

**RÈGLEMENT D'USAGE
DE LA MARQUE COLLECTIVE**

**FAIR &
PRECIOUS**

BY **atibt**

Juin 2017



PRÉAMBULE

Les éco-certifications forestières sont aujourd'hui reconnues par de nombreuses parties prenantes comme un outil de développement économique, social et culturel, de préservation de la biodiversité et de lutte contre la déforestation.

Plusieurs dispositions réglementaires ont été mises en place ces dernières années pour soutenir cette démarche : politiques nationales de développement durable, politiques d'achats publics, Règlement Bois de l'Union Européenne (RBUE*), APV, etc. Malgré cela, la reconnaissance des produits bois africains éco-certifiés, en tant que matériaux performants et responsables, demeure encore trop discrète, et les consommateurs, insuffi-

samment informés, restent souvent dubitatifs ou se sentent peu concernés.

Pour cette raison, l'ATIBT et ses adhérents, ont entrepris une action marketing en faveur des bois tropicaux africains certifiés, afin de mieux les faire connaître et reconnaître par le public. La création de la marque collective « Fair&Precious » s'inscrit dans cette démarche de sensibilisation du consommateur européen. Ce programme marketing a bénéficié de l'appui financier du Programme de Promotion de l'Exploitation Certifiée des Forêts (PPECF) et de l'Agence Française de Développement (AFD), qu'il convient de remercier chaleureusement.

OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE

Au travers de cette marque collective, les entreprises forestières adhérents de l'ATIBT veulent montrer qu'elles sont pleinement engagées, depuis plus de trente ans, dans une démarche RSE* qui intègre à la fois les critères environnementaux majeurs, le respect des populations locales et des communautés vivant dans ces forêts.

Des producteurs, transformateurs, et négociants, adhérents de l'ATIBT, ont choisi de s'engager dans un système de certification, en faisant auditer leurs activités par des tiers. Cette démarche inclut des outils de traçabilité performants qui permettent de contrôler l'origine et la légalité du bois, à n'importe quel moment de sa transformation, de son transport ou de son utilisation.

C'est pourquoi, les adhérents de l'ATIBT se mobilisent aujourd'hui pour faire connaître leurs actions en faveur de la forêt tropicale (notamment dans le bassin du Congo). Ils prévoient de communiquer régulièrement auprès des médias et du grand public. Il est fondamental de montrer que les entreprises forestières engagées dans une gestion durable respectent les normes environnementales les plus draconiennes et dépensent des sommes importantes pour se faire contrôler par des organismes indépendants.

Les entreprises « Fair&Precious » ont la ferme intention de devenir La référence des forêts tropicales en matière de Responsabilité Sociale, Environnementale et Economique.

CADRE RÉGLEMENTAIRE

Les promoteurs et les prescripteurs de la marque collective « Fair&Precious » doivent respecter les 2 conditions suivantes :

- être membre de l'ATIBT,
- être titulaire a minima d'un certificat de légalité valide pour les prescripteurs.

ARTICLE 1 - PROPRIÉTAIRE

La marque ombrelle représenté par le logotype « Fair&Precious » reproduite ci-dessous et décrite à l'article 5-2 est propriété de l'ATIBT, sise : 45 Avenue de la Belle Gabrielle, 94736 Nogent-sur-Marne – France. Cette marque a été déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI - Paris) le 00/00/2016 et publiée sous le N° 00/0000000. Une fois enregistrée, elle est protégée pendant 10 ans à compter du dépôt de la demande.



ARTICLE 2 - CHAMP D'APPLICATION

Article 2.1 - Date d'application

Le présent règlement d'usage entre en vigueur à compter de son inscription au registre national des marques.

Article 2.2 – Utilisateurs de la marque

La démarche « Fair and Precious » concerne tous les adhérents de l'ATIBT. Peuvent utiliser la marque collective tous les adhérents désireux de s'impliquer dans la démarche :

Les promoteurs de la marque

- Producteurs,
- Transformateurs,

**Responsabilité Sociale et Environnementale*

Les prescripteurs de la marque

- Négociants, distributeurs,
- Entreprises de service du secteur privé,
- Entreprises de service du secteur public,
- Associations et syndicats,
- Centres de recherche et universités,
- Individuels.

