LA CERTIFICATION DES PRODUITS ISSUS DU BOIS,

UN OUTIL AU SERVICE DES DISTRIBUTEURS POUR SATISFAIRE LES CONSOMMATEURS.

PEFC™
10-1-1

Promouvoir
la gestion durable
de la forêt

COLLOQUE
du 24 juin 2014
à la Gaîté Lyrique

SOMMAIRE

P3 / INTERVENANTS

P4 / ÉDITO MARC-ANTOINE DE SÈZE,
PRÉSIDENT DE PEFC FRANCE

P5 / INTERVENTION DE JEAN-YVES CAULLET,
DÉPUTÉ DE L'YONNE MAIRE D'AVALLON
PRÉSIDENT DE L'OFFICE NATIONAL DES FORÊTS

P6 - 7 / ANALYSE D'ELIZABETH PASTORE-REISS,
FONDATRICE D'ETHICITY

P8 - 15 / TABLE RONDE

COLLOQUE

INTERVENANTS

Élizabeth Pastore-Reiss

Éthicity

Fabienne Morgaut

Responsable Développement Durable MAISONS DU MONDE

Sophie Lesueur

Responsable Qualité Produits Manufacturés TRUFFAUT

Matthieu Dubourdeaux

Responsable Environnement France OFFICE DÉPÔT

Olivier Mercadal

Directeur Général DISPANO (GROUPE SAINT-GOBAIN) & Vice- président de l'association Le Commerce du Bois

Christian Farat

Directeur qualité environnement du groupe FOURNIER (Mobalpa, Delpha, Perene, SoCoo'c)

ÉDITO

Marc-Antoine de Sèze,
Président de PEFC France

« Bonjour à tous et bienvenue dans cette salle de la Gaîté Lyrique à la pointe de l'innovation numérique et qui a plutôt l'habitude d'accueillir des événements de culture contemporaine. À ce titre, cela nous semblait évident que PEFC tienne son colloque dans ce lieu prestigieux tourné vers l'avenir.

Merci à vous tous, acteurs de la distribution, entreprises certifiées, membres nationaux et régionaux de PEFC, parties prenantes de tous horizons, représentants des pouvoirs publics, ainsi que les médias pour votre présence.

Vous le voyez, toute la filière, dans sa diversité, est rassemblée. Heureux de nous voir tous ensemble tournés vers cet objectif commun qui nous anime au quotidien, à savoir le développement de la gestion durable de la forêt. Parce que toutes les étapes de transformation d'un produit font l'objet d'une certification, de l'arbre sur pied, jusqu'au produit fini, inviter tous les acteurs s'est imposé à nous comme une évidence.

Nous travaillons depuis plus de 15 ans avec l'ensemble des partenaires impliqués dans cette démarche en recherchant le consensus. C'est parfois difficile, entre acteurs économiques, représentants de la société civile et associations de protection de l'environnement.

PEFC, c'est une présence à travers le monde, aujourd'hui dans plus d'une quarantaine de pays.

Système de certification leader au niveau mondial, en France, c'est presque 8 millions d'hectares qui sont certifiés, Guyane française comprise, et plus de 3000 entreprises de notre filière le sont également.

Nous le savons tous, c'est en réponse aux préoccupations croissantes des consommateurs, désireux d'avoir une consommation responsable, qu'a émergé la certification. En effet, elle apporte la garantie au consommateur que le produit qu'il achète est issu d'une filière responsable et, qu'à travers son acte d'achat, il participe à la gestion durable des forêts. Dans ce contexte, la distribution constitue un maillon essentiel de cette chaîne. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons, à travers ce colloque, faire le point sur l'engagement de ce secteur en France, grâce à l'intervention des enseignes les plus en pointe. Nous sommes convaincus que c'est en partenariat avec PEFC et ces enseignes que nous avancerons pour garantir toujours plus de responsabilité, de crédibilité et d'information claire aux consommateurs.

