







# SOMMAIRE

Α	L'ORGANIGRAMME DU PROGRAMME	4
В	LES COMMISSIONS MARKETING  1. 1er mars 2018.  2. 29 mai 2018.  3. 19 septembre 2018.	5 12
С	<ul> <li>LE POSITIONNEMENT</li> <li>1. Par rapport aux certifications forestières FSC et PEFC-PAFC</li> <li>2. Par rapport aux Objectifs de Développement Durable</li> </ul>	20
D	LES SUPPORTS NUMÉRIQUES ET AUDIOVISUELS  1. Site Fair&Precious  2. Les newsletters  3. Les réseaux sociaux  4. Les clips Fair&Precious	28 35
Е	LES DOCUMENTATIONS  1. L'annuaire  2. Le rapport d'activité ATIBT  3. Le rapport d'activité Fair&Precious	35 35
F	LES RENDEZ-VOUS  1. Racewood  2. Les journées STTC  3. L'anniversaire Fair&Precious	37 38
G	LE THINK TANK  1. Présentation  2. Déroulement de la session de mai 2018  3. Préparation de la session de janvier 2019	40 41
н	L'ACTION MÉDIAS  1. La stratégie médias  2. Présentation d'Open2Europe  3. L'action dans 5 pays européens  4. Les retombées	49 49 49
1	L'ACTION PRESCRIPTEURS  1. ArchiExpo	
J	L'ASSISTANCE À MAITRISE D'OUVRAGE  1. Le fin du programme AFD  2. Le lancement du PPECF / KFW	63
K	PLAN D'ACTIONS 2019	<b>70</b>

## A L'ORGANIGRAMME DU PROGRAMME

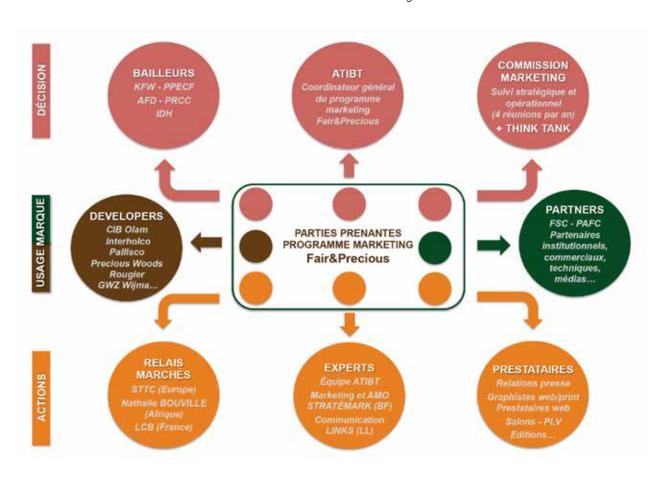
Le **programme marketing** en faveur de la promotion des bois certifiés en provenance du Bassin du Congo est le résultat d'une démarche lancée en 2014 avec le soutien de la **KFW** (PPECF). Il a été poursuivi par **l'AFD**, avant d'être repris dans le cadre du PPECF2 en 2018.

Ce programme est mis en œuvre par l'ATIBT avec une forte implication des 6 entreprises certifiées (CIB Olam, Interholco, Pallisco, Precious Woods, Rougier et GWZ Wijma) et avec le concours d'experts marketing et communication.

Il se concrétise par le déploiement de la marque **Fair&Precious**, marque ombrelle qui s'appuie sur les certifications de gestion forestière durable **FSC** et **PEFC-PAFC**.

#### Les parties prenantes :

- L'équipe projet est constituée du Directeur Général de l'ATIBT, des experts marketing et communication en lien régulier avec le Coordinateur du Programme.
- La **commission marketing** est composée de l'équipe-projet, des 6 entreprises certifiées, de FSC, de PEFC-PAFC, de LCB et de la SNCF.
- Des conventions spécifiques sont en cours de finalisation avec **FSC** et **PEFC-PAFC** pour coordonner les actions marketing.
- L'ATIBT s'appuie sur **LCB** et prochainement **STTC-Probos** dans le déploiement des actions.
- Les **fournisseurs** : création, édition, salons, multimédia, relations presse, marketing direct, réseaux sociaux...



# **B** LES COMMISSIONS MARKETING

### 1. COMMISSION MARKETING JEUDI 1<sup>er</sup> Mars 2018

#### 1.1. PARTICIPANTS:

Christophe JANSSEN INTERHOLCO

• Philippe DELMOTTE OLAM

• Emmanuel GROUTEL WALE

• Éric BOILLEY

Patrizia GREGORI SNCF RESEAUAlessandra NEGRI SNCF RESEAU

• Stéphane GLANNAZ PRECIOUS WOODS

Le Commerce du Bois

• Benoit JOBBE-DUVAL ATIBT

• Christine LE PAIRE ATIBT

 Bertrand FAUCON STRATÉMARK

 Laurent LAGADEC LINKS Consultant

• Abla SERGHINI-ANBARI ATIBT

Justine JOBBE-DUVAL ATIBT

Timing	Sujet	Intervenant		
09h30-09h40	Présentation de l'ordre du jour et des invités	CLP		
09h40-10h30	Suivi de la feuille de route SNCF-ATIBT  • Projet de voyage dans le bassin du Congo  • Avancement de l'appel d'offres  • Autres actions prévues	SNCF/BJD		
10h30-10h45	Note de projet PPECF2-KFW en discussion  Demande de financement Planning et articulation ave c l'AFD Contribution des entreprises	BJD/BF		
10h45-11h00	Collaborations marketing avec FSC (Fair&Precious/Forests For All Forever)  • Debrief réunion le 1er février  • Rencontre le 15 mars à Bonn entre l'équipe ATIBT et l'équipe FSC	BJD/BF		
Actions du programme marketing/déploiement F&P et répartition des contributions des sociétés F&P				
11h00-11h15	Renfort de 2 stagiaires BBA ESSEC sur la stratégie digitale et marketing: Justine Jobbé-Duval et Abla Serghini	CLP		
11h15-11h25	Accompagnement des relations presse F&P : réflexions sur la contractualisation avec ECONOVIA	CLP		
11h25-11h45	Debrief Maderalia et collaboration avec Copade (bois équitable) et Madera Sostenible (plan de communication F&P Espagne)	BJD		
11h45-12h00	Présentation des espaces collaboratifs Acollab et des outils promotionnels disponibles pour les porteurs de la marque	LL		

12h00-12h10	Ouverture d'un forum « Commission MKT » sur l'espace Acollab	LL
12h10-12h20	Proposition de lancement de la phase 2 du programme marketing « Valorisation des entreprises Fair&Precious en B to B »	LL/BF
12h20-12h40	Présentation de l'offre commerciale Archi Expo  • Stands porteurs de la marque  • Bannières Newsletter  • Emailing dédié	LL
12h40-13h00	Présentation des clips Fair&Precious	LL
13h00-14h00	Déjeuner	
14h00-14h45	Planning des événements importants avec visibilité pour Fair&Precious, et participation des entreprises F&P  • 5-10 mars, Jakarta: Forum Borneo Initiative – présentation F&P  • 12-14 mars : Dubai WoodShow  • 4 et 5 avril, Paris : Salon Produrable - Stand collectif JATP Econovia avec prix de la marque responsable  • Lancement de la Cité du développement durable  • 30 mai-1er juin, Nantes : CIB – stand + présentation F&P  • Gabon WoodShow et Racewood (20-22 juin, Libreville)	BJD/CLP
14h45-15h00	Démarchage des GSB (Point P, Leroy Merlin, Maisons du Monde)	CLP/Tous

#### 1.2. RÈGLES SATA

Ce point est ajouté à l'ordre du jour, car la note de projet intitulée « Amélioration des rendements matière par le classement des sciages » a été validée par le PPECF 2 sous condition d'engagement des entreprises par le financement partiel des formations. La relance des règles SATA est envisagée, cependant les entreprises ont semblées plus réticentes que lors de la présentation du projet au conseil d'administration. La commission marketing s'est donc présentée comme une opportunité pour interroger les professionnels et entrevoir une

solution pour relancer le projet.

La conjoncture économique est très difficile pour les entreprises, donc ce projet n'apparaît pas nécessairement comme une priorité pour elles. La force de SATA est une correspondance possible avec les règles internationales (MGR et NHLA), ce qui n'est pas possible avec les qualités FAS, AIC ou AIP. Les commerciaux utilisent déjà occasionnellement l'appellation « Merchantable » (pour désigner la qualité AIC) alors que cette qualité est réservée aux règles MGR.

#### Ce projet se décompose en 3 phases :

- 1. Etude du rendement matière
- 2. Révision des règles et réédition, élaboration de documents vulgarisés
- 3. Formation des classeurs, commerciaux et communication générale

#### Les industriels estiment que :

- Les producteurs n'ont pas d'influence (le marché asiatique domine complètement)
- Les règles professionnelles ne doivent pas être imposées aux consommateurs, une correspondance avec les règles appliquées ailleurs serait plus pertinente.
- Le projet ne peut pas se limiter au Sapelli, ce projet est un levier pour les essences moins connues LKTS

→ Le projet doit être retravaillé pour séduire (plutôt que contraindre) les acheteurs et les vendeurs.

#### 1.3. SUIVI DE LA FEUILLE DE ROUTE SNCF-ATIBT

## 1.3.1. Situation de l'appel d'offres bois tropical

La précédente consultation pour la mise en place d'un contrat d'un an a dû être déclarée sans suite, mais la démarche de qualification de nouveaux fournisseurs a été initiée, le cahier des charges et la stratégie d'achat ont été révisés et un nouvel appel d'offres sera lancé en mars 2018 sur 3 ans (possibilité de prolonger sur 5 ans, voire 10 ans)

C'est un accord-cadre multiattributaire qui prévoit :

- 100 % de bois FSC
- la prise en charge du transport par la SNCF

Bois : Azobé 100 % hors aubier. Volume : 80 000 traverses pan et bois d'appareil. Il n'y aura plus de chêne, mais exclusivement des bois tropicaux. SNCF a aussi la volonté de remplacer le composite par le bois tropical, pour le triple bénéfice économique, technique et sanitaire pour les collaborateurs. Une étude sur l'empreinte écologique de la SNCF sur les lignes et les bâtiments est en cours, elle sera communiquée à l'ATIBT.

#### 1.3.2 Actions réalisées et prévues

Retombées médiatiques sur l'achat responsable de la SNCF dans Bois Mag et l'Usine Nouvelle en novembre 2015. Interview pour Rougier Gabon sur la démarche de SNCF Réseau.

Interview de la démarche d'achat responsable des bois tropicaux et de l'homologation de plusieurs essences de la part de la Direction d'Innovation et Recherche de SNCF Réseau, diffusée en interne en avril avec le reporting du voyage dans le Bassin du Congo.

En décembre, présentation de l'achat responsable des bois tropicaux et de l'homologation de plusieurs essences à la Direction Achats Responsables du Groupe SNCF. Reste à faire : présentation à Railponsible (organisation internationale des Acheteurs des compagnie ferroviaires) et aux conseillers RSE du Groupe SNCF, et recensement de tous les usages de bois tropical autres que les traverses. SNCF est membre de l'UICF : Union Internationale des Chemins de Fer.

SNCF échange avec la Chine sur le projet Villa Durable, en collaboration avec la fondation Shamengo (dirigée par Catherine Berthillier, ex grand reporter pour Envoyé Spécial (France 2) Des Racines et des Ailes (France 3) Zone Interdite (M6) Reportages (TF1), Arte Reportage (Arte). En juillet, projet de réalisation d'une « Villa Shamengo » à Bordeaux. Réalisation d'une gare avec biomatériaux et digitale.

En janvier, le premier réseau des utilisateurs de créosote / alternatives et bois traités a été créé. Meetings avec 18 pays pour la recherche d'alternatives à la créosote. Volonté de mettre en place un marché européen du bois. Sont intéressés par la démarche LKTS. SNCF Réseau relaie une demande de RTE « Réseau de Transport d'Électricité » de se rapprocher de l'ATIBT pour les poteaux électriques... ils ont besoin de longueur de 25 m Leurs motivations à se tourner vers le bois tropical sont à la fois techniques et esthétiques. Enédis, distributeur d'électricité, suit la même démarche.

## Eventualité d'une obligation de certification pour l'achat de bois.

#### 1.4. PROJET PPECF II - KFW

Les conditions de financement des projets portés par l'ATIBT en faveur de la filière, dont le programme marketing, sont à l'étude. Le deuxième trimestre permettra de préciser, pour chaque action, l'éligibilité et la nature du soutien.

La KFW a rappelé la nécessité, pour les entreprises F&P, de s'impliquer dans le programme comme cofinanceurs. A ce titre, il est important de lister et valoriser les actions des membres en faveur de la promotion de la marque. Exemple : Interholco sur son stand au Dubai WoodShow

**En juin**, SNCF Réseau participera à l'événement « Gabon WoodShow » sur le thème «Développement industriel et stratégies pour le développement durable et la valorisation des produits ».

**En septembre**, elle organisera une journée sur le Bois Durable (éventuellement avec la participation de l'ATIBT et des sociétés certifiées)

#### 1.3.3. Voyage dans le bassin du Congo

Voyage projeté en avril dans le bassin du Congo pour promouvoir l'investissement responsable pour encourager la démarche d'exploitation certifiée durable (dont LKTS). Participants envisagés : une délégation SNCF (voir liste dans la présentation) et une délégation interministérielle (MTES-MAE-MA), dont Nicolas Hulot. WWF intéressé pour participer à la communication.

Envisager la mobilisation également de Yann Arthus-Bertrand, Good Planet Après discussion, il est décidé qu'il est préférable de séparer la visite technique et le déplacement ministériel, qui pourrait alourdir la visite technique.

## Cette visite aurait lieu du 8 au 13 avril au Gabon.

en mars, avec les outils de communication F&P (affiche, cartes postales, leaflet...).

L'implication des membres dans la commission marketing doit également prise en compte :

- Mettre en place un tableau de bord de suivi de la contribution des entreprises (cf document de répartition des tâches, qui va être actualisé)
- Proposer un document-type de valorisation de l'action : nature de la mission, événement, durée, budget...)

Stéphane Glannaz rappelle l'importance de s'appuyer sur les 17 **SDG** Sustainable Development Goals (Objectifs de développement durable), à relier à nos 10 engagements. A présenter dans les candidatures et les rapports AFD - PPECF

Les entreprises F&P satisfont, à travers leur labellisation FSC, à l'objectif 13 : Lutte contre les changements climatiques (cf article 5 de l'Accord de Paris COP 21). Voir si on peut utiliser leurs icônes, comme le fait FSC dans sa com

https://ic.fsc.org/en/web-page-/ fsc-contributions-to-achieving-thesustainable-development-goals « The work of FSC is helping achieve **35 targets under 11 SDGs**. FSC helps achieve sustainable forest management in the world, one of the **targets of SDG 15** (Life on Land). The broad environmental, social, and economic focus of the FSC forest stewardship principles also contribute to the SDGs focused on poverty, equality, natural resources, production and consumption patterns, decent work, climate change, inclusive and accountable societies, and global partnerships. »

#### 1.5. COLLABORATIONS PROGRAMMES MARKETING FSC/ATIBT

La réunion du 1er février a permis à chaque partie d'exprimer son positionnement et de lever certaines questions (exemple : F&P ne sera jamais un label, mais est une marque et un programme de communication pour valoriser le bois certifié), mais n'a pas débouché sur des résultats opérationnels en raison de divergences sur l'opportunité d'ouvrir à d'autres labels environnementaux.

Une nouvelle rencontre entre les équipes marketing ATIBT et FSC est prévue le 15 mars à Bonn pour définir le périmètre et les modalités d'une éventuelle collaboration.

En termes de contexte, les entreprises FSC sont aujourd'hui en grande difficulté : Rougier, qui exploite 2 millions d'hectares, est en dépôt de bilan. Wijma rencontre des difficultés et a vendu une partie de ses concessions. Le modèle

FSC doit probablement changer pour les entreprises du bassin du Congo. Récemment, une concession de 45 000 ha, déjà exploitée plusieurs fois, a été vendue 1,8 M € à des exploitants chinois.

FSC doit comprendre que Fair&Precious n'entre pas en concurrence, mais doit au contraire à la fois valoriser les sociétés certifiées en termes de communication, et conduire à la certification : comme pour le PPECF 2, l'objectif est d'augmenter le nombre d'opérateurs certifiés.

## Plusieurs gestionnaires forestiers se disent prêts :

- à imposer à leurs clients de ne vendre que du bois certifié (pour éviter tout amalgame),
- ou tout au moins leur imposer de s'engager dans la démarche F&P.

#### 1.6. MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION F&P

Les années 2016 et 2017 ont été consacrées à définir les outils de com (chartes iconographique et sémantique, manifeste F&P, les 10 engagements, site web F&P...), l'année 2018 va être consacrée à déployer les

actions qui ont été proposées à la commission de décembre. Voici les différents axes pour cette mise en œuvre de cette phase 2 du programme marketing.

## 1.6.1. Renfort de deux stagiaires sur le programme marketing

Renfort depuis fin janvier pour 6 mois de deux stagiaires venues du programme BBA de l'ESSEC, en troisième année :

- Justine Jobbé-Duval, sur la stratégie digitale (sites web ATIBT ATIBT, F&P, MyTropicalTimber, Timbertradeportal plateforme collaborative Acollab et réseaux sociaux).
- Abla Serghini-Anbari, sur le déploiement de Fair&Precious via la promotion de la marque lors des salons et d'événements (nombreux sur la période) et les partenariats.

