

Terres de Hêtre®

CHARTRE D'ENGAGEMENT DE LA MARQUE COLLECTIVE SIMPLE

" TERRES DE HÊTRE® "

PRÉAMBULE

L'origine de la démarche : répondre aux enjeux de la filière bois de Hêtre française.

La filière bois de Hêtre fait face à un contexte nouveau où les enjeux d'ordre économiques, réglementaires et environnementaux peuvent à terme fortement fragiliser la filière et le dynamisme des territoires ruraux.

Les territoires du Pays d'Épinal et du Parc naturel régional des Vosges du Nord travaillent depuis la fin des années 2000 sur la filière forêt-bois. La ressource forestière étant composée en majorité de hêtre, les efforts investis se sont concentrés sur la valorisation du hêtre.

Pour ces territoires les constats suivants ont été faits :

Constats sur le plan économique

1. Surcoûts liés aux contraintes d'exploitation
2. Modes de commercialisation peu performants
3. Modes de transformation rarement intégrés
4. Peu de marchés pour les produits hêtre

Constats relatifs à la gestion forestière

5. Une forêt de hêtre mal exploitée et qui menace le renouvellement forestier ;
6. Une mobilisation compliquée des bois ;
7. Un déclin des scieries dont les répercussions sont immédiates sur le dynamisme des territoires.

ARTICLE 1 : OBJET

Le Pôle d'Équilibre Territorial et Rural (PETR) du Pays d'Épinal, Cœur des Vosges (anciennement Syndicat Mixte du Pays d'Épinal), a procédé **au transfert de la marque collective simple « Hêtre des Vosges »** déposée à l'INPI (Institut National de la Propriété Intellectuelle) par le PETR du Pays d'Épinal, Cœur des Vosges, le 03 avril 2012 sous le numéro 123910103, en classes 8, 19, 20, 28, 31, 37, 40 et 44.

En **Terres de Hêtre®**.

Cette marque est développée à l'intention des propriétaires forestiers, des professionnels (producteurs, transformateurs, fabricants) et des collectivités locales, qui s'engagent dans une démarche de valorisation locale des bois de Hêtre provenant d'un patrimoine forestier français géré de façon durable.

Cette Charte d'Engagement a été déposée à l'INPI en complément du dépôt de la Marque.

Dans une logique de dynamisation de la filière hêtre au niveau national, la marque « Terres de Hêtre® » a pour mission d'optimiser la valorisation du bois de hêtre sur le marché du bois construction, de l'ameublement, de l'aménagement intérieur et extérieur des bâtiments.

LA MARQUE A POUR OBJECTIFS :

1. Valoriser l'essence Hêtre sur le territoire français,
2. Retrouver un équilibre économique à la sylviculture du hêtre, en intégrant les incertitudes liées au changement climatique
3. Sécuriser l'approvisionnement par le développement des ventes façonnées et la vente par contrats ;
4. Favoriser la promotion et la commercialisation des produits en hêtre ;
5. Assurer le développement des entreprises locales de première et seconde transformation du hêtre.

ARTICLE 2 : CONDITIONS D'OCTROI DE L'USAGE DE LA MARQUE

2.1 - Le droit d'utilisation de la Marque et du logotype associé « Terres de Hêtre® » (**Annexe 3**) est réservé au Demandeur qui produit ou utilise du hêtre, espèce botanique *Fagus sylvatica*.

Le logotype existe en plusieurs versions, dont certaines sont spécialement adaptées à figurer sur les feuillards ou marquage des bois (**Annexe 3**).

2.2 - Le droit d'utilisation de la Marque et du logotype associé « Terres de Hêtre® » est réservé au Demandeur qui (i) produit du hêtre dans la région Grand Est et/ou (ii) qui gère des forêts comprenant du hêtre et/ou (iii) s'approvisionne en hêtre qui provient pour 80% de la région Grand Est et/ou (iv) qui utilise du hêtre français dans ses investissements matériels.

L'utilisation de la Marque est une démarche volontaire du Demandeur, elle ne constitue ni ne remplace aucune autre identification de marque ou de qualité.

L'utilisation de la Marque et du logotype associé « Terres de Hêtre® » en dehors des cas prévus au paragraphe précédent est passible des sanctions pénales et/ou civiles prévues par le Code de la Propriété Intellectuelle en matière de contrefaçon et en matière d'atteinte à une indication géographique (articles L.721-et et L.722-1 du Code de la propriété intellectuelle).

