER LES CONNAISSANCES SUR LA BIODIVERSITÉ POUR FACILITER LE RENOUVELLEMENT DES ESPÈCES

Les forêts exploitées commercialement peuvent contribuer à la conservation des populations d'animaux sauvages lorsqu'elles sont gérées de manière responsable, et il est possible d'entreprendre un suivi de la biodiversité à long terme de manière efficace et rentable. (WWF, 2019)

- Les exploitations forestières conventionnelles sont particulièrement sujettes aux infestations d'adventices en raison des dommages excessifs et du manque de mesures avant ou après l'abattage pour réduire les espèces envahissantes et encourager le développement d'arbres.... Les pratiques EFIR seraient un pas important dans la bonne direction. Ainsi, la coupe des lianes avant l'abattage peut réduire considérablement leur incidence après celui-ci et réduire également les dommages causés par la chute d'arbres lorsque les lianes accrochent les cimes des arbres voisins. Les pratiques EFIR constituent donc un grand pas en avant (Pearce et al., 2003).
- La GDF comprend le marquage des futurs arbres exploités et des arbres semenciers dans le but de réduire les dommages causés aux arbres semenciers lors de l'abattage des arbres environnants. Les arbres semenciers sont importants pour une régénération rapide de la forêt après l'abattage (Arets & Veeneklaas, 2014).
- Des études sur la flore et la macrofaune au sol ont montré que l'exploitation forestière à impact réduit laisserait des traces moins visibles sur les forêts que les méthodes conventionnelles. Ainsi, la diversité d'espèces d'arbres est aussi riche dans la forêt ancienne que dans la forêt exploitée avec les pratiques EFIR, où dominent un climax et d'importantes espèces commerciales de bois d'œuvre de Dipterocarpaceae, beaucoup plus faibles en

nombre dans la forêt exploitée de manière conventionnelle, où dominent les espèces pionnières du genre Macaranga (Euphorbiacea) (Lagan et al., 2007). En outre, la structure de taille des populations d'arbres a montré que les Dipterocarpaceae se régénéraient bien dans la forêt ancienne et dans la forêt sous EFIR. En revanche, les espèces pionnières font preuve d'une régénération vigoureuse dans les forêts exploitées de manière conventionnelle.



ASSURER LA PRÉSERVATION DE L'ESPACE VITAL DE LA FAUNE SAUVAGE

85 à 100 % des espèces de mammifères, d'oiseaux, d'invertébrés et de plantes subsistent après l'exploitation sélective des forêts gérées durablement (Putz et al., 2012)

Les concessions certifiées par le Forest Stewardship Council (FSC) présentent une plus grande richesse en espèces, comme les amphibiens, les insectes et les singes, que les concessions forestières non certifiées par le FSC (WWF, 2019)

La mise en œuvre de la gestion durable des forêts peut constituer un investissement efficace dans la conservation de la faune et de la flore dans les forêts tropicales humides (Samejima et al., 2012)

- Les grands mammifères tels que les jaguars peuvent prospérer dans des forêts gérées durablement (WWF, 2019).
- L'exploitation forestière à faible impact suivant la norme FSC peut être compatible avec la conservation de la biodiversité (WWF, 2019)
- Des concessions forestières responsables et bien gérées peuvent contribuer à prévenir la déforestation en ajoutant une valeur économique aux forêts, tout en servant de corridors pour la faune ou de zones tampons autour des zones protégées (WWF, 2019).
- La population des grandes espèces de vertébrés reste intacte dans les zones soumises à une exploitation forestière à impact réduit (Roopsind et al., 2017).
- Les forêts certifiées FSC et PEFC ont des impacts positifs importants sur la faune ; elles réussissent à préserver les espèces animales, y compris celles qui sont classées comme menacées et vulnérables par l'UICN (Di Girolami & Arts, 2018).
- Les grands singes bénéficient de l'exploitation forestière certifiée (Van Kreveld & Roerhorst, 2010)
- La mise en œuvre de la GDF peut constituer un investissement efficace dans la conservation de la faune et de la flore dans les forêts tropicales humides (Samejima et al., 2012).
- L'application de la GDF aux forêts naturelles de production dégradées pourrait entraîner une plus grande diversité et abondance des espèces de vertébrés (Imai et al., 2009).



METTRE EN ŒUVRE DES PROGRAMMES DE LUTTE CONTRE LE BRACONNAGE

En Afrique, le braconnage commercial et la chasse de subsistance des communautés villageoises locales ont souvent lieu dans les concessions forestières. L'existence de ces pratiques doit être prise en compte dans les plans de gestion conçus par les sociétés d'exploitation forestière, afin que les bonnes pratiques de gestion soient établies et certifiées par des autorités reconnues telles que le Forest Stewardship Council». (Vermeulen et al., 2009)

- La «crise de la viande de brousse» est un problème de ressources communes non gérées qui sont récoltées de manière non durable en raison d'une gouvernance et de cadres politiques inadéquats (Secrétariat de la Convention sur la diversité biologique, 2009).
- Les sociétés d'exploitation forestière [dans le cadre de la gestion durable des forêts] sont soumises à des normes de développement intégrant de manière plus ou moins détaillée la composante «faune» dans leurs activités de gestion forestière (Bastin & Marechal, 2008).

#6

CONTRIBUER AU BIEN-ÊTRE DE LA POPULATION EN FACILITANT L'ACCÈS À L'ÉDUCATION, AUX SOINS MÉDICAUX ET AU LOGEMENT

La certification est souvent associée à de meilleures conditions de vie et de travail pour les employés, notamment un meilleur logement et de meilleurs soins de santé, de meilleurs contrats de travail et une meilleure assurance médicale, ainsi qu'un pouvoir d'achat perçu comme meilleur». (Cerutti et al. 2014 ; Miteva et al. 2015)

La certification est également associée à une amélioration du bien-être des communautés voisines, en partie grâce à de meilleures infrastructures locales, telles que les routes, les écoles et les établissements de soins de santé (Bacha & Rodriguez 2007 ; Cerutti et al. 2014 ; Miteva et al. 2015) (Burivalova et al., 2017).

