

# Règlement intérieur de gestion de la marque « Alsace Combustible Bois Naturel : des entreprises qui s'engagent » (à usage interne pour le Comité de gestion et pour les ayants droit de la marque)

## I) Introduction

A l'initiative de la fédération interprofessionnelle alsacienne de la forêt et du bois, FIBOIS Alsace, et en partenariat avec la Région Alsace et l'ADEME, les professionnels de la production, de l'exploitation et de la distribution de combustibles bois en Alsace ont créé une marque collective simple pour le combustible bois sous forme de plaquettes. Elle est dénommée :



La marque « Alsace Combustible Bois Naturel : des entreprises qui s'engagent » a pour objectifs :

- de promouvoir un combustible bois sous forme de plaquettes de qualité en termes de rendement énergétique et d'impact environnemental,
- de favoriser l'augmentation du volume de combustibles bois sous forme de plaquettes mis en vente,
- de valoriser les bois régionaux,
- d'assurer le développement des entreprises locales de récolte, de production et de commerce de combustibles bois sous forme de plaquettes,
- de standardiser l'offre en matière de combustibles bois sous forme de plaquettes,
- d'assurer au client un combustible bois sous forme de plaquettes adapté à son installation.

## II) Propriété intellectuelle

La marque « Alsace Combustible Bois Naturel : des entreprises qui s'engagent » et le logo associé ont été déposés auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). Ils sont la propriété de FIBOIS Alsace qui en assure la gestion via un Comité de gestion.

**Le droit d'utiliser la marque et le logo « Alsace Combustible Bois Naturel : des entreprises qui s'engagent » est uniquement concédé aux ayants droit, qui s'engagent à respecter le cahier des charges de la marque. Ainsi, une utilisation sans autorisation pourra être réprimée par la loi, car de nature à tromper la vigilance du consommateur.**

### III) Fonctionnement

#### 1) Comité de gestion

Un Comité de gestion assure la bonne application et le bon usage de la marque.

##### 1.1. La composition du Comité de gestion

Le Comité de gestion est composé de représentants des organismes suivants :

- AMCF (1 représentant)
- ONF (1 représentant)
- FPA (1 représentant)
- CRPF (1 représentant)
- GRIEF (1 représentant)
- GSETFA (1 représentant)
- GSNBCA (1 représentant)
- SRSEFA (1 représentant)
- Corporation des maîtres ramoneurs du Bas-Rhin et Corporation des maîtres ramoneurs du Haut-Rhin (1 représentant)
- Entreprises impliquées dans la production, l'exploitation et la distribution de combustibles bois sous forme de plaquettes (3 représentants)
- Bureaux d'études bois énergie (1 représentant)
- FIBOIS Alsace (1 représentant)
- État – DRAAF (1 représentant)
- ADEME (1 représentant)
- Région Alsace (1 représentant)

Les ayants droit de la marque ne siègent pas tous et directement au Comité de gestion. Ils sont représentés par leur structure fédératrice ou à défaut, par un nombre défini d'ayants droit.

**La présence de la moitié au moins de ses membres (présents ou représentés) est nécessaire pour que le Comité de gestion puisse délibérer valablement. Par ailleurs, une personne morale ne peut représenter qu'une seule autre personne morale. Toutefois, différentes personnes physiques peuvent représenter la même personne morale lors de différentes réunions.**

Dans le cas où une demande d'utilisation de la marque nécessite la validation par le Comité de gestion, un courrier sera envoyé à chaque représentant pour validation ou non de cette demande. Le Comité de gestion ne sera donc pas expressément convoqué.

Le Comité de gestion pourra toutefois être réuni sur demande motivée d'un membre du Comité de gestion, ou suite à un non respect flagrant de la marque.

Il élit en son sein pour une durée de 3 ans, un président du Comité de gestion qui aura pour fonction :

- de représenter la marque et le Comité de gestion,
- de signer les confirmations d'engagement,
- d'ordonner les dépenses,
- de présider et d'animer les réunions du Comité de gestion.