Je suis particulièrement heureux de la présence du Député, Monsieur Jean-Yves Caullet et ce, à double titre : en tant que Président de l'ONF, nous connaissons son attachement à encourager la gestion durable de la forêt française, et également en tant que Député rapporteur du projet de Loi d'avenir pour l'agriculture et la forêt. Il n'a de cesse de chercher à structurer la filière, améliorant ainsi sa compétitivité. »

Jean-Yves Caullet,
Député de l'Yonne Maire d'Avallon
Président de l'Office National des Forêts

Extrait de l'intervention du député Jean-Yves Caullet :

Merci, Monsieur le Président, d'abord pour votre invitation et l'occasion qui m'est ainsi donnée de parler d'un élément essentiel de lisibilité d'une filière vis-à-vis des consommateurs et vis-à-vis, bien entendu, de tous les acteurs qui sont au cœur de cette activité depuis le forestier jusqu'au distributeur.

[…] Les échanges se globalisent, la distance moyenne entre le lieu de production d'un produit et le consommateur s'éloigne. Cet éloignement peut instaurer une forme de défiance, d'interrogation. En parallèle, il y a une prise de conscience de plus en plus forte de la part des individus et des consommateurs, de leur rôle dans l'avenir global de leur environnement, de leur cadre de vie.

[…] La certification leur garantit que, du premier point de collecte au point de distribution, un certain nombre de principes ont été respectés. PEFC apporte cette garantie, cette transparence et se doit de développer sa notoriété pour devenir une sorte de prérequis globalisé et bien admis afin que chaque maillon de la chaîne sache que cette certification lui suffit.

[…] L'Office National des Forêts, gestionnaire de la forêt publique, bien que fort de sa technicité, de sa sécularité, ne peut se baptiser lui-même comme la référence. C'est pour cela que l'ONF est un partenaire de la certification avec PEFC.

Notre métier est d'être associé dans un système de certification qui met notre compétence au service de la chaîne et permet de garantir l'origine des produits dans la continuité.

Nous devons avancer de concert sur les deux terrains : la fiabilité de la certification et sa notoriété. L'ONF est à vos côtés. Je pense qu'il y a, là, un enjeu pour la forêt en France et partout dans le monde.

LES FRANÇAIS ET LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Analyse d'Elizabeth Pastore-Reiss, Fondatrice d'Ethicity

Depuis 10 ans, Ethicity, cabinet de conseil en développement et marketing durable, étudie les attentes des consommateurs en matière de produits éco-responsables. Son baromètre portant sur l'année 2014* reflète 4 tendances majeures applicables aux produits bois et issus du bois.

** Révolution durable : 10 ans de transition vers de nouveaux modes de vie, Ethicity, 2014*

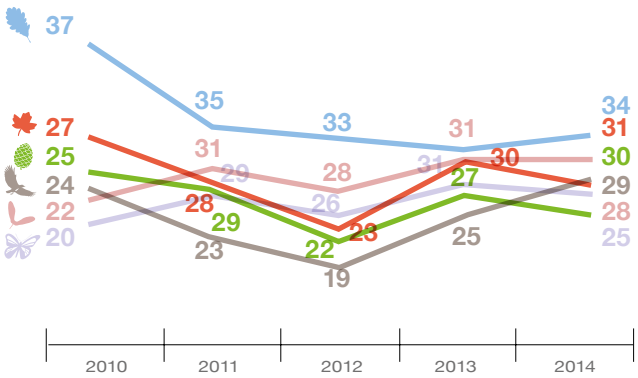
Garantir

Selon Elizabeth Pastore-Reiss, « les consommateurs français attendent plus de transparence et d'information sur les produits, notamment quant à leur impact sur la biodiversité ». Selon l'étude 2014, 75 % des Français déclarent faire confiance à un label de certification sociale et environnementale. Pour les distributeurs, « les produits éco-responsables constituent un levier de développement, mais aussi d'innovation et de différenciation ».

Résister

La consommation responsable relève avant tout du respect de l'environnement, suivi par des préoccupations sociales. « Dans la consommation responsable, l'environnement est étroitement lié à l'impact social et sociétal », explique-t-elle.

