



VERSION 2015

**REGLEMENT INTERIEUR DE GESTION DE LA  
MARQUE « ILE-DE-FRANCE BOIS BÛCHE, DES  
ENTREPRISES D'ILE-DE-FRANCE QUI S'ENGAGENT® »**

## 1. CREATION D'UNE MARQUE REGIONALE

La marque collective simple « France Bois Bûche, des entreprises françaises qui s'engagent® » a été mise en place à l'initiative des Interprofessions régionales de la filière forêt-bois, regroupées au sein de France Bois Régions (FBR), et du Syndicat National du Bois de Chauffage (SNBC), en partenariat avec l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) et les professionnels de la production, de l'exploitation et de la distribution du bois en bûche. Cette marque s'appuie sur un cahier des charges et a été déclinée, animée et pilotée régionalement, sous la forme de marques régionales.

Le cahier des charges et le règlement intérieur de la marque « Ile-de-France Bois Bûche : des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent » devront être validés par le Comité de Gestion National avant leur mise en application. Toutes les modifications de la marque nationale devront être intégrées aux documents des marques régionales dans l'année. Inversement, les modifications du cahier des charges régional devront être portées à connaissance du réseau. Les modifications jugées comme pouvant avoir des conséquences sur le fonctionnement général du réseau seront présentées au Comité de Gestion National.

Les documents régionaux devront reprendre les prescriptions définies dans les documents de cadrage nationaux (le Cahier des Charges National et le présent Règlement Intérieur Type) en y intégrant éventuellement des spécificités locales supplémentaires mises en évidence, sous réserve de validation par le Comité de Gestion national. Le logo national sera décliné en logo régional.

Ainsi, en utilisant la marque « Ile-de-France Bois Bûche : des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent » qui intègre les prescriptions de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent® », un ayant droit s'engagera automatiquement à respecter les exigences de la marque nationale et peut se prévaloir de celle-ci.

## 2. OBJECTIFS DE LA MARQUE

La marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent® » et sa déclinaison régionale « Ile-de-France Bois Bûche : des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent » ont pour objectifs de :

- Promouvoir un bois en bûche de qualité en termes de rendement énergétique et d'impact environnemental,
- Favoriser l'augmentation du volume de bois en bûche sec mis en vente,
- Valoriser les bois français,
- Assurer le développement des entreprises locales de récolte, de production, et de commerce de bois en bûche,
- Informer le client sur les règles de base à respecter en matière de bois en bûche,
- Clarifier le marché pour fortifier les entreprises existantes et donner toute la transparence nécessaire dans l'intérêt des consommateurs et des entreprises du secteur.

### 3. PROPRIETE INTELLECTUELLE

La marque « Ile-de-France Bois Bûche, des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent » et le logo associé, doivent avoir été déposés auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). Ils sont la propriété de Francilbois qui en assure la gestion via un Comité de Gestion régional.

Le droit d'utiliser la marque et le logo régional ainsi que la marque et le logo national est uniquement concédé aux ayants-droits qui s'engagent à respecter le cahier des charges de la marque Ile-de-France Bois Bûche. Ainsi, une utilisation sans autorisation pourra être réprimée par la loi, car de nature à tromper la vigilance du consommateur

### 4. FONCTIONNEMENT

#### 4.1 Comité de Gestion Régional

Un Comité de Gestion régional assure la bonne application et le bon usage de la marque régionale.

##### 4.1.1 Composition du Comité de Gestion Régional

Il est composé de 2 collèges constitués de personnes morales :

- 1- Le collège des ayants-droit d'Ile-de-France Bois Bûche
- 2- Le collège des partenaires régionaux :

- Ademe, agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
- Arene Ile-de-France, agence régionale de l'énergie et de l'environnement
- Cniefeb, compagnie nationale des ingénieurs et experts forestiers et des experts en bois
- CRPF, centre régional de la propriété forestière Centre et Ile-de-France
- DRIAAF, direction régionale et interdépartementale de l'Agriculture et de la Forêt
- Région Ile-de-France
- ONF, direction territoriale Ile-de-France Nord Ouest de l'office national des forêts
- Le groupement syndical du négoce du bois de chauffage en Ile-de-France
- Syndicat des exploitants forestiers, scieurs et industriels d'Ile-de-France
- Syndicat des propriétaires forestiers d'Ile-de-France
- Syndicat des propriétaires forestiers de Seine-et-Marne
- Union des syndicats de propriétaires forestiers sylviculteurs d'Ile-de-France
- UCFF, Union de la coopération forestière française

Le Comité de Gestion élit au sein du collège 1 et pour une durée de 3 ans, un Président de Comité de Gestion aussi appelé Président de la marque régionale. Il aura pour fonction de :

- 👉 Représenter la marque « Ile-de-France Bois Bûche, des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent » et le Comité de Gestion régional,
- 👉 Présider et animer les réunions du Comité de Gestion régional en coordination avec l'interprofession,
- 👉 Signer les confirmations d'autorisation et les courriers émanant du Comité de Gestion.