##### 1.2. Les missions du Comité de gestion

Le Comité de gestion se réunit au moins une fois par an et son rôle est le suivant :

- superviser les attributions de droit,
- fixer le montant des droits,
- veiller à l'application de la marque par les ayants droit,
- animer la marque,
- promouvoir et communiquer sur la marque,
- prononcer des avertissements,
- retirer le cas échéant des droits,
- proposer des mises à jour, 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 combustible bois sous forme de plaquettes de qualité.

Le Comité de gestion se laisse également la possibilité de demander aux ayants droit de la marque une liste partielle de leurs clients, afin qu'ils leur soient éventuellement envoyé un questionnaire de satisfaction. Ces listes seront naturellement traitées de façon confidentielle.

## **2) Secrétariat**

Le secrétariat de la marque est assuré par FIBOIS Alsace, interprofession alsacienne de la filière forêt-bois.

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.

## **3) Ressources financières**

La marque a comme ressource :

- les règlements des droits annuels d'utilisation de la marque des ayants droit,
- les subventions (notamment celles qui auront pu être sollicitées au nom de la marque),
- les contributions diverses (CVO, partenariat, etc.).

Dans un premier temps, la marque sera intégrée par FIBOIS Alsace, qui en assurera par conséquent la gestion financière. La marque fera donc partie intégrante du budget total de l'interprofession FIBOIS Alsace. Néanmoins, elle fera l'objet d'une comptabilité spécifique, afin de pouvoir appréhender le montant des pertes ou des recettes éventuelles. L'objectif étant que la marque puisse acquérir son autonomie le plus rapidement possible.

## **4) Modalités pour utiliser la marque**

FIBOIS Alsace envoie à chaque futur éventuel ayant droit de la marque, un dossier comprenant :

- un exemplaire de la marque Alsace Combustible Bois Naturel (doc. ACBN-01a) et son règlement intérieur de gestion (doc. ACBN-01b),
- un courrier d'adhésion à la marque, qui rappelle les étapes à mettre en œuvre et les pièces à fournir pour adhérer (doc. ACBN-02),
- un bulletin d'adhésion à la marque, qui rappelle les engagements souscrits (doc. ACBN-03),
- le tableau des contributions annuelles en cours de validité (doc. ACBN-04).

A la réception d'un dossier de demande d'adhésion à la marque, FIBOIS Alsace enregistre les inscriptions et vérifie les pièces à fournir au dossier, à savoir :

- le bulletin d'adhésion à la marque complété et signé (doc. ACBN-03),
- la copie de l'inscription au registre du commerce et des sociétés (K Bis),
- le chèque correspondant au paiement du droit annuel d'utilisation de la marque.

L'utilisation de la marque se fait pour une durée indéterminée. Elle peut toutefois être interrompue :

- sur demande de l'ayant droit par lettre recommandée avec accusé de réception envoyée au secrétariat de la marque, à laquelle est jointe le dernier document de confirmation d'engagement,
- sur demande du Comité de gestion pour non respect des engagements induits par la marque.

## **5) Suivi de l'adhésion à la marque**

Chaque année, après leur première année d'adhésion à la marque, FIBOIS Alsace envoie aux ayants droit, un dossier comprenant :

- une demande de renseignements concernant les volumes commercialisés l'année précédente, ainsi que les principales caractéristiques de ces derniers (type de combustibles bois, granulométrie, humidité, etc.) (doc. ACBN-05),
- le tableau des contributions annuelles en cours de validité (doc. ACBN-04),
- éventuellement, une demande d'une copie de l'inscription au registre du commerce et des sociétés (K Bis).

La copie de l'inscription au registre du commerce et des sociétés (K Bis) n'est plus à fournir pour les sociétés qui n'ont pas changé de statuts.

A la réception du dossier, FIBOIS Alsace enregistre les inscriptions et vérifie les pièces à fournir au dossier, à savoir :

- la demande de renseignements complétée et signée (doc. ACBN-05),
- le chèque correspondant au paiement du droit annuel d'utilisation de la marque.

## **6) Enregistrement des ayants droit de la marque**

Dès lors qu'un dossier d'adhésion à la marque est complet, FIBOIS Alsace édite en 2 exemplaires une confirmation d'engagement (doc. ACBN-06). L'une est renvoyée comme justificatif, l'autre est conservée avec le bulletin d'adhésion à la marque (doc. ACBN-03) par FIBOIS Alsace qui tient à jour la liste des ayants droit. Cette confirmation est valable une année.