Article 2.3 - Portée géographique

La portée géographique de la marque collective est le monde entier, sans restriction.

ARTICLE 3 - MÉCANISMES D'ACTUALISATION ET SUIVI DE LA DÉMARCHE

Le suivi de la démarche et l'actualisation du règlement d'usage sont réalisés par le Conseil d'Administration de l'ATIBT. Le Conseil de l'ATIBT se réunit a minima 4 fois par an. Il a pour mission :

- d'arrêter et mettre à jour la liste des entreprises et des organisations habilitées à utiliser la marque « Fair&Precious »,
- de définir les règles d'usage, de contrôler et d'assurer le suivi de la marque,
- d'étudier les retours d'expérience, afin d'évaluer les pistes d'amélioration et les usages à retenir et à venir,
- de réfléchir à de nouvelles pistes de communication à mettre en œuvre sur la démarche.

Dans une démarche participative, tous les adhérents promoteurs ou prescripteurs de la marque sont invités à transmettre leurs éventuelles remarques et propositions tout au long de l'année à la Coordinatrice du Programme Marketing, par l'intermédiaire de la plateforme collaborative mise à leur disposition.

ARTICLE 4 - CONDITIONS D'USAGE DE LA MARQUE

Les promoteurs et les prescripteurs de la marque sont autorisés à utiliser individuellement la marque « Fair&Precious » et peuvent reproduire, apposer ou user du logotype sur tout support de communication publicitaire ou institutionnelle. L'usage du logotype doit respecter les spécifications de la charte graphique mise à leur disposition sur la plateforme collaborative :

- les documents de papèterie (papier à en-tête, carte de visite, etc.),
- les documents commerciaux (plaquettes, brochures, fiches techniques et produits, etc.),
- les stands, matériel de présentation, PLV, ILV...
- les documents numériques de présentation.
- les emballages, conditionnements, pochoirs et autres étiquettes.

A cet effet, des exemples d'utilisation sont disponibles sur la plateforme collaborative dans l'espace qui leur est dédié.

Le Conseil d'administration de l'ATIBT prend toutes les mesures nécessaires pour garantir le bon usage de la marque. Avant diffusion, les prescripteurs de la marque devront soumettre au coordinateur du programme marketing les usages qu'ils font de la marque ou qu'ils comptent en faire. Aucune diffusion ne sera possible sans accord préalable.

Toute infraction ou emploi abusif ou frauduleux de la marque d'un tiers, ouvre droit à l'ATIBT d'engager toute action judiciaire jugée opportune, y compris l'action en contrefaçon de marque, sans préjudice des procédures pénales.

Pour exemple, sont interdits et condamnés pour contrefaçon de marque, notamment au titre de l'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle :

- tout usage de la marque pour la vente de produits qui ne seraient pas issus d'exploitation forestière éco-certifiée, et à l'origine inconnue,
- toute opération de promotion qui tendrait à faire croire que la marque collective « Fair&Precious » est propriété d'une entreprise en particulier ou d'une organisation non membre de l'ATIBT.

ARTICLE 5 - OBTENTION DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

L'obtention du droit d'usage de la marque se fait par l'intermédiaire d'un formulaire disponible sur le site www.fair-and-precious.org. Pour les nouveaux adhérents, l'inscription en vue de l'obtention du droit d'usage de la marque, se fait en même temps que l'adhésion à l'ATIBT.

En plus du formulaire, les promoteurs de la marque devront décrire leur organisation sur le plan humain et technique pour assurer les opérations de contrôle en matière de certification, fournir la liste

des organismes indépendants chargés des contrôles et la copie des certificats.