- La certification FSC a influencé de manière significative la contribution effective des sociétés d'exploitation forestière au bien-être socio-économique et à l'amélioration des relations entre les entreprises et les communautés locales (Tsanga et al., 2014).
- Les entreprises des UFA certifiées emploient davantage de personnel professionnel et permanent, par exemple des médecins et des infirmières titulaires de certifications ou de diplômes nationaux qui sont régulièrement disponibles sur place (Cerutti et al, 2017).
- La qualité de vie s'est améliorée depuis l'octroi de la certification : les services essentiels tels que l'approvisionnement en eau et les installations médicales sont garantis ; le logement, l'électricité et la gestion des déchets contribuent à l'amélioration des conditions de vie ; et les travailleurs sont plus satisfaits des prix et des produits disponibles dans les supérettes locales proches des UFA certifiées (Cerutti et al, 2017).
- Les UFA certifiées : i) offrent de meilleures conditions de travail et de vie aux travailleurs et à leurs familles ; ii) disposent d'institutions plus inclusives et mieux gérées pour les négociations entre la population locale et les sociétés d'exploitation forestière, sauf en ce qui concerne les mécanismes de résolution des conflits ; iii) disposent de mécanismes de partage des bénéfices mieux gérés et plus efficaces ; et iv) adoptent des moyens innovants pour traiter les problèmes liés à la violation des usages coutumiers, qui reste l'un des problèmes les plus épineux auxquels les sociétés sont confrontées dans les UFA certifiées (Cerutti er al., 2017).
- La gestion des forêts naturelles dans le cadre de la gestion forestière est la plus prometteuse pour les emplois ruraux en accord avec les normes culturelles des habitants de la forêt. La sylviculture, un outil important de la gestion des forêts naturelles, convient aux populations locales (Lagan et al., 2007).

#7

STIMULER LES ÉCONOMIES DES PAYS PRODUCTEURS EN VALORISANT LA FORÊT ET EN FAVORISANT LA TRANSFORMATION LOCALE DU BOIS

La gestion durable des forêts peut également constituer une incitation à moyen terme pour le développement de pratiques de gestion forestière plus durables en dehors de la zone de projet, basées sur le transfert de connaissances et l'établissement progressif d'un commerce équitable du bois, ainsi que sur des prix plus élevés payés aux producteurs locaux sur le marché légal». (Burivalova et al., 2017)

Les forêts certifiées offrent également plus d'avantages économiques aux communautés que les forêts non certifiées. (Kalonga et al., 2015)

Les avantages financiers du FSC tendent à en dépasser les coûts. En moyenne, les entreprises ont gagné 1,80 dollar US de plus pour chaque mètre cube de grume certifié FSC ou équivalent, en plus de tout nouveau coût, en raison des primes de prix, de l'efficacité accrue et d'autres incitations financières. (Breukink et al., 2015)

- Les organismes de certification forestière, tels que le Forest Stewardship Council (FSC), souhaitent promouvoir la gestion durable des forêts par la reconnaissance et la certification des pratiques responsables au moyen de certificats qui peuvent être utilisés pour obtenir des primes sur le prix des produits et un meilleur accès au marché (Burivalova et al., 2017).
- Même sans tenir compte du niveau plus élevé des services écosystémiques, les pratiques EFIR seraient préférables (par rapport à l'exploitation conventionnelle) même uniquement d'un point de vue commercial à long terme (Arets & Veeneklaas, 2014).
- Il a été constaté que la certification forestière améliore indirectement la valeur des grumes. Elle sert de catalyseur pour les modifications du système de commercialisation du bois en triant les espèces en groupes d'espèces orientés vers l'utilisateur (Lagan et al., 2007).
- Les ventes de grumes aux enchères indiquent que les acheteurs offrent effectivement des prix plus élevés pour les grumes certifiées, avec une marge de 51 USD par mètre cube, ce qui équivaut à une augmentation de prix de 44 % par rapport aux grumes non certifiées (Lagan et al., 2007).



MISE EN PLACE DE FORMATIONS POUR LES MÉTIERS DE LA FORÊT ET DU BOIS

Pour chaque arbre abattu de manière conventionnelle [EC], dix à vingt autres sont gravement endommagés par des abatteurs et des conducteurs de machines non formés qui travaillent sans cartes détaillées ni supervision. De nombreuses études ont démontré qu'avec une planification appropriée des pistes de débardage, associée à une formation des travailleurs à l'abattage dirigé [dans le cadre de la GDF], 50 % ou plus de ces dommages collatéraux peuvent être évités». (Putz et al., 2008)

- Aussi souhaitable que soit la gestion durable des forêts, la mettre en place peut être difficile.
 Il est donc crucial pour les entreprises qui veulent faire de la GDF une partie intégrante de leurs activités de bien former leurs gestionnaires aux principes et pratiques de durabilité (Aik & Tway, 2010)
- La formation des travailleurs forestiers est reconnue comme une condition préalable nécessaire à la gestion durable des forêts (Tsioras, 2013).

- La formation se traduit par une meilleure mise en œuvre des pratiques de gestion forestière recommandées (Romero et al., 2013).
- En général, les personnes vivant à proximité des forêts communautaires certifiées FSC sont plus au courant des règlements forestiers, et leur sont également favorables, par rapport à ceux qui vivent à proximité des forêts non-FSC (Kalonga et al., 2015).



FOURNIR DES CONNAISSANCES TECHNIQUES SUR LA DIVERSITÉ DES ESPÈCES DE BOIS TROPICAUX ET LEURS UTILISATIONS

Les forêts tropicales contiennent une multitude d'espèces de bois, dont un grand nombre ont une valeur commerciale potentielle. La mise sur le marché de ce potentiel non exploité permettra d'alléger la pression sur certaines des espèces les plus couramment utilisées. Si ces nouvelles espèces peuvent provenir de forêts bien gérées et certifiées FSC, le potentiel de développement durable à long terme est vaste».

www.lesserknowntimberspecies.com



PROMOUVOIR L'ACHAT RESPONSABLE DE CE MATÉRIEL EXCEPTIONNEL

Un passage rapide à une exploitation durable du bois pourrait avoir des conséquences importantes pour les forêts tropicales du monde entier. Si l'UE des 28 s'approvisionnait à 100 % de manière durable, cela pourrait avoir un impact positif sur 11,7 à 13,4 millions d'hectares supplémentaires de forêts tropicales. (White et al., 2019)

- En partant de l'hypothèse que la certification empêche le retour prématuré de l'exploitation forestière dans les zones qu'elle couvre, le commerce de bois tropicaux certifiés de l'UE a le potentiel d'atténuer 55 à 88 millions les émissions de tonnes de CO₂ par an (White et al., 2019).
- Un label de certification crédible permet de rendre visibles au public les externalités positives d'une bonne gestion forestière (Roberts, 2012). (Romero et al., 2013).
- Les systèmes de certification permettent aux consommateurs d'influencer directement la
 gestion des forêts en achetant des produits certifiés. À mesure que la demande de produits
 certifiés augmente, la pression exercée sur les entreprises forestières pour qu'elles soient
 certifiées afin de maintenir leur part de marché augmente également (Auld et al., 2008). Les
 citoyens partent du principe que les produits forestiers certifiés proviennent de forêts gérées
 de manière durable, ce qui fait de la certification un mécanisme d'»assurance qualité» de
 facto pour la performance de durabilité d'un produit forestier (Clark & Kozar, 2011).