Chaque année, après la première année d'utilisation de la marque, une nouvelle confirmation d'engagement (doc. ACBN-06) valable 1 an est éditée. Elle précise la date initiale d'engagement de l'ayant droit.

*Dans le cas d'un ayant droit qui a suspendu momentanément son adhésion à la marque ou qui a été exclue par le Comité de gestion, la date initiale prise en compte est celle de la nouvelle adhésion suite à la période de non adhésion à la marque.*

*La suspension d'un ayant droit par le Comité de gestion ne modifie pas la date initiale d'engagement de l'ayant droit.*

Un numéro d'ayant droit de la marque est attribué à chaque ayant droit signataire de la marque.

Les ayants droit sont enregistrés dans un tableau (doc. ACBN-Tab-01) qui contient l'ensemble des informations concernant leur utilisation de la marque.

La liste des ayants droit est régulièrement mise à jour (au moins une fois par mois) et est consultable et téléchargeable sur le site Internet de FIBOIS Alsace ([www.fibois-alsace.com](http://www.fibois-alsace.com)) dans la rubrique Bois énergie, Marque Alsace Combustible Bois Naturel.

## **7) Contribution**

La contribution est fixée annuellement par le Comité de gestion.

Elle correspond aux droits annuels pour l'utilisation du logo, du nom Alsace Combustible Bois Naturel et de la marque associée, du 1<sup>er</sup> juillet de l'année N au 30 juin de l'année N+1.

La contribution est déterminée en fonction du volume total de combustibles bois de type plaquettes forestières et/ou plaquettes de scierie, commercialisé durant l'année N-1 en Alsace. Ce volume est exprimé en tonnes brutes (TB).

Pour toute adhésion à la marque, entre le 1<sup>er</sup> juillet de l'année N et le 31 décembre de l'année N, la contribution doit être versée en totalité. Lorsque l'adhésion se fait entre le 1<sup>er</sup> janvier de l'année N+1 et le 30 juin de l'année N+1, seule la moitié du montant de la contribution sera exigée.

L'ensemble des contributions est présenté de façon détaillée dans le document intitulé « Contributions annuelles » (doc. ACBN-04).

## **8) Kit de communication**

FIBOIS Alsace envoie aux ayants droit, en même temps que leur première confirmation d'engagement (doc. ACBN-06), un kit de communication qui comprend :

- le logo de la marque Alsace Combustible Bois Naturel en format informatique,
- les plaquettes de communication à distribuer systématiquement en complément du contrat d'approvisionnement.

Par la suite, l'ayant droit pourra demander à tout moment des plaquettes de communication supplémentaires, lorsque son stock arrive à épuisement.

## **9) Réclamations**

Pour qu'une réclamation puisse être examinée et portée à connaissance du Comité de gestion, 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 toutefois pas une gestion d'un litige entre 2 parties**, mais seulement un porté à connaissance au Comité de gestion, qui pourra décider ultérieurement des suites éventuelles à donner. Il n'existe donc pas une chaîne systématique de cause à effet entre une plainte et des décisions 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.**

Le secrétariat de la marque procède à l'étude de la recevabilité de la réclamation et détermine si :

- la réclamation est jugée recevable. Dans ce cas, le secrétariat de la marque la portera à connaissance du Comité de gestion lors de sa réunion annuelle.
- la réclamation est jugée non acceptable. Dans ce cas, le secrétariat de la marque notifie par courrier la justification du non fondement de la réclamation.

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 par le Comité de gestion ou par des personnes qualifiées nommées par ce dernier.

## **10) Contrôles internes**

Chaque année, des contrôles internes sont effectués sur le terrain pour vérifier de manière objective :

- l'adéquation de la marque par rapport au fonctionnement et à la production de combustibles bois sous forme de plaquettes des ayants droit,
- le respect des engagements liés à la marque par les ayants droit.

### **10.1. Les auditeurs**

Ils sont nommés par le Comité de gestion en fonction de leur qualification et de leur indépendance.

### **10.2. Confidentialité**

A moins que cela ne soit rendu obligatoire par la loi, l'auditeur ne révélera pas les informations obtenues avant et pendant les contrôles internes, et il ne transmettra aucun document à une tierce partie sans l'autorisation explicite de l'ayant droit concerné.