## 1.6.2. Echanges avec nos partenaires hispanophones

- Salon Maderalia (équivalent du CIB en Espagne) : présence de l'ATIBT au stand AIEM (fédération espagnole). Marché fortement dominé par les bois du nord (AHEC).
- Collaboration possible avec Copade, qui a lancé le concept de «Madera sotenible » (bois équitable), auquel on peut réfléchir. Ils ont un partenariat avec Leroy Merlin, qui a adhéré au concept.
- Rencontre de l'ATIBT avec Julie Stoll, du Commerce Equitable France (CEF), nos voisins sur le Campus du JATP à Nogent, pour discuter avec elle de ce concept, qui n'existe pas encore en France.
- Proposition de Maderea marketing pour une campagne de marketing digital.

#### 1.6.3. Relations presse

#### Deux propositions sont présentées :

• **Econovia** qui a accompagné sur 4 mois le lancement de F&P, avec 2 journalistes présents le jour de l'événement (Bois Mag et l'Usine Nouvelle) avec 25 retombées de presse, une émission « C'est pas du vent » (Anne-Cécile Bra) sur RFI sur F&P et la certification avec Alain Karsenty, du Cirad + un projet de reportage « Regard extérieur » de 90 mn pour une chaîne privée, Canal 2. Prestation satisfaisante, mais point faible sur le déploiement international, car franco-français

- Open 2 Europe, qui existe depuis 2001, s'appuie sur 80 consultants, possède 3 filiales (America, China et Africa) et propose une offre de lancement sur 5 ou 6 pays (à repréciser selon nos besoins) sur un mois et demi. L'entreprise a de bonnes références (notamment dans le DD). Son dirigeant s'est montré très intéressé par le sujet et a fait très rapidement une proposition compétitive. Les relais nationaux d'Open2Europe pourraient être exploités dans le cadre du rapprochement de l'ATIBT avec les fédérations des pays européens.
- → La proposition d'Open 2 Europe est jugée intéressante. Un contact sera établi courant mars pour étudier plus en détail les modalités et le contenu d'une première collaboration.

#### 1.6.4. Espace collaboratif Acollab

Chaque entreprise partenaire ou porteur F&P a ou pourra avoir un espace dédié avec les documents utiles, notamment le marketing toolkit ou ressources de communication: logo F&P, affiches, photos, cartes postales, leaflet...les entreprises doivent nous indiquer à qui elles veulent ouvrir les droits (responsables commerciaux et communication par exemple).

Un espace Commission Marketing a été créé pour permettre à ses membres d'échanger avec les fonctions « messages », « pages », « forum », « sondages » ...

# 1.6.5. Lancement phase 2 du programme marketing: « Valorisation des entreprises Fair&Precious en B to B » et présentation de l'offre Archiexpo

Archiexpo est une « Marketplace » internationale disponible en 9 langues avec 3,2 millions de visiteurs uniques et 10 000 exposants, des produits et des marques référencés et promus auprès des acheteurs. Possibilité de stands pour les porteurs de la marque et d'e-mailing dédiés, et d'interface privée avec des photos, des vidéos et des textes descriptifs. Possible à tout moment de mesurer son retour sur investissement.

- Des réunions de travail sont envisagées au cours de l'année pour :
- Se former à Acollab
- Se former à l'espace commission marketing
- Elaborer le stand ArchiExpo
- Elaborer les emailings archi expo
- Intégrer la communication F&P dans les sites internet des porteurs de la marque

## 1.6.6 Planning des événements de promotion de F&P

- **5-10 mars :** Jakarta: Forum Borneo Initiative (financé par Bornéo initiative) présentation F&P.
- 12-14 mars : Dubai WoodShow (stand de Interholco).
- 4 et 5 avril, Paris : Salon Produrable Stand collectif JATP Econovia avec dépôt de dossier F&P pour le prix de la marque responsable.
- 25 mai : journée mondiale de l'Afrique.
- Mai ou juin : Lancement de la Cité du développement durable : volonté pour les

18 institutions présentes sur le Campus du JATP, actives sur les thématiques du développement durable et de la coopération internationale, de créer un lieu de capitalisation, de partage et d'approfondissement scientifique sur le développement durable.

https://www.atibt.org/fr/jatp-va-se-muer-cite-developpement-durable/

- **30 mai-1**<sup>er</sup> **juin :** Nantes : CIB stand + présentation F&P lors de conférences dans le salon.
- **20-22 juin :** Libreville : Gabon WoodShow et Racewood : promotion de F&P.
- **Septembre ou octobre :** Journée du bois durable à la SNCE.
- Novembre : STTC Europe à Paris.

## 1.6.7. Partenariats avec les grandes surfaces de bricolage et les distributeurs

- CIBM : centrale d'achat des points P et Dispano, clients de plusieurs membres ATIBT.
- → Reprendre le contact amorcé par Stéphane Glannaz pour promouvoir « l'achat utile et responsable » et leur proposer d'être adhérent de l'ATIBT
- Fondations Maisons du Monde : contact de Christine avec la responsable RSE de la fondation (Fabienne Morgaut, ancienne responsable com de l'ATIBT), très intéressée par les missions de l'ATIBT et Fair&Precious, et qui propose une participation à une table ronde sur les labels et la certification à Nantes lors d'un événement qu'ils organisent intitulé « Aux arbres » les 8 et 9 juin

#### 2. COMMISSION MARKETING MARDI 29 MAI 2018

#### 2.1. PARTICIPANTS:

• Christophe JANSSEN

• Andrea BARBAN

Jan Willem HUNINK

Stéphane GLANNAZ

Robert HUNINK

Vincent PASQUET

• Aurélien JOUANNEAU FIBRES (Directeur

INTERHOLCO

ALPI TIMBER

AMLIW

PRECIOUS WOODS

PRECIOUS WOODS

PASQUET-PALLISCO

des achats et

Responsable QSE)

• Emmanuel GROUTEL WALE

Benoit JOBBE-DUVAL ATIBT

• Christine LE PAIRE

 Patrick MARTIN ATIBT

• Elise HERAL **ATIBT** 

 Caroline DUHESME ATIBT

Abla SERGHINI-ANBARI ATIBT

• Justine JOBBE-DUVAL ATIBT

 Bertrand FAUCON STRATÉMARK

• Laurent LAGADEC LINKS Consultant

#### 2.2 COMPTE-RENDU

#### 2.2.1 Règles SATA



Projet présenté au PPECF 2 pour relancer les règles de classement SATA : accord du PPECF 2 sous condition que les entreprises s'engagent moralement par une lettre d'engagement, mais pas de réponse des entreprises consultées jusqu'à maintenant. Après discussion avec elles, proposition d'étendre le projet à d'autres essences (et non plus seulement le

Sapelli), de réduire leur engagement à 3000 euros et de découper le projet en 3 phases (sachant que chaque phase est conditionnée par la précédente) : étude sur le gain de rendement matière ; révision des règles et réédition, élaboration de documents vulgarisés ; formation des classeurs, industriels et commerciaux et communication générale.

Aujourd'hui tous utilisent la qualité FAS, mais les classements sont différents selon les entreprises et les destinations. Selon les industriels, on ne peut pas forcer le marché et il faut faire une règle indicative et établir des correspondances avec les règles appliquer ailleurs.

#### → il faut 10 lettres d'engagement pour démarrer le projet

#### Projet LKTS 2020 et collaboration avec la SNCF:

Le voyage au Gabon effectué début avril par quelques cadres SNCF leur a permis de voir les réalités de la certification sur le terrain et de les rassurer sur l'approvisionnement des ressources qu'ils prévoient pour arrêter le traitement à la créosote. Il importe de promouvoir de nouvelles

essences et d'aider la SNCF à établir une palette large dans son cahier des charges. Nos interlocutrices (Patrizia Gregori et Alessandra Negri) étaient déjà très actives mais ce voyage les a encore plus motivées et elles entreprennent de très nombreuses actions en faveur du bois tropical, de communication notamment, en externe et en interne, comme cet article dans la revue interne (270 000 lecteurs) : « SNCF Réseau déploie une politique écoresponsable des traverses en bois tropical ». Remarque de Stéphane Glannaz sur l'engagement de la SNCF en faveur du DD : SNCF a souscrit à des green bonds à hauteur de 1 milliard (sur les 45 auxquels s'est engagée la France à la COP 21). Il faut attirer Veolia de la même manière, très engagée aussi dans le DD.

#### Les systèmes d'évaluation des sociétés forestières

Certains systèmes autres que la certification se sont mis à évaluer les sociétés forestières (SPOTT by ZSL, Forest 500 by Global Canopy Programme...), sans les consulter et à partir de leurs propres critères d'évaluation, à partir d'informations trouvées sur les sites internet des sociétés par exemple. Dans certains cas ils sont destinés à des investisseurs et basés sur la transparence. Il s'avère que les sociétés membres de l'ATIBT sont plutôt bien classées (notamment Interholco, mais aussi Precious Woods ou d'autres), mais ils leur échappent. Pour Global Canopy Programme, le reporting sur la forêt est assez poussé.

• Se rapprocher de ces systèmes, notamment Global Canopy Programme pour mieux comprendre et se connaître WRI – système d'évaluation Open timber portal (FTI – Forest transparency initative). L'ATIBT est en contact avec eux pour faire évaluer la plateforme.

Alerter sur le besoin de transparence. Mettre en lien avec les ODD

## 2.2.2. Mise en œuvre du plan d'action 2018 du programme marketing

## Point sur la DNO du projet marketing dans le PPECF 2

Depuis janvier, la DNO (demande de non objection) est passée par un parcours administratif de négociation assez lourd et assez long auprès de la KfW représentée par Romain Lorent (gestionnaire Oréade Brèche des fonds KfW), mais elle devrait être signée dans les prochains jours. Il reste une dernière question sur la reconduction des contrats des prestataires conseil communication et marketing Stratémark et Links. Cette négociation nous a conduits à proposer une nouvelle présentation rapide de l'ATIBT (voir slides).

Par ailleurs, le gestionnaire a exprimé la volonté d'un changement d'organisation via la contractualisation d'une personne spécifique à temps plein sur le programme marketing, qui devra être recrutée (les membres de la commission marketing, eux, ne souhaitent pas forcément changer l'organisation actuelle qui marche bien, changer d'interlocuteur et devoir encore former quelqu'un à leurs problématiques).

## 2.2.3. Plan d'action 2018 du programme marketing

## Budget marketing F&P et implication des entreprises

Stéphane Glannaz propose de provoquer nos interlocuteurs pour disposer de plus de moyens, mais le bailleur compte sur l'effet levier de la participation des entreprises.

Très bonne perception de KFW sur ce qui a été développé ; le message c'est « maintenant, déployez- vous ! ». Benoît Jobbé-Duval rappelle que KFW a besoin de savoir que les entreprises se sentent investies et sont satisfaites du programme marketing, pour démontrer son utilité.

- Contribution en numéraire et nature Une partie de cette contribution sont les 5000 euros de cotisation annuelle des entreprises F&P (les sociétés de la commission marketing sauf Alpi)
- Une fiche de dépenses a été envoyée par l'ATIBT aux sociétés, afin de lister les dépenses F&P (frais de participation à la commission, d'exposition de F&P à des stands ou des salons, de promotion sur le site internet...), qui doivent monter à 7000 euros (ce qui ferait un total de 12000 par entreprise)
- Sensibilisation de nouveaux gestionnaires forestiers (y compris asiatiques) à s'engager dans la certification et F&P
- Sensibilisation des collaborateurs et clients, faire une présentation à leur intention.
- Il faut que les entreprises s'approprient les éléments de communication F&P sur la plateforme collaborative Acollab et utilisent le logo dans les signatures email, les sites web, les publications.
- Demande des membres de traduire le site dans toutes les langues des pays européens cibles.
- Demande des membres de rédiger un courrier de présentation de la marque F&P qu'ils pourraient transmettre à leurs clients et qui renverrait vers le site F&P

## 2.2.4. Indicateurs d'évaluation du programme marketing

#### Dans cette perspective de démontrer l'utilité du programme, des indicateurs ont été définis :

- Nombre de : porteurs de la marque F&P, fédérations partenaires, partenaires F&P.
- KPI des sites internet de l'environnement digital de F&P, réseaux sociaux.
- Redirections des sites internet vers F&P et MTT.
- Retombées presse.
- Voyages de presse.
- Développement des ressources.
- Evolution des ventes de bois certifiés.

#### 2.2.5 Déploiement européen sur les marchés

- Des conventions vont être proposées aux fédérations sur 10 pays européens cibles adhésion à F&P, animation du site MTT, fourniture d'infos sur les marchés locaux.
- Organisation d'une réunion collective de présentation de F&P pour les sensibiliser.
- Actions de marketing direct auprès des acheteurs + ArchiExpo.

## 2.2.6. Notoriété et image de Fair&Precious

 Animation internationale du site web et des réseaux sociaux

Ex: traduction du site internet F&P en espagnol → espagnols ont réagi très vite, et sont très preneurs, car ont besoin d'arguments contre Greenpeace.

- Relations presse en Europe et dans le bassin du Congo (mission Open2Europe en attente de confirmation PPECF)
- Participation aux rdv clés de la filière : CIB, Racewood, Forum, AG des partenaires, Produrable. Aux arbres ...

#### 2.2.7. Développement des partenariats

- pour favoriser les débouchés : grands comptes, distributeurs...
- pour apporter de la visibilité: médias, ONG, administration et collectivités, groupes internationaux...
- pour accroître les ressources financières du programme : de nature publique et privée.
- éventualité d'adhésions de particuliers dans un second temps.
- se repencher sur la possibilité pour l'Association d'être reconnue d'utilité publique, ce qui donnerait beaucoup de crédit à nos actions.

Les 130 adhérents de l'ATIBT seront les premiers partenaires de la marque Fair&Precious après renvoi de leur accord et de leur adhésion aux 10 engagements.

• Formulaire à développer en ligne.

- Campagnes d'adhésions à mener avec les porteurs de la marque et l'ensemble du réseau de l'ATIBT
- Revoir le sujet des fondations : ex Fondation Total?
- La fondation Maisons du Monde, créée fin 2015 par la Directrice RSE de Maisons du Monde, ancienne responsable de la communication à l'ATIBT, avec laquelle Christine est entrée en contact, s'intéresse aux arbres et à la préservation et a développé un bel événement « Aux arbres », auquel l'ATIBT a participé, notamment en tant que speaker à une table ronde « Mes achats zéro déforestation »

#### 2.2.8. Autres points

• Modification de la baseline de l'ATIBT Passer de « La référence en matière de

bois tropical » à « Pour une gestion durable des forêts tropicales» car l'ATIBT a évolué et pour mieux répondre aux attentes des bailleurs et des consommateurs.

Discussion : ok l'ATIBT a évolué vers la gestion forestière durable, mais la dimension technique matériau bois est l'origine et ne doit pas être mise au second plan, car c'est ce qui fait vendre le bois et l'ATIBT est reconnue pour cette expertise.

#### Revoir la baseline pour mêler les 2

• Lien entre FLEGT et F&P

Est-il prévu une reconnaissance des licences FLEGT par F&P?

Elles ne vont pas arriver tout de suite a priori dans le bassin du Congo, mais F&P ne les reconnaîtra pas forcément car F&P via les certifications FSC et PEFC va plus loin que le FLEGT.

### 3. COMITÉ DE PILOTAGE DE LA COMMISSION MARKETING MERCREDI 19 SEPTEMBRE 2018 - AFD - PARIS

#### 3.1. PARTICIPANTS:

• Emmanuel FOURMANN AFD

• Christophe DUCASTEL AFD

 Martin BOSTROEM KFW

 Romain LORENT KFW-COMIFAC

 Robert HUNINK PRECIOUS WOODS

 Vincent PASQUET PASQUET-PALLISCO

• Tullia BALDASSARRI INTERHOLCO

Christophe JANSSEN INTERHOLCO

 Philippe DELMOTTE OLAM

 Stéphane GLANNAZ PRECIOUS WOODS

• Lucile DECKER ROUGIER

• Emmanuel GROUTEL WALE

**SNCF** • Alessandra NEGRI

• Delphine BOUTAUD **SNCF** 

Mathieu SCHWARTZENBERG FSC

Rémi SOURNIA

 Arnaud HETROIT Le Commerce du Bois

• Jessica THOLON Le Commerce du Bois

 Nicolas PILLET Le Commerce du Bois

• Benoit JOBBE-DUVAL ATIBT

Patrick MARTIN

• Christine LE PAIRE **ATIBT** 

 Laurent LAGADEC LINKS Consultant

 Bertrand FAUCON STRATÉMARK

#### 3.2. ORDRE DU JOUR:

#### 3.2.1. Point bailleurs:

• Clôture du programme AFD-PRCC L'AFD souhaite la bienvenue aux participants et se satisfait du nombre de personnes présentes au Comité de Pilotage et, d'une manière générale, de l'implication des entreprises dans le

programme marketing. L'ATIBT adressera à l'AFD les éléments financiers et techniques de clôture du programme. Une évaluation ne devrait pas être nécessaire compte tenu de l'évaluation au fil de l'eau qui a été mise en œuvre durant le déroulement du programme.

