

MARCHÉS DU BOIS TROPICAL : DÉMÊLONS LE VRAI DU FAUX



FAIR &
PRECIOUS
BY atibt



15h00 – 16h30
Canopée 2 - Hall XXL

CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS	2 3 4	NANTES
	JUNE 2026	FRANCE
	AT THE HEART OF THE TRADE	
TIMBERSHOW.COM		

FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

Retour sur 10 ans d'engagement de Fair&Precious

**BERTRAND
FAUCON**

Directeur
Stratermark



Genèse du programme marketing



2015

- L'ATIBT lance son programme marketing de promotion de la gestion durable des forêts tropicales avec le soutien de l'AFD, puis de la KFW.
- La Commission Marketing devient l'organe d'animation du programme.
- Le collectif des 5 premières entreprises certifiées « gestion durable » se constitue.
- Une étude est réalisée sur le climat d'achat et des pistes de campagne de promotion des bois tropicaux certifiés sont proposées.

Genèse du programme marketing



2015

- Enquête « Grand public » : table ronde, 320 entretiens en sortie de magasin.
- Enquête « Professionnels » : 120 entretiens qualitatifs.
- Formulation d'hypothèses de communication.
- Réalisation de tests de campagne : 1 047 personnes en France, Allemagne, Italie et Grande-Bretagne.
- Rédaction du projet de stratégie de communication.

Genèse du programme marketing



CES RÉSULTATS ONT FAIT RESSORTIR UNE DOUBLE PROBLÉMATIQUE

- **Image**

- sur le plan environnemental (déforestation) ;
- sur le plan social (destruction des ressources sans bénéfice local) ;
- sur le plan légal (bois illégal, peu de connaissance et de crédibilité des labels).

- **Produit**

- mauvaise connaissance technique (prescripteurs et consommateurs) ;
- difficulté du positionnement par rapport aux autres matériaux, y compris les bois européens.

MAIS AUSSI UNE TRÈS GRANDE DÉTERMINATION ET DISPONIBILITÉ DES ENTREPRISES ASSOCIÉES PAR L'ATIBT À CETTE RÉFLEXION MARKETING

Genèse du programme marketing



LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

- Imposer l'ATIBT comme LA référence institutionnelle internationale du secteur des bois exotiques certifiés.
- Faire connaître les qualités et promouvoir les bois exotiques certifiés.
- Valoriser auprès des publics cibles les bonnes pratiques sociales, sociétales et environnementales des acteurs de la filière..
- Positionner les membres de la filière comme des acteurs impliqués et responsables, premiers contributeurs et bénéficiaires de la bonne gestion de la ressource et du développement économique des zones de production.
- Passer d'une stratégie défensive à une stratégie offensive en intégrant la préservation des forêts dans les messages portés par la filière.
- Sur le plan marketing cela signifie un repositionnement très qualitatif, visant à acter la diminution des volumes, tout en misant sur l'accroissement des marges.

Lancement de Fair&Precious



2016

- Choix de la marque Fair&Precious au forum ATIBT de Milan.
- Participation active des membres de la Commission Marketing à l'élaboration du programme, à la création de la charte sémantique et à la définition des 10 engagements en lien avec les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.
- Création du logo, des supports de base, de la campagne de communication, du site internet.
- Procédure de dépôt de la marque et préparation du forum de Dubaï en mars 2017.
- Élargissement des membres du collectif aux partenaires Fair&Precious.