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES; MÉTA-ÉTUDES.

Outre les simples citations présentées ci-dessus, plusieurs tableaux issus de méta-études ont été inclus dans le présent document en raison de leur pertinence pour soutenir les engagements de Fair & Precious. Ces tableaux montrent l'impact de différents systèmes de gestion forestière sur divers facteurs environnementaux, sociaux et économiques.

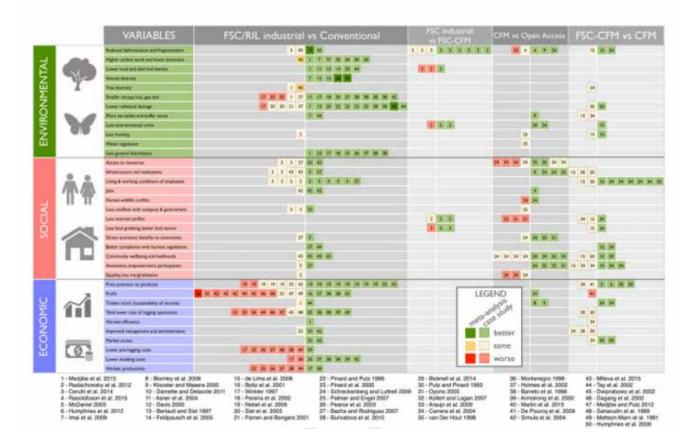
Le tableau ci-dessous présente les résultats de la méta-étude réalisée par Burivalova et al. dans leur étude où ils ont évalué la différence entre :

- 1) La gestion industrielle FSC/EFIR et la gestion forestière conventionnelle ;
- 2) la gestion forestière industrielle FSC vs la gestion forestière communautaire FSC;

- 3) la gestion forestière communautaire et l'accès libre ;
- 4) la gestion forestière communautaire FSC vs gestion forestière communautairesur un total de 318 comparaisons provenant de 50 études bien réparties en Afrique, en Asie et en Amérique du Sud et centrale. Au total, 185 comparaisons concernent la gestion industrielle des forêts, dont 79 comparent des variables économiques, 38 sociales et 68 environnementales.

Z. Burivalova et al.

Certified and community forest management



Les deux tableaux ci-dessous présentent les résultats d'une méta-étude réalisée par l'université de Wageningen. L'étude est de Di Gorlami & Arts (2018). Le premier tableau présente les résultats de la gestion forestière dans le cadre du régime FSC sur différents indicateurs concernant la flore. Le deuxième tableau montre les effets du FSC et du PEFC sur différents indicateurs concernant la faune.

TROPICAL													
					FSC							PEFC	
INDICATORS	NEGATIVE		E	NEUTRAL		POSITNE		1	NEGATIVE	NEUTRAL		POSITIVE	
	4	-0,75	-0,5	-0,25	0	0,25	0,5	0,75	-1	-1 -0,75 -0,5	-0,25	0 0,2:	0,5 0,75 1
Deforestation					1	1	1	3					
Floristic composition							1						
Forest disturbance			1					2					
Forest structure					1			1				/	
Seedling recruitment						1							
Structure, composition and diversity of plant communities								1					
Tree species richness, diversity and density								2					

Table 3 The table shows for FSC how many studies score a positive, neutral, or negative degree of impact for the respective indicators, in the tropical biome. No studies on PEFC were identified.

	TROPICAL																	
INDICATORS	FSC						PEFC											
	, N	EGATIV	E	N	EUTRA	L		POSITIVI	E	N	EGATIV	E	N	EUTRA	L		POSITIVE	£
	-1	-0,75	-0,5	-0,25	0	0,25	0,5	0,75	- 1	-1	-0,75	-0,5	-0,25	0	0,25	0,5	0,75	- 1
Bird species				-			-	2								-		
Mammal richness							2	3								1		
Species richness								3										

Table 5 The table shows for FSC and PEFC how many studies score a positive, neutral, or negative degree of impact for the respective indicators, in the tropical biome.

SOURCES:

Aik, C. & Tway, D.C. (2004) Visual Training for Sustainable Forest Management, Applied Environmental Education & Communication, 3:3, 147-152

Arets E.J.M.M. and F.R. Veeneklaas (2014). Costs and benefits of a more sustainable production of tropical timber. Statutory Research Tasks Unit for Nature & the Environment (WOT Naturu & Milieu). WOt-technical report No. 10. 57 p.

Bastin, D., Marechal, C. 2008, Sustainable management of mammals in managed forest concession on the outskirts of protected areas in the Congo Basin. Nature & Faune, Vol 23., Issue 1., pp. 5-9.

Breukink, G., Levin, J., Mo,K. 2015. Profitability and Sustainability in Responsible Forestry. Economic impacts of FSC certification on forest operators. World Wide Fund for Nature report.

Burivalova, Z., Hua, F., Koh, L. P., Garcia, C., & Putz, F. (2017). A critical comparison of conventional, certified, and community management of tropical forests for timber in terms of environmental, economic, and social variables. Conservation Letters, 10(1), 4-14.

Cerutti, P.O., Lescuyer, G., Tacconi, L., Eba'a Atyi, R., Essiane, E., Nasi, R., Tabi Eckebil, P.P., Tsanga, R. (2017). Social impacts of the Forest Sterwardship Council certification in the Congo Basin. International Forestry Review Vol.19(S2).

Cerutti, P.O., Tacconi, L., Nasi, R., Lescuyer, G. 2010. Legal vs. certified timber: Preliminary impacts of forest certification in Cameroon. Forest Policy and Economics, Vol. 13, pp. 184-194.

