

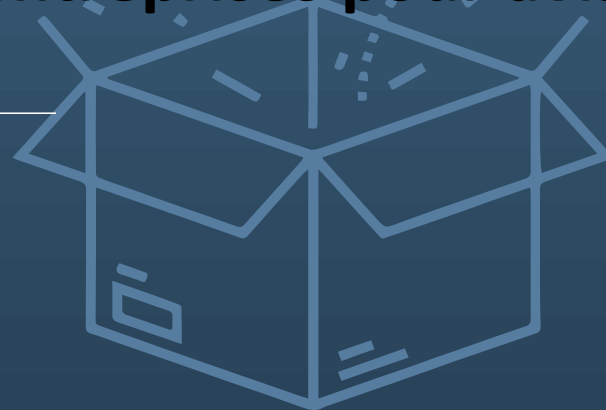


3^{ÈME} THINK TANK

Groupe de Réflexion n° 2

Convaincre les concessionnaires de l'intérêt de valoriser les Services Environnementaux et de bien être
Présentation des études à venir -
Intervention de 2/3 entreprises pour avis

WEBINAIRES
2 & 3 NOVEMBRE
2020



Identification des opportunités et des risques de la valorisation des services environnementaux et de bien être pour les concessionnaires forestiers

Opportunités et intérêts

économiques et techniques

- Possibilité de financement de certaines activités de gestion forestière et de conservation Notion d'effet de levier
- Prime à l'innovation. Les premiers à s'engager devraient bénéficier de l'effet d'opportunité

communication et démarches commerciales

- possibilité d'une communication externe positive sur ses actions intentionnelles plus simples, plus directs et plus attendus.
- Capacité éventuelle de diffusion d'image plus large auprès d'un autre public moins avertis, plus large, différents des acheteurs consommateurs de bois
- Possibilité de différenciation dans un contexte où la certification pourrait devenir quasi obligatoire
- Ouverture des entreprises à de nouveaux acteurs financiers /sponsor à fort moyen financiers (grand groupe contraints par des exigences de RSE

communication interne et management

- Engagement de l'entreprise et de l'ensemble des salariés sans des actions positives et valorisantes,
- Possibilité de démontrer que l'entreprise répond aux exigences de la politique RSE interne (cas des grands groupes) ou des exigences RSE de ses investisseurs ou partenaires
- Culture d'entreprise

Contraintes et risques

Contraintes

- Nécessité de s'engager, investir (du temps, des compétences, des moyens humains) dans des activités ou des thématiques possiblement éloignée de leur cœur de métier.
- Acceptation du changement et de nouvelles responsabilités ou implication avec un rôle différents et un risque de substitution à d'autres autorités avec impossibilité de retour en arrière
- Redevabilité nouvelle vis-à-vis des financeurs / sponsors

Risque reputationnel

- Risque de perte de crédibilité pour les entreprises forestières si le système, les moyens de vérification et les capacités d'audits tiers parties ne sont pas techniquement bien fondés
- Risque pour le système en cas d'intégration dans le système d'entreprises forestières en marge de la légalité.
- Risque d'association d'image non souhaitée par l'entreprise forestière (cas par exemple d'un financeurs ayant des activités non alignée avec la gestion durable).

Convaincre les concessionnaires par la preuve

Suite réflexion PSE : Développer une preuve de Concept (POC) du mécanisme de rémunération

Objectifs

- Lever les impasses pour développer une plateforme opérationnelle
- Démontrer la faisabilité du mécanisme.
- Montrer que le POC est généralisable

Activités

1. Cibler 2 ou 3 exemples de Services Environnementaux/Sociaux (cf. phase 1)
2. Démontrer la monétisation : méthodologies de quantification
Certifications forestières (FSC, PEFC, etc.) → valorisation (KPI, comptage, métriques, référentiel, valeur de référence, valeur de seuil, unité d'œuvre, etc.)
1. Monétisation des unités d'œuvre et évaluation de la valeur d'image
2. Construction des bases de la plateforme Vertdeep
3. Elaboration des bases contractuelles et prospectus commercial du certificat
4. Démarche de commercialisation auprès d'investisseurs ciblés pour vendre un premier certificat

Résultats

1. Preuve de concept (décrite ci-dessus)
2. Check list des points d'amélioration pour le développement du certificat financier qui permettra le passage d'une version POC à une version opérationnelle.
3. Gap analysis des principaux référentiels des services écosystémiques, services environnementaux, ODD, GRI, référentiel financier ICMA.



Convaincre les concessionnaires par la preuve

Le Test de faisabilité de la méthode FSC STD 30 0006 (projet FSC bassin du Congo attendu par PPECF)

Rappel des mécanismes

- Module optionnel offert au détenteurs certificat FSC -Dans la cadre des audit habituel 5 ans
- Phase de identification-vérification et phase de validation/mesure

Intérêt

1. Vendre ses produits FSC avec une valeur ajoutée, sous la forme d'un « narratif »
2. Vendre ces SE par le biais d'accords de partenariat/parrainage
3. Valoriser positivement l'image de l'entreprise via les rapports ESG et RSE.
4. Attirer de nouveaux types d'investisseurs,

Objectifs de l'étude

1. Tester dans 3 concessions, et 2 pays et 2 SE
2. Évaluer les contraintes dues aux limites des ressources et capacités techniques
3. Adapter le document de guidance et réalisation d'une boite à outils spécifique BC
4. Valider les conditions en lien avec les juridictions /institution pour la « vente » ou sponsoring des SE.
5. Communication sur les SE - travail de collaboration avec les détenteurs de certificats FSC pour évaluer la meilleure façon de communiquer et de promouvoir leurs SE auprès des parties prenantes.