#### Lancement PPECF-KfW

Le soutien au programme marketing s'est concrétisé par l'octroi d'une subvention à l'ATIBT à dater de juin 2018 et la signature de contrats avec les experts marketing et communication.

La poursuite du programme se déroulera selon les éléments techniques et budgétaires annexés aux contrats ayant fait l'objet d'un avis de non objection de la part de la KfW

## 3.3.2. Remise du rapport d'activité du programme marketing 2017

Les rapports d'activités du programme marketing avaient été adressés aux membres du COPIL et de la Commission Marketing au format PDF. Un exemplaire imprimé du rapport 2017 est remis aux participants.



## 3.3.3. Présentation des parties prenantes F&P

Se rapporter à l'organigramme de l'organisation générale du programme marketing (chapitre A).

#### 3.3.4. Actualité F&P

• Prévision de collaboration avec FSC Suite aux différents échanges et réunions, une charte de collaboration est en cours de préparation. Elle débouchera sur un plan d'action commun. Une collaboration sera proposée à PAFC sur des bases identiques. Le projet de charte de collaboration avec FSC doit être partagé avec les membres de la commission Marketing. Son draft est joint à ce rapport.

#### • Rapprochement avec STTC

Le rapprochement avec STTC satisfait à la demande des bailleurs d'organiser le déploiement du programme marketing à l'échelle européenne. La collaboration avec Probos, en charge de la communication de STTC, offrira une visibilité supplémentaire. De la même manière, le rapprochement avec Le Commerce du Bois qui partagera les locaux de l'ATIBT à Nogent, apportera une visibilité et une expertise sur le marché français.

Enfin le recrutement d'un temps partiel avec Nathalie Bouville, en complément de sa mission pour FSC, permettra d'assurer un relais en Afrique. Concernant la possible adhésion en direct des membres actuels de STTC qui ne seraient pas membres de l'ATIBT, il y a débat. Il faudra décider si une adhésion « en direct » sera possible ou non.

#### • Agenda des prochains mois

**3 octobre 2018 :** Formation SNCF sur le commerce du bois, la légalité et la certification.

**24 octobre 2018 :** Anniversaire du lancement de la marque F&P.

**25 octobre 2018 :** Conférence STTC Paris : Présentation de F&P aux adhérents de LCB

3.3.5. Organisation de la communication 2018 – 2020

#### **Expertise**

• Coordination générale : Benoit JOBBÉ-DUVAL (ATIBT) et Romain LORENT (Comifac)

• Marketing - AMO : Bertrand FAUCON

• Communication : Laurent LAGADEC

#### Relais marchés

• STTC - Probos (Marché Europe)

• Nathalie BOUVILLE (Marché Afrique)

• LCB (Marché France)

Relations presse / Influenceurs

• Open2Europe : Europe et Afrique

• Action spécifique Marché espagnol

• Achats d'espace

#### **Manifestations**

- Salons, conférences, conférences de presse...
- Forum ATIBT en 2019

#### Création

- Graphiste Print et Web
- Achats images (photos et vidéos)
- Production vidéo
- Traductions

#### Sites web

- Maintenance et développements
- Acollab
- Webmaster

#### **Actions prescripteurs**

- ArchiExpo
- LCB (Marché France)

#### Supports Print / Expo / salons

- Éditions commerciales et techniques
- Stands
- Bulle d'exposition

Les fournisseurs seront pris en charge directement par la COMIFAC sur la base de fiches de commande préparées par l'ATIBT et les experts Marketing et Communication conformément au planning et au budget validé par la KfW.

La procédure de mise en concurrence respectera le règlement de la KfW.

3.3.6 Présentation des kits de communication : porteurs de la marque et partenaires

#### **Proposition**

La proposition était que les porteurs de la marque deviennent : Fair&Precious DEVE-LOPERS et les partenaires de la marque deviennent : Fair&Precious PARTNERS

Nous avons voulu donner un rôle actif aux gestionnaires forestiers Fair&Precious en faisant valoir leur implication dans la démarche et leur rôle déterminant en matière d'aménagement du territoire dans le respect de l'environnement.

Notre idée est de conserver une vraie cohérence dans les appellations, en leur donnant du sens, sans pour autant créer de confusion.

Une base-line commune : SUSTAINABLE FOREST MANAGEMENT Cette base-line accompagnera systématiquement ces 2 appellations au sein d'une estampille qui permettra à chacun des « developers » et des « partners » de véhiculer et diffuser la marque Fair&Precious dans un cadre cohérent.

#### Tour de table

Les participants valident le principe de cette segmentation et des estampilles. Néanmoins, afin d'avoir une identification plus précise de ces catégories et d'utiliser un vocabulaire plus institutionnel, il est proposé de faire évoluer les termes de la manière suivante :

#### « DEVELOPER » devient « CERTIFIED OPERATOR »



#### « PARTNER » devient « OFFICIAL PARTNER »



On ne reprend plus le terme Fair&Precious dans le cercle entourant le logo et « Sustainable Forest Management » sera grossi.

Certaines sociétés certifiées ont déjà eu un rôle très actif dans le déploiement de la marque. Il faut continuer dans ce sens, et capter l'attention des partenaires potentiels avec des actions concrètes et visuelles.

Pour que certains partenaires tels que la SNCF puissent communiquer publiquement sur leur politique d'achat de bois tropicaux, il est nécessaire que les procédures d'adhésion à la marque soient clairement établies et décrites sur le site.

Le cahier des charges devra être équilibré, pour ne pas être un frein au développement de la marque, mais suffisamment clair quant aux obligations des partenaires. Les partenaires de la marque devront expliquer la raison de leur adhésion.

# 3.3.7. Prospection auprès des adhérents ATIBT : action «Partenaires de la marque»

Suite à la proposition de courrier adressé aux adhérents de l'ATIBT pour les informer de leur statut de « Partner » par défaut, les participants insistent sur les points suivants :

- Il faudra être très vigilant sur les conditions d'utilisation des estampilles et rédiger un règlement d'usage.
- Il faudra extraire les gestionnaires forestiers et les négociants et leurs filiales (en Europe) du fichier des prospects « Partners » afin qu'ils ne puissent se prévaloir de F&P alors qu'ils ne sont pas certifiés.

Le courrier, signé du Président de l'ATIBT, ne sera adressé qu'après validation des conditions d'utilisation des estampilles.
Les partenaires auront l'obligation d'adhérer à l'ATIBT, éventuellement avec une nouvelle formule d'adhésion à imaginer.
La recherche de partenariats devrait aussi se faire auprès de différentes grandes enseignes, telles que Leroy-Merlin, Castorama, Maisons du Monde, Point P, et autres. Certaines personnes présentes se sont offertes pour mener une prospection.

- Le programme de communication Fair & Precious devra être le résultat d'une montée en puissance quant à implication des entreprises certifiées.
- Il est 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 durable. Nous devons éviter un possible conflit.

# 3.3.8. Opportunité de la réalisation de supports de prospection auprès des gestionnaires forestiers : action « Porteurs de la marque »

Cela entre dans une réflexion globale, initiée dans le Think Tank, sur la façon de sensibiliser de nouveaux intervenants de la filière, notamment asiatique (Chinois, Vietnamiens...). Outre les supports, il conviendra d'analyser les modes de pensée et la perception des enjeux environnementaux et économiques de chaque partie prenante.

Les supports BtoB et BtoC de F&P pourraient être traduits en mandarin.

# 3.3.9. Perspective forum ATIBT en Chine: financement, date, lieu et format à définir

Le prochain forum ATIBT pourrait se dérouler en Chine, précisément à Shanghai à l'automne 2019. Benoit Jobbé-Duval effectuera prochainement un voyage préparatoire en Chine pour rencontrer les autorités et des acteurs de la filière. Une approche budgétaire et les modalités d'organisation, dans une formule totalement revisitée, seront présentées aux bailleurs et à la commission marketing.



#### 3.3.10. Think tank



#### « Quel futur pour les concessions certifiées dans le Bassin du Congo ? ».

Une première cession de cette initiative portée par la KfW et l'ATIBT s'est déroulée le 16 mai à Nogent-sur-Marne.

#### Les enjeux :

- Quelles sont aujourd'hui les forces et les faiblesses de nos modèles de concessions certifiées ?
- Quels sont les arguments sur lesquels nous faire entendre pour affirmer notre raison d'être ?
- Comment notre modèle de concession certifiée doit évoluer sur le plan organisationnel ?
- Comment notre modèle de concession certifiée doit évoluer pour diversifier ses activités ?
- Quelles sont les recommandations pour étendre la certification ?

Le plan stratégique et le plan d'action, rédigés par l'animateur à l'issue de la première cession, sont mis à la disposition des membres du Comité de Pilotage et de la Commission Marketing F&P.

La prochaine session du Think Tank se déroulera en janvier 2019 et chacun est invité à y participer, y compris les absents de la première session.

## c LE POSITIONNEMENT

### 1. PAR RAPPORT AUX CERTIFICATIONS FORESTIÈRES FSC ET PEFC-PAFC

Suite à la demande des bailleurs, aux délibérations la Commission Marketing de l'ATIBT et aux travaux effectués avec les Certifications Forestières elles-mêmes, le positionnement de Fair&Precious par rapport aux certifications forestières FSC et PEFC-PAFC a été clairement établi.

#### Le programme Fair&Precious vise à promouvoir :

- La gestion durable des forêts au moyen de la certification forestière.
- Les bonnes pratiques de la filière par le respect de ses 10 engagements.
- L'achat de bois certifié FSC et PEFC-PAFC.

#### En conséquence :

« F&P recommande les labels de certification forestière FSC et PEFC-PAFC »



Cela n'exclut pas que, dans le futur, d'autres certifications puissent être reconnues par le conseil d'administration de l'ATBIT, puis recommandées par Fair&Precious. Pour cela elles devront satisfaire au niveau d'exigence défini par l'ATIBT et ses bailleurs.

#### Extrait du manifeste Fair&Precious

Fair&Precious est la marque collective et collaborative d'un programme de communication, créée par l'ATIBT et ses adhérents engagés dans des démarches de certification et de gestion durable dans la filière bois tropical.

Les certifications forestières reconnues par le conseil d'administration de l'ATIBT

sont FSC et PEFC-PAFC. Tous les gestionnaires forestiers Fair&Precious (Certified Operator) sont certifiés en gestion forestière légale et durable (FSC et/ou PEFC-PAFC). Ils s'engagent à œuvrer en faveur du développement économique et social local et mettent en place des programmes de lutte contre le braconnage et de repeuplement des espèces. Ainsi, ils entendent :

- redonner confiance aux utilisateurs de bois tropicaux,
- favoriser l'acquisition de produits issus de forêts tropicales gérées durablement,
- faire en sorte que la dimension socio-économique soit prise en compte pour contrer des alternatives qui engendrent de la déforestation.

Fair&Precious est le seul programme de communication globale sur la certification en région tropicale, visant à renforcer la visibilité des labels FSC et PEFC-PAFC, pour préserver la ressource forestière dans le Bassin du Congo et dans les autres bassins forestiers tropicaux.



## 2. PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

#### 17 objectifs pour sauver le monde

Les objectifs de développement durable nous donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. Ils répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice. Les objectifs sont interconnectés et, pour ne laisser personne de côté, il est important d'atteindre chacun d'entre eux, et chacune de leurs cibles, d'ici à 2030.

































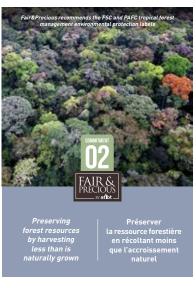




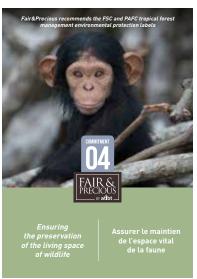
- 1 Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde.
- Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.
- Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.
- Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.
- 5 Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.
- Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.
- Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.
- Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.
- Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.
- Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.
- Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.
- Établir des modes de consommation et de production durables.
- Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.
- Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.
- Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.
- Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.
- Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser.

Pour sa part, Fair&Precious affiche ses 10 engagements dans son domaine spécifique de la gestion forestière durable.

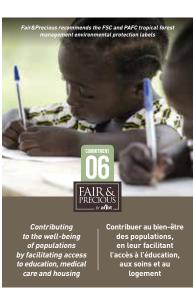




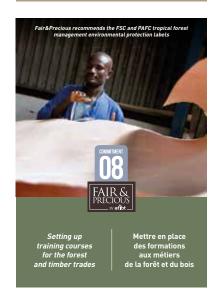
















## LES 10 ENGAGEMENTS FAIR & PRECIOUS



GÉRER ET PROTÉGER LES FORÊTS
POUR LUTTER CONTRE LE
RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

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

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

ASSURER LE MAINTIEN
DE L'ESPACE VITAL DE LA FAUNE

METTRE EN PLACE DES PROGRAMMES DE LUTTE CONTRE LE BRACONNAGE

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

5TIMULER L'ÉCONOMIE DES PAYS PRODUCTEURS EN VALORISANT LA FORÊT ET EN PRIVILÉGIANT LA TRANSFORMATION LOCALE DU BOIS

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

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

PROMOUVOIR L'ACHAT RESPONSABLE D'UN MATÉRIAU EXCEPTIONNEL



Un travail de correspondance a été effectué pour valider la pertinence des engagements de Fair&Precious au travers du champ des OOD concernés par l'action des Opérateurs Certifiés.

Gérer et protéger les forêts pour lutter

1	contre le réchauffement climatique.
2	Préserver la ressource forestière en récoltant moins que l'accroissement naturel.
3	Développer les connaissances sur la biodiversité pour faciliter le repeuplement des espèces.
4	Assurer le maintien de l'espace vital de la faune.
5	Mettre en place des programmes de lutte contre le braconnage.
6	Contribuer au bien-être des populations, en leur facilitant l'accès à l'éducation, aux soins et au logement.
7	Stimuler l'économie des pays producteurs en valorisant la forêt et en privilégiant la transformation locale du bois.
8	Mettre en place des formations aux métiers de la forêt et du bois.
9	Apporter la connaissance technique sur la diversité des essences tropicales et sur leurs usages.
10	Promouvoir l'achat responsable d'un matériau exceptionnel.





Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde.  Eliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.  Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.  Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.  Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.  Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.  Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.  Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  Réduire les inégalités des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser.			
2   la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.     3   Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.     Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.     5   Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.     6   Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.     7   Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.     Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.     8   Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.     10   Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.     Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.     12   Établir des modes de consommation et de production durables.     13   Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.     Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.     Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.     Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.     17   Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	1	1	·
Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.   Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.   Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.   7   Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.   Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.   Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.   10   Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre. Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.   12   Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.   12   Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.     Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.     Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.     Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.     Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	2	
4 qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.  5 Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.  6 Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.  7 Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.  Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  10 Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  12 Établir des modes de consommation et de production durables.  13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat		3	
femmes et les filles.  Garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable.  Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.  Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	4	qualité, et des possibilités d'apprentissage tout au long de
au et d'assainissement gérés de façon durable.  Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.  Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	5	-
fiables, durables et modernes, à un coût abordable.  Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  10 Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  2 Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	6	
8 partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.  9 Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.  10 Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.  Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  12 Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	4	7	Garantir l'accès de tous à des services énergétiques
10   Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.     11   Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.     12   Établir des modes de consommation et de production durables.     13   Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.     14   Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.     15   Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.     Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.     17   Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	8	Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail
Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	9	industrialisation durable qui profite à tous et encourager
Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.  Établir des modes de consommation et de production durables.  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	7	10	Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.
12   Établir des modes de consommation et de production durables.   13   Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.     14   Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.     14   Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.     Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.     16   Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat		11	·
changements climatiques et leurs répercussions.  Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	K	12	Établir des modes de consommation et de production
Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.  Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	1	13	
veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat		14	Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement
aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat	NAN	15	veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre
Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat		16	aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des
	4	17	

# LES SUPPORTS NUMÉRIQUES ET AUDIOVISUELS

#### 1. SITE FAIR&PRECIOUS

#### Les principales évolutions du site Fair&Precious durant l'année 2018

www.fair-and-precious.org

#### 1.1. CRÉATION DE LA RUBRIQUE OPÉRATEURS CERTIFIÉS

#### PRÉSENTATION DES OPÉRATEURS CERTIFIÉS



#### Pallisco - Cameroun

La société PALLISCO est installée au Cameroun dans les régions du Littoral (siège social Bonanjo – Douala) et de l'Est (Mindourou Département du haut-Nyong). Ses principales activités sont la gestion forestière et la vente de grumes. Elle gère 7 concessions (UFA = Unité Forestière d'Aménagement) d'une superficie de 388 949 ha. La société CIFM (Centre Industriel et Forestier de Mindourou) est installée au Cameroun dans les régions du Littoral (siège social Bonanjo – Douala) et de l'Est (Mindourou Département du haut-Nyong). Ses principales activités sont la transformation (première et seconde) et la vente des produits bois sur les marchés locaux et internationaux. Elle transforme exclusivement les grumes issues des concessions gérées par PALLISCO et commercialise plus de 25 essences dans un peu plus de 30 pays.

PALLISCO et CIFM sont certifiées OLB (Origine et Légalité des Bois) et FSC (Forest Stewardship Council) par Bureau Veritas Cameroun depuis respectivement 2005 et 2008.

www.pallisco-cifm.com

#### WIJMA - Cameroun



La société WIJMA est installée au Cameroun depuis 1968 dans les régions du Littoral. WIJMA est engagée dans la gestion durable des forêts tropicales et en 2006 la première société avec une concession (UFA) certifiée FSC dans le Bassin du Congo.