Clark, M.R., Kozar, J.S. 2011. Comparing Sustainable Forest Management Certification Standards: A Meta-analysis. Ecology and Society, Vol. 16;3

Di Gorlami, E., Arts, B. (2018). Environmental impacts of forest certifications. Forest and Nature Conservation Policy Group, Wageningen University, Wageningen.

Imai, N., Samejima, H., Langner, A., Ong, R.C., Kita, S., Titin, J., Chung, A.Y.C., Lagan, P., Lee, Y.F., Kitayama, K. 2009. Co-benefits of sustainable forest management in biodiversity conservation and carbon sequestration. PLOS One, Vol 4,. Issue 12.

Kalonga, S.K., Midtgaard, F., Eid, T. 2015. Does forest certification enhance forest structure? Empirical evidence from certified community-based forest management in Kilwa District, Tanzania, International Forest Review, Vol. 17 (2).

Lagan, P., Mannan, S., Matsubayashi, H. 2007. Sustainable use of tropical forests by reduced-impact logging in Deramakot Forest Reserve, Sabah, Malaysia. Ecological Research, 22 (3); 414-421.

Pearce, D., Putz, F.E., Vanclay, J.K. 2003. Sustainable forestry in the tropics: panacea or folly? Forest Ecology and Management. Vol. 172, Issue 2-3, pp. 229-247.

Putz, F.E. 1994. Approaches to Sustainable Forest Management. Center for International Forestry Research. Working Paper No. 4.

Putz, F.E., Zuidema, P., Synnott, T., Pena-Claros, M., Pinard, M.A., Sheil, D., Vanclay, J.K., Sist, P., Gourlet-Fleury, S., Griscom, B., Palmer, J., Zagt, R. (2012). Sustaining conservation values in selectively logged tropical forests: the attained and the attainable. Conservation Letters 5, 296–303.

Romero, C., Putz, FE., Guariguata, MR., Sills, EO., Cerutti, PO. and Lescuyer, G. 2013. An overview of current knowledge about the impacts of forest management certification: A proposed framework for its evaluation. Occasional Paper 91. CIFOR, Bogor, Indonesia.

Roopsind, A., Caughlin, T.T., Sambhu, H., Fragoso, J.M.V., Putz, F.E. (2017) Logging and indigenous hunting impacts on persistence of large Neotropical animals. Biotropica 49(4), 565-575.

Samejima, H., Ong, R., Lagan, P., Kitayama, K. 2012. Camera-trapping rates of mammals and birds in a Bornean tropical rainforest under sustainable forest management.

Secretariat of the Convention on Biological Diversity. 2009. Sustainable Forest Management, Biodiversity and Livelihoods: A Good Practice Guide. Montreal, 47 + iii pages.

Tsanga, R., Lescuyer, G., Cerutti, P.O. 2014, What is the role for forest certification in improving relationships between logging companies and communities? Lessons from FSC in Cameroon, International Forest Review, Vol. 16 (1).

Tsioras, P.A. 2013. Implementation of E-Learning in Forest Workers' Training for Sustainable Forest Management. E-Agriculture and Rural Development.

Vermeulen, C., Cecilia, J., Doucet, J., Monticelli, D. 2009. Community hunting in logging concessions: towards a management model for Cameroon's dense forests. Biodiversity and Conservation, 18: 2705-2718

White, G., van Benthem, M., Oldenburger, J., Teeuwen, S. 2019. Unlocking Sustainable Tropical Timber Market Growth Through Data. IDH, the sustainable trade initiative.

WWF, 2019. Managing Forests, Supporting Wildlife: Can biodiversity thrive in responsibly logged tropical forests?

www.lesserknowntimberspecies.com [accessed 30-03-2020].

3. LES INDICATEURS DU PROGRAMME MARKETING

MATRICE D'INDICATEURS DU PROGRAMME MARKETING FAIR&PRECIOUS









• Les indicateurs d'impact de la gestion durable des forêts dans le bassin du Congo Evolution des facteurs clés du développement de la gestion durable des forêts et de la vente de bois certifiés FSC et PEFC-PAFC

Les indicateurs en gras sont définis comme prioritaires par la KFW et la COMIFAC.

		2018	2019	2020	Source
1.1	% Importations européennes en bois tropical certifié Précisions: - Proportion de bois tropical certifié FSC/PEFC-PAFC dans l'ensemble des ventes de bois tropical sur les marchés européens - Tous bassins tropicaux confondus	28,5%	28,5 % (première transformation) 33 % (seconde trans- formation)	Parution mi-2020	(Indicateur STTC) Source : étude STTC
I.1 bis	% Importations de chaque pays européen en bois tropical certifié Précisions: - Proportion de bois tropical certifié FSC/PEFC-PAFC dans l'ensemble des ventes de bois tropical sur les marchés européens par pays - Première transformation unique- ment pour 2018 / première et seconde transformation pour 2019)	Allemagne: 32,5 % Belgique: 27,5 % Espagne: 5 % France: 12,5 % Italie: 7,5 % Pays-Bas: 67,5 % Royaume-Uni: 42,5 %	Allemagne: 32,5 % et 22,5 % Belgique: 27,5 % et 27,5 % Espagne: 5 % et 12,5 % France: 12,5 % et 25 % Italie: 7,5 % et 9 % Pays-Bas: 67,5 % et 67,5 % Royaume-Uni: 42,5 % et 42,5 %		(Indicateur STTC) Source : étude STTC
1.2	% Importations européennes en bois tropical certifié issu du bassin du Congo Précision: - Proportion de bois certifié (légal et gestion durable) achetée par les entreprises importatrices de BT membres de l'ATIBT dans leurs importations totales - tous opérateurs	Panel non mis en place	Panel non mis en place	51,1% (marge d'erreur +/- 10%)	Indicateur ATIBT / STTC) Sources: - Enquête annuelle STTC / ATIBT - FSC - Panel d'entreprises interrogées par l'ATIBT
1.3	Taille du club 100% 2025 Précision: - Nombre d'entreprises membres de ATIBT/LCB/Fedustria enga- gées dans une démarche achats 100% certifiés à l'horizon 2025.	Panel non mis en place	Panel non mis en place	Engagement ferme : 6 Engagement possible : 12 (qui souhaitent en savoir plus)	(Indicateur ATIBT) Sources: - Panel d'entreprises interrogées par l'ATIBT, LCB et Fedustria - Projet: création d'un observatoire d'en- treprises engagées dans une démarche d'achats 100% certi- fiés à l'horizon 2025