La présence ou la représentation d'au moins un tiers des membres est nécessaire. Les décisions sont prises à la majorité des membres présents et représentés.

Chaque membre ne pouvant pas être présent peut donner pouvoir à un autre membre du même collège pour se faire représenter.

#### 4.1.2 Missions du Comité de Gestion Régional

Le rôle du comité de gestion est le suivant :

- Superviser les attributions de droit d'usage de la marque régionale,
- Fixer le montant des droits, en articulation avec les montants votés par le Comité de Gestion National,
- Veiller à l'application de la marque par les ayants droit,
- Animer la marque régionale,
- Promouvoir et communiquer sur la marque régionale,
- Prononcer des avertissements à l'attention des ayants-droit,
- Retirer le cas échéant les droits,
- Proposer des mises à jour au Comité de Gestion National, en fonction de l'évolution du contexte législatif, réglementaire, normatif ou autre.

Il soutient par ailleurs toute initiative visant à améliorer la commercialisation d'un bois en bûche de qualité.

Pour cela, il se réunit au moins une fois par an. Il pourra être réuni sur demande motivée d'un membre. Pour des décisions de gestion courante il pourra délibérer par courrier.

#### **4.2 Secrétariat**

Le secrétariat de la marque est assuré sur l'ensemble de la région par Francilbois.

Il assure :

- L'enregistrement et le suivi des ayants-droit,
- L'animation de la marque,
- La gestion administrative et financière de la marque,
- Les actions de promotion et de communication.
- La surveillance des usages abusifs de la marque

#### **4.3 Modalités d'adhésions**

Le secrétariat de la marque envoie à chaque candidat à l'adhésion un dossier comprenant :

- Un courrier d'adhésion à la marque qui rappelle les étapes à mettre en œuvre et les pièces à fournir pour adhérer,
- Un exemplaire du Cahier des Charges régional,
- Un exemplaire du Règlement Intérieur Régional,
- Un Bulletin de demande d'adhésion rappelant les engagements souscrits,
- Le Tableau des cotisations annuelles en cours de validité,
- Une fiche de demande de renseignements servant à la communication

A réception d'un dossier d'adhésion, le secrétariat enregistre les inscriptions et vérifie les pièces à fournir par l'entreprise, à savoir :

- 🍂 Le Bulletin d'adhésion complété et signé,
- 🍂 Une Copie de l'inscription au registre du commerce et des sociétés ou équivalent,
- 🍂 Un Chèque correspondant au paiement de la cotisation,

Dès lors que le dossier d'adhésion est complet, le secrétariat édite une confirmation d'engagement. Elle est envoyée comme justificatif avec un kit de communication. Une copie papier ou informatique est conservée par le secrétariat.

Un numéro d'ayant droit est attribué à chaque ayant droit utilisant la marque. Les ayants droits sont enregistrés et la liste des ayants droits est régulièrement mises à jour sur le site internet de France Bois Bûche ([www.franceboisbuche.com](http://www.franceboisbuche.com)).

L'adhésion est annuelle, renouvelée par tacite reconduction. Elle peut toutefois être interrompue :

- 🍂 En cours d'année d'adhésion,
  - Sur demande écrite de l'ayant-droit (courrier ou mail).
  - Sur demande du Comité de Gestion Régional pour non respect des engagements pris.
- 🍂 Par un non renouvellement de l'adhésion par l'ayant-droit

#### **4.4 Renouvellement et suivi des adhésions**

Chaque année, après leur première année d'adhésion, le secrétariat de la marque envoie aux ayants droits, un dossier de réadhésion comprenant :

- 🍂 Le tableau des cotisations annuelles en cours de validité,
- 🍂 Une demande de renseignements (volumes commercialisés l'année précédente, informations concernant la communication de la marque, ...).