WIJMA gère une concession (UFA) au Cameroun, certifiée FSC, dans le département de la Manyu, province du Sud-Ouest au Cameroun. WIJMA a une expérience riche dans la transformation des bois tropicaux, notamment Azobé, pour des constructions hydrauliques, applications ferroviaires, des ponts, passerelles et autre.

www.wijmacameroun.com



#### Rougier Gabon – Gabon

Rougier est installé depuis 1952 au Gabon et à travers ses filiales gabonaises, gère près de 880 000 ha de forêt pour une production de l'ordre de 300 000 m³ de grumes par an. Rougier Gabon emploie environ 1 500 personnes. En phase avec sa politique volontaire de gestion forestière responsable, le groupe met en place des plans d'aménagement sur la totalité de ses concessions. Ils répondent à trois niveaux d'engagement : la préservation de l'écosystème et de la biodiversité, le développement social des travailleurs et

de leurs familles et le respect des populations locales et des coutumes traditionnelles de la forêt. Cette démarche est un véritable outil de gestion qui permet que les prélèvements effectués n'affectent pas la capacité de régénération de la forêt

www.rougier.fr



#### Precious Woods - Gabon

Le cœur de métier de l'entreprise est la production et la commercialisation de bois tropicaux semi-finis certifiés FSC. L'utilisation de la biomasse provenant des procédés de la transformation du bois permet également à Precious Woods au Brésil de vendre des Certificats de Réduction des Émissions (CER). Au centre de toutes les activités commerciales, il y a la préoccupation de satisfaire les besoins de nos clients, ce qui représente la force motrice qui est derrière le succès économique de Precious Woods. Cela est la base des activités socialement et écologiguement durables et donc de la protection des forêts tropicales à long terme. Le groupe Precious Woods, dont le siège social est situé en Suisse, emploie environ 1 270 personnes au Brésil, au Gabon et en Suisse (2016).

www.preciouswoods.com



#### CIB OLAM - Congo

La CIB est une société spécialisée dans l'exploitation forestière, la transformation industrielle et la commercialisation du bois. Elle est basée au Nord Congo depuis 1969, plus précisément dans la Communauté Urbaine de Pokola, Département de la Sangha. Elle compte plus 1 000 travailleurs permanents à ce jour. Elle est attributaire de 4 unités forestières d'aménagement, qui sont Pokola, kabo, Loundoungou-Toukoulaka et Mimbeli Ibenga. Les trois premières UFA sont certifiées FSC à 100%. Elle possède également 4 unités industrielles de production (scieries), 41 séchoirs, une unité de moulurage, un atelier de menuiserie et un atelier de fabrication de maisons ossature bois.

www.olamgroup.com

#### INTERHOLCO – République du Congo (Brazzaville)



Depuis 1962, INTERHOLCO est au service d'une clientèle internationale exigeant une qualité irréprochable pour ses besoins en grumes, sciages et autres produits transformés en provenance d'Afrique. Elle opère dans 3 usines de transformation (scieries), des séchoirs, un atelier de fabrication de lamellé-collé (finger-joint) et un atelier de rabotage. INTERHOLCO gère une concession forestière de 1,16 Mio. ha certifiés FSC, située en République du Congo et y emploie environ 1000 personnes. INTE-RHOLCO, dont le siège est en Suisse, est l'un des principaux producteurs de bois tropicaux africains dans le monde.

www.interholco.com

#### 1.2. CONDITIONS À REMPLIR POUR DEVENIR OPÉRATEUR CERTIFIÉ

#### Pour bénéficier de la marque Fair&Precious un gestionnaire forestier doit être :

- Adhérent à l'ATIBT.
- Titulaire d'une procédure de contrôle agréée par le Conseil d'Administration de l'ATIBT, telle qu'une certification forestière gestion durable FSC ou PEFC. Ces labels sont contrôlés par des organismes certificateurs indépendants.

#### 1.3. CRÉATION DE LA RUBRIQUE DEVENIR PARTENAIRE

#### Le devenir des forêts tropicales vous questionne?

- Vous voulez que la ressource forestière soit préservée.
- Vous souhaitez contribuer à aider les populations locales et à protéger la faune et la flore.
- Vous voulez nous aider à promouvoir un matériau aux qualités exceptionnelles.

# ALORS DEVENEZ PARTENAIRE FAIR&PRECIOUS

- Parce que les gestionnaires forestiers Fair&Precious sont certifiées\*en gestion forestière légale et durable,
- Parce que Fair&Precious est le seul programme qui propose une alternative durable pour préserver la ressource forestière dans le Bassin du Congo,
- Parce que les gestionnaires forestiers Fair&Precious s'engagent à œuvrer en faveur du développement économique et social local.
- Parce que les gestionnaires forestiers Fair&Precious mettent en place des programmes de lutte contre le braconnage et de repeuplement des espèces.
- Parce qu'enfin, il est important de redonner confiance aux utilisateurs de bois tropicaux et de favoriser l'acquisition de produits issus de forêts tropicales gérées durablement.

\*certifications délivrées par FSC, PEFC et contrôlées par des organismes de contrôle indépendants

#### 1.4. DEMANDE DE PARTENARIAT



Formulaire en ligne

#### 1.5. LES NEWSLETTERS

Sous l'impulsion de l'ATIBT, le rythme et le format des newsletters a évolué. Depuis le dernier trimestre 2018, les newsletters (en anglais et en français) sont hebdomadaires avec un format plus concis.

Elles renvoient sur le site internet de l'ATIBT pour apporter davantage de contenu.



#### Flash ATIBT du 23/11/2018

Français/English



## Les avancées de l'ATIBT Congo : Le secteur privé se mobilise

Depuis l'ouverture de l'ATIBT Congo début août 2018 et depuis le lancement officiel des activités à Brazzaville le 19 septembre dernier, l'équipe ne cesse de se mobiliser pour mettre en œuvre les activités des projets et pour appuyer et mobiliser le plaidoyer du secteur privé dans les projets de lois, de textes et de règlements. <u>Lire la suite...</u>

## The progress of ATIBT Congo: The private sector mobilises

Since ATIBT Congo opened in early August 2018 and since the launching of its activites in Brazzaville on 19 September, our team is constantly mobilizing to implement the projects activities and to support the advocacy of the private sector with a view of drafting laws, texts and regulations. Read more...



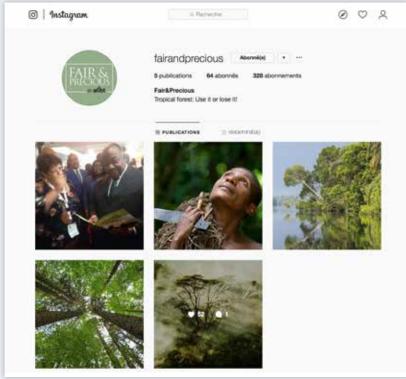
## L'ATIBT a rencontré en Chine l'association CTWPDA et l'organisation Global Green Supply Chain (GGSC)

A l'heure actuelle, on considère que plus de 50% de la valeur de la production forestière africaine commercialisée est destinée à la Chine. L'impact actuel et futur sur les forêts du Bassin du Congo est potentiellement élevé. La stratégie d'avenir des sociétés chinoises reste incertaine, du fait de leur très faible intérêt pour la certification, et d'une forte hétérogénéité quant à la politique d'achats des sociétés. Aussi, le directeur général de l'ATIBT, Benoit Jobbé-Duval, a fait du 7 au 16 novembre 2018, une mission en Chine avec

#### 1.6. LES RÉSEAUX SOCIAUX

Avec le renfort de deux stagiaires, les comptes Facebook et Instagram de Fair&Precious ont été ouverts. Leur montée en puissance est prévue pour 2019 après la validation du positionnement stratégique et la montée en puissance des ressources pour leur animation.



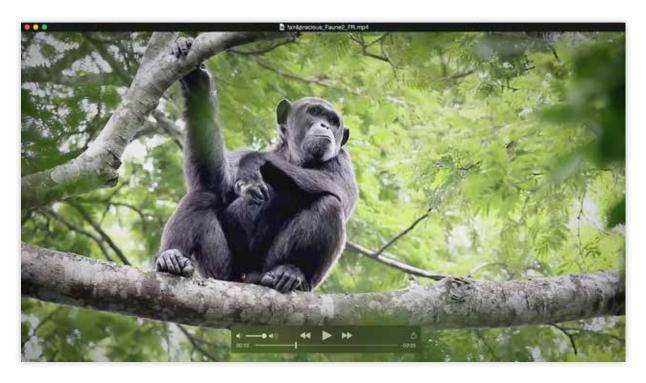


#### 1.7. LES CLIPS FAIR&PRECIOUS

Ces clips d'une durée d'environ 30 secondes viennent illustrer les bonnes pratiques de la gestion forestière durable pratiquée par les opérateurs certifiés.

Ils seront présentés sur l'ensemble des supports digitaux (sites internet, réseaux sociaux), mis à disposition de l'ensemble des parties prenantes de F&P et diffusés lors des manifestations.

#### Un prototype a été produit en 2018



Huit clips seront réalisés en 2019 avec la trame suivante

## « Fair&Precious recommande les labels de certification forestière FSC et PEFC-PAFC »

Textes des voix off au 27/02/2019 A traduire en versions, anglaise, espagnol, allemande, hollandaise et italienne.

#### Clip n°1

Les gestionnaires forestiers Fair&Precious participent à la protection de la faune, en lui assurant le maintien de son espace vital et en la préservant par des actions de lutte contre la criminalité faunistique.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois.

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°2

La production de bois certifiés FSC et PEFC-PAFC prélève en moyenne un à deux arbres par hectare tous les 30 ans. Cette sélection rigoureuse, assure que les gestionnaires Fair&Precious récoltent moins que l'accroissement naturel global.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois.

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°3

Les gestionnaires forestiers Fair&Precious contribuent au bien-être des familles vivant dans les concessions forestières, en leur offrant l'accès à un grand nombre de services, comme l'éducation, les soins médicaux et le logement.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°4

Soutenir les gestionnaires forestiers Fair&Precious, c'est soutenir une gestion responsable de la forêt et participer au développement socio-économique des pays du Bassin du Congo.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°5

La gestion forestière durable et responsable permet de réduire la pollution de l'air produite par l'énergie fossile et a par conséquent un effet positif sur le climat.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°6

Naturellement résistant aux agressions extérieures, esthétiques et écologiques, les bois issus de concessions forestières FSC ou PEFC-PAFC s'imposent comme une solution idéale pour la réalisation de terrasses, plages de piscines et autres aménagements extérieurs.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°7

Les bois tropicaux offrent une large palette de couleurs intenses inconnues parmi les essences européennes. Celles-ci leur confèrent une réelle singularité et des qualités esthétiques très recherchées, qui font leur réputation dans des secteurs comme l'ameublement, la menuiserie, l'ébénisterie et la décoration.

Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

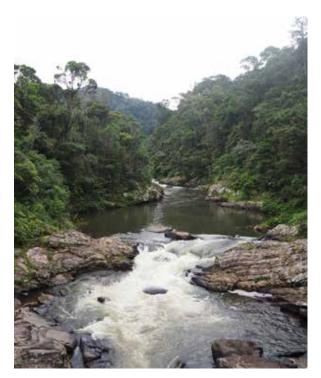
Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.

#### Clip n°8

Les atouts techniques des bois tropicaux sont nombreux : propriétés mécaniques, durabilité, usinabilité, stabilité... ces qualités en font un matériau de construction exceptionnel qui répond naturellement, sans modification ni traitement, à toutes sortes d'utilisations.

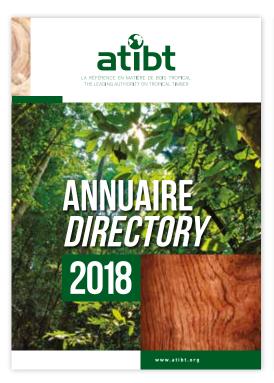
Les bois africains certifiés, bien plus que du bois

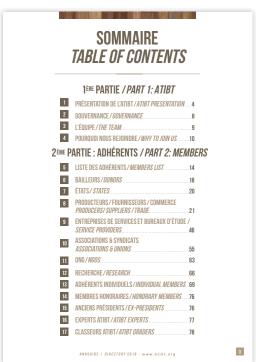
Fair&Precious bénéficie du soutien des coopérations allemande et française.



# **LES DOCUMENTATIONS**

#### 1. L'ANNUAIRE





### 2. LE RAPPORT D'ACTIVITÉ ATIBT





### 3. LE RAPPORT D'ACTIVITÉ FAIR&PRECIOUS







# **FLES RENDEZ-VOUS**

### 1. RACEWOOD







### 1.1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU RACEWOOD - CONTEXTE ET OBJET DE LA CONFÉRENCE

L'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) dans le cadre de sa stratégie globale de communication, visibilité et plaidoyer pour le commerce responsable des bois et produits dérivés des forêts tropicales organise habituellement dans un pays producteur de bois tropicaux la conférence du RACEWOOD, et ce généralement en alternance avec le Forum international de l'ATIBT dont le dernier s'est tenu à Dubaï en mars 2017. Ladite conférence qui se veut technique permet de rassembler diverses parties prenantes à la fois du secteur privé, des administrations, des partenaires au déve-

loppement, de la société civile, des institutions techniques et experts... afin de discuter des problématiques conjoncturelles affectant la production soutenue et durable des bois tropicaux ainsi que le commerce responsable desdits bois et produits dérivés.

C'est dans ce sillage qu'en association avec le Gabon WoodShow – salon industriel cardinal de production et transformation de bois d'Afrique Centrale et de l'Ouest, tenu du 20 au 22 juin 2018 au jardin botanique de Libreville – et en collaboration avec l'Union des Forestiers Industriels du Gabon et Aménagistes (UFIGA), l'ATIBT a

organisé la cinquième Edition des conférences techniques du RACEWOOD 2018 du 21 au 22 juin 2018. Pendant cet évènement, au-delà des discussions et échanges sur la durabilité forestière et la promotion du commerce légal et responsable des bois tropicaux, l'ATIBT a su également faire connaître davantage ses missions qui

pour l'essentiel consistent à promouvoir les métiers de la filière des bois tropicaux, faciliter et catalyser continuellement les améliorations dans la gestion des forêts tropicales, et en assurer le marketing et communication, ainsi que fournir opportunément les expertises dont la filière requiert pour mieux se développer.

### 2. LES JOURNÉES STTC

Le mercredi 24 et le jeudi 25 novembre 2018 s'est tenue à Nogent sur Marne la 5ème conférence STTC (Coalition Européenne pour le Bois Tropical Certifié), avec l'appui de IDH. La conférence a rassem-

blé environ 90 partenaires et participants du STTC, des représentants du secteur public, des fédérations du commerce du bois, des négociants en bois, des ONG et d'autres parties prenantes.







Cette Conférence 2018, organisée avec l'appui de l'ATIBT et de LCB a été centrée sur le thème de l'intelligence du marché et de la meilleure connaissance des données, en lien avec la nécessaire augmentation des parts de marché des bois tropicaux

issus de forêts gérées durablement. L'ambition de STTC est de voir la part des matériaux provenant de sources durables dans les ventes européennes de bois tropicaux passer de 30% à 50% d'ici 2020.

L'expérience des entreprises, des fédérations professionnelles, des gouvernements et des ONG à la fois pour la collecte des données et leur utilisation pour développer le marché des bois tropicaux issus de forêts gérées durablement a été spécialement recherchée.

Différentes présentations ont été faites,

en lien avec le thème principal. En particulier, il a été question de l'étude de STTC sur l'état du marché européen des bois tropicaux certifiés. Par ailleurs, a eu lieu le lancement d'une étude sur les données statistiques existantes au niveau européen, commanditée par STTC, et qui sera menée par un consortium GTF / PROBOS.

### 3. L'ANNIVERSAIRE FAIR&PRECIOUS

La conférence STTC a été l'occasion de célébrer le premier anniversaire du programme de communication Fair and Precious, développé par l'ATIBT, au même endroit le 24 octobre. Les deux événements ont été également d'excellentes occasions de réseauter avec les acheteurs, les fournisseurs et les prescripteurs.

À cette occasion, un parcours de différents ouvrages parisiens en bois tropical

(Hippodrome de Longchamp, Cité de la Mode, Bibliothèque François Mitterrand). Ce programme de communication vise à donner plus de visibilité aux programmes de certification FSC et PEFC-PAFC.

Les deux événements ont été aussi d'excellentes occasions de se rencontrer entre acheteurs, fournisseurs et prescripteurs.







#### FAIR&PRECIOUS

La marque collective des bois africains légaux et éco certifiés fête son premier anniversaire

PARIS, 13 novembre 2018 — A l'occasion du premier anniversaire de la marque internationale Fair&Precious créée à l'initiative de l'ATIBT (Association Technique Internationale des Bois Tropicaux) dont la mission est d'assurer la promotion du développement d'une filière durable, éthique et légale des bois tropicaux, le moment est venu de faire le point sur les missions de la marque et d'ouvrir surd en ouvelles perspectives.

Fair&Precious : une marque repère des gestions forestières durables

Créée en novembre 2017 la marque collective Fair&Precious a pour objectif d'attirer les consommateurs européens vers l'achat d'un matériau écologique et responsable. En effet, en permettant au consommateur final didentifier clairement les bois africains et en lui garantissant qu'ils ne proviennent pas de concessions illégales mais bien de concessions forestières gérées de manière durable et Fair&Precious devient



Un engagement total de ses membres pour ne démarche RSE globale



Qu'ils soient promoteurs ou prescripteurs de la marque, les adhérents de F&P croient en l'émergence d'une économie plus humaine, protectrice de l'homme et de la nature, une économie relocalisée. Au-delà de la dimension déploie toute son engagement, F&P déploie toute son énergie à défendre des causes sociales et sociétales telles que le respect des populations locales, leur éducation et leur santé.