	Volume total de bois certifiés	295 131	260 495	282 858	(Indicateur ATIBT)
1.4	vendus par les opérateurs F&P En M³	(4 répondants)	(4 répondants)	(5 répondants)	- Entreprises F&P)
1.5	% des ventes des opérateurs F&P par continent	Europe : 66,5 % Asie : 31 % Amérique : 1,8 % Afrique : 0,2 % Océanie : 0,4 %	Europe : 69,2 % Asie : 27,4 % Amérique : 1,2 % Afrique : 1,8 % Océanie : 0,4 %	Europe : 62,9 % Asie : 31,6 % Amérique : 2,5% Afrique : 2,7 % Océanie : 0,3 %	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P)
1.6	% de bois certifiés vendus par les opérateurs F&P en UE comme non certifiés	Moyenne 8,8%	Moyenne 11,8%	Moyenne 11,5%	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P)
1.7	Nombre total de clients de bois certifiés en UE des opérateurs F&P Possibilité de clients communs	247	220	368	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P)
1.8	Nombre de contacts nouveaux liés à la certification des produits (opérateurs F&P) 3 répondants	16	21	30	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P
1.9	Nombre de clients nouveaux liés à la certification de vos produits (opérateurs F&P) 3 répondants	6	9	15	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P
I.10	Résultats de la campagne F&P Précision : - Evaluer les bénéfices directs de la campagne F&P pour les concessionnaires partenaires	+	+	++	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P
I.11	Développement des STS/LKTS de F&P Précision: - Quelle est la proportion de STS/LKTS certifiées parmi les importations de bois africains certifiés du bassin du Congo	2%	3%	3,6%	(Indicateur ATIBT) - Entreprises F&P
1.12	Ha certifiés SFM dans le BC Précision: - Le nombre d'hectares certi- fiés FSC et/ou PEFC-PAFC dans le bassin du Congo	5.150.952 ha	4.493.629 ha	5.392.066 ha	(Indicateur ATIBT)
1.13	Ha sous diagnostic coaching dans le BC Précision: - Le nombre d'hectares diagnos- tiqués pour le coaching (faire une distinction FSC / PEFC)	1.103.797 ha	3.961.794 ha	1502 803 ha	(Indicateur PPECF)
1.14	Ha sous coaching dans le BC Précision: - Le nombre d'hectares sous contrat coaching pouvant déboucher sur la certification forestière	920.697 ha	1.685.732 ha	422 529 ha	(Indicateur PPECF)
I.15	Cadre législatif dans l'UE Précision: - L'évolution de la réglementation et de la législation des pays consommateurs (incitation/obligation à la légalité, incitation/obligation à la certification)	Aucun engagement	Aucun engagement	Nouvelle loi forestière chinoise avec des exigences en vue	(Indicateur ATIBT) SNDI, RBUE, Chine
I.16	Cadre législatif dans le BC Précision: - L'évolution de la réglementation et de la législation des pays producteurs (incitation/obligation à la légalité, incitation/obligation à la certification)	Obligation certif Gabon		Cf tableau détaillé (Cameroun, Gabon, Congo, RDC, RCA)	(Indicateur ATIBT)

Détail I.12 Cadre législatif dans le BC

Situation des incitations à la certification tierce partie dans le Bassin du Congo - Décembre 2020

Pays	Incitation légalité ¹	Incitation certification	Obligation certification légalité	Obligation certifica- tion gestion durable
Cameroun	APV FLEGT : déli- vrance de certificat de légalité FLEGT sur la base de la certification	Négociation en cours de la DUE avec le MINFOF pour ajouter une taxe à l'export différenciée en fonction du niveau de certi- fication des produits exportés		
Gabon		Nouvelle loi des finances 2020 : application d'un taux différencié de la taxe de superficie en fonction du niveau de certification (non certifié, certif légalité, certif GDF)		Déclaration présidentielle 2018 : obligation d'être certifié FSC en 2022 Pas encore de texte de loi/ réglementaire pour enté- riner cette déclaration
Congo	APV FLEGT : recon- naissance des procé- dures de délivrance de certificat de léga- lité FLEGT sur la base de la certification en cours (prévue 2021)		Nouveau code forestier : Article 72 : Les sociétés forestières certifient la gestion de leurs concessions forestières aménagées ou la légalité des produits qui y sont exploités et transformés. Article pas clair, Textes d'application à venir	Nouveau code forestier: Article 72: Les sociétés fores- tières certifient la gestion de leurs concessions forestières aménagées ou la légalité des produits qui y sont exploités et transformés. Article pas clair, Textes d'application à venir
RDC				
RCA	APV FLEGT : situation			

^{1.} Cette catégorie ne devrait pas exister, c'est la mission régalienne d'un état...

• Les indicateurs de réalisation du Programme Marketing Fair&Precious Travaux menés dans le cadre du programme marketing

		2018	2019	2020	Observations / suggestions
R.1	Le nombre de Commission Marketing organisée, le nombre de participants, les décisions prises	01/03 (13 participants) 29/05 (17 participants) 19/09 (24 participants)	16/02 (16 participants) 06/06 (16 participants) 10/09 (16 participants)	15/01 (25 participants) 16/04 (18 participants) 28/07 (LKTS) 1/09 (LKTS) 16/12 (16 participants)	Suivi ATIBT - STRATÉMARK
R.2	L'implication des aménagistes et gestion- naires F&P dans la Commission Certification		Mise en place	Démarrage 16/06 (16 participants)	Suivi ATIBT
R.3	L'implication des experts BT dans la Commis- sion Technique		Mise en place	Démarrage 14/01 (19 participants)	Suivi ATIBT
R.4	La notoriété de la marque auprès des parties prenantes de la filière	Demande de collaborations +	Demande de colla- borations ++	Demande de colla- borations ++	Suivi ATIBT - STRATÉMARK
R.5	Le nombre de gestion- naires Forestiers Certifiés	6	5	5	Suivi ATIBT
R.6	Le nombre de Parte- naires Officiels de la marque Fair&Precious	Lancé en 2019	19 partenaires	36 partenaires	Suivi ATIBT - STRATÉMARK
R.7	Les collaborations avec FSC et PEFC-PAFC	Lancé en 2019	Signée PEFC En cours FSC	Convention signée PEFC / FSC	Suivi ATIBT - STRATÉMARK