2.3 - L'implantation des entreprises de première et de deuxième transformation doit être uniquement sur la région Grand Est. La transformation du hêtre est elle-même effectuée sur l'ensemble de ce territoire.

La 1ère transformation du bois regroupe les activités du sciage, de l'emballage, du tranchage, du déroulage, les industries produisant des panneaux à base de bois et de la pâte à papier.

La 2ème transformation du bois rassemble les entreprises utilisant le bois pour élaborer des composants de menuiserie, de charpente, pour la construction de maison en bois, pour l'agencement intérieur et extérieur et pour l'ameublement.

2.4 - Les produits concernés sont le bois brut, les sciages, les objets manufacturés (les meubles, les objets en bois, tout ce qui concerne l'aménagement intérieur et extérieur en bois) et les produits bois à destination de la construction bois.

Les produits de composition « mixte » (comprenant du hêtre ainsi qu'un autre matériau) sont soumis aux dispositions du cahier des charges « Terres de Hêtre® » figurant en annexe 2 et faisant partie intégrante de la présente Charte d'Engagement (point III – 1).

2.5 - Les produits bruts sont classés selon le classement visuel de la norme NF B 52 001 partie 1 & 2 (juin 2016). Ils seront dans le futur classés également selon la norme EN 1912, en cours de validation par le Comité technique européen CEN/TC124.

2.6 - Le bois utilisé provient uniquement de forêts certifiées (PEFC ou FSC) du territoire cité précédemment.

2.7- Les entreprises produisant une prestation intellectuelle (design, architecture, conseil, bureau d'étude) pourront utiliser la Marque Terres de Hêtre® s'ils sont installés sur le territoire et travaille autour du matériau hêtre ou si leur prestation intellectuelle et la mise en œuvre de cette prestation sont réalisées sur le territoire précité.

2.8 - Les communes forestières voulant utiliser la marque Terres de Hêtre® s'engagent à :

- Promouvoir et communiquer autour de la Marque « Terres de Hêtre® ».
- Favoriser l'utilisation du hêtre de provenance locale par les entreprises adhérentes au présent règlement dans les marchés de maîtrise d'œuvre mis en œuvre par la commune.
- Privilégier le contrat d'approvisionnement comme mode de vente des bois de hêtre.
- Être certifié PEFC ou FSC, garantie d'une gestion durable de ses forêts.

2.9 – Les collectivités locales ou autres organismes publics ou association désirant utiliser la marque Terres de Hêtre® s'inscriront dans une démarche territoriale en utilisant du hêtre français dans ses investissements, en promouvant le hêtre à travers des manifestations, en communiquant sur les bénéfices de cette essence.

2.10 – Le gestionnaire forestier voulant utiliser la marque Terres de Hêtre® devra être certifié (FSC ou PEFC). Il prescrira, dès que c'est possible, au propriétaire la vente des bois par contrat

2.11 - L'usage de la Marque sur les produits et son utilisation pour des actions de communication est subordonné à la signature manuscrite du présent Règlement, portant la mention « *lu et approuvé* ».

2.12 - La demande d'autorisation de la Marque est adressée à la Commission Consultative de la Marque qui est composée de membres du PETR du Pays d'Épinal, de la Maison de l'Emploi et des Services Publics des Pays d'Épinal et de Remiremont, du PNR des Vosges du Nord, de

l'Association des Communes Forestières de Lorraine, de l'interprofession Grand Est et de représentants de professionnels adhérents à la Marque.

La Commission Consultative de la Marque peut se faire assister par toute personne ou organisme qui permettrait une meilleure étude de la demande présentée.

Cette demande prend la forme d'un formulaire d'une page présenté en **Annexe 1**. Cette demande doit également comporter un engagement sur l'honneur attestant l'acceptation de la présente Charte d'Engagement.

La Commission Consultative vérifie si le Demandeur est en mesure de respecter les termes du Cahier des charges (**Annexe 2**), à la suite d'une ou plusieurs visites de terrain réalisée(s) par un agent du PETR du Pays d'Épinal qui prendra connaissance des conditions de production et/ou de transformation du Demandeur et qui en fera un compte-rendu à la Commission Consultative.

Le représentant du PETR du Pays d'Épinal peut s'adjoindre tout sachant de son choix pour l'accompagner lors de ces visites.