Des partenaires nombreux et très engagés dans la promotion de la marque au quotidien

États, collectivités, financeurs, organismes de certification, ONG, associations, syndicats, centres de recherche, universités... Tous sont déterminés à intégrer la communauté Fair&Precious et à partager ses valeurs pour promouvoir la marque et les bonnes pratiques des gestionnaires forestiers Fair&Precious.

www.fair&precious.org

Cette manifestation a donné lieu à un communiqué de presse.

# G LETHINK TANK

### 1 PRÉSENTATION



# **COMMENT STABILISER LE « MODÈLE CONCESSION » ?**

### INVITATION DE BENOIT JOBBÉ-DUVAL

Notre secteur d'activité vit une série de difficultés liées à des facteurs aussi bien internes qu'externes, relevant ainsi encore d'un cran le niveau des défis qui nous sont présentés. Notre stratégie reste, les grands objectifs sont toujours alignés avec ceux qui nous ont guidés jusqu'ici, mais il nous faut rester vigilants.

Avant tout, il convient de rappeler que l'ATIBT est représentative d'un secteur privé qui contribue à donner de la valeur économique aux forêts tropicales, et permet que se développe une économie forestière respectueuse de leur maintien, évitant ainsi la conversion de ces forêts en terres agricoles ; de nouveaux modèles économiques d'exploitation forestière doivent être proposés pour éviter la déforestation liée à l'agriculture sur brulis ou à l'agro-industrie, tout en permettant le développement économique et social de l'intérieur des pays.

En prévision des prochaines rencontres de Nantes (Carrefour International du Bois) et de Libreville (Racewood) et avec le soutien du PPECF (qui nous aidera sur le plan logistique pour les frais d'approche et de séjour de cette rencontre), nous vous invitons avec Romain Lorent, qui a initié cette démarche, à un think tank à Nogent sur Marne, avec l'idée produire ou consolider une stratégie globale qui serait ensuite communiquée dans un mémoire à destination des plus hautes autorités des pays du bassin du Congo, les alertant sur un scénario prévisible si rien n'est fait.

Dans cet esprit, ce document présenterait, chiffres à l'appui, la nécessité d'une réflexion sur le modèle de concession, sur la nécessité de prendre en compte plus sérieusement l'avenir d'une filière stratégique pour le maintien des couverts forestiers, sur le rôle du secteur privé, et en y intégrant aussi différentes perspectives qui seront abordées dans le cadre du PPECF2 : appui à la certification forestière et à son image, essences à promouvoir, nouvelles règles de commercialisation, nouvelles règles fiscales incitatives, recommandations sur la logistique, la dématérialisation documentaire. et responsabilités des concessionnaire forestiers dans une Afrique qui va doubler de population, seraient les thèmes à aborder lors de notre rencontre.

Nous pourrions produire ainsi un document de prospective à court et moyen terme, présentant une stratégie de mise en valeur équilibrée, des forêts du bassin du Congo pour les prochaines vingt années, pour assurer le maintien des objectifs unanimement considérés comme essentiels.

Concernant les principales questions auxquelles nous tenterons de répondre, il v a celles-ci :

• Quelles sont aujourd'hui les forces et les faiblesses de nos modèles de conces-

sions certifiées (SFM ou légalité)?

- Quels sont les arguments sur lesquels nous faire entendre pour affirmer notre raison d'être?
- Comment notre modèle de concession certifiée doit évoluer sur le plan organisationnel?
- Comment notre modèle de concession certifiée doit évoluer pour diversifier ses activités ?
- Quelles sont les recommandations pour étendre la certification ?

### 2. DÉROULEMENT DE LA SESSION DE MAI 2018

L'ATIBT a rassemblé le 16 Mai à Nogent un groupe d'experts sur la question

### « Quel futur pour les concessions certifiées dans le Bassin du Congo ? ».

Les discussions ont été alimentées par une réflexion individuelle portant sur les forces et faiblesses du modèle des concessions forestières certifiées dans le Bassin du Congo, et sur des propositions d'action. L'objectif était de conduire une réflexion sur le modèle de concession, sur la nécessité de prendre en compte l'avenir d'une filière stratégique pour le maintien des couverts forestiers, sur le rôle du secteur privé, sur les rôles et responsabilités des concessionnaires forestiers dans une Afrique qui va doubler de population.

Le tour d'horizon réalise par les experts met en lumière des moteurs de changements qui pèsent sur l'avenir des concessions forestières. Ces moteurs sont de nature diverse. Ils sont liés à l'écologie propre des forets d'Afrique centrale et à leur prise en compte dans les plans de gestion. Une mauvaise image du secteur auprès des consommateurs et l'émergence d'acteurs asiatique dont les attentes et les besoins sont mal connus contribuent à l'érosion de la rentabilité et a un doute sur la viabilité à long terme du modèle

économique. Le manque d'action collective et une difficulté à innover diminuent les capacités d'adaptation des concessionnaires. Enfin, la vision de la gestion durable des territoires forestiers doit prendre en compte les objectifs d'émergence fixes par les gouvernements locaux.

Sur la base de ce tour d'horizon, un plan stratégique a été défini, en invitant les participants à identifier les différents leviers sur lesquels ils souhaitaient s'investir. Ces choix personnels et subjectifs reposent sur l'évaluation par l'expert de l'importance du levier sur la dynamique d'ensemble et de sa propre capacité à en infléchir le cours. Emerge ainsi une stratégie collective participative, qui a choisi d'appuyer sur:

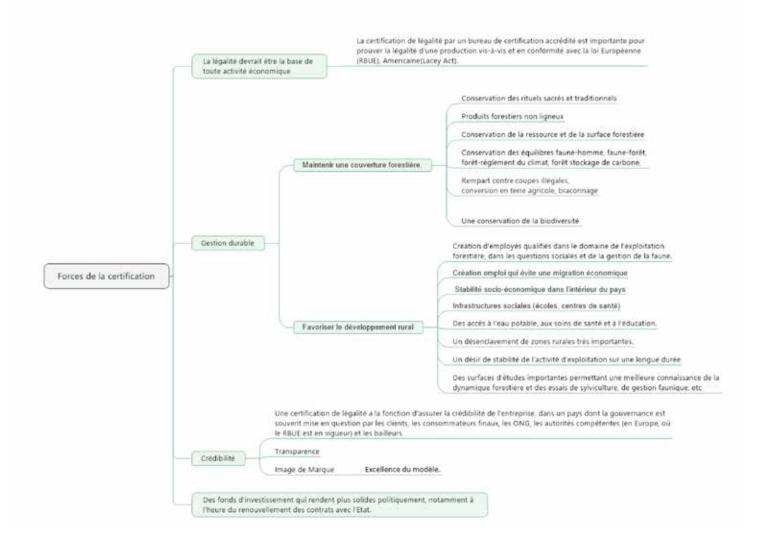
- L'économie et l'absence de marches rémunérateurs pour les produits certifiés.
- La gouvernance et le manque de vision partagée avec les gouvernements locaux.
- La fiscalité et l'absence de mécanismes incitatifs.
- Les acteurs asiatiques et le manque de communication.
- L'identité et le besoin de redéfinition du rôle d'un concessionnaire et d'une concession.
- Les problèmes d'image de la filière des bois tropicaux africains.

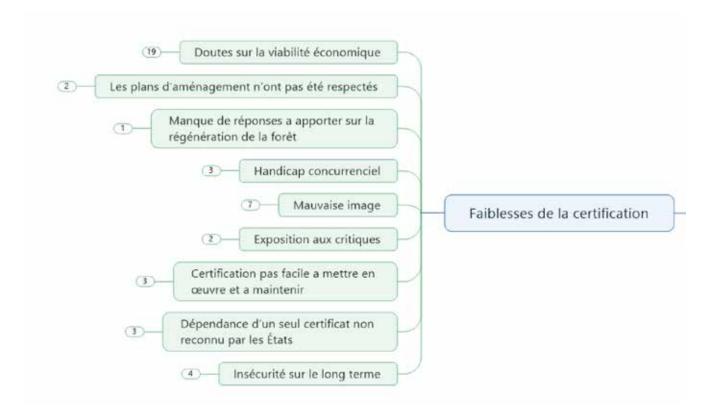
### Parmi les points innovants que le collectif souhaite explorer,

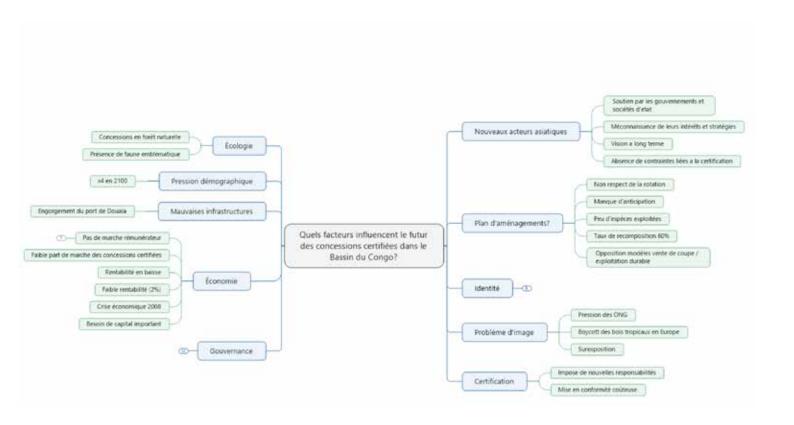
- L'exploration de nouveaux modes de financement des services rendus par les concessions certifiées via crowdfunding et bailleurs de fonds de la conservation.
- La construction d'une vision commune avec les décideurs des pays de la région au travers d'outils de facilitation.
- La mise en place d'une fiscalité incita-
- tive via la baisse des redevances forestières pour les concessions certifiées avec compensation financière aux États via des transferts internationaux
- Le rapprochement avec les acteurs asiatiques, dans l'optique d'une définition d'un standard global de gestion.
- Le déploiement d'une campagne de communication pour améliorer l'image du produit et de la filière.

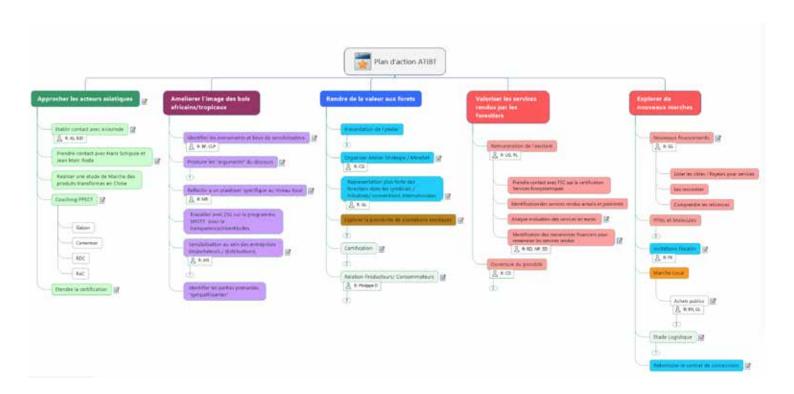












### 3. PRÉPARATION DE LA SESSION DE JANVIER 2019

Cette deuxième session du Think Tank se déroulera les 8, 9 et 10 janvier 2019 à Nogent-sur-Marne

Le programme

### 3.1. IMPROVEMENT OF THE CERTIFIED TROPICAL WOOD IMAGE → LEADERS OF THE ACTION Bertrand Faucon & Laurent Lagadec

Topic	Speaker	January 8, 10h to 13h	Place
Means to develop Fair & Precious membership and partners.	Bertrand Faucon	10 mn	
Sensitizing Companies and customers. How could we have a better impact?	Alessandra Negri, Laurent Lagadec	10 mn	
Raise awareness among public procurement.	Nienke Stam	10 mn	Amphitheatre Building 1 Jardin d'Agronomie
Improve public purchasing policies for certified wood	Philippe Deletain, Gervais Itsoua Madzous; Marianne Bernard	10 mn	Tropicale 45, bis, Avenue de la Belle Gabrielle 94130
What's the contribution of LCB Tropical Timber Commission 2018?	Arnaud Hétroit, Dominik Mohr	10 mn	Nogent sur Marne
ATIBT / STTC cooperation project for 2019	Nienke Stam Benoit Jobbé-Duval	10 mn	
Coffee break			
Discussion	Moderator Claude Garcia	90 mn	



### 3.2. EXPLORING NEW TROPICAL WOOD MARKETS → LEADERS OF THE ACTION Patrizia Gregori / Stéphane Glannaz

Topic	Speaker	January 8, 10h to 13h	Place
New SATA ranking project	Patrick Martin	10 mn	
For a better transformation ratio, using certified wood	Jérôme Laporte	10 mn	
A new approach for tropical timber valorization at SNCF.	Patrizia Gregori	10 mn	Amphitheatre Building 1
Situation of LKTS projects; Under certified charcoal chain.	Ben Romein, Patrick Martin Stephane Glannaz	10 mn	Jardin d'Agronomie Tropicale 45, bis, Avenue de
Green chemistry project in preparation	Jean-Louis Doucet	10 mn	la Belle Gabrielle 94130 Nogent sur Marne
Une ligne de produits cosmétiques à base de Padouk et Okoumé ?	Julie Bertille Landry	10 mn	-
Integrate customers into our approach, deploy more vigorously MTT website.	ATIBT with a contribution of others associations	10 mn	
Coffee break			
Discussion	Moderator Claude Garcia	90 mn	

### 3.3. GIVE BACK VALUE TO FORESTS → LEADER OF THE ACTION Tom Van Loon

Topic	Speaker	January 8, 10h to 13h	Place
Attract new players sensitive to SDG's	Stephane Glannaz	10 mn	
Certification of legality companies SOMIVAB, TTIB, SBL	Nicolas Perthuisot	10 mn	Amphitheatre Building 1 Jardin d'Agronomie
Support for the preservation of biodiversity	Romain LORENT	10 mn	Tropicale 45, bis, Avenue de
Support for SPOTT notation	Chris Eves, Caro- line Duhesme	10 mn	la Belle Gabrielle 94130 Nogent sur Marne
Community Forest Pilot Project (under study)	Romain LORENT	10 mn	
Coffee break			
Discussion	Moderator Claude Garcia	60 mn	

A SMALL EVENT WILL BE PROPOSED TO THE PARTICIPANTS FROM 11H TO 13H

### 3.4. VALUING THE SERVICES PROVIDED BY FORESTERS AND ACTIONS TO SUPPORT CERTIFICATION → PPECF TEAM LEADER

Topic	Speaker	January 8, 10h to 13h	Place	
Test the FSC Ecosys- tem Services and RIL	Nicolas Perthuisot	10 mn		
Rebuilding Private Public Partnerships in Congo (PROGEPP)	Ulli Grauert	10 mn		
Monitoring of forest cover by drone imagery (IDROP)	Charles Bracke	10 mn	Amphitheatre Building 1 Jardin d'Agronomie	
Support to companies including coaching towards certification	PPECF	10 mn	Tropicale 45, bis, Avenue de	
Compensated tax for certified companies	Alain Karsenty	10 mn	la Belle Gabrielle 94130 Nogent sur Marne	
Reduce the cost of evaluations	Liesbeth Gort	10 mn		
Have more support from FSC country offices in countries (or create them)	Liesbeth Gort	10 mn		
	Coffee break			
Regional approach for PEFC/ PAFC certification	Sophie Dirou	10 mn		
Seeking partnerships for the creation of a Web TV broadcasting images of animals frequenting the baïs	Arnaud Hétroit	10 mn	Amphitheatre Building 1	
The legal institutionalization of certification in Gabon	Emmanuel Leroueil, Herman Maissa	10 mn	Jardin d'Agronomie Tropicale 45, bis, Avenue de	
Support to SMART platform (9 NGO)	R. Lorent	10 mn	la Belle Gabrielle 94130	
PPP for health services	GFBC speaker	10 mn	Nogent sur Marne	
Supporting PAFC Congo Basin	Rémi Sournia	10 mn		
Coffee break				
Discussion	Moderator Claude Garcia	90 mn		

### 3.5. WORKING WITH ASIAN OPERATORS → LEADER OF THE ACTION Robert Hunink

Topic	Speaker	January 8, 10h to 13h	Place	
Intersyndicale in Gabon - FLEGT-IP and PPECF project	Françoise Van de Ven	10 mn		
DFID project	T. Pichet	10 mn		
Green Supply Chain and Leading Enterprises Dialogue	Dr Luo	25 mn		
Presentation of CTWPDA Association	Ms Shen Wei	25 mn	Amphitheatre Building 1	
Next ATIBT forum in China. Research of key partners	Benoit Jobbé-Duval	10 mn	Jardin d'Agronomie Tropicale 45, bis, Avenue de	
Oréade Brèche experience in China	Stéphane Rivain	10 mn	la Belle Gabrielle 94130 Nogent sur Marne	
FSC experience in China	Mathieu Auger Schwartzenberg	10 mn	Nogent sur Marile	
PEFC experience in China	Rémi Sournia	10 mn		
WWF experience in China	Jean Bakouma	10 mn		
ITTO presentation	Sheam Satkuru	10 mn		
Coffee break				
Discussion	Moderator Claude Garcia	90 mn		

### 3.6. FINAL MEETING: JANUARY 10, 14h to 16h

The plenary session will be dedicated to the presentation, by the leaders of the different blocks of actions, of the main conclusions resulting from their workshop. They will endeavor to show the synergies established between the different actions and to put forward the essential objectives to be pursued.

