



LUTTE CONTRE LES MAUVAIS USAGES DE LA MARQUE FSC

ENJEUX ET OBJECTIFS

La **protection de la marque** est un élément stratégique clé du système de certification FSC. Afin d'identifier et de promouvoir la gestion responsable des forêts sur le marché, FSC a créé, il y a 20 ans, un système de licences pour les entreprises certifiées pour assurer l'intégrité des produits labellisés FSC et aider le consommateur à identifier les bois et les produits du papier provenant de forêts certifiées FSC.

L'usage de la marque FSC par des entreprises non certifiées pénalise à la fois les entreprises certifiées, qui deviennent victimes d'une concurrence déloyale caractérisée, et dupe le consommateur. L'utilisation inappropriée ou abusive de notre marque porte atteinte à l'intégrité de FSC et à sa mission.

Pour mettre fin au sentiment d'impunité dans lequel certains acteurs opèrent, et préserver les enjeux et la haute valeur ajoutée des produits certifiés FSC®, FSC FRANCE a mis en place une stratégie pour stopper ces abus.

« L'intégrité de la chaîne de contrôle et la garantie d'une identification crédible par l'utilisateur final, d'un label hautement exigeant, constituent la motivation essentielle de cette démarche. »

STRATEGIE ET MOYENS

Principales actions de la stratégie :

- **Détection des usages abusifs et des mauvais usages**
 - utilisations sans certification ou avec une certification échue,
 - utilisations sans autorisation, usages détournés, contrefaçons,
 - usages portant à confusion ou induisant l'utilisateur final en erreur sur la réalité de la certification de l'entreprise ou du produit
 - utilisation de l'ancienne charte graphique (ancien logo ou label avec sigles © au lieu de ®)

- **Traitement des usages abusifs par une procédure validée juridiquement**
 - envois systématiques de lettres en recommandées avec AR, adaptées aux divers cas (entreprises non certifiées, donneurs d'ordre, revendeurs, fabricants, institutions, etc)



- **Vérification** concrète des corrections dans la mesure du possible
- **Reconnaissance** des droits de la marque déposée FSC et engagement écrit à cesser tout usage de la marque
- **Information** : cette approche, essentiellement écrite, est souvent suivie d'échanges téléphoniques. Ces échanges sont l'occasion d'informer les entreprises sur :
 - la marque, l'intérêt du label, les possibilités de communiquer et de toucher un consommateur sensible à la préservation des forêts
 - les obligations et les bénéfices de la certification

Moyens à disposition et mode opératoire :

- **Une personne dédiée à mi-temps**

FSC France a maintenu le poste à mi-temps pour le traitement des dossiers.

- **Le réseau FSC**

L'ensemble des 45 offices nationaux FSC a développé la politique de protection de la marque FSC afin de garantir la crédibilité du système, lutter contre les mauvais usages de la marque et valoriser les entreprises certifiées FSC.

Des échanges entre les offices nationaux FSC permettent de :

- transmettre ou remonter des usages abusifs constatés dans un pays
- mener des actions parallèles ou distinctes pour approcher l'entreprise d'un groupe, avec des supports de communication propres à chaque pays.

Outre les offices nationaux, le réseau des organismes certificateurs, les entreprises certifiées et les contacts de FSC France apportent volontiers leur soutien dans des cas précis, lorsqu'ils sont sollicités.

- **DMU – Déclaration de Mauvais Usage en ligne et supports imprimés reçus**

<http://fr.fsc.org/dclarer-un-mauvais-usage.294.htm>

Mis en place en 2014, cet outil permet à toute personne de nous transmettre des mauvais usages ou usages abusifs de manière anonyme si elle le souhaite. Les données qui nous sont transmises nous permettent de contacter directement les entreprises concernées. Les cas déclarés concernent généralement des supports imprimés.

FSC France reçoit également quelques courriers avec des copies de mauvais usages
Divers supports imprimés sont aussi récupérés et rapportés par l'équipe de FSC.

- **Exploitation du web**

C'est l'outil principal de détection des mauvais usages.