Si les conditions prévues au Cahier des charges sont remplies, et après signature par le Demandeur de la présente Charte d'engagement, le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges délivre un avis favorable écrit.

Les refus opposés par la Commission Consultative de la Marque seront dûment motivés par écrit.

2.13 – Un numéro d'ayant droit sera attribué à chaque demandeur utilisant la Marque.

Tous les ayants-droits sont enregistrés dans un tableau tenu par le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges qui contient l'ensemble des informations concernant leur adhésion.

La liste est régulièrement mise à jour et consultable sur le site internet www.terresdehetre.com

ARTICLE 3 : CONTROLE ET USAGE DE LA MARQUE

3.1 - En cas de problème d'interprétation ou de modification des conditions de production et/ou de transformation du hêtre, le Demandeur doit saisir le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges afin que la Commission Consultative de la Marque procède à un contrôle et propose, le cas échéant, des solutions.

3.2 - La Commission Consultative de la marque est habilitée à contrôler la conformité au présent règlement de l'usage de la Marque par le Demandeur lors de visite inopinée et sans qu'il soit nécessaire de prévenir le Demandeur au préalable.

Ces contrôles peuvent avoir lieu soit dans les locaux du Demandeur soit en tout lieu permettant de s'assurer d'une utilisation conforme de la présente charte.

Un compte-rendu de visite est établi par écrit et transmis au Demandeur et à la Commission Consultative de la Marque.

ARTICLE 4 : OBLIGATIONS DU PETR DU PAYS D'EPINAL CŒUR DES VOSGES

4.1 - Le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges garantit qu'il détient les droits attachés à la Marque « Terres de Hêtre® » et qu'il est en droit de concéder au Demandeur les droits objets de la présente Charte d'Engagement.

Le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges s'engage à maintenir la Marque en vigueur, tous les frais y afférents restant à sa charge.

4.2 - Le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges s'engage à autoriser l'usage de la Marque « Terres de Hêtre® » à tout demandeur qui remplit les conditions exigées d'utilisation de la Marque.

4.3 - Le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges s'engage à fournir à l'entreprise le Logo de la Marque « Terres de Hêtre® ».

4.4 – Le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges fera figurer l'ensemble des adhérents signataires du Règlement sur le site internet de la Marque « Terres de Hêtre® ».

ARTICLE 5 : OBLIGATIONS DU DEMANDEUR

5.1 - Le Demandeur reconnaît expressément avoir pris connaissance de la Charte d'Engagement de la Marque et reconnaît les droits exclusifs du PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges sur ceux-ci.

De ce fait il s'engage donc à ne pas contester ou porter atteinte à la Marque et aux droits du PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges.

Il s'interdit également de déposer, directement ou par personne interposée, toute marque identique ou similaire à la Marque.

5.2 – Le Demandeur s'engage à exploiter la Marque de manière effective, sérieuse et continue sur tous les produits concernant la Marque « Terres de Hêtre® » à des fins commerciales et de communication.

Le Demandeur devra rigoureusement veiller à ce qu'il n'existe pas de risque de confusion avec des produits non couverts par la Marque.

5.3 – Le Demandeur s'engage à respecter loyalement le Cahier des charges dans toutes ses dispositions.

5.4 – L'usage de la Marque est strictement personnel et ne peut être cédé à un tiers même licencié ou successeur de l'adhérent au PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges.

5.5 – Si le Demandeur souhaite faire sous-traiter une quelconque activité qui nécessite l'utilisation de la Marque « Terres de Hêtre® », il devra en avertir le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges et obtenir son accord préalable et écrit. De ce fait le Demandeur devra s'assurer du respect du Cahier des charges par le sous-traitant et répondra solidairement avec lui des éventuels manquements commis.

D'une façon générale, le Demandeur s'engage à informer le PETR du Pays d'Épinal Cœur des Vosges dans les meilleurs délais des changements significatifs temporaires ou définitifs intervenant de son exploitation pouvant avoir un impact sur les conditions d'utilisation de la Marque.

5.6 – L'autorisation d'utiliser la Marque restera acquise au Demandeur tant qu'il continuera de satisfaire à la présente Charte d'Engagement.