### **10.3. Choix des audités**

En utilisant la marque, l'ayant droit s'engage à se soumettre aux contrôles internes prévus dans le cadre de la marque.

Le nombre annuel des contrôles internes 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 3 contrôles internes devra être réalisé annuellement quel que soit le nombre d'ayants droit.

Remarque : 1 de ces contrôles internes concernera chaque année les nouveaux ayants droit de la marque. Toutefois, s'il n'y avait pas de nouveaux ayants droit, le contrôle interne résultant non réalisé sera alors reporté sur les ayants droit déjà en place.

Le choix des audités se fait par tirage au sort de façon aléatoire lors d'un Comité de gestion.

Des contrôles internes complémentaires allégés pourront être réalisés. Les modalités de ces contrôles internes seront systématiquement définies par le Comité de gestion.

#### **10.4. Déroulement des contrôles internes**

##### **10.4.1. Préparation du contrôle interne**

Dès lors que les ayants droit ont été tirés au sort pour accueillir un contrôle interne, un courrier leur est envoyé pour les informer qu'ils font partie de la campagne de contrôles internes de l'année à venir. Ce courrier précise le but et le déroulement du contrôle interne.

Par la suite, l'auditeur prend contact avec l'ayant droit pour fixer d'un commun accord une date et un lieu de rendez-vous.

##### **10.4.2. Contenu du contrôle interne**

Le contrôle interne se déroule en plusieurs étapes :

- présentation par l'auditeur des objectifs et du déroulement du contrôle interne,
- vérification sur le site de l'entreprise, de la connaissance et du respect des engagements liés à la marque,
- accompagnement de l'ayant droit lors d'une livraison auprès d'un client et vérification du respect des engagements liés à la marque,
- bilan de la visite et rédaction d'un rapport signé par les 2 parties.

Une copie du rapport est envoyée à l'audité après son contrôle interne.

Pour déterminer les caractéristiques du combustible, l'auditeur veillera à prélever et analyser des échantillons suffisamment représentatifs (en taille, en nombre, etc.), selon un protocole déterminé (doc. ACBN-Ctrl-03). Ces derniers seront analysés a posteriori en utilisant un matériel approprié. Les résultats seront intégrés dans le rapport de visite transmis à l'audité.

#### **10.5. Traitement des rapports des contrôles internes**

Les rapports de contrôles internes sont traités, analysés, classés et archivés par le secrétariat de la marque.

Un tableau synoptique (doc. ACBN-Ctrl-02) reprenant les principaux commentaires et remarques est réalisé.

Il est présenté à un Comité de suivi. Ce dernier, est composé d'au maximum 6 membres issus et désignés par le Comité de gestion.

Le Comité de suivi analyse les résultats des contrôles internes et les suites à donner aux éventuels écarts constatés.

Le Comité de suivi transmet au Comité de gestion les avis émis par rapport aux écarts formulés sur les rapports de contrôles internes. Le Comité de gestion en prend connaissance et décide des éventuelles

suites à donner, à la fois à la vue des éléments fournis par le Comité de suivi, et également en fonction d'autres éléments qui ont pu lui être communiqués.

### **10.6. Diffusion des résultats des contrôles internes**

Le secrétariat de la marque réalise chaque année, un rapport synthétique présentant de façon anonyme les résultats des contrôles internes et les suites données à ces derniers. En aucun cas, les ayants droit ayant été contrôlés sont nominativement cités.

Ce rapport est uniquement diffusé auprès :

- du Comité de gestion de la marque,
- de l'ensemble des ayants droit de la marque.

## **11) Suspensions - Exclusions**

<p><b>Seul le Comité de gestion est habilité à supprimer le droit d'utilisation de la marque à un ayant droit. Cette décision peut être prise suite à un non respect des engagements constaté lors d'un contrôle interne ou à la réception de réclamations jugées recevables.</b></p>
---

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

Les ayants droit suspendus sont enregistrés dans un tableau (doc. ACBN-Tab-02) qui contient l'ensemble des informations concernant leur suspension.

Les ayants droit exclus sont enregistrés dans un tableau (doc. ACBN-Tab-03) qui contient l'ensemble des informations concernant leur exclusion.