Deux approches principales ont été retenues :



- **La recherche pro active via les moteurs de recherche**
A cet effet, sont utilisés et exploités :
 - tous les menus disponibles des moteurs de recherche : date, visuels, actualité...
 - des mots clés de base et combinés
 - des moteurs de recherche variés
 - le code source

- **L'exploitation de listes d'imprimeurs et de sites de groupements professionnels disponibles en ligne**

Cibles prioritaires :

En 2014 et 2015, la priorité avait été mise sur :

- **Les imprimeurs et entreprises non certifiés**
- **Les entreprises avec une certification échue**
- **Les entreprises certifiées utilisant l'ancienne charte graphique**

2016

L'objectif 2016 est toujours de protéger les imprimeurs non certifiés de la concurrence déloyale, aussi la cible prioritaire reste :

- **Les entreprises non certifiées faisant usage de la marque**

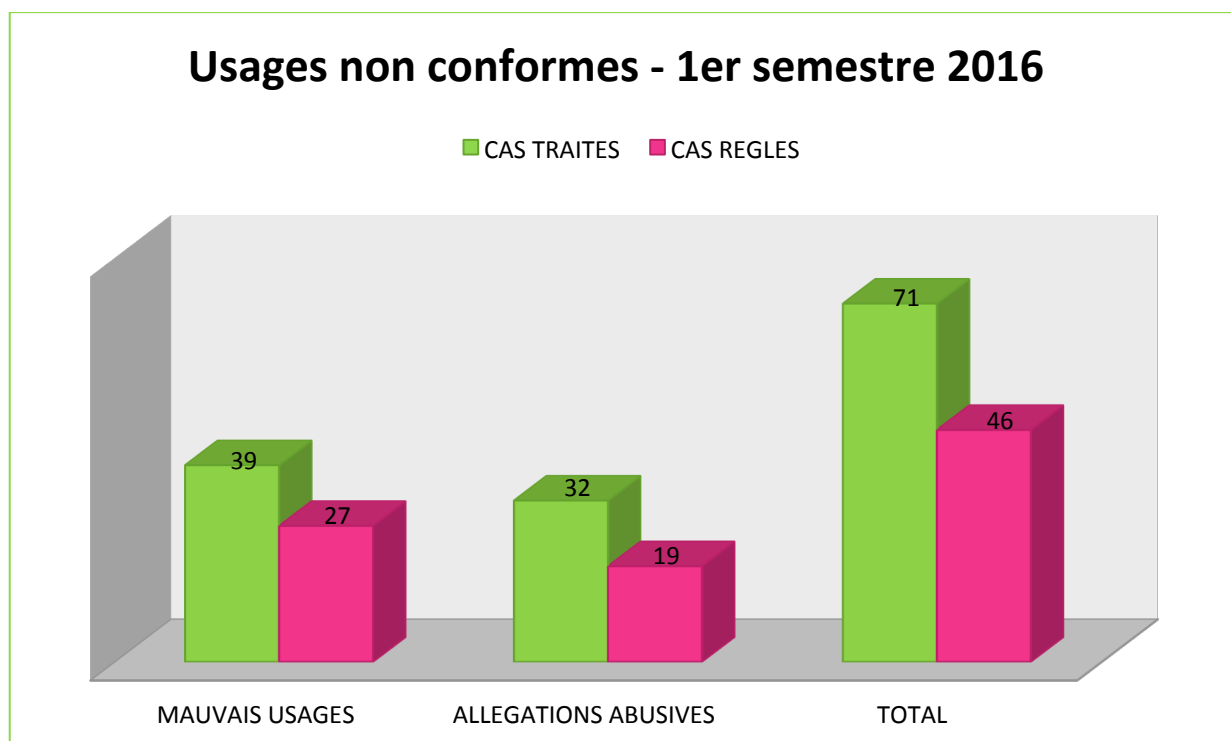
le but étant d'amener plus d'entreprises vers la certification.

Adaptation de l'approche : l'expérience 2015 ayant démontré que les donneurs d'ordre ne réagissent pas aux lettres reçues si elles ne sont pas recommandées, en 2016 les lettres spécifiques aux donneurs d'ordre sont systématiquement envoyées avec accusé réception. Cette méthode nous permet déjà de constater les bénéfices suivants :

- soit une prise de contact direct avec FSC
- soit une action auprès de leur imprimeur qui prend contact avec FSC
- soit des corrections immédiates enregistrées
- dans tous les cas, il y a une volonté manifeste d'afficher une éthique environnementale dans le respect des règles établies.

BILAN 1^{er} semestre 2016

Depuis le début de l'année 2016, FSC France a traité
71 dossiers dont 46 sont réglés