SELON VOUS, UN PRODUIT VOUS PERMETTANT DE CONSOMMER RESPONSABLE (3 RÉPONSES POSSIBLES) DOIT (1ER ET 2M RÉPONSES).



Être respectueux de l'environnement lors de sa fabrication ou lors de son usage.

Être plus robuste / solide donc plus économique à l'usage dans la durée.

Être fabriqué localement afin de favoriser les économies de transport (carburant pollution).

Répondre à un réel besoin .

Être fabriqué localement afin de favoriser le développement de l'emploi au niveau local.

Respecter les différents intervenants dans la production (petits producteurs, salariés).

Source : Révolution durable : 10 ans de transition vers de nouveaux modes de vie, Ethicity, 2014

Réconcilier

Les consommateurs expriment un besoin de reconnexion avec la nature. Selon Elizabeth Pastore-Reiss, « la biodiversité est la clef d'entrée des préoccupations environnementales des Français ». Sur des produits comme le parquet, Ethicity observe que plus les consommateurs ont confiance dans les enseignes, plus ils s'attendent à trouver des certifications. « Les individus ont envie d'agir mais ont besoin d'informations. Les distributeurs jouent un rôle clé pour raconter l'histoire du produit et les enjeux de la certification ». « Les consommateurs n'achètent pas seulement un label ou une certification, ils achètent un engagement», détaille-t-elle.

Ré-inventer

Cette attente reflète l'importance de la coopération et de la co-construction. « La gouvernance de PEFC reposant sur une concertation entre les différentes parties prenantes est une démarche de co-construction et d'avenir », conclut-elle.

TABLE RONDE

1. La réglementation et les garanties légales apportées par la certification

La complexité d'un système

Sophie Lesueur : « Notre administration vient s'enquérir auprès de nous de ce qui se cache derrière les logos. Elle s'informe de la quantité de bois que nous commercialisons et de comment nous contrôlons les certifications. Nous facilitons donc la lecture de ces nouveaux repères et tentons d'être pédagogue sur ce que nous faisons en amont de la vente. »

Christian Farat : « Nous sommes audités pour ISO 9001 pendant deux semaines, pour 14001 pendant une semaine, pour l'écolabel NF environnement, puisque nos produits sont éco-labellisés. »

Fabienne Morgaut : « RBUE c'est comme Reach pour les produits chimiques, c'est très complexe. Ainsi, un de mes collaborateurs gère le RBUE à temps plein. Il fait des allers et retours incessants avec les fournisseurs au sujet des documents à se procurer. »

Une demande de simplification et la certification comme création de valeur

Matthieu Dubourdeaux : « Nous allons nous retrouver avec un doublon alors que PEFC est vraiment très sérieux. »

Christian Farat : « Il y a urgence, en France, à optimiser le système de preuves tout en conservant l'exigence. PEFC ne fait malheureusement pas office de diligence raisonnée au regard du RBUE. C'est dommage ! Nous devrions dire que le bois certifié PEFC est de facto légal. »

Fabienne Morgaut : « La certification est un peu comme le Graal, elle est au niveau au-dessus et permet de se différencier, créant ainsi de la valeur. »

POUR ALLER PLUS LOIN…

PEFC cherche à simplifier la vie des entreprises. Les évolutions des règles de chaînes de contrôle en 2013 pour intégrer les exigences du RBUE en constituent un exemple concret. La certification est un outil de réduction des risques au sens RBUE : un produit certifié PEFC se trouvera avec des risques bien amoindris par rapport à un produit qui ne le serait pas.