•	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
Bertrand Faucon	Improvement of the tropical wood image
Patrizia Gregori Stéphane Glannaz	Exploring new tropical wood markets
Tom Van Loon	Give back value to forests
Romain Lorent	Valuing the services provided by foresters and actions to support certification
Robert Hunink	Working together with Asian operators
Anne Le Naélou	The "Cité du Développement Durable" of Paris

# H L'ACTION MÉDIAS

### 1. LA STRATÉGIE MÉDIAS

L'enjeu du programme marketing porté par l'ATIBT avec le soutien de KfW et de l'AFD est de promouvoir et développer la marque Fair&Precious. Cette marque collective porte les valeurs de la gestion Forestière durable et recommande l'achat de bois certifiés FSC et PEFC-PAFC. Son

objectif ultime est la construction d'une image positive des bois africains certifiés auprès des acheteurs publics et privés mais aussi du grand public. La communication de Fair&Precious se veut européenne et déployée en toute cohérence sur les principaux marchés.

### 2. PRÉSENTATION D'OPEN2EUROPE

Créée en 2001, Open2Europe est une agence de communication, spécialisée en relations médias, marketing digital et stratégie d'influence dont le siège social est situé à Paris. Open2Europe est également présente en Amérique du Nord via Open2America et en Asie via Open2China. Au travers de son hub européen basé à

Paris, l'agence Open2Europe accompagne les entreprises privées et publiques dans leur développement sur le territoire national et à l'international via une stratégie de communication 360° incluant brand content, relations médias et influenceurs, communication digitale et SEO.

### 3. L'ACTION DANS 5 PAYS EUROPÉENS

Les pays sélectionnes sont l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne et Pays-Bas. Chacun présente des habitudes de consommation et une organisation de la filière et des médias très différentes. Open 2 Europe a mis à disposition du programme Fair & Precious, pour chaque marché, un correspondant natif du pays.



### FAIR&PRECIOUS

### La marque collective des bois africains légaux et éco certifiés fête son premier anniversaire

**PARIS, 13 novembre 2018 –** A l'occasion du premier anniversaire de la marque internationale **Fair&Precious** créée à l'initiative de l'ATIBT (Association Technique Internationale des Bois Tropicaux) dont la mission est d'assurer la promotion du développement d'une filière durable, éthique et légale des bois tropicaux, le moment est venu de faire le point sur les missions de la marque et d'ouvrir sur de nouvelles perspectives.

### Fair&Precious : une marque repère des gestions forestières durables

Créée en novembre 2017 la marque collective Fair&Precious a pour objectif d'attirer les consommateurs européens vers l'achat d'un matériau écologique et responsable. En effet, en permettant au consommateur final d'identifier clairement les bois africains et en lui garantissant qu'ils ne proviennent pas de concessions illégales mais bien de concessions forestières gérées de manière durable et responsable, Fair&Precious devient un véritable repère.



### Un engagement total de ses membres pour une démarche RSE globale



Qu'ils soient promoteurs ou prescripteurs de la marque, les adhérents de **F&P** croient en l'émergence d'une économie plus humaine, protectrice de l'homme et de la nature, une économie relocalisée. Au-delà de la dimension environnementale de son engagement, **F&P** déploie toute son énergie à défendre des causes sociales et sociétales telles que le respect des populations locales, leur éducation et leur santé.

### Des partenaires nombreux et très engagés dans la promotion de la marque au quotidien

États, collectivités, financeurs, organismes de certification, ONG, associations, syndicats, centres de recherche, universités... Tous sont déterminés à intégrer la communauté **Fair&Precious** et à partager ses valeurs pour promouvoir la marque et les bonnes pratiques des gestionnaires forestiers **Fair&Precious**.

### Une collaboration ouverte à plusieurs labels de certifications prestigieux

Pour qu'un concessionnaire forestier puisse bénéficier de la marque **Fair&Precious**, il doit à la fois être adhérent à l'ATIBT et être titulaire d'une procédure de contrôle agréée par le Conseil d'Administration de l'ATIBT, telle qu'une certification forestière gestion durable FSC ou PEFC. Ces labels sont contrôlés par des organismes certificateurs tels que Bureau Veritas et sont là pour garantir l'application de règles strictes afin d'assurer la traçabilité de la matière depuis la forêt jusqu'au produit fini.

### La marque symbolique d'une prise de conscience collective et d'un changement de comportement

L'initiative ne passe pas inaperçue et les premières collaborations ne se font pas attendre. L'on peut déjà évoquer le groupe SNCF qui souhaite privilégier le choix écologique des bois tropicaux pour l'achat de ses traverses, une matière très appréciée pour sa résistance naturelle qui ne nécessite aucun traitement chimique. Ou encore, la République du Congo et du Gabon dont la volonté est d'imposer progressivement la certification forestière à l'ensemble des concessions.



### La certification forestière, un enjeu essentiel pour la planète

En 2016, seulement 30%\* des produits réalisés en Union Européenne avec du bois tropical ont été certifiés comme étant produits d'une manière durable. Si les Pays-Bas (63 % en 2016), le Royaume-Uni (49 %), l'Allemagne (20 %), la France (12 %), la Belgique (12 %), l'Italie (5 %), et l'Espagne (4 %) s'engageaient sur un objectif de 100 % de bois « Fair&Precious », cela représenterait 85,6 % de la totalité des achats de l'Union Européenne et surtout 5,3 millions d'hectares supplémentaires protégés.

Benoit Jobbé Duval, Directeur de l'ATIBT « Nous sommes très fiers d'avoir réuni autour de notre projet tant de partenaires prestigieux qui mènent tous le même combat, celui de garantir l'avenir des forêts tropicales, de participer à leur gestion durable et surtout de faire connaître aux citoyens leurs missions et l'importance de celles-ci. »

### Les 10 engagements de Fair&Precious au travers de son manifeste

- Gérer et protéger les forêts pour lutter contre le réchauffement climatique
- Préserver la ressource forestière en récoltant moins que l'accroissement naturel.
- Développer les connaissances sur la biodiversité pour faciliter le repeuplement des espèces.
- Assurer le maintien de l'espace vital de la faune.
- Mettre en place des programmes de lutte contre la criminalité environnementale sur la faune et la flore.
- Contribuer au bien-être des populations, en leur facilitant l'accès à l'éducation, aux soins et au logement.
- Stimuler l'économie des pays producteurs en valorisant la forêt et en privilégiant la transformation locale du bois.
- Mettre en place des formations aux métiers de la forêt et du bois.

- Apporter la connaissance technique sur la diversité des essences tropicales et sur leurs usages.
- Promouvoir l'achat responsable d'un matériau exceptionnel.

#### A propos

L'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) a été fondée en 1951, à la demande de la Food and Agriculture Organization (FAO) et de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE). Au service de la filière « bois tropicaux », de la forêt jusqu'au consommateur final, l'association joue un rôle moteur dans la mise en œuvre de projets internationaux dédiés à la gestion durable et responsable des forêts tropicales. Elle se positionne aussi comme l'un des meilleurs référents technique et scientifique de la ressource bois tropical. En 2016, l'ATIBT a connu une augmentation de près de 50% du nombre de ses adhérents, portant son effectif à plus de 140. Aux côtés d'acteurs européens de la filière « bois tropicaux africains », l'ATIBT rassemble des états (république du Congo, république de Côte-d'Ivoire, république centrafricaine), des ONG (à l'image de WWF et la Fondation Prince Albert II) et des grandes entreprises

Site internet: http://www.fair-and-precious.org

\*Source IDH - STTC - Probos

CONTACTS PRESSE : Agence Open2Europe

Nicolas Vaurillon 01 55 02 15 01 n.vaurillon@open2europe.com

Delphine Boutrin 01 55 02 14 74 d.boutrin@open2europe.com



### FAIR&PRECIOUS

### Et si la bonne gestion des forêts tropicales était un atout pour la planète ?

**PARIS, 12 décembre 2018 –** Au travers de sa marque repère *Fair&Precious*, l'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) rappelle quelques vérités sur la gestion forestière et s'engage pour une filière du bois tropical durable.

### Saviez-vous que la gestion forestière durable protège de la déforestation ?

Quand on parle d'exploitation de la forêt tropicale, nombreux sont ceux qui l'associent à la déforestation. Ils se représentent des milliers d'hectares de forêt vierge rasés, des arbres centenaires brûlés, une nature défigurée pour toujours dans le seul but de créer des terrains agricoles ou de pâturage d'obtenir des terrains.

Pourtant, il existe une différence majeure entre la déforestation et la gestion forestière durable. Robert Hunink, Président de l'ATIBT, explique :

« Les consommateurs européens méconnaissent le rôle des gestionnaires forestiers à qui ils attribuent à tort la déforestation tropicale, essentiellement due à l'exploitation « minière » de la fertilité des sols de forêts pour l'agriculture ou le bois de chauffage. A travers la marque Fair&Precious, ils apprendront que les acteurs de notre écosystème ne pillent pas, mais au contraire ne cueillent qu'un ou deux arbres par hectare, sur une même parcelle, tous les trente ans. »



Exemple de gestion forestière durable

A ce jour, seules les sociétés certifiées en gestion forestière légale et durable (certifications délivrées par FSC ou PEFC, et contrôlées par des organismes certificateurs tels que Bureau Veritas, SGS Quailfor ou Rainforest Alliance) peuvent bénéficier de la marque *Fair&Precious*. Outre ces référentiels de certification, ils respectent le code forestier en vigueur dans le pays (après validation des procédures de contrôle et obtention de certifications de légalité). Par ailleurs, leur engagement à être certifiés court sur une durée de cinq années.

Vous ignoriez peut-être que la collecte d'arbres est bien inférieure à l'accroissement naturel des ressources ?



En effet, à l'heure actuelle, la très grande majorité des bois tropicaux provient soit directement de la forêt vierge (sans contrôle des prélèvements), soit de grandes plantations qui remplacent peu à peu les forêts vierges. Dans le premier cas, il s'agit tout simplement de pillage illégal, et dans le second, de monocultures de variétés d'arbres exotiques qui dégradent le sol, menacent la biodiversité et accélèrent le changement climatique.

Le programme Fair&Precious propose quant à lui une alternative durable : **préserver la ressource forestière en récoltant moins que l'accroissement naturel**. Les jeunes arbres, ainsi que les arbres semenciers, sont systématiquement laissés sur pied, puisqu'ils contribuent au renouvellement de la ressource.

## Force est de constater que les gestionnaires forestiers créent un réel développement économique et social local

Contrairement à des nombreux acteurs peu scrupuleux, les adhérents de la marque Fair&Precious s'engagent à œuvrer en faveur du développement économique et social local, en contribuant à générer des revenus pour les populations et en leur offrant un accès à des services comme l'éducation, les soins médicaux et le logement. La transformation locale est ainsi privilégiée, et des formations aux différents métiers de la forêt et du bois sont mises en place par les concessionnaires membres du réseau. En apportant de l'emploi et des ressources aux populations locales, ils luttent contre l'exode et la concentration urbaine.



### Il faut savoir que la mission des gestionnaires forestiers est également de lutter contre le braconnage



Dans sa démarche durable, la marque Fair&Precious a également pour objectif de protéger la faune et la flore, en assurant le maintien de l'espace vital des animaux et en développant des programmes de lutte contre la criminalité faunique et le trafic illicite des produits forestiers. Des programmes de lutte contre le braconnage et de repeuplement des espèces sont mis en place.

www.fair&precious.org

### Le bois tropical est le matériau le plus écologique qui soit

Aujourd'hui, faute de garantie, le consommateur se détourne la plupart du temps des bois tropicaux pour choisir bien souvent des matériaux au bilan environnemental beaucoup moins performant.

Fair&Precious vise à redonner confiance aux utilisateurs de bois tropicaux et à favoriser l'acquisition de produits issus de forêts tropicales gérées durablement. Les performances techniques exceptionnelles des bois tropicaux et leurs propriétés en durabilité sont mises en avant.



En effet, ces matériaux sont dotés d'une excellente résistance aux agressions environnantes et ne nécessitent aucun traitement chimique. Les bois tropicaux sont particulièrement utiles et performants dans la réalisation de terrasses, panneaux, menuiseries intérieures et extérieures, constructions navales... L'objectif de *Fair&Precious* n'est pas pour autant de développer massivement les volumes, compte tenu de son engagement pour la préservation de la ressource, mais bien de permettre à ces bois « précieux » de retrouver leur véritable place sur le marché.

#### A propos

L'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux (ATIBT) a été fondée en 1951, à la demande de la Food and Agriculture Organization (FAO) et de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE). Au service de la filière « bois tropicaux », de la forêt jusqu'au consommateur final, l'association joue un rôle moteur dans la mise en œuvre de projets internationaux dédiés à la gestion durable et responsable des forêts tropicales. Elle se positionne aussi comme l'un des meilleurs référents technique et scientifique de la ressource bois tropical. En 2016, l'ATIBT a connu une augmentation de près de 50% du nombre de ses adhérents, portant son effectif à plus de 140. Aux côtés d'acteurs européens de la filière « bois tropicaux africains », l'ATIBT rassemble des états (république du Congo, république de Côte-d'Ivoire, république centrafricaine), des ONG (à l'image de WWF et la Fondation Prince Albert II) et des grandes entreprises.

Pour plus d'informations : <a href="http://www.fair-and-precious.org">http://www.fair-and-precious.org</a>

CONTACTS PRESSE:
Agence Open2Europe

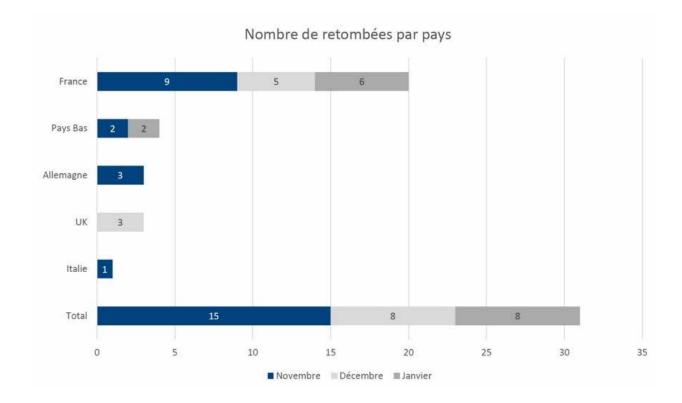
Nicolas Vaurillon 01 55 02 15 01 n.vaurillon@open2europe.com

Delphine Boutrin 01 55 02 14 74 d.boutrin@open2europe.com

### 4. LES RETOMBÉES

Un total de 31 articles a été publié entre novembre 2018 et janvier 2019 : 20 en France, 4 aux Pays-Bas, 3 en Allemagne, 3 au UK et 1 en Italie. La campagne en Espagne n'a débuté qu'au mois de janvier

et ne débutera en Belgique qu'au mois de mars. Nous pourrons mesurer les retombés médiatiques dans ces 2 pays dans les semaines à venir.



L'ATIBT peut d'ores et déjà, se féliciter des résultats obtenus qui correspondent à une audience globale de 650 000 personnes et une valeur d'achat d'espace équivalent\* à 23 800 € HT.

Au vu des résultats obtenus, la Commission marketing de l'ATIBT a décidé d'inscrire cette action dans la durée, en sollicitant notamment les gestionnaires forestiers Fair&Precious et certains de leurs partenaires. L'idée est que chacun puisse apporter des témoignages concrets de leur expérience des bois tropicaux.







### Best Of novembre 2018







FAIRSPRECIOUS: La marque collective des bois africeins légaux et éco certifiés fête son premier anniversaire



### Open2Europe va faire la promotion de Fair & Precious

Le 2011/0018 à 12 SE se frésion Bay







protection ARS, 13 reporter 2018 – A l'occasion de protect mélosopre de la comternationale Feliblimations molé à l'oritaine de 13787 (Association Tachina, beneficient que fine Trajalance dest le majoien est d'associa le protection

anneathe

#### Allemagne

#### Best Of novembre 2018





Zur Fontenung einer nachhaltigen, ethischen und legalen Tropensolistindustrie füllnte der internisionale Vertand für lechnische Fagers zum Tropenholz ATIBT (Association Technique internisional des Blois Tropicazs) im November 2017 die Marie Face Prucisco ein. Das engintrige Bestehne gild von Ansilas, wire trote Billatz zu preinen und neue Ziele zu übründeren.



Fair&Precious: Eine Marke, die nachhaltige Forstbewirtschaftung

Die Gemeinschaftsmanke FainSPiesseus wurde im November 2017 mit dem Ziel gegnlindet, die europäischen Verbraucher zum

cronuturer Rondome zu entreuen cronuturer Rondome zu ammeren Farchinecous emogicit et dem Hotz ider zu Identifizierer und geziffeit mit, dass dieses nicht aus illegalen sondem aus legale und nachnaftiger

Unemprechtankles Engagement der Mitglieder für weltweites sozial und ükologisch verantwortliches Handeln





26.11.2018

#### Ein Jahr faires Tropenholz

Gebartotag für FarckFrecious: zur Förderung einer nachhaltigen, ethischen und legaden Tropenholzindoutrie führte der inseruntionale Verhand für rechnische Fragen zum Tropenholz AHBT im November 2017 die Marke ein. Das einjährige Bestehen gibt aum Anlass, eine erste Bilanz zu ziehen und mene Ziele zu definieren.