➤ 39 cas de mauvais usages traités

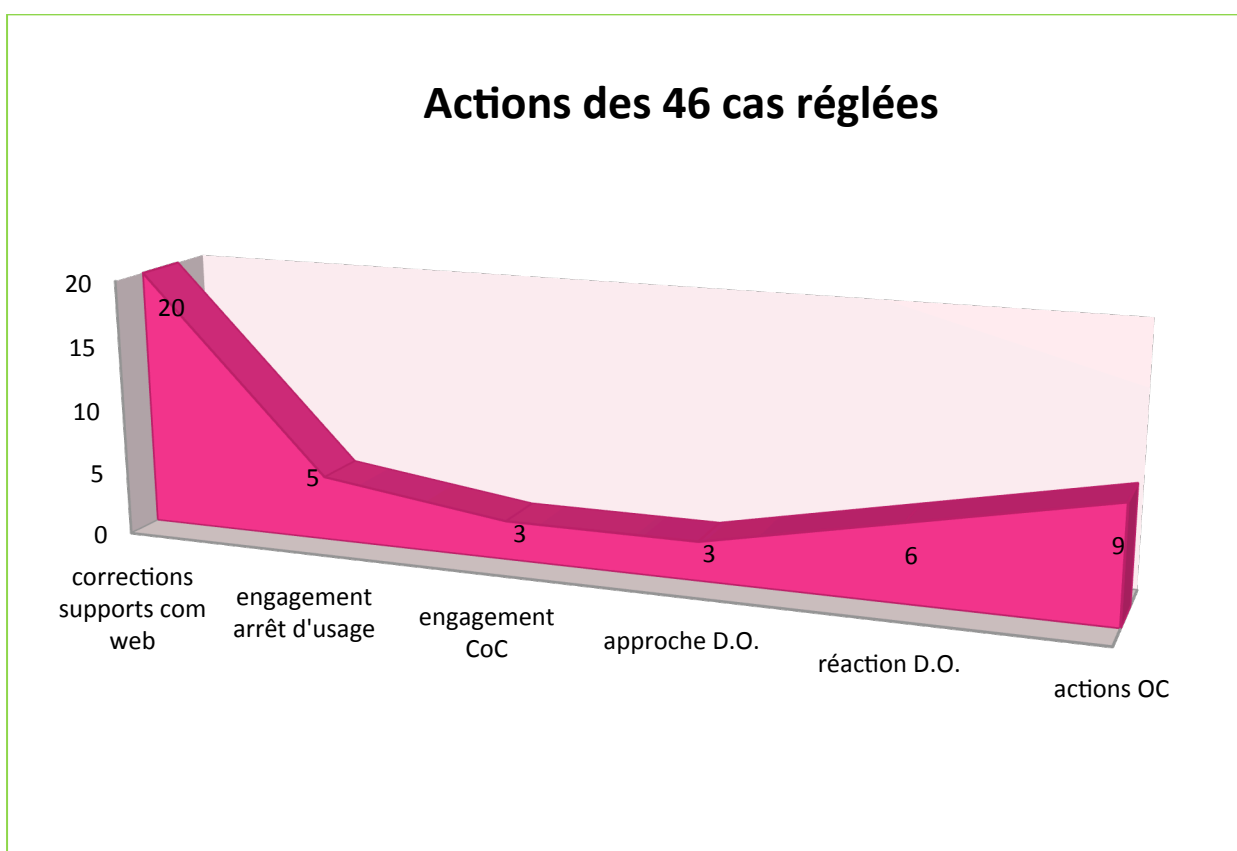
Dont 25 concernent des supports imprimés ou produits et 14 des pages web

- 27 dossiers ont été réglés (dont 5 de 2015), 14 sont en cours
- 12 approches pour mauvais usage adressées en recommandé auprès de donneurs d'ordre de type institutionnel
- 13 approches faites auprès des OC pour des actions correctives
- 3 approches via le réseau FSC (UK, Allemagne, Belgique)
- 5 approches auprès de donneurs d'ordre qui ont réagi soit en direct, soit par le biais de leur agence de communication ou imprimeur
- 1 entreprise engagée dans une certification
- 5 approches de relance pour les reliquats

➤ 32 cas d'usages abusifs traités

Dont 6 concernent des supports imprimés ou produits et 26 des pages web

- 19 dossiers ont été réglés (dont 6 de 2015), 16 sont en cours
- 22 approches pour usage abusif en lettres recommandées auprès d'entreprises
- 4 approches via le réseau FSC (Hollande, Allemagne, Suisse)
- 11 entreprises ont déjà apporté les corrections nécessaires à leurs pages web
- 5 entreprises nous ont renvoyé un engagement écrit à cesser tout usage de la marque
- 2 entreprises se sont engagées dans une certification (validée) :
 - 1 entreprise qui avait abandonné la certification pendant un an
 - 1 entreprise hostile aux corrections qui avait reçu 2 recommandés
- 1 intervention OC pour une intégration en multisite d'une filiale non certifiée
- 6 approches de relance pour les reliquats



➤ Typologie des entreprises approchées par activité :

4 grandes catégories se distinguent :

- Des imprimeurs et agences de communication
- Des fabricants de produits à base de bois
- Des revendeurs / distributeurs de produits « écologiques »
- Des institutionnels et grands groupes soucieux d'afficher un engagement environnemental propre

Répartition des cas traités par activité