Les 10 engagements de Fair&Precious



01

GÉRER ET PROTÉGER LES FORÊTS
POUR LUTTER CONTRE LE
RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE



02

PRÉSERVER LA RESSOURCE
FORESTIÈRE EN RÉCOLTANT MOINS
QUE L'ACCROISSEMENT NATUREL



03

DÉVELOPPER LES CONNAISSANCES
SUR LA BIODIVERSITÉ POUR FACILITER
LE REPEULEMENT DES ESPÈCES



04

ASSURER LE MAINTIEN
DE L'ESPACE VITAL DE LA FAUNE



05

METTRE EN PLACE DES PROGRAMMES DE
LUTTE CONTRE LE BRACONNAGE



06

CONTRIBUER AU BIEN-ÊTRE DES POPULATIONS,
EN LEUR FACILITANT L'ACCÈS À L'ÉDUCATION,
AUX SOINS ET AU LOGEMENT



07

STIMULER L'ÉCONOMIE DES PAYS PRODUCTEURS
EN VALORISANT LA FORÊT ET EN PRIVILÉGIANT
LA TRANSFORMATION LOCALE DU BOIS



08

METTRE EN PLACE DES FORMATIONS
AUX MÉTIERS DE LA FORÊT ET DU BOIS



09

APPORTER LA CONNAISSANCE TECHNIQUE
SUR LA DIVERSITÉ DES ESSENCES
TROPICALES ET SUR LEURS USAGES



10

PROMOUVOIR L'ACHAT RESPONSABLE
D'UN MATÉRIAU EXCEPTIONNEL



10 années au service de la gestion durable



Une stratégie en 3 composantes

- Marketing d'image
Combattre les idées reçues et faire connaître les bénéfices de la gestion durable des forêts.
- Marketing d'influence
Participer aux manifestations sur le climat et la forêt, agir directement auprès des instances de décision.
- Marketing de marché
Diffuser la connaissance du matériau, promouvoir les qualités techniques des bois tropicaux et la diversification des essences.

Un programme d'actions diversifié

- Des campagnes de communication.
- Des évènements.
- Une stratégie digitale.
- Une action dans les médias.
- Des alliances stratégiques.
- Une action de lobbying.

Avec le soutien de l'AFD et de la KFW

Clip Fair&Precious



https://www.youtube.com/watch?v=ix6eu_pF0xCU&t=113s



FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

L'exploitation forestière tropicale détruit la biodiversité ?



**LUCAS
MILLET**

Coordinateur PAFC,
Bassin du Congo

“L’exploitation forestière tropicale détruit la biodiversité”



Gestion durable, conservation, aménagement forestier : quels sont les faits derrière les idées reçues ?