2. La politique d'approvisionnement en bois durable des enseignes auprès de leurs fournisseurs

Une volonté de l'entreprise

Olivier Mercadal : « Nous arrivons à amener nos fournisseurs vers cela avec de la communication. Ils ont tout simplement intérêt à le faire. En favorisant la collaboration entre les différents acteurs, notamment les fournisseurs, en expliquant, en montrant que c'est à la fois le sens de l'histoire, qu'il y a un intérêt économique à le faire, nous arrivons progressivement à convertir les gens, mais c'est un travail de très longue haleine. »

Matthieu Dubourdeaux : « Notre demande est claire. Toutes les ramettes doivent être certifiées. Pour nos volumes, nous n'avons aucun problème pour demander à nos fournisseurs des papiers certifiés. D'autant que certains de nos clients nous imposent même une certification bien précise. »

Fabienne Morgaut : « Notre politique développement durable a commencé avec la politique bois pour la bonne raison que nous avions eu des attaques d'ONG dans les années 2007. Ma mission première est de travailler sur le sourcing bois avec une problématique complexe puisque nous achetons des produits multi-matériaux assemblés à une multitude de fournisseurs. »

Christian Farat : « Nous avons expliqué à tous nos fournisseurs de panneaux de particules que, désormais, il nous fallait une certification forestière et qu'il s'agissait d'un point incontournable lié à la politique de l'entreprise. Au même titre que le design, que l'innovation qu'une entreprise peut mettre dans un produit, cela fait partie de sa culture, de sa personnalité, de son ADN que de proposer un mix marketing intégrant, notamment, tout ce qui touche au développement durable et aux écolabels. »

La certification : une conséquence du rapport de force entre enseignes et fournisseurs ?

Fabienne Morgaut : « Sur les fournisseurs, nous sommes passés, vraiment, par un système entonnoir. C'est-à-dire que nous avons commencé par les gros chiffres d'affaires et les gros volumes de fournisseurs pour la bonne raison qu'il y a un coût financier et que vous devez représenter un certain pourcentage de chiffre d'affaires chez le fournisseur pour qu'il ait envie, vraiment, de s'engager. »

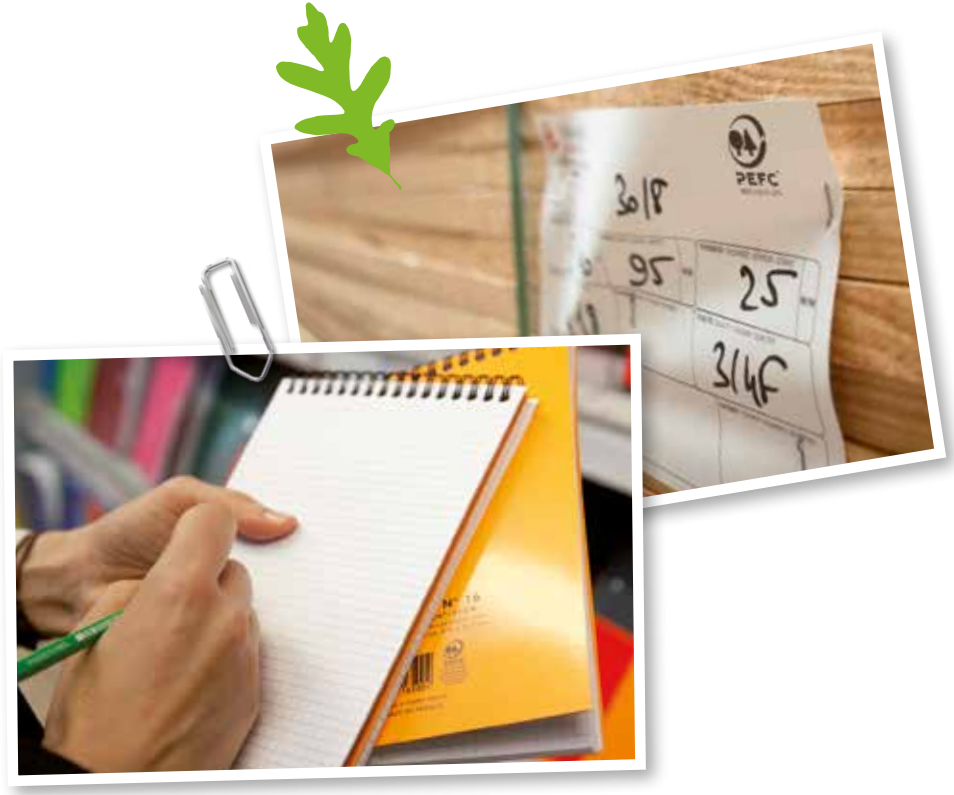
Olivier Mercadal : « C'est une question de rapport de force. Certains n'ont pas beaucoup le choix et auprès d'autres, nous pesons peu. »

POUR ALLER PLUS LOIN...