R.8	Les collaborations avec les autres partenaires du programme marketing	ETTF 2 fois/an	FAO SW4SW Conv CTWPDA R. Hunink TT GGSC ETTF 2 fois/an	FAO SW4SW Conv CTWPDA R. Hunink TT GGSC ETTF 2 fois/an IFL FSC	Suivi ATIBT
R.9	L'organisation ou la partici- pation à des manifestations	Carrefour du Bois, Gabon Wood Show, conférence STTC AG FSC (2017) Chatham House, rencontres MKT OIBT, AG PEFC GNFT (2 fois/an) Interpol	Forum ATIBT, Gabon Wood Show, Chatham House, conférence STTC, rencontre MKT OIBT, AG PEFC, Hardwood conférence (Berlin) GNFT (2 fois/an) Interpol, SPOTT (3 ateliers)	3° Think Tank ATIBT, webinaire BioTrade de la CNUCED à compléter	Suivi ATIBT - STRATÉMARK
R.10	Lobbying international	AG FSC 2017 La mise en place de la motion 34	Le report depuis 1 an de la décision du Nordic Swan	Nordic Swan est revenu partiellement sur sa décision : « Ces essences restreintes peuvent être désor- mais utilisées dans des produits portant le label écologique, si certaines conditions strictes concernant l'origine, la certification et la traça- bilité sont remplies. » JO 2024 - SOLIDEO	Suivi ATIBT
R.11	L'organisation des think tank, le nombre de participants, les résultats des travaux	Mai 2018 23 participants	Janvier 2019 65 participants	Novembre 2020 80 participants	Suivi ATIBT - STRATÉMARK
R.12	L'audience des supports digitaux	Lancement en 2019	LinkedIn 186 abonnés Instagram 728 abonnés 900 000 impressions	LinkedIn 555 abonnés Instagram 2 644 abonnés 2 millions d'impressions	Suivi Open- 2Digital - STRATÉMARK
R.13	Le nombre d'articles parus	31 articles	104 articles (F&P 51)	81 articles (F&P 51) (crise Covid)	Suivi Open2Eu- rope - STRATÉMARK
R.14	La newsletter ATIBT / F&P	Newsletter commune en 2019	1 295 abonnés x 52 semaines	1 498 abonnés x 52 semaines Ouverture : 29,25 %	Suivi ATIBT - 6Lab - STRATÉMARK
R.15	La newsletter F&P/STTC	3-4 newsletter par an	6 newsletter par an	6 newsletters 1849 abonnés Ouverture : 25,25 %	Suivi STTC - Probos
R.16	La diffusion des docu- ments techniques et rapports d'activité	Guide d'utilisation Nomenclature (2017) Annuaire Rapports d'activités (ATIBT et F&P)	Annuaire Rapports d'activités (ATIBT et F&P) Flyers	Annuaire mis à jour entre février et avril (en ligne) Rapport d'activité (juin)	Suivi ATIBT - TRATÉMARK
R.17	La mise en œuvre de projets complémentaires	BaÎ TV : partena- riat Lycée G. Eiffel SNCF - Olam	Dryades : analyse du cycle de vie Thémis suivi Due Diligence	DNO Thémis DNO Dryades DNO Gombé Baî TV : partenariat SNCG / Lycée G Eiffel / Olam en cours	Suivi ATIBT - TRATÉMARK
R.18	L'assistance aux entreprises F&P	Demande de collaborations ++	Demande de colla- borations ++	Demande de colla- borations ++	Cette assistan- ce est assez différente selon les entre- prises mais globalement très régulière
R.19	Le financement direct de Fair&Precious par la profession	25 000 €	25 000 €	25 000 € + Partenaires	Suivi ATIBT

LES PROJETS INITIÉS PAR LE PROGRAMME MARKETING

1. L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE : DRYADES

Le projet Dryades a fait l'objet de nombreux échanges, et sera mis en route début 2021, coordonné par l'ATIBT et LCB. En effet, la future réglementation environnementale RE 2020, dont la publication est prévue pour l'été 2021, prévoit d'utiliser les données des fiches de déclarations environnementales et sanitaire (FDES) pour calculer l'impact environnemental des nouveaux bâtiments pendant tout leur cycle de vie. De même, à l'échelle européenne, dans le cadre du renforcement du Règlement des Produits de Construction (RPC), la Commission Européenne a rédigé un projet d'acte délégué pour rendre obligatoire les déclarations environnementales dans le cadre du marquage CE des produits de construction.

Face à ces règlementations, l'ATIBT et ses partenaires souhaitent mettre en œuvre le projet « Dryades » dont l'objectif est de valoriser les produits bois tropicaux dans le secteur de la construction en fournissant pour une gamme de produits certifiés dans le bassin du Congo, des Analyse Cycle de Vie (ACV) des pré-produits, des Déclarations environnementales Produits (DEP ou EPD en anglais) et Fiches de Déclaration Environnementale Produits (FDES). Pour rappel, les produits qui n'auront pas de FDES (Fiche de Déclaration Environnemental et Sanitaire) se verront attribuer des données environnementales par défaut pénalisantes.



2. LA PUBLICATION DE LA DUE DILIGENCE : THÉMIS



Le projet Themis, qui sera mis en route début 2021, sous coordination Probos, rassemblera certaines fédérations comme Fedustria, LCB et aussi l'ATIBT. Ce projet vise à accroître l'impact de la gestion durable au sein des sociétés importatrices de bois tropical en Europe. Il est essentiel que davantage de fédérations adoptent une politique d'achats responsables et fixent des objectifs ambitieux en matière d'approvisionnement en bois d'origine durable. Pour cela, les politiques d'achats responsables des fédérations doivent être complétées par des dispo-

sitifs de suivi et de traçabilité à partir de la collecte et l'analyse de données de l'achat de bois certifié responsable. Ainsi, par le biais d'une politique d'achats responsables, les membres des fédérations devraient être contraints de transmettre chaque année des données sur leurs transactions, afin d'assurer la transparence et de suivre l'atteinte d'un objectif d'une politique d'achats durables. C'est sur la base de ces données annuelles que des actions pourront être élaborées de manière à atteindre les objectifs fixés et valoriser les bons acteurs de la filière.