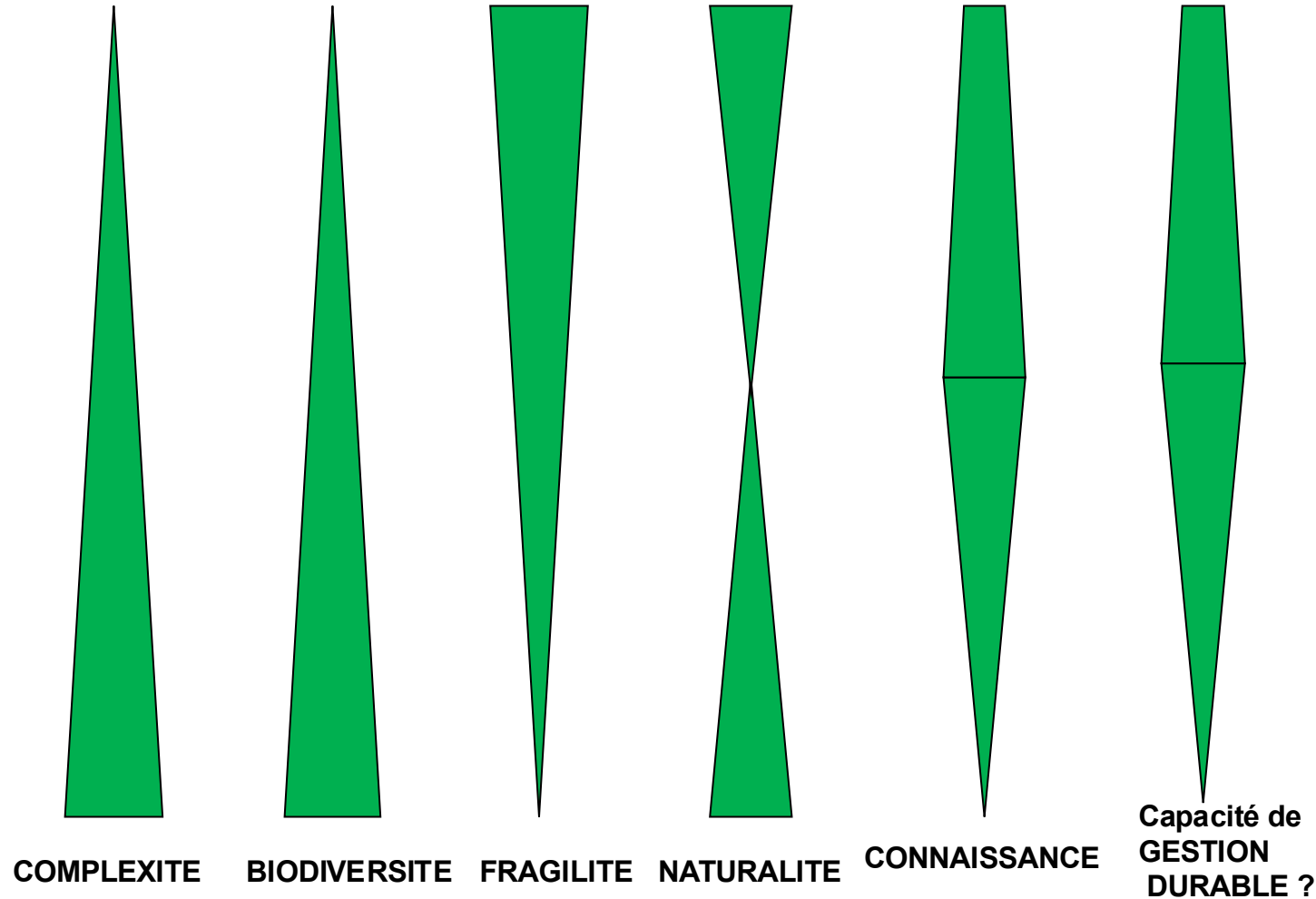


“L’exploitation forestière tropicale détruit la biodiversité”

BOREALE

TEMPEREE

TROPICALE



L'aménagement forestier, Préalable à la gestion durable

Rotation d'exploitation sur des concessions forestières de plusieurs milliers d'hectares

Rotation de 20 à 35 ans en général

- Planification sur le long, moyen et court terme
- Récolte équilibrée soutenue et durable de produits forestiers
- Exploitation forestière à impact réduit
- Maintien du patrimoine et des fonctions de la forêt

La certification de gestion durable, acteur du maintien de la biodiversité

- Protection de la faune au sein des concessions forestières
- Les zones dédiées à la conservation
- La nécessité de protéger les cours d'eaux
- L'importance des partenariats scientifiques en matière de recherche sur la biodiversité



Plan de protection de la faune

- Obligation présente dans le PAFC Bassin du Congo : cadre de connaissance et de gestion de la faune dans les concessions forestières
- Permet de contrôler et limiter les activités de braconnage
- Identifier les zones d'intérêts au niveau faunique et d'en assurer la gestion
- Oblige à un cadre de collaboration avec les autorités en charge de la gestion de la faune
- Différentes méthodes : caméra pièges ou autres reconnaissances



Zones dédiées à la conservation



- Zone d'intérêt en terme de biodiversité qui ne peuvent être impactées par l'exploitation
- Peuvent représenter jusqu'à 10% à 15% du total de la concession
- Différentes appellations :
 - zones à hautes valeurs de conservation
 - aires forestière écologiquement importantes
- Préservation des tiges d'avenir
- Interdiction de l'exploitation de certaines essences pour leur valeur écologique



Protection des cours d'eau



- Interdiction d'impacter directement les cours d'eau lors de l'exploitation
- Maintien d'une zone tampon lors de l'exploitation : permet de préserver les corridors de faune
- Maintien de la qualité des cours d'eau
- Mise en place d'équipe spécialisées dans le nettoyage des cours d'eau en cas d'accident
- Lutte contre les activités illégales telles que l'orpillage




Obligation de partenariats scientifiques



- Amélioration de la connaissance de forêts tropicales
- Les règles ne sont pas figées et vont évoluer au fil des nouvelles avancées scientifiques
- Plusieurs indicateurs dans les référentiels de certification imposent des partenariats scientifiques
 - parcours phénologique pour comprendre le fonctionnement des écosystèmes
 - placettes permanentes l'analyse de la croissance diamétrique annuelle des arbres



Conclusion

- 
- L'aménagement forestier est le préalable à une gestion durable des forêts tropicales
 - La protection de la biodiversité fait partie intégrante de la démarche de certification de gestion durable
 - L'utilisation de bois tropical ne détruit pas la biodiversité

FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

L'exploitation forestière ne bénéficie pas aux populations locales ?

**EDWIGE
EYANG EFFA**

Ambassadrice
Fair&Precious



FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

Le bois tropical est souvent illégal ?



**STEPHANE
GLANNAZ**

FOREST PACT

FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

Les labels ne sont pas
fiables ?

AURÉLIEN
SAUTIÈRE

FSC FRANCE



FAIR&PRECIOUS : 10 ANS D'ENGAGEMENT

Il vaut mieux utiliser du bois local que du bois tropical ?

**TULLIA
BALDASSARI**

Communication &
Marketing, INTERHOLCO AG



Le capital naturel de la forêt reste intact

Parc National
Odzala Kokoua

13 500 km²



=
X Belgique

UFA Ngombé

11 600 km²

Parc National
Ntokou-Pikounda

4 572 km²







Merci de votre attention !

 **atibt**

LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE BOIS TROPICAL

CARREFOUR INTERNATIONAL	2 3 4	NANTES
	JUIN 2026	FRANCE
DU BOIS	AU CŒUR DES MARCHÉS	
TIMBERSHOW.COM		