West Marries Lincoln

FairkDroccius wurde im November 2017 nat dem Ziel gegründer, die eursplätchen Verbraucher zum Koel fäschigen der und nachhabit geschalzener Bohnodin zu seinnieren. Die Marke ernoligische es dem Endverbraucher, abstanzischen Stalz Mar zu klemiffeleren und gerantere ban, dass dieses nicht aus Brugder, undern aus begört. Italie

### Best Of novembre 2018



L'APPROFONDIMENTO QUOTIDIANO INDIPENDENTE



Una dinamica 'win-win' per un legno sostenibile dall'Africa in Europa

Benoit Jobbe - Duval ci spiega il lavoro di Fair & Precious, marchio collettivo sostenuto dalla francese AFD, e dall' Istituto di credito per la ricastruzione tedesco, per portare in Europa legname sostenibile

CATCOMERGE IS A COMMON TO THE REAL PROPERTY OF A STATE OF THE SECTION ASSESSMENT OF THE PARTY.



La farenza dell'Africa centro-occidentale è la seconda grande foresta tropicale del planeta, coprendo crea 190 miliosa il errari. Oggi il prime Pave importante di legno dell'Africa è la Cina, i con molella bassa centro Matin se Cina financiaco per la grano parte sel mercato CIA. Cina parte del legname provisse del bassa del Cina Cina.

Sociado uno entre cualme del Como esta de Augusta, un il 2001 e 8 2011, la Cina é diventata il più grande mercate di esportazione e mili remor periodo le quesa di importationi di mobili delle Cina origili fassi Unini o reccina del 20 di 20%, lo malto rolliga la demanda statuttima di mobili fidiriccio in Cina con la deforenzazione selvaggia dell'area, in particolare in Repubblica Democratica del Congo che cuchinale il più grande faccios (secretale dell'area. Cameran, Repubblica Centraliticano, Galom, area, questo, che regina il 90% della forenta impicale del continente.

Diretture David, cosa si intende per una 'filiera responsabile' nel settore del legno?

Filtre responsable' againa, insuntitato, beta da deinemissione e gentione nessentide delle marre. Data le manume stide associate alla gestione delle formes tropicale, på impegni di Faish Proincas sono in linea con gli obiertyri di vidappio nessentide delle Natione Unite. Prostagare le finerete per lettere centro il tracaldazione globele; Prostrora le riserre formata, pratoando se taglio indivintra dila repositamente autorale, leviluppaire le consociate solla bustivenità per facilitate alla repositamente delle popole Schoolperdare le quatro vistate dilla finus solution. Actuare programmi di latta cuntro i remi embentali che danvaggiano fisuna e fiora; Contribute si hermatica di latta cuntro i remi embentali che danvaggiano fisuna e fiora; Contribute si hermatica di lattatemente dilla finus accioni i remi embentali che dalla finus faccioni di lattatemente, alla sanisì e all'alloggia: Scienciam finesami del pami produtteti valorizzando le finusciate per le professioni finesami del laggio a livello locale; fintate corei di timputatione del laggio. Pereser consocienze unacide solla diversità delle spocie troppati e sua lorsa utilità; Proma societti fampa responsabile di gueste materiale assessionio.

Pays-Bas

### Best Of novembre 2018



Eén jaar Fair & Precious



tropisch-houbleveniging ATIBT de Association Technique International des Boix Tropicaux. Dit internationale merk moet de sector van tropisch hout duurgamer, ethischer en legaler maken. Wat is er bereikt? In 2017 werd Fair & Pressous in het leven geroegen. Het merk wil de eindoorsument een leidraad. deven om Afrikaans hout te identificeren en te garanderen dat het niet afkomstig is van een l'legale concessie, maar van houtkapconcessies de duszsam en og verantviporde vilize worden beheerd Alle aandesloten leden. uan FLP pelques in de opkomst van een economie die mens en natuur beachemt. Naast het milieu-espect stoot FSP veel energie in sociale en mastochappelijkethema's, zoals respect voor de plaatselijke bevolking, hun opleiding en hun gezondheid. Tot de partners beharen landen, gemeenschappen, geldschieters, keurmerken, NGO's, verengingen, vakbonden, onderzoekscentra, umwesteden en meer. Een concessiehouder de wil profiteren van het ment Fair & Precious moet zowel lid zijn van de ATIBIT als een keurmerk voor verantwoord bospeheer betitten ivan een door de ATIST goedgekeurde organisatie, poals FSO of PEFC). Deze lieurmenan.



### de houtkrant

#### **EERSTE VERJAARDAG FAIR&PRECIOUS**

EERSTE VERJAARDAG FAIRAPPECIOUSPARIJS - FairaPrecious werd éen jaar gelieden in het leven gerbepen door de internationale tropisch-houtvereniging ATBIR (Association Technique Internationale Birla Tropicale). Met dit internationale merk willen ATBIT de sector van trocisch hout duurzamer, ethiocher en legaler maken 0m de Europese consument te overtuigen te kilvzen voor ecologisch en verannwoord hout, werd in 2017 FairiaPrecious in het leven gesteben. Het geeft de eindoonsument een leidraad om Afrikaans hout te identificaren en te garanderen dat het hout affismstig is van houfkapconcessies die duurzaam en de verantwoorde wige worden beheerd.

Naast het milieuaspect stopt F&P veel energie in sociale en maatschappelijke thema's, zoale respect voor de plantselijke bevolking, opleiding en gezondheid De partners Een concespienouder die wil profiteren van het merk Fair&Precious moet zowel lid zijn van het ATIBT als een keurmerk voor verantwoord bosbeheer bezitten, zoals FSG of PEFC Deze keurmerken moeten de toepassing van de strikte regels en de traceerbaarheid van het hout van bos tot eindproduct gesanderen. Ze worden gecontrolleerd door classificatie bureaus zoals Bureau Ventas Concrete samenwerkingen. Het

#### France

### Best Of décembre 2018

#### is tropicaux Fair&Precious fête son premier anniversaire

Le mangar reflecture des teus Africains légaux et étamentéels Landenname vient de More une persons aerienteurs, Cérte en committes 2017, parte mangar collection à pour algorité d'attive les

committees reported and Partial this matrice discussion of

communicues surregions and Tachat Pain marinisa dissippar et responsation. De chies, es premistant qui procurante l'insulation dessamente l'insulation dessamente l'insulation dessamente l'insulation dessamente l'insulation de procurement qui per anniversame silepaires mais lere de commission dessamente prince l'expose et responsable. Residérations de ventidante septem. Pour qui en commissionare l'incretaire silepaire et l'autorité de la manuel facilitation de (2018), dels qui les laississes de l'autorité et la manuel d'administration de (2018), dels qui les moutes proches després par le commet d'administration de (2018), dels qui l'expose exposition de proches de la marquité de la marqui

commer stant poolults d'une mancine durable. Si les faux bas 2019

en 3014), le Royaume Uni (APN), FANemagne (2014), la Plance (1214) 

eutoir de notre projet fant de partinuires prestigirus qui minant bous

le indine contact, crisis de parantir (buentr des fontes inspisales, de









Forêts et plantations, o Défauts des bois, coms et appréhension

### **BOIS**<sup>mag</sup>



### L'ATIBT s'implante au Congo

Afin de développer la gestion durable des forêts dans le bassin du Congo, l'ATIBT (Association technique internationale des bois tropicaux) s'implante à Brazzaville avec l'ouverture d'un nouveau bureau composé de trois personnes. Dans les mois à venir, cette nouvelle équipe travaillera notamment sur trois projets phare : renforcer les capacités des associations professionnelles du secteur privé forestier; appuyer la légalité vérifiée tierce partie dans les processus Flegt-Redd; et impliquer le secteur privé dans la révision des textes réglementaires et des documents techniques de l'APV/Flegt.





UK

#### Best Of décembre 2018





PAIR&PRECIOUS. THE COLLECTIVE LABEL FOR LEGAL AND ECO-CERTIFIED AFRICAN TIMBER CELEBRATES ITS FIRST ANNIVERSARY



To mark the first acrives any of the international Feli Africance lacet, created by the ATET, (International Troplical Timber Technical Attoclation) whose mission is to, soonce the development of a sustainable, entitical and epair topical fittiber sector, the time has come to take stock of the lacet's missions and to open up new perspectives.

Created in November 2017, the Fair & Precious collective total aims to persuade European consumers to purchase products that use ecological and responsibility sourced materials. By allowing the final consumer clearly identify. African trimber and guaranteeing that it does not come from illegal distributors but from logging producers that are managed sustainably and

responsibly, FairitPrecious has become a real landmark.

"Whether promoters or prescribers of the sided, F&F members believe in the emergence of a more humane economy, posteoling both numbers and nature in a relocated economy," explains ATBT spokesperson. "Beyond the emitorynarial dimension of its commitment, F&P purs all its energy into defending social and societal osuses such as respect for rocal populations, their education and their

In order for a forest concession holder to benefit from the FallsPrecious spee, they must both be a member of ATIBT and use a control procedure approved by the ATIBIT Stoord of Directors, such as FSC or PEFC sustainable to est management certification. Trese labors, are controlled by certification bodies such as Bureau Veritas and are there to guarantee the application of strict rules to ensure the traceability of the material from the forest to the this/field product.

"in 2016, only 30% of the products made in the European Union with tropical wood were certified as being produced in a sustainable way of the Notherlands (63% in 2016), the United Ringdom (49%), Germany (20%), France (12%), Begium (12%), Bay (5%) and Spain (45% overviewed to a 100% FairPrecious Barget, this would represent 65.6% of all EU purchases and especially 5.3 million additional producted hectains, "underlines ATIB1.

Benoît Jobbé Dyval, Director of ATIBT commented: "We are very proud to have brought together so many prestigious partners around our project, all of whom are dipriling the same battle, to guarantee the future of tropical foreists, to participate in their sustainable management and above all to make officers aware of their missions and their importance."

UK

### Best Of décembre 2018





#### Dec 14th 2018

### PROPER MANAGEMENT OF TROPICAL FORESTS COULD BE AN ASSET FOR THE

On the first anniversary of its FairEPrecious brand, the international Tropical Timber Tecturical Association (ATBT) underlines nome of the lesser-known facts about forest management white remaining committed to promoting a sustainable tropical timber industry.

#### Sustainable forest management protects against deforestation

When we take about the exploitation of tropical forests, many people associate it with deforestation. They imagine thousands of nectares of virgin forests destroyed, century-old frees burned to the ground and nature disfigured forever – all for the sole purpose of creating agricultural land or grading to obtain land. Yet there is a major difference between deforestation and sustainable forest management.

Robert Huninii, President of ATBT explains: "European consumers misunderstand the role of forest managers in attributing troolcal deforestation, mainly due to the "mining" of forest soil fertility for agriculture or finewood. Through the FairsPrecious brand, they will learn that the according of our ecosystem do not plunder, but on the contrary only pick one or two trees per necture, on the same plot,

To date, only companies certified in legal and sustainable forest management (certifications are issued by FSC or PEFC and controlled by certifying bodies such as fluring Vertias, 503 Qualifor or Rainflower Alliance) can benefit from the Fair Rivecious brand, in addition to these certification standards, they must comply with the country's applicable forest code (after validation of control procedures and obtaining slegal certifications). The certification is then valid for a period of the years.

#### The ratio of trees harvested is far lower than those left to grow naturally

At present, the vest majority of tropical tember comes directly from the virgin forest (without howesting control) or from large plantations which are gladually replacing virgin forests. The first is simply illegal posching, while the second is a monoculture of exotic tree varieties that degrade the soil, threaten biodiversity and accelerate climate change.

The FairEffectious programme offers a sustainable atternative: preserving forest resources by harvesting less than its natural increase. Young trees, as well as seed trees, are systematically left stancing, since they contribute to the renewal of the forest.



# L'ACTION PRESCRIPTEURS

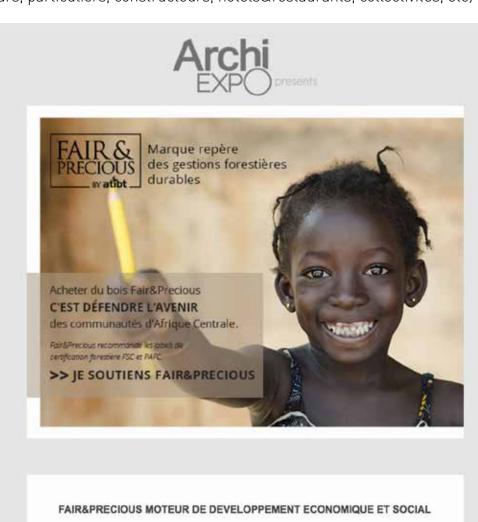
### 1. ARCHIEXPO

ArchiExpo est une marque du groupe VirtualExpo. **3 emailings** dédiés envoyés à **13.000 contacts**. **+ 2.000 contacts offerts** par emailing

Langues nécessaires = anglais, français, allemand, espagnol, italien

Pays ciblés : France, Royaume Uni, Allemagne, Belgique, Pays Bas, Espagne, Italie

**Public ciblé :** visiteurs ArchiExpo (principalement architectes et designers, mais aussi revendeurs, particuliers, constructeurs, hotels&restaurants, collectivités, etc)



Les gestionnaires forestiers Fair&Precious contribuent non seulement au développement durable des forets tropicales d'Afrique; ils contribuent également au bien-être des familles en leur offrant l'accès à l'éducation, les soins médicaux et le logement. Acheter du bois Fair&Precious, c'est soutenir une gestion responsable de la forêt et participer au développement socio-économique des pays du Bassin du Congo.







#### **FAIR&PRECIOUS COMBAT LA DEFORESTATION**

Au travers de sa marque repère Fair&Precious, l'Association Technique International des Bois Tropicaux (ATIBT) s'engage dans la gestion forestière durable afin de combattre la déforestation. En effet, la production de bois Fair&Precious prélève en moyenne un à deux arbres par hectare tous les trente ans seulement. Cette sélection rigoureuse assure ainsi une collecte d'arbres inférieure à l'accroissement naturel des ressources. De plus, la présence des gestionnaires forestiers Fair&Precious assure à la faune le maintien de son espace vital et la préserve de la criminalité faunistique.

► SOUTENEZ FAIR&PRECIOUS ◀

# L'ASSISTANCE À MAITRISE D'OUVRAGE

### 1. LA FIN DU PROGRAMME AFD

#### 1.1. CONTEXTE

Le « Programme Marketing » de l'ATIBT a été lancé en 2014 avec pour but premier de mieux comprendre les marchés bois tropicaux et de trouver les actions et leviers stratégiques qui permettront de stimuler les échanges marchands internationaux entre les producteurs et les consommateurs. Un constat était alors fait que la communication positive sur les bois tropicaux avait pratiquement cessé depuis plus de 20 ans.

Ce programme s'adresse en premier lieu aux membres du groupe certifié de l'ATIBT et vise à développer de manière durable et responsable la filière « bois africains » à travers la promotion et la valorisation commerciales de ses produits légaux et certifiés (selon le cahier des charges de référentiels de certification de gestion forestière responsable tels que FSC, PEFC, PAFC, ou de vérification de la légalité tels que OLB, etc.) sur les marchés importateurs. Le projet, cofinancé avec la KfW, vise à la mise en place d'un programme marketing à moyen terme (3 ans), qui identifie et déploie dans plusieurs pays européens des activités prioritaires (diagnostics et enquêtes, sensibilisation/ communication, formation, lobbying, publication), dont les objectifs spécifiques sont :

• Identifier les leviers stratégiques à actionner pour inverser la tendance sur les marchés :

• Donner aux bois africains certifiés une image de produit durable et compétitif auprès des acteurs-clés de l'aval des filières.

La mise en œuvre du projet est assurée par l'Association Technique Internationale des Bois Tropicaux, structure représentative du secteur privé en Afrique Centrale et de l'Ouest qui, de par ses orientations et actions (notamment à travers ses projets financés par des bailleurs (FFEM, KfW, UE, etc.), a favorisé d'une part l'engagement des exploitants en faveur de la certification forestière et la gestion responsable des forêts, d'autre part l'implication des autres parties prenantes (États, organismes internationaux, ONG, groupements professionnels, experts, relais d'opinion...).



#### 1.2. PLAN DE FINANCEMENT

Objectifs	Activités	AFD	Membres	Total sur 3 ans
Sensibilisation des parties prenantes et consommateurs	Elaboration de guides, modules de cours etc.	270	17	397
Promotion de produits phares sur les marchés européens	Enquête marketing et mise en œuvre des recommandations	90	0	190
Capacité de la filière à répondre aux exigences du marché	Tests de caractérisation d'essences, mise en œuvre des recommandations	50	34	187
Implication des pays producteurs	Appui de la communication des certificats	80	25	155
Promotion de la collaboration entre les différents acteurs de la filière	Partenariat (coalition Hollandaise, WWF, fondations)	100	0	105
Outils Marketing	Dispositif nationaux et marketing PAFC	330	0	497
Gestion projet	Evaluation/ Communication	230	0	442
	Coordination	250	0	500
	Imprévus	100	0	103
TOTAL		1500	76	2576

#### 1.3. EVALUATIONS DES ACTIONS

De manière générale, les actions du programme marketing, combinées au travail de communication auprès des membres et des partenaires financiers de l'ATIBT, ont permis de relancer une ATIBT ralentie par des changements RH en 2014 et 2015.