3. LKTS



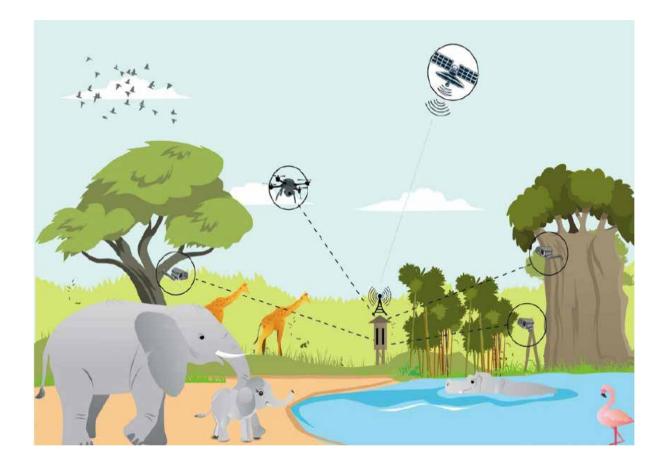
Le projet LKTS (Lesser Known Timber Species) a fait l'objet de deux rencontres en ligne, en juillet et septembre 2020, pour déboucher sur des actions financées par le PPECF au bénéfice de certaines entreprises qui ont présenté des projets. Ce projet sera constitué d'un ensemble d'actions, chacune d'elles faisant l'objet d'un accord avec le PPECF.

4. LA BAÏ TV

Le projet Bai TV est actuellement en cours de discussion, et rassemble différents acteurs comme le Lycée Eiffel, situé en région parisienne, la société CIB Olam, l'organisation WCS, la SNCF et l'ATIBT.

Ce projet visera à mettre en ligne des images issues de spots de biodiversité (des baïs) proches des sociétés certifiées, ici la CIB dans le nord-Congo. Ces images seront visibles dans certains lieux de grand passage, dans les pays consommateurs. Les images devant être diffusées en direct, les défis techniques sont importants, et un bureau d'études en lien avec le lycée Gustave Eiffel, a été contacté. Ce projet bénéficie d'un appui financier de la SNCF qui envisage de diffuser les images dans plusieurs grandes gares.









PLAN D'ACTIONS 2021

SUR LE PLAN STRATÉGIQUE

DÉVELOPPER LA COMMUNAUTÉ FAIR&PRECIOUS

Le déroulement du programme depuis 2017 a permis de développer le positionnement, puis les outils et enfin le réseau de parties prenantes associées à la promotion de la gestion durable des forêts.

Grâce au soutien des bailleurs et à l'implication de la commission marketing, animée par l'ATIB, Fair&Precious a bénéficié des moyens pour s'inscrire dans la durée et multiplier les alliances. Il convient à présent de capitaliser sur ces acquis pour élargir l'audience du programme et recruter de nouveaux alliés parmi les acteurs de la filière, les prescripteurs, mais aussi les relais d'opinions et les influenceurs.

L'action exemplaire des entreprises Fair&Precious en matière de protection de la biodiversité et de développement économique et social, la rigueur des certifications FSC et PEFC-PAFC, la volonté des États du bassin du Congo de s'appuyer sur le modèle de la gestion durable des forêts, les collaborations avec les ONG sont autant d'atouts qui permettent d'envisager une communication décomplexée et plus offensive. A ce titre, chacun des acteurs, acquis à la cause Fair&Precious, devra contribuer en activant ses contacts pour relayer l'information. Il est donc important de poursuivre la recherche

de partenaires officiels Fair&Precious.

Comme cela a été mentionné plus haut, la procédure de validation des partenaires Fair&Precious pourra être encore renforcée, par exemple avec :

- La mise en place d'un comité de validation des nouveaux membres ;
- La signature de la charte ;
- Un partenariat Fair&Precious qui soit validé chaque année ;
- La désignation d'un référent Fair&Precious au sein de chaque société partenaire.

ENCOURAGER LA TRANSPARENCE

La gestion durable des forêts est un remède à la déforestation, alors que l'exploitation forestière frauduleuse y contribue.

Si l'on veut éviter tout risque d'amalgame, que certains souhaitent promouvoir, soit par intérêt, soit par idéologie, il faut que les acteurs vertueux soient les premiers pourfendeurs des pratiques criminelles pour l'environnement et déloyales pour la filière. Chaque cas avéré doit être dénoncé avec force et leurs auteurs doivent être exclus des organisations professionnelles. La collaboration doit être renforcée avec les autorités des pays producteurs et consommateurs.

A son niveau, le programme marketing doit imposer les valeurs de la gestion durable des forêts et le bénéfice de l'achat de bois certifié afin d'augmenter ses parts de marchés et résoudre ainsi le problème par la pression des acheteurs et des consommateurs.

RENFORCER LE LIEN ENTRE LA FORÊT TROPICALE ET LE PUBLIC

La forêt tropicale est méconnue du public. Sa préservation est compatible avec le maintien d'une activité humaine sur la base d'un modèle responsable et durable.

Le programme marketing doit contribuer à lutter contre les préjugés en multipliant les témoignages sur la vie dans les forêts certifiées: la préservation de la ressource forestière, la protection de la faune, les actions en faveur des populations autochtones, les formations et l'emploi aux métiers d'une industrie forestière responsable, la transformation locale des produits bois certifiés...

VALORISER LE « FAIR » DE LA MARQUE « FAIR&PRECIOUS ».

Les échanges avec la plateforme « Madera Justa », qui labellise le bois équitable, ont été évoqués antérieurement.

Il avait par ailleurs été conseillé par le bailleur PPECF de se prémunir sur les termes « Fair & Precious », et en particulier en lien avec le terme « Fair » associé au commerce équitable. Des échanges récents ont eu à nouveau lieu entre l'ATIBT et Madera Justa, dans le but spécifique de mieux valoriser le « Fair » de la marque « Fair&Precious ».

Une rencontre devait avoir lieu entre les deux organisations début 2020, pour débattre de ce sujet et obtenir en quelque sorte un appui de Madera Justa à notre marque.