ARTICLE 6 : ANIMATION DE LA MARQUE

Le PETR du Pays d'Epinal, Cœur des Vosges s'engage également à animer le groupe des entreprises adhérentes à la marque, par l'intermédiaire de réunions organisées régulièrement, le minimum étant une fois par semestre. Il communiquera toutes les informations concernant la Marque à ses adhérents, par l'intermédiaire de l'envoi de courrier postaux et/ou électroniques.

Le GIP (Groupement d'Intérêt Public) – Maison des Services Publics et de l'Emploi des Pays d'Epinal et de Remiremont et le Parc Naturel Régional (PNR) des Vosges du Nord participent également aux actions d'animation, de promotion et de communication de la marque.

Ces trois structures s'engagent à faire vivre la marque « Terres de Hêtre® », au travers diverses actions de promotion de la marque : participation à divers salons professionnels, actions de communication, contacts avec la presse, etc.

En outre, un site internet qui présente la Marque, la présente Charte ainsi que les adhérents à la Marque est mis en place à l'adresse www.terresdehetre.com

Aussi longtemps qu'il fera usage de la Marque, le Demandeur consent par les présentes :

- à ce que le site internet www.terresdehetre.com renvoie par des liens hypertexte vers le site internet de sa propre société, et réciproquement ;
- à ce que les structures animatrices de la marque puisse utiliser, reproduire, adapter les photographies transmises par le Demandeur pour illustrer ses activités, sur tous supports de communication réalisés pour la promotion de la Marque et notamment le site www.terresdehetre.com.

Le Demandeur garantit à ce titre l'utilisation de photographies libres de droits.

ARTICLE 7 : DEFENSE DE LA MARQUE

7.1 - Le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges et le Demandeur s'engagent à s'informer mutuellement de toute atteinte aux droits sur la Marque dont ils auraient connaissance.

Le Demandeur s'engage à coopérer avec le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges par tout moyen qu'il lui sera demandé de mettre en œuvre pour préserver les droits du PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges sur la Marque.

7.2 - Le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges est seul juge responsable des actions à entreprendre pour la défense de la Marque. En conséquence, le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges aura seul et exclusivement autorité pour engager toute procédure, judiciaire ou non, visant à défendre la Marque. Il en supportera tous les frais et en percevra tous les bénéfices.

Le Demandeur pourra, s'il le souhaite, intervenir à l'action intentée pour la réparation du préjudice qui lui est propre.

Les stipulations ci-dessus s'appliqueront de la même manière dans l'hypothèse où le Demandeur et le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges seraient victimes de concurrence déloyale ou parasitaire.

Concernant l'engagement d'une procédure judiciaire, le tribunal compétent sera le Tribunal de grande instance en vertu de l'article L.716-3 du Code de propriété intellectuelle et de l'article 46 du Code de procédure civile.

ARTICLE 8 : CESSATION DE L'USAGE DE LA MARQUE

8.1 - Dans l'hypothèse où le Demandeur ne souhaiterait plus travailler en partenariat avec le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges, il s'engage à cesser immédiatement l'usage de la Marque et à ne pas créer pour son propre compte une marque qui pourrait porter atteinte à la Marque.

8.2 - En cas d'inexécution par le Demandeur d'une ou de plusieurs obligations lui incombant en vertu du présent Règlement et du Cahier des charges ainsi qu'en cas de non-respect des observations de la Commission Consultative de la Marque, le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges adressera au Demandeur une lettre recommandée avec avis de réception, l'invitant à s'expliquer sur les faits qui lui sont reprochés.

A la suite de l'entretien réunissant le PETR du Pays d'Epinal et le Demandeur, le PETR pourra faire injonction au Demandeur, sous un délai qui sera notifié par lettre recommandée, de justifier du respect des principes contenus dans le cahier des charges. Un nouveau contrôle sera effectué à l'échéance de ce terme fixé.

8.3 – En cas de manquements graves ou répétés, suite notamment à une demande d'explication formulée par la Commission Consultative de la Marque restée sans réponse satisfaisante, le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges se réserve le droit, après avis de la Commission Consultative de la Marque, de retirer l'autorisation d'usage de la Marque au Demandeur ne remplissant plus les conditions requises par lettre recommandée avec accusé de réception.

Cette décision devra être suivie d'exécution immédiate et toutes dispositions devront être prises sans délai pour faire cesser l'usage, la transformation ou la vente des Produits « Terres de Hêtre® ».