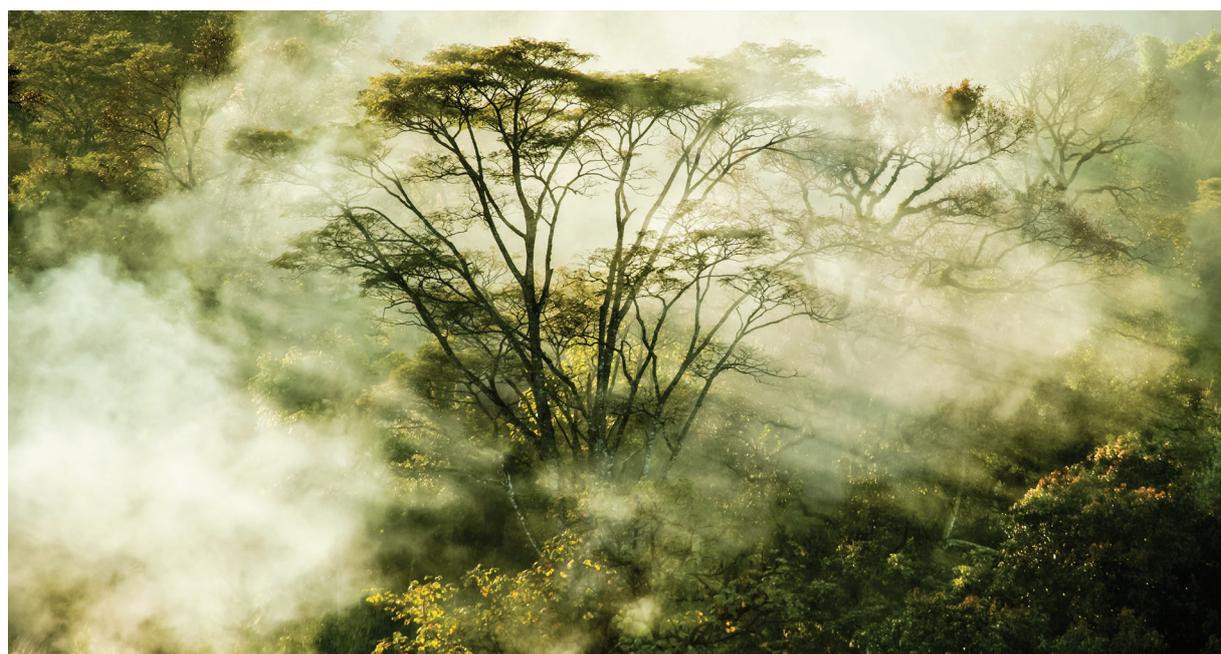
En cas de perte de sa ou ses certification(s), le promoteur de la marque s'engage à informer l'ATIBT dans un délai de 30 jours.

La perte de sa ou ses certification(s) entraîne automatiquement la suspension du droit d'usage de la marque et le retrait de la liste des promoteurs de la marque.

L'ATIBT publiera sur son site Internet et sur le site Fair&Precious International, la liste des promoteurs et des prescripteurs de la marque.

ARTICLE 6 - SUIVI ET ANIMATION DE LA MARQUE

Le suivi et l'animation de la marque seront réalisés par le coordinateur du programme marketing qui aura pour mission de développer et enrichir la stratégie de communication de la marque au fil du temps et de la communiquer aux promoteurs et aux prescripteurs de la marque par l'intermédiaire de la plateforme collaborative Fair&Precious.



Le programme marketing a bénéficié de l'appui financier du
Programme de Promotion de l'Exploitation Certifiée des Forêts (PPECF)
et de l'Agence Française de Développement (AFD),
qu'il convient de remercier chaleureusement.



AFD (Agence Française de Développement)

Christophe DU CASTEL
Emmanuel FOURMANN
5, Rue Roland Barthes
75598 PARIS CEDEX 1 - FRANCE

ducastelc@afd.fr
fourmanne@afd.fr
Tél +33 (0)1 53 44 33 10
Fax +33 (0)1 53 44 38 66
www.afd.fr

KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau)

Martin BOSTROEM
Palmengartenstrasse, 5-9
6325 Frankfurt am Main - Allemagne
martin.bostroem@kfw.de
Tél +49 69 74 31 4090
www.kfw.de

PPECF
(Programme de Promotion
de l'exploitation certifiée des forêts)

atibt

LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE BOIS TROPICAL

ATIBT, Jardin d'agronomie tropicale de Paris
45 bis, avenue de la Belle Gabrielle
94736 Nogent-sur-Marne CEDEX
FRANCE

Tél. +33 1 43 94 72 64
Fax. +33 1 43 94 72 09