L'entreprise envoie en retour :

- 🍂 La demande de renseignements complétée et signée,
- 🍂 Un chèque correspondant au paiement de la cotisation,
- 🍂 Eventuellement, une copie de l'inscription au registre du commerce et des sociétés si le statut de l'entreprise a changé,

Une confirmation d'adhésion de l'année N est alors envoyée à l'entreprise et une copie est conservée par le secrétariat de la marque. La confirmation d'adhésion précise la date initiale d'engagement de l'ayant droit.

#### **4.5 Visites d'accompagnement**

Chaque année, des visites d'accompagnement des ayants-droit sont effectuées sur le terrain pour vérifier :

- 🍂 L'adéquation de la marque par rapport au fonctionnement et à la production de bûches des ayants droit,
- 🍂 Le respect des engagements liés à la marque par les ayants-droit.

En utilisant la marque régionale ou nationale, l'ayant-droit s'engage à se soumettre aux visites prévues dans le cadre de la marque régionale.

Les visites d'accompagnement sont effectuées par le secrétariat de la marque régionale par défaut ou un autre organisme sur validation par le Comité de Gestion Régional.

#### 4.5.1 Choix des entreprises recevant les visites

Le choix des entreprises à visiter est déterminé par le Comité de Gestion Régional. Celui-ci peut choisir de manière ciblée et/ou par tirage au sort.

Le nombre annuel des visites sera égal ou supérieur à racine carrée de  $n$ , où  $n$  est le nombre d'ayants-droit lors du précédent exercice. Toutefois, un minimum de 5 visites devra être réalisé annuellement, quel que soit le nombre d'ayants-droit.

#### 4.5.2 Déroulement de la visite

Le secrétariat informe les ayants-droit désignés/choisis pour accueillir ces visites et fixe avec eux la date et le lieu de la visite.

Le secrétariat informe l'entreprise du déroulement de la visite :

- Présentation des objectifs et du déroulement de la visite,
- Vérification sur le site de l'entreprise, de la connaissance et du respect des engagements liés à la marque,
- Dans la mesure du possible, accompagnement de l'ayant droit lors d'une visite de livraison auprès d'un client et vérification du respect des engagements liés à la marque,
- Temps de discussion pour faire le bilan de la visite,
- Rédaction d'un rapport signé des deux parties.

Une copie de ce rapport sera envoyée à l'entreprise après la visite.

#### 4.5.3 Confidentialité

Les informations obtenues dans le cadre de ces visites sont confidentielles et aucun document ne sera transmis sans l'autorisation explicite de l'ayant droit concerné, en dehors des membres du Comité de Gestion Régional.

#### 4.5.4 Traitement et diffusion des résultats des visites

Un bilan des résultats des visites sera effectué chaque année et présenté au Comité de Gestion Régional. Il pourra aussi être diffusé au Comité de Gestion National et aux ayants-droit régionaux.

Le Comité de Gestion Régional analyse les résultats des visites et en déduit les suites à donner en cas de manquements au respect du Cahier des Charges Régional. Il peut également prendre en compte d'autres éléments qui auraient pu lui être communiqués.

Dans le cas où le visiteur constate un manquement au respect du cahier des charges qu'il juge important et qui peut remettre en question la sincérité de l'engagement de l'ayant-droit, il sollicite le

Comité de Gestion pour définir un positionnement dans les meilleurs délais. Cette sollicitation peut se faire en dehors d'une réunion des membres du Comité de Gestion. Le Comité de Gestion peut alors proposer des actions complémentaires à la visite de vérification ou aller jusqu'à suspendre ou exclure l'ayant-droit.

## 4.6 Réclamations

### 4.6.1 Réception des réclamations

Pour qu'une réclamation puisse être examinée et portée à connaissance du Comité de Gestion Régional, elle doit systématiquement faire l'objet d'un constat écrit, identifiant la personne ou l'entreprise mise en cause, la personne ou l'entreprise faisant le constat, la date, le lieu, et l'objet de la réclamation, en se référant à l'engagement non respecté de la marque.

**Une réclamation n'entraînera pas une gestion d'un litige entre 2 parties** mais seulement un porté à connaissance du comité de gestion, qui pourra décider ultérieurement des suites éventuelles à donner. Il n'existe pas une chaîne systématique de cause à effet entre une plainte et des sanctions prises à l'encontre des ayants droit.

**Le secrétariat de la marque et le comité de gestion réceptionnent donc uniquement les réclamations écrites, datées et motivées.**

### 4.6.2. Traitement des réclamations

Le secrétariat de la marque procède à l'étude de la recevabilité de la réclamation.