Le cas échéant, le Demandeur adressera au PETR du Pays d'Epinal un inventaire détaillé des produits couverts par la Marque restant en stock dans les 30 jours à la réception de la lettre recommandée ; le Demandeur conservera la possibilité d'écouler le stock restant pendant une période de 3 mois après réception de la lettre recommandée.

ARTICLE 9 : MODIFICATION DU CAHIER DES CHARGES

Le cahier des charges annexé à la présente charte d'usage est susceptible d'être actualisé, de manière annuelle. Le nouveau cahier des charges sera entériné par la Commission Consultative. Le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges informe dans ce cas l'ensemble des exploitants de la Marque des modifications décidées par :

- La publication des nouvelles conditions sur le site internet consacré à la marque
- L'envoi d'un courrier à chaque exploitant et partenaire répertorié sur le site

Dans l'hypothèse où le Demandeur refuserait d'accepter les termes du nouveau cahier des charges, l'autorisation d'usage de la marque sera retirée de plein droit par le PETR du Pays d'Epinal Cœur des Vosges.

* * *

ENGAGEMENT DE L'ADHERENT

En tant que :

- Gestionnaire ou propriétaire forestier
- Entreprise de transformation
- Prestataire intellectuel
- Collectivité locale
- Association de loi 1901

Je soussigné (e)

.....agissant au titre de :
.....

m'engage à respecter le présent Règlement et le présent Cahier des charges (Annexe 2) dans toutes ses dispositions ainsi qu'à utiliser de bonne foi le(s) logotype(s) de la Marque « Terres de Hêtre® » (Annexe 3).

A, le

L'adhérent à la Marque

ANNEXE 1

Formulaire de demande d'utilisation de la marque Terres de Hêtre®

QUALITE DU DEMANDEUR

Nom de l'entreprise :

Prénom et nom du dirigeant :

Statut du dirigeant :

CONNAISSANCE DE LA MARQUE

Comment avez-vous eu connaissance de la marque ?

Quelle plus-value attendez-vous de la marque ?

UTILISATION PROJETEE DE LA MARQUE

Votre demande concerne quel(s) produits ou service(s) ?

Quels objectifs recherchez-vous avec la marque ?

Quelles actions envisagez-vous de conduire avec la marque ?

Avez-vous l'intention de réaliser des partenariats avec d'autres adhérents ?

ANNEXE 2

CAHIER DES CHARGES D'UTILISATION DE LA MARQUE TERRES DE HÊTRE®

Préambule :

Déterminé comme le matériau d'avenir par le Grenelle de l'environnement, le bois crée une opportunité de développement économique essentielle pour le département des Vosges, dont la couverture forestière exploitable représente 45% du territoire et la ressource en hêtre 50% de la ressource départementale.

La filière bois feuillus fait face à un contexte nouveau où des enjeux d'ordre économiques, réglementaires et environnementaux peuvent à terme fortement fragiliser la filière et le dynamisme des territoires locaux.

En effet, le bois français ne dispose pas du traitement nécessaire à son utilisation, du fait de la petite taille et du manque d'outils de traitement des scieries, qui sont condamnées à vendre un matériau à faible valeur ajoutée.

En conséquence l'ensemble de la filière bois de feuillus du Grand Est est aujourd'hui menacée et de nombreux acteurs économiques rencontrent des difficultés structurelles.

C'est pour cette raison que le Syndicat Mixte du Pays d'Epinal, Cœur des Vosges et le PNR des Vosges du Nord, ont lancé, indépendamment, un Pôle d'Excellence Rurale (PER) sur la valorisation du bois feuillu, qui ont eu pour objectif de redynamiser la filière hêtre en développant l'économie, l'emploi et l'innovation.

I. DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

Zone de production (périmètre d'approvisionnement) : Le hêtre doit provenir du Grand Est

Zone de première transformation : Les entreprises de première transformation du hêtre sont implantées obligatoirement dans la région Grand Est.

Zone de seconde transformation : Les entreprises de seconde transformation du hêtre sont implantées obligatoirement dans la région Grand Est, et utilisent en priorité (lorsque le produit est disponible) du bois provenant des scieries situées dans la région Grand Est ; la seconde transformation du hêtre est elle-même effectuée dans la région Grand Est

Zone d'innovation : Les prestataires intellectuels, architectes, bureaux d'études, designer, qui souhaitent se mobiliser en faveur du hêtre ;

II. CARACTERISTIQUES TECHNIQUES, NORMES ET RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Le bois utilisé doit uniquement provenir de forêts certifiées PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières) ou FSC (Forest Stewardship Council) précision faite qu'il doit s'agir uniquement de bois de hêtre. Il s'agit de mettre en œuvre des pratiques de gestion forestière durable.