PEFC accompagne la distribution et ses fournisseurs dans la mise en place de la certification avec :

- Le recrutement de Florence Lucas au poste de Responsable des relations entreprises : sa mission consiste à entretenir des relations privilégiées et régulières avec tous les acteurs de la grande distribution et d'aider au référencement des entreprises certifiées PEFC auprès des acteurs de la grande distribution.

- La création et la diffusion d'outils et de documents d'accompagnement destinés aux entreprises.



3. Le besoin de pédagogie interne et externe

En interne : sensibiliser les vendeurs sur le terrain

Sophie Lesueur : « Il y a chez les vendeurs, un manque d'appréhension et de compréhension de la biologie au sens large, et une méconnaissance du bois, des forêts, des questions de déforestation. C'est donc notre rôle de faire de la pédagogie, via par exemple des outils d'e-learning, et des formations sur le développement durable. »

En externe : expliquer les bénéfices de la certification et convaincre les consommateurs

Sophie Lesueur : « Concernant l'information consommateur, elle passe obligatoirement par le multicanal, puisque nos outils de vente et d'informations sont autant en magasin que sur notre site web. Merchandising, web TV, kakémonos, sont donc des outils complémentaires. Certains messages choc aussi comme « 100% certifié » dans certaines gammes de produits permettent d'interpeller nos clients. »

Olivier Mercadal : « Pour le BtoC, nous tournons autour du consommateur dont nous savons qu'il a du mal à, réellement, convertir en actes ses bonnes intentions. Pour être franc, je pense que nous n'avons pas encore trouvé la clé. Alors, nous faisons de l'information. En ce qui concerne le BtoB, la bonne nouvelle est que des choses bougent. L'administration française a imposé les produits certifiés PEFC dans ses appels d'offres. Cela permet à mon entreprise de se différencier par rapport à ses concurrents et de gagner des marchés grâce à cela. »

Christian Farat : « Il y a un écart énorme entre la volonté affichée du consommateur et ses habitudes réelles de consommation. (…) Nous faisons de la pédagogie sur tout ce qui touche au développement durable et à la certification forestière. Cela se retrouve sur les catalogues, sur les sites internet, dans les magasins. Nous avons développé tout un discours pédagogue pour donner un sens à notre démarche.»

Matthieu Dubourdeaux : « Plus le client est important, plus l'attente est grande. Nous ne sommes peut-être pas assez doués pour bien communiquer auprès des particuliers, pour leur expliquer ce que veut dire une certification PEFC. Nous le faisons naturellement envers les grands groupes, puisque ce sont de grands clients, mais pour les particuliers nous avons du mal encore à passer le cap. »

Fabienne Morgaut : « Une large partie des gens sont sensibilisés mais ne veulent pas mettre la main au portefeuille (…) Je crois vraiment à la pédagogie, à la façon dont nous marketons les messages et les expliquons au consommateur. Nous avons développé une PLV avec PEFC qui mentionne : « vous venez d'acheter un produit certifié. Pourquoi ? C'est bien pour la forêt, Pourquoi ? C'est bien pour les hommes, Pourquoi ? ». C'est de l'information pédagogique. Nous avons aussi un système de QR code sur 200 produits qui indique leur histoire, lieu de fabrication, géolocalisation, et pourquoi c'est bien d'avoir acheté ce produit. »

POUR ALLER PLUS LOIN…

Concernant la cible interne, PEFC s'engage à fournir, en partenariat avec les entreprises, des outils dédiés afin de sensibiliser leurs salariés. PEFC organise régulièrement des événements internes (ex : voyage dans une forêt certifiée PEFC, visite d'une entreprise etc.).

Concernant la cible externe, PEFC mène des campagnes de communication grand public. La dernière en date a été diffusée sur le web avec le slogan « On n'a pas tous des pouvoirs exceptionnels, mais on a tous le pouvoir d'agir pour la forêt ».