Depuis, l'ATIBT a renforcé les liens de confiance dans la profession et recrute régulièrement de nouveaux adhérents. (cf Rapport d'activité ATIBT 2016 – elle a recruté 40 adhérents en 2016, et 7 adhérents depuis janvier 2017)

L'année 2016 a permis de faire valider, puis de réaliser, l'ensemble des actions de préparation du déploiement du programme marketing sur les marchés européens conformément à son objet initial.

L'articulation des actions entre les volets « Communication » et « Mise en marché » apporte de la visibilité au programme qui s'appuiera, pour le premier, sur le site Fair & Precious, et pour le second, sur le site My tropical Timber.org (présentation des essences, des utilisations et des fournisseurs par pays) développé en partenariat avec ETTF sur financement IDH-STTC. Cette action, qui reprend et amplifie des initiatives françaises et néerlandaises, permet de tisser des liens, avec les fédérations, qui seront précieux lors de la mise en œuvre des actions de marketing direct, de relations presse et de rencontres avec les acteurs de la filière dans chacun des marchés: Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, France, Grande-Bretagne, Italie, Pays-Bas, Danemark et Suisse

Par ailleurs, les membres sont satisfaits de l'avancement de certaines activités (test sur les bois / projet LKTS) qui se mettent progressivement en place.

Le bilan est donc globalement très positif, même si cette dynamique a été longue à mettre en place.

Au-delà de la pertinence du positionnement et des actions, il convient de saluer le climat de confiance qu'a permis de restaurer le programme marketing, grâce au soutien de l'AFD et de FKW; confiance en l'ATIBT, confiance entre les membres et plus encore confiance en l'avenir d'un matériau noble, source de développement économique dans les zones de production, de préservation des forêts et dont les qualités naturelles sont totalement compatibles avec les exigences environnementales de notre siècle.

### 1.4. PROGRAMME D'ACTIONS SECOND SEMESTRE 2017 – ANNÉE 2018

Le programme marketing, en ce milieu d'année 2017, monte en puissance.

Les membres de l'ATIBT, ses équipes et les prestataires sont totalement mobilisés pour la poursuite des actions entamées au premier semestre 2017.

#### Actions « Communication »

# Site internet « Fair&Precious » Reflet dynamique des concepts de communication, le site internet :

- Présenter les valeurs de Fair&Precious
- La lutte contre la déforestation
- La protection de la faune et de la flore
- L'action en faveur du développement économique et social
- Affiche les engagements des porteurs de la marque
- Répond aux attaques à l'encontre de la filière et des entreprises
- Valorise un matériau aux qualités naturelles et techniques exceptionnelles

### Kit de communication - Porteurs de la marque : déclinaison de la charte Fair&Precious

Les membres de l'ATIBT satisfaisant aux critères requis par le règlement d'usage et agréés par le comité d'éthique animé par l'ATIBT bénéficient :

- Du droit d'usage de la marque Fair&Precious dans leur communication « corporate » et « produits » - Du droit d'accès à la boutique Fair&Precious : documentations, visuels kakémonos, stands, corners, PLV...

### Actions « Relations presse et relations publiques » :

Un dossier de presse est mis à la disposition des médias sur le site Fair&Precious. Des communiqués de presse sont adressés à la presse spécialisée ou généraliste selon les sujets d'actualité.

Une communication est mise en œuvre auprès des leaders d'opinions et des influenceurs (politiques et société civile). Des voyages de presse sont organisés dans les concessions forestières volontaires en co-organisation entre les concessionnaires et l'ATIBT.

Une Conférence de presse du lancement de la marque F&P est prévue le 28 septembre 2017 au Jardin Tropical Actions « Communication évènementielle »

#### Actions « Communication évènementielle »

En prolongement du forum de Dubaï, participation à des rendez-vous sur des salons européens ainsi que des salons thématiques.

Préparation du prochain forum en Asie ou en Amérique.

Exposition itinérante avec un volet plus pédagogique sur des lieux grand publics, galeries marchandes, transports...

### Actions « Partenariats et co-branding »

Des partenariats sont mis en place et des actions sont menées en commun avec des structures internationales, nationales ou locales, partageant les valeurs Fair&Precious

Il peut s'agir :

- D'acteurs de la filière bois
- De grandes villes
- De grands groupes
- D'ONG
- De médias

#### Actions « Mise en marché »

### Site internet « MyTropicalTimber » : cahier des charges et réalisation du site

Réalisation à l'échelle européenne par l'ATIBT et ETTF d'un site de présentation des essences, des utilisations des bois et des fournisseurs

« Quel bois ? Pour quoi faire ? Où le trouver ? » Réplique européenne de sites existants : www.boistropicaux.org (France : LCB et CIRAD) et www.houtdatabase.nl (Pays-Bas)

### **Objectifs**

- Apporter un conseil et un service aux différentes catégories d'acheteurs
- Accroître les débouchés des bois tropicaux certifiés
- Apporter de la visibilité aux acteurs de la filière

#### Actions « Grandes surfaces de bricolage »

Cette action est destinée à accroître la visibilité

et la crédibilité des bois africains « Fair & Precious » auprès des consommateurs dans les points de vente.

- Partenaires ciblés : Leroy Merlin, Kingfisher, Saint-Gobain...
- Produits privilégiés : par exemple decking et mobilier de jardin

Création d'outils de promotion Fair & Precious (corners de marques interactifs).

### Actions « Architectes et maîtres d'œuvres »

Ces professionnels sont des prescripteurs essentiels dans le choix des matériaux, tant auprès des acheteurs publics que privés. Cela concerne les 9 marchés européens retenus.

L'ATIBT met en place un partenariat avec l'ETTF afin de collecter les données utiles à chacun des marchés et déployer les actions Fair & Precious, avec l'appui des associations nationales.

- A partir des fichiers constitués des campagnes de e-mailings seront organisées.
- Sélection de salons professionnels par pays

### Actions « Acheteurs publics »

La commande publique totale représente près de 20 % du PIB de l'Union Européenne, soit plus de 300 Milliards d'Euros par an.

A l'instar des architectes et maitres d'œuvres, des fichiers seront constitués et des rendez-vous professionnels sélectionnés.

- Campagnes de e-mailings auprès des élus et services techniques
- Sélection de salons professionnels par pays

### Actions « Marchés ciblés »

Des actions seront mises en œuvre auprès de marchés spécifiques, de marchés de niche, ou de marchés d'opportunité répondant à des besoins ou des tendances :

- Traverses de chemin de fer : adhésion de la SNCF, lancement de marché d'achat de bois certifiés avec le soutien de l'ATIBT
- Mobilier haut de gamme et décoration

Indicateur global : l'ATIBT est appuyée dans la réalisation d'une campagne de marketing des bois africains FSC ou PEFC en Europe





### Septembre 2018 / RL-BF / PPECF COMIFAC

Le programme marketing en faveur de la promotion des bois certifiés en provenance du Bassin du Congo est le résultat d'une démarche lancée en 2014 avec le soutien de la KFW (PPECF), puis poursuivi par l'AFD, avant d'être repris dans le cadre du PPECF2 en 2018.

Ce programme est mis en œuvre par l'ATIBT avec une forte implication des 6 entreprises certifiées (CIB Olam, Interholco, Pallisco Precious Woods, Rougier et GWZ Wijma) et le concours d'experts marketing (Stratémark) et communication (Links).

Il se concrétise par le déploiement de la marque Fair&Precious, marque ombrelle qui s'appuie sur les certifications de gestion forestière durable FSC et PAFC.

Ce positionnement permet de garantir à l'ensemble des parties prenantes, une neutralité dans les modalités d'accession à la certification, sans démarche supplémentaire pour les entreprises.

Le droit d'usage de la marque Fair&Precious est attribué à deux catégories d'utilisateurs :

- « CERTIFIED OPERATOR » : ce sont les gestionnaires forestiers certifiés FSC et/ou PAFC dans le bassin du Congo, membres de l'ATIBT
- « OFFICIAL PARTNER », il s'agit d'acteurs en aval de la filière, d'acheteurs, d'institutionnels, d'ONG, d'organismes de recherche et de formation, de médias... qui adhèrent aux valeurs de la marque et s'engagent à développer les parts de marché et l'image des bois africains certifiés.

Une base-line commune : SUSTAINABLE FOREST MANAGEMENT

Cette base-line accompagnera systématiquement ces 2 appellations au sein d'une estampille qui permettra à chacun des « OPERATORS » et des « PARTNERS » de véhiculer et diffuser la marque Fair&Precious dans un cadre cohérent.

Le contenu et le budget du programme ont fait l'objet d'un avis de non objection de la part de KFW en date du 6 août 2018. Il est composé :

- d'une stratégie digitale : site web Fair&Precious, site ATIBT, réseaux sociaux...
- de visuels et notamment des 10 engagements Fair&Precious en cohérence avec les Objectifs de Développement Durable de l'ONU
- de relations presse en Europe et en Afrique
- de référencement sur une plateforme internationale ArchiExpo
- de salons et forums professionnels
- de supports d'exposition chez les partenaires majeurs (SNCF, magasins de bricolage...)
- de documentations techniques

En outre le programme marketing Fair&Precious s'appuiera sur des relais marchés :

- STTC Probos (Marché Europe)
- Nathalie BOUVILLE (Marché Afrique)
- LCB Le Commerce du Bois(Marché France)

Un organigramme de l'ensemble des parties prenantes a été réalisé par l'ATIBT et les experts, avec comme objectif une meilleure internationalisation du déploiement de la marque. La Commission Marketing de l'ATIBT, qui se réunit 4 fois par an, valide la stratégie et les actions du programme marketing. Elle est composée de l'ATIBT, des bailleurs, des entreprises, des experts, des certifications forestières (FSC et PAFC) et de partenaires tels que la SNCF.

Précisément la SNCF s'engage dans la valorisation de la gestion forestière responsable : réintroduction de la traverse en bois tropical certifiée, promotion du matériau pour les abris voyageurs des 800 gares et le mobilier extérieur. De la même façon la Commission Marketing souhaite introduire sur les marchés européens la marque Fair&Precious dans le cahier des charges des acheteurs publics et privés. Suite aux différents échanges et réunions

avec FSC, une charte de collaboration est en cours de préparation. Elle débouchera sur un plan d'action commun. Une collaboration sera proposée à PAFC sur des bases identiques.

La COMIFAC soutient par ailleurs la constitution d'un Think Tank « Quel futur pour les concessions certifiées dans le Bassin du Congo ? » dont le programme marketing constitue l'un des ateliers.

Enfin la Commission Marketing a validé l'opportunité d'organiser le prochain forum ATIBT en Chine, précisément à Shanghai à l'automne 2019. Bien entendu la promotion de certification forestière via la marque Fair&Precious, en particulier auprès des acteurs asiatiques, devrait y occuper une place essentielle.

Indicateur global : l'ATIBT est appuyée dans la réalisation d'une campagne de marketing des bois africains FSC ou PEFC en Europe



### Décembre 2018 / RL-BF / PPECF COMIFAC

L'élaboration et le déploiement du programme marketing Fair&Precious se sont poursuivis durant le dernier trimestre 2018 de la manière suivante :

### Sur le plan administratif :

• Commandes aux fournisseurs : graphiste (LG Design), prestataire web (Bianca Graphisme), place de marché virtuelle (ArchiExpo), agence de relation presse (Open2Europe), anniversaire Fair&Precious et conférence STTC (ATIBT), réalisation de clips (We Are Kraft)

### Développement des collaborations :

• Mise en place de la collaboration avec LCB qui s'implante sur le site de Nogent-

### sur-Marne

- Projet de collaboration avec STTC Probos
- Charte de Collaboration avec FSC
- Prise de contact avec PAFC pour entamer une collaboration sur des bases semblables à FSC

### **Evolution des supports:**

- Mise à jour de l'espace collaboratif dédié Acollab
- Mise à jour du site web internet Fair&Precious en fonction des évolutions de vocabulaires et de fonctionnement de la marque
- Collaborations sur l'évolution de la newsletter de l'ATIBT : fréquence accrue et lien renforcé avec le programme marketing Fair&Precious

# Déroulement de la conférence STTC et de l'Anniversaire Fair&Precious les 24 et 25 octobre

• Conférence STTC avec environ 70 participants européens et africains

**Session 1 :** L'impact de STTC **Session 2 :** L'impératif de la

collecte des données

**Session 3 :** Expérience de collecte de données

**Session 4 :** Progresser sur le plan international

Session 5 : Feuille de route STTC

- Anniversaire Fair&Precious:
- La conférence STTC a été l'occasion de mettre en avant à de nombreuses reprises le programme marketing Fair&Precious et de présenter le programme à de nouvelles parties prenantes internationales
- Une réception a été organisée spécifiquement à l'occasion du premier anniversaire de la marque.

### Relations presse

- Rédaction du premier communique de presse traduit en 5 langues (Anglais, Français, Allemand, Néerlandais et Italien) La marque collective des bois africains légaux et éco certifiés fête son premier anniversaire
- Fair&Precious : une marque repère des gestions forestières durables
- Un engagement total de ses membres pour une démarche RSE globale
- Des partenaires nombreux et très engagés dans la promotion de la marque au quotidien
- Une collaboration ouverte à plusieurs labels de certifications prestigieux
- La marque symbolique d'une prise de conscience collective et d'un changement de comportement

- La certification forestière, un enjeu essentiel pour la planète
- Les engagements de Fair&Precious au travers de son manifeste
- Envoi et relance par les correspondants d'Open2Europe dans les 5 pays
- 15 articles ont été publiés en Novembre (9 en France, 3 en Allemagne, 2 aux Pays-Bas et 1 en Italie) pour une couverture médiatique équivalant à 8 800 € d'achat d'espace
- 7 articles sont en attente (4 au Royaume-Uni, 2 aux Pays-Bas et 1 en France)
- Préparation d'un second communique de presse, destiné aux 5 mêmes pays, sur les bonnes pratiques de la gestion durable des forêts :

Et si la bonne gestion des forêts tropicales était un atout pour la planète ?

- La gestion forestière durable protège de la déforestation
- La collecte est inférieure à l'accroissement naturel
- Les gestionnaires forestiers créent du développement local
- Les gestionnaires forestiers luttent contre le braconnage
- Le bois tropical est le matériau le plus écologique

# Préparation du Think Tank « Quel futur pour les concessions certifiées dans le Bassin du Congo ?

- Déroulement de la deuxième cession les 8, 9 et 10 janvier 2018 à Nogent-sur-Marne
- Travaux de préparation de l'atelier 1 « Améliorer l'image des bois tropicaux » (animation F&P)
- Préparation du déroulement de la Commission Marketing à l'occasion du Think Tank.

# **K PLAN D'ACTIONS 2019**

### 1. LES ACTIONS EN COURS

- Validation du manifeste F&P (rubrique « à propos » sur le site) et de la convention de partenariat « Official Partners »
- Campagne de presse dans les 6 pays européens (D, F, GB, I, E, NL). Contribution avec des témoignages des sociétés F&P
- Campagne prescripteurs « ArchiExpo », 3 e-mailings
- Lancement de la campagne d'adhésion Official Partners - Conditions d'adhésion pour les non-membres de l'ATIBT.
- Evolutions du site web F&P
- AREP, mission Japon et Jeux Olympiques 2024.
- Contribution LCB au programme de communication.

### 2. LES PROPOSITIONS

- Stratégie conjointe F&P STTC : Synergie des supports numériques et newsletters.
- Interactions avec MTES GNFT : SNDI et guide des achats publics
- Collecte de témoignages sur les bonnes pratiques dans les concessions forestières
- Opportunité de compléter la mission

d'Open2Europe par une action sur les réseaux sociaux dans les 6 pays européens

• Mise en œuvre des orientations du Think Tank pour les actions qui relèvent du programme marketing.

### 3. LES ÉVÈNEMENTS À PRÉPARER

• Une rencontre essentielle : Forum ATIBT-GGSC-CTWPDA en Chine 22-23 octobre 2019

• Autres rencontres possibles : Gabon

Wood Show, 3<sup>ème</sup> rencontre Think Tank, Biennale de l'architecture à Versailles

### 4. CONCLUSION

L'année 2018 a permis de préparer le déploiement de la marque Fair&Precious : positionnement par rapport à FSC et PEFC-PAFC, consolidation de l'équipe-projet, préparation de l'adhésion des entreprises, réalisation des supports et des outils, organisation ou participation à des rencontres des acteurs de la filière, initiation d'une campagne de presse...

En 2019, le programme marketing va rentrer davantage dans sa phase opérationnelle avec notamment :

- le renforcement des relations presse dans les différents pays européens,
- une stratégie digitale fondée sur les sites

Internet gérés par l'ATIBT en partenariats avec STTC/Probos, le Commerce du Bois,

• une présence ambitieuse et structurée sur les réseaux sociaux,

avec pour objectif d'élaborer et de développer une politique d'adhésion à la marque qui lui permette :

- d'accroitre sa notoriété,
- de démultiplier sa visibilité,
- d'assoir sa légitimité.

Enfin, l'implication des associations européennes est attendue, pour un meilleur impact au niveau de la profession et la mise en place de relais solides.