Les produits bruts sont classés selon le classement visuel de la norme NF B 52 001 partie 1 & 2 (juin 2016). Ils seront dans le futur classés également selon la norme EN 1912, en cours de validation par le Comité technique européen CEN/TC124.

III. PRODUITS CONCERNES

Les produits concernés sont le bois brut, les sciages, les objets manufacturés (les meubles, les objets en bois, tout ce qui concerne l'aménagement intérieur et extérieur en bois) et la construction bois.

Dans le cas de produits des produits de composition « mixte » c'est-à-dire transformés et dont la composition comprend du hêtre ainsi qu'un autre matériau (qui peut être une autre essence de bois, ou même un autre matériau, métallique ou autre)

Dans le cas de hêtre utilisé en structure dans le cadre d'une construction, il doit être visible et/ou faire l'objet de communication. Le bâtiment ainsi réalisé pourra donc être labellisé en tant que « construction Terres de Hêtre® ».

IV. SERVICES CONCERNES

Les entreprises produisant une prestation intellectuelle (design, architecture, conseil, bureau d'étude ?) pourront utiliser la Marque Terres de Hêtre® s'ils sont installés sur le territoire et travaille autour du matériau hêtre ou si leur prestation intellectuelle et la mise en œuvre de cette prestation sont réalisées sur le territoire précité.

Le gestionnaire forestier voulant utiliser la marque Terres de Hêtre® devra être certifié (FSC ou PEFC). Il prescrira, dès que c'est possible, au propriétaire la vente des bois par contrat.

V. DÉMARCHES CONCERNES

Les collectivités locales ou autres organismes publics désirant utiliser la marque Terres de Hêtre® devront se situer dans le Grand Est. Ils s'inscriront dans une démarche territoriale en travaillant avec les territoires du PETR du Pays d'Épinal, de la MSPE du Pays d'Épinal et de Remiremont ou du PNR des Vosges du Nord.

Ces structures publiques pourront utiliser la marque Terres de Hêtre® si elles utilisent du hêtre dans leurs investissements, si elles promeuvent le hêtre à travers des manifestations, ou si elles communiquent sur les bénéfices de cette essence et de son utilisation.

VI. LA DEMARCHE DE LA MARQUE « TERRES DE HÊTRE® »

Son origine: répondre aux enjeux de la filière bois feuillus.

Une faible compétitivité des produits bois feuillus sur le marché du bois construction :

- Une concurrence accrue des bois d'importation européens voire mondiaux. Une adaptation difficile des entreprises aux normes de classement des bois en vigueur.
- Des modes de commercialisation peu performants.
- Des modes de transformation rarement intégrés.
- Peu de marchés pour les produits en bois de hêtre

Au-delà, il s'agit des enjeux inhérents aux forêts de feuillus de la région Grand Est :

- Une mobilisation non optimale des bois qui prive certaines scieries de leur matériau.
- Un déclin des scieries dont les répercussions sont immédiates sur le dynamisme des territoires locaux.

Des potentialités significatives pour les produits :

- Des bois de diverses qualités disponibles en quantité sur le territoire et offrant des caractéristiques performantes adaptées au marché (ameublement, construction,...).
- Un débouché pour chaque qualité de bois, sans oublier de positionner également le hêtre sur un marché haut de gamme, innovant.
- De nouveaux procédés constructifs à développer et promouvoir.
- Des entreprises en capacité de s'adapter au marché et de répondre à la hausse de l'utilisation du bois dans la construction.
- Un soutien accru des politiques publiques en faveur des matériaux renouvelables (accords pour la réduction des gaz à effet de serre).

VII. OBJECTIFS DE LA MARQUE

VII - 1 : Pourquoi une charte d'engagement pour la Marque « Terres de Hêtre® » ?