Si la réclamation est jugée non recevable, le secrétariat de la marque notifie par courrier ou courrier électronique à l'émetteur de la réclamation la justification du non fondement de celle-ci.

Si la réclamation est jugée recevable, le secrétariat de la marque enclenchera le traitement de celle-ci :

1. Demande d'explication à l'ayant-droit mis en cause,
2. Les membres du Comité de Gestion, à l'exception de l'ayant-droit concerné, étudient la réclamation, la réponse de l'ayant-droit et tout document pouvant être porté à leur connaissance pour les aider à prendre une décision,
3. Ils indiquent au secrétariat les suites à donner à cette réclamation pour mise en application : demande d'action corrective, visite de vérification, suspension, exclusion, etc.

L'ensemble des réclamations jugées recevables et des suites qui leur auront été données sera archivé pendant 5 ans. Elles ne sont consultables que par le secrétariat de la marque et le Comité de Gestion Régional ou par des personnes qualifiées nommées par ce dernier.

### 4.6.3 Réclamations contre la marque régionale et non contre un de ses ayant-droit

En cas de réclamation contre la marque régionale et non pas uniquement contre un de ses ayants droit, une demande écrite devra être envoyée au Comité de Gestion national qui la traitera selon les procédures définies dans le règlement intérieur de gestion de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent ».



## 4.7 Suspensions – Exclusions

Seul le Comité de Gestion Régional est habilité à supprimer le droit d'utilisation de la marque à un ayant-droit. Cette décision pourra être prise suite à un non respect des engagements constaté lors d'une visite de vérification ou à la réception de réclamations jugées recevables.

Un ayant-droit dont le droit d'utilisation de la marque a été supprimé ne pourra plus prétendre à utiliser la marque durant les 2 années qui suivent la décision, sauf avis contraire du Comité de Gestion régional.

Les ayants-droit suspendus ou exclus sont enregistrés dans un tableau qui contient l'ensemble des informations concernant leur suspension ou exclusion.

## 4.8 Ressources financières

La marque a comme ressource :

- 🍷 Les règlements des droits d'utilisation de la marque des ayants droit,
- 🍷 Les subventions (notamment celles qui auront pu être sollicitées au nom de la marque régionale)
- 🍷 toutes autres ressources autorisées par la loi.

Le Comité de Gestion National définit par période de 3 ans, une proposition de montants du droit d'utilisation de la marque en fonction du volume total de bois en bûche commercialisé sous la marque par un ayant droit durant l'année N-1. Celle-ci est transmise au Comité de Gestion de la marque régionale qui fixera de manière souveraine et annuelle le montant définitif des droits régionaux d'utilisation de la marque, dans une fourchette variant de plus ou moins 20% par rapport aux propositions nationales.

La contribution des ayants-droit correspond aux droits pour l'utilisation du logo, du nom «Ile-de-France Bois Bûche : des entreprises d'Ile-de-France qui s'engagent» et de la marque associée, ainsi que du logo et du nom « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent® » durant l'année d'adhésion en cours.

Le montant des droits d'utilisation est déterminé en fonction du volume total de bois en bûche commercialisé sous la marque durant l'année N-1. Ce volume est exprimé en mètre cube de bois empilés composé de bûches de 1 mètre de longueur.

Pour la première année d'utilisation de la marque, le montant des droits d'utilisation est déterminé en fonction du volume total qui aurait été commercialisable sous la marque durant l'année N-1.

Lors des 5 premières années de lancement de la marque « Région bois bûche : des entreprises régionales qui s'engagent », à titre exceptionnel, le montant des droits d'utilisation de la marque pourra toutefois être en dehors du cadre proposé par le Comité de gestion national.



#### **4.9 Kit de communication**

Le Secrétariat de la marque régionale, envoie sur demande des ayants-droit les logos à jour de la marque régionale et nationale ainsi qu'un lot de documents de communication qu'il définit et qui contient à minima les plaquettes reprenant les engagements de la marque régionale.

#### **4.10 Gestion documentaire et archivage**

Les documents ci-dessous doivent être stockés pendant une durée de 5 ans par le secrétariat de la marque :

- Confirmations d'engagement des ayants-droit,
- Dossiers d'adhésions et document fournis par les ayants droits,
- Rapports de visites d'accompagnement,
- Tableaux synoptiques des visites annuelles,
- ...