4. Les propositions d'amélioration du système

Un accompagnement et des outils de communication

Fabienne Morgaut : « Il faut mettre en place des outils de mesure concrets qui nous permettent d'évaluer les garanties apportées par la certification, par exemple en ce qui concerne l'impact sur la biodiversité. »

Matthieu Dubourdeaux : « J'attends de PEFC de l'aide pour développer la communication interne et externe en me donnant des kits de communication pour expliquer à mes vendeurs ou à mes clients ce qu'est la certification PEFC. Nous pourrons vanter du concret et continuer à développer ce label. »

Sophie Lesueur : « Ce que nous attendons ce sont plutôt des partenariats de communication, pédagogique et balayant les clichés. Nous sommes friands de tout ce qui peut être déposé sur notre WebTV et sur notre site internet, sous forme de vidéo, fiches conseils, notes informatives. Nous pouvons faire énormément de choses, mais avons besoin d'accompagnement. »

Olivier Mercadal : « PEFC travaille avec beaucoup d'entreprises et je pense qu'un club où nous pourrions échanger sur les bonnes pratiques devrait être créé. »

Une coopération accrue avec les ONG

Fabienne Morgaut : « Nous attendons plus de coopération avec les ONG. Pour avoir de la crédibilité au niveau institutionnel et être reconnue comme une entreprise citoyenne et responsable, la coopération avec celles-ci, pour nous est vraiment indissociable d'une entreprise citoyenne. »

Une demande de simplification

Christian Farat : « Nous aimerions une simplification administrative, notamment lors des audits, car les règlements s'empilent (PEFC, Reach, NF Environnement, Ecolabel). Pourquoi n'essayerions-nous pas de les rapprocher ? Cela irait dans le bon sens de la simplification et peut-être, de plus de force pour la certification forestière. »

POUR ALLER PLUS LOIN...

Le colloque est une première étape de ce que pourrait être un lieu d'échange. L'idée selon laquelle PEFC serait un pivot est une piste que nous souhaitons approfondir pour permettre le partage d'expériences entre entreprises.

La force de la certification PEFC réside dans un processus de concertation entre tous les parties prenantes concernés par la gestion durable de la forêt qui sont réunies au sein de trois collèges représentant les propriétaires forestiers publics et privés, les industriels et négociants, et la société civile.

Je tiens à remercier chaleureusement les intervenants qui ont accepté de venir témoigner avec coeur et enthousiasme des actions qu'ils mènent, de leurs interrogations et de leurs préoccupations également.

Je leur suis extrêmement reconnaissant d'avoir participé à ce colloque et de nous avoir ouvert tant de perspectives.

Merci pour la richesse des échanges qui sont autant de réponses à nos propres préoccupations au sein de PEF France, ou encore des pistes d'amélioration.

Je retiens de ce colloque qu'il existe une véritable attente de cohérence des actions sur le terrain et en termes d'information. Ce colloque peut être une première étape dans cette démarche essentielle d'échange et de prédagogie.

Il faudrait préfigurer un deuxième, lieu où les entreprises viendraient partager leurs bonnes pratiques, et témoigner de leurs difficultés et de leurs réussites.

J'espère que nous aurons tous ensemble l'occasion d'y réfléchir, afin de renforcer une collaboration déjà riche avec le secteur de la distribution.

M.A. de Segri.

PEFC™
10-1-1

Promouvoir
la gestion durable
de la forêt

8, avenue de la République - 75011 Paris
Tél. : +33 1 43 46 57 15 - Fax : +33 1 43 46 57 11
info@pefc-france.org
> www.pefc-france.org

Rejoignez-nous sur Facebook : Forêt durable par PEFC

Suivez-nous sur Twitter : PEFC France

PEFC™ 10-31-1335 / Certifié PEFC / Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées. / pefc-france.org © LA FABRIQUE DU DESIGN : +33 1 82 53 60 60 © PHOTO : Fotolia / J.Delpire / wJuillet 2014