Ensemble, les acteurs de la filière bois - forêt souhaitent contribuer à relancer le dynamisme de toute la filière, en mobilisant le hêtre pour le transformer localement :

- Les producteurs de bois en forêt privée et publique (dont les communes forestières), en privilégiant le contrat d'approvisionnement comme mode de vente des bois de hêtre, et en favorisant l'utilisation du hêtre « local » de la marque « Terres de Hêtre® » dans les travaux mis en œuvre par la commune.
- Les entreprises de transformation, en respectant la charte de la marque « Terres de Hêtre® », qui favorise le bois local, les circuits courts, ainsi que la gestion durable des forêts (utilisation de bois certifié PEFC ou FSC).
- Les professions intellectuelles, architectes, bureaux d'études, designers, qui développent des usages innovants du hêtre et qui le mettent en œuvre dans leurs projets ;
- Les collectivités locales, qui permettent de réaliser des bâtiments démonstrateurs et permettent de faire rentrer le hêtre dans les techniques de constructions courantes ;
- Les structures animatrices de la marque « Terres de Hêtre® » en accompagnant chaque projet ayant pour objectif le développement de la filière hêtre.

En travaillant main dans la main les acteurs de la filière amont et aval, et leurs partenaires, contribuent ainsi à la fois à maintenir l'activité et les emplois localement, mais aussi à sauvegarder l'environnement grâce à une nette amélioration du bilan carbone et la valorisation d'une essence adaptée à nos forêts de plaine ou d'altitude moyenne et à la biodiversité locale.

VII - 2 : L'utilisation d'une marque collective simple

La démarche de la création d'une marque collective simple vise à augmenter l'utilisation des bois de hêtre dans la construction à travers la communication autour de la marque collective simple « Terres de Hêtre® ». Cette marque apporte une garantie de qualité des produits bois construction et un service exemplaire en matière de développement durable.

Par l'adhésion à cette Marque, les entreprises renforcent leur visibilité, leur compétitivité et leur rentabilité en adoptant une stratégie commune. De plus cela garantit aux consommateurs que les produits et les services qu'ils pourront utiliser proviennent de professionnels appartenant à une même organisation, qui ont par ce fait, le même référentiel et la même qualité.

VII - 3 : Objectifs principaux

Une mission d'intérêt général : optimiser la valorisation du bois de hêtre régional sur le marché du bois construction et de l'ameublement.

Mettre en œuvre une démarche qui vise à optimiser la valorisation du bois local depuis la récolte jusqu'à l'utilisateur final notamment par la caractérisation de la ressource (en conformité avec les normes européennes) et la mise en place d'une qualité de service.

3.1 Créer les conditions qui permettent d'élaborer cette offre de qualité sur le territoire notamment le développement de nouveaux modes d'exploitation et de commercialisation des bois afin d'améliorer la compétitivité de l'offre de bois locaux (dans le respect des normes européennes), offre structurée, visible, durable et éco-certifiée.

- Accompagner les études de caractérisation des bois en amont de la chaîne de transformation pour optimiser la qualité des bois en aval.
- Apporter un appui technique aux pôles bois qui mettent en place de nouveaux modes de fonctionnement et de commercialisation : aide au regroupement des acteurs et à la création de pôles répartis sur le territoire.
- Accompagner les scieurs dans l'optimisation de leur processus de production.

3.2 Promouvoir les bois feuillus et leur utilisation dans la construction, ainsi que dans l'aménagement intérieur, en lien avec les institutions interprofessionnelles.

Augmenter la valeur ajoutée des bois de la filière hêtre par la promotion de la qualité des produits et des services qui répondent aux exigences du marché.

Les filières bois feuillus doivent amener une valeur ajoutée supplémentaire aux produits afin de compenser le surcoût des produits locaux, de différencier l'offre des Terres de Hêtre® sur le marché et de répondre aux attentes des acteurs de l'aval.

Un besoin de mobiliser les acteurs de la filière bois pour apporter une réponse à la demande du marché.

Plus particulièrement il s'agit de :

- Respecter les normes en vigueur et à venir (éco-certification, classement structure, marquage CE)
- Mettre en place des modes d'exploitation et de commercialisation adaptés au marché.

VIII. LES CONTRATS D'APPROVISIONNEMENT : UNE NECESSITE

La loi du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux permet de conclure des contrats d'approvisionnement pour commercialiser les bois des forêts communales et domaniales.

VIII - 1 : L'avenir de toute la filière

En répondant favorablement à ce type de contrat, le propriétaire forestier s'engage à fournir ses clients et donc à sécuriser leur approvisionnement. Les communes jouent un rôle primordial dans le développement de leur territoire, elles peuvent par ces contrats favoriser le circuit court en approvisionnant les entreprises locales. Tout cela contribue à un maintien de l'activité et des emplois à un coût moindre, en faisant des économies d'énergie et en limitant les émissions de carbone (moins de transport). Les contrats d'approvisionnement sont bien un facteur de dynamisme dans l'économie locale.