SUR LE PLAN OPÉRATIONNEL

LES ACTIONS MARKETING

- Continuer de développer le réseau de partenaires Fair&Precious.
- Poursuivre les alliances avec les organisations internationales partageant l'objectif d'imposer le modèle de la gestion durable des forêts.
- Mettre en œuvre les actions chez les distributeurs qui ont été reportées en 2020 en raison de la crise sanitaire.
- Rechercher des relais d'opinion et des influenceurs.
- Déployer un programme d'actions en cofinancement avec PEFC-PAFC.
- Poursuivre l'implication de FSC dans la définition de contenus, notamment sur les réseaux sociaux.
- Soutenir les actions de transparence (projet Thémis) et de valorisation technique et environnementale des bois tropicaux certifiés (projet Dryades).
- Poursuivre des actions de sensibilisation : SOLIDEO (JO 2024), Nordik Swan...
- Rechercher des appuis au sein de la filière, notamment avec le MTC, notamment dans le cadre des actions de sensibilisation mentionnées ci-dessus.

LES ACTIONS MÉDIAS

- Définir avec précision les thèmes des CP à envisager, alignés sur les axes stratégiques mentionnés précédemment.
- Poursuivre les actions de relations-presse dans les 6 pays européens : Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne et Pays-Bas.
- Sur la base de l'expérience réussie avec le communiqué de presse sur les terrasses, accentuer la prospection des médias grands publics.
- Organiser un voyage de presse dès que la situation sanitaire le permettra.
- Entamer une démarche d'influence selon la méthodologie présenter dans ce rapport.

LES ACTIONS DIGITALES

- Développer la fréquentation des sites internet Fair&Precious, ATIBT et My Tropical Timber
- Multiplier l'animation des sites : témoignages et études en appui des 10 engagements Fair&Precious, actualités, valorisation des essences et des réalisations...
- Poursuivre l'action sur les réseaux sociaux LinkedIn et Instagram.
- Rechercher les synergies possibles entre les outils numériques actuellement à disposition de la marque Fair&Precious.

LA PRODUCTION DE CONTENUS

- Enrichir l'argumentation de soutien aux 10 engagements Fair&Precious au travers d'une collaboration avec Gembloux Agro Bio Tech (Université de Liège).
- Réviser et publier le document « Pour en finir avec les idées reçues sur les bois tropicaux ».
- Réaliser des films sur différentes thématiques suivantes : durabilité de l'exploitation, populations riveraines, services écosystémiques, réalisations en bois tropicaux certifiés.
- Enrichir la photothèque.
- Constituer et former un réseau des correspondants locaux, dans les concessions forestières Fair&Precious, pour la réalisation de reportages et de témoignages.
- Finaliser la plaquette Fair&Precious.

EN CONCLUSION

En ce début 2021, la visibilité reste très faible quant à la sortie et aux conséquences de la crise sanitaire.

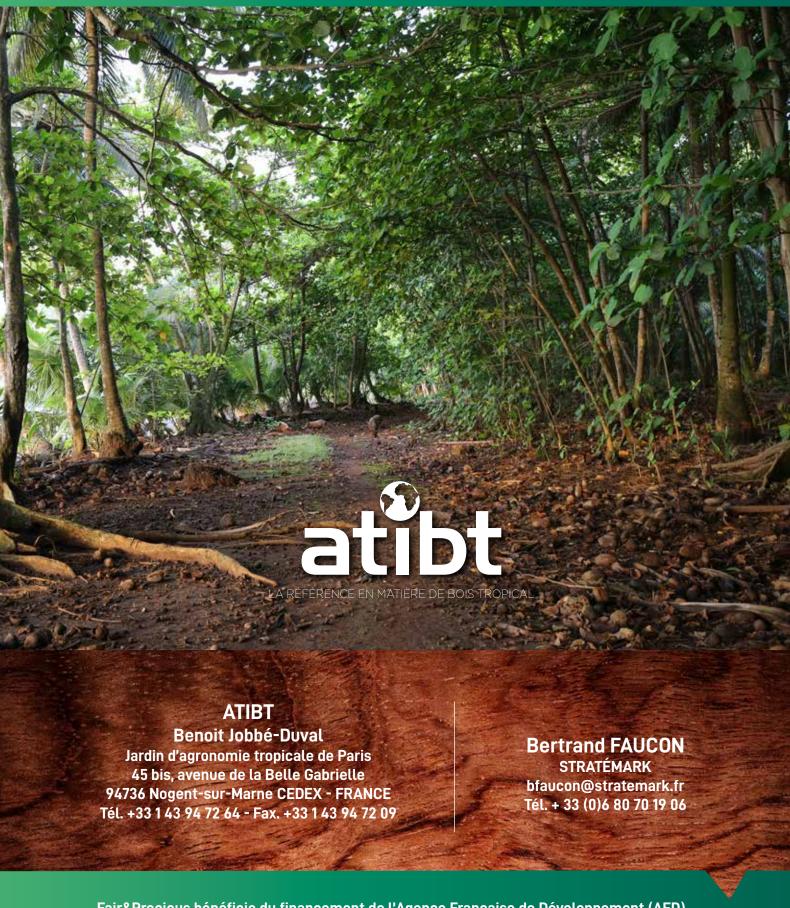
Si le programme marketing a pu poursuivre sa mise en œuvre en s'adaptant à ces nouvelles contraintes, l'impact sur la filière n'est pas mesuré à ce stade.

Dans un monde qui s'interroge sur « l'après », le bois apparaît, plus que jamais, comme un matériau d'avenir. Mais en même temps, la tendance s'oriente vers les productions locales. Les bois tropicaux doivent être en mesure de se positionner grâce à leurs caractéristiques distinctives, voire exclusives, pour s'imposer techniquement et commercialement sur les marchés.

L'argument de la promotion des circuits courts se trouve renforcé par les suspicions de déforestation des forêts primaires au travers de l'achat de bois tropical. Il convient par conséquent de mettre, plus que jamais, en avant le bénéfice de la gestion durable des forêts et de l'achat responsable que constitue le choix de produits certifiés FSC et PEFC – PAFC.

Les alliances se développent au travers du programme marketing Fair&Precious. Il est déterminant de garder le cap, d'une part en soutenant les pays et les entreprises pour développer la proportion de surfaces forestières certifiées, d'autre part en augmentant la notoriété et l'image de cette filière responsable.





Fair&Precious bénéficie du financement de l'Agence Française de Développement (AFD) dans le cadre du PRCC (Programme de Renforcement des Capacités Commerciales des pays en voie de développement) et de la Coopération Allemande - KFW dans le cadre du PPECF (Programme de Promotion de l'Exploitation Certifiée des Forêts).