VIII - 2 : Une réponse aux besoins des communes et autres forêts publiques

Ces contrats ont pour avantage d'optimiser les produits issus des forêts communales car en proposant des bois qui correspondent aux besoins des clients, l'attractivité de l'offre se trouve alors augmentée. De plus par une meilleure adéquation de l'offre et de la demande négociée de gré à gré, la réduction des invendus est un résultat attendu. D'autre part le contrat permet de garantir une recette régulière étalée dans le temps ce qui contribue à l'équilibre du budget communal. Enfin, le

contrat de bois façonné et trié permet de mieux valoriser les bois et les qualités pour trouver un débouché optimal.

VIII - 3 : Une réponse à la demande des scieries

Les scieries voient de nombreux avantages dans le développement de ce contrat :

- Il répond et garantit au mieux les besoins spécifiques de l'acheteur en bois certifiés.
- Il permet un approvisionnement sécurisé à un prix défini, correspondant aux quantités et à la qualité voulue.
- L'échelonnement des approvisionnements et la garantie d'être alimenté permettent de réduire les stocks.
- Un contrat d'approvisionnement permet une diminution du coût de prospection.

IX. LES AVANTAGES DE LA MARQUE « TERRES DE HÊTRE® »

Améliorer les ventes en offrant des débouchés aux produits en bois de hêtre :

- Une demande en produits classés et éco-certifiés en hausse.
- Les collectivités mais aussi les particuliers sont demandeurs de produits répondant aux critères du développement durable.
- La marque collective simple constitue un capital confiance pour le client : une garantie des caractéristiques des produits.

Un outil à disposition des acteurs pour garantir des spécifications produits auxquelles s'ajoute une dimension de service exemplaire en terme de développement durable par la valorisation des ressources et des compétences locales. A titre d'exemple l'accompagnement du CrittBois d'Épinal est indispensable pour mieux connaître certaines qualités du hêtre ; en effet la mesure de la résistance mécanique des bois par machine permet une optimisation de l'utilisation du bois en particulier pour un usage structure. Une meilleure connaissance des qualités intrinsèques du bois permettra d'en optimiser l'utilisation.

Terres de Hêtre® est une solution pour valoriser les bois locaux.

X. VERS UNE DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL.

Après 4 ans d'existence, de nombreuses actions ont eu lieu sous l'égide de *Terres de Hêtre®*, et il est apparu que d'autres territoires ont les mêmes problématiques, notamment le Parc naturel régional des Vosges du Nord. Ainsi le secteur concerné par cette action recouvre les territoires du Pays d'Épinal et du PNR des Vosges du Nord.

L'objectif du marketing territorial est d'augmenter la visibilité de la marque, des produits réalisés par les partenaires, d'augmenter le sentiment d'appartenance des professionnels et des propriétaires de forêt à une filière locale de qualité économique, écologique et sociale.

Il faut alors identifier les publics cibles, les moyens à mettre en œuvre pour les atteindre et démontrer la plus-value de la marque *Terres de Hêtre®*.

L'impact écologique de chaque produit et/ou service est un élément marketing dont il faut se servir en s'appuyant sur les atouts environnementaux du territoire et de la filière forêt-bois élargie, c'est-à-dire en prenant en considération les professionnels du tourisme (randonnées, circuits « nature », accrobranche, VTT, « séjours verts », etc.) mais également le potentiel pharmaceutique et le développement de la chimie verte autour des essences locales, notamment le Hêtre.

L'enjeu à long terme est de reconstruire une attractivité de ce territoire sur la base d'une ressource et de savoir-faire locaux en créant une offre de services, qui engendrera des opportunités pour un développement économique important.

XI. POSSIBILITÉ D'UN TERRITOIRE PLUS ETENDU

La Marque « Terres de Hêtre® » se veut ouverte et non restrictive, et peut être amenée dans le futur à évoluer vers un élargissement de ses délimitations géographiques. Ces changements ne pourront se faire qu'après accord de la Commission Consultative de la marque.

Annexe 3

LOGO DE LA MARQUE « Terres de Hêtre® »



Autres versions du Logo que l'on peut rencontrer :



OU



OU ENCORE

