

Rhône-Alpes Bois Bûche

Des entreprises rhônalpines qui s'engagent
avec France Bois Bûche

I) Introduction

A l'initiative des Interprofessions régionales de la filière forêt-bois regroupées au sein d'IRB (Inter Région Bois) et du Syndicat National du Bois de Chauffage (SNBC), et en partenariat avec l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) et avec les professionnels de la production, de l'exploitation et de la distribution du bois en bûche, une marque collective simple pour le bois en bûche a été créée. Elle est dénommée :



En Rhône-Alpes, FIBRA (Interprofession Forêt Bois Rhône-Alpes), le Conseil régional de Rhône – Alpes, l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) Rhône-Alpes, la Direction Régionale de l'Alimentation, l'Agriculture et la Forêt (DRAAF) pour Rhône – Alpes et un groupe de producteurs/Négociants de bois bûche ont décidé de décliner une marque collective simple pour le bois en bûche en Rhône – Alpes. Elle est dénommée :



1) Pourquoi une marque ?

La marque Rhône – Alpes Bois Bûche a été créée à destination du consommateur pour permettre :

- de l'informer sur le produit bois en bûche qu'il achète,
- de lui fournir les recommandations nécessaires en matière de réception et d'utilisation du bois en bûche,
- de lui donner les moyens de vérifier les informations fournies par le vendeur,
- de lui permettre d'identifier les entreprises respectant les règles légales, tout en étant inscrite dans une démarche de qualité produit et de promotion de la gestion durable du patrimoine forestier.

Cette marque est également destinée à mettre en valeur les professionnels rhônalpins qui s'engagent dans une démarche de qualité de production et de transparence lors de la commercialisation de bois en bûche.

Ainsi, la marque doit permettre :

- de favoriser l'augmentation du volume de bois en bûche secs mis en vente,
- de valoriser les bois régionaux,
- d'assurer la promotion d'un bois en bûche de qualité en termes de rendement énergétique et d'impact environnemental,
- d'assurer le développement des entreprises locales de récolte, de production et de commerce de bois en bûche,
- de clarifier le marché pour fortifier les entreprises existantes et donner toute la transparence nécessaire dans l'intérêt des consommateurs et des entreprises du secteur.

2) Les fondateurs

- Des producteurs/Négociants de bois bûche de Rhône – Alpes
- FIBRA
- Le Conseil Régional de Rhône - Alpes
- ADEME : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
- La DRAAF/SERFOBE
- ...

3) La propriété intellectuelle

La marque « Rhône-Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines 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 FIBRA qui en assure la gestion via un Comité de gestion.

Le droit d'utiliser la marque et le logo « Rhône-Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines qui s'engagent » est uniquement concédé aux ayants droits des marques régionales validées par le Comité de gestion national conformément à son règlement intérieur de gestion, 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.

II) Règlement de la marque

Avertissement

Ce document n'est pas un cahier des charges juridique et ne peut en aucun cas être opposé à des tiers dans le cadre de procédures judiciaires.

Il ne se substitue pas aux lois, décrets, arrêtés et autres réglementations qui s'appliquent en général et plus particulièrement dans le domaine du bois en bûche.

Ce sont bien entendu ces textes qui font foi en cas de litiges.

Il ne définit pas de tarifs, qui restent du domaine de la négociation entre fournisseurs et clients.

Il s'agit d'un engagement unilatéral des professionnels envers les consommateurs à respecter les exigences décrites dans le présent document. De ce fait, ni le Comité de gestion, ni le secrétariat de la marque n'assureront un rôle d'intermédiaire, d'arbitre ou de tiers certificateur. Tout litige ne pourra donc être traité qu'entre l'ayant droit de la marque et le client.

Les entreprises qui s'engagent dans Rhône-Alpes Bois Bûche sont des entreprises implantées en Rhône-Alpes. Elles s'engagent donc à s'approvisionner depuis des massifs forestiers de proximité.

L'ayant droit qui souhaite également vendre des produits n'entrant pas dans le champ d'application de cette marque (ex : résineux, chutes, etc.), s'engage à le spécifier au consommateur lors des différentes étapes de leur transaction (prise de commande, facturation, etc.).

1) Respect de la réglementation

L'ayant droit de la marque s'engage à respecter toutes les réglementations relatives à sa profession et notamment :

- les règles en matière de coupes de bois telles qu'elles sont prescrites par le Code forestier et le Code de l'urbanisme,
- les règles du Droit du travail, qu'elles soient du ressort du régime général de la sécurité sociale ou du régime agricole,
- les règles fiscales, notamment celles afférant à la Taxe sur la Valeur Ajoutée et à la Contribution Economique Territoriale.

A ce titre, l'adhérent qui exerce une activité commerciale, industrielle ou artisanale, est soumis notamment à certaines règles qui sont rappelées ci-dessous :

- inscription à la Chambre de Commerce ou de Métiers
- inscription auprès des services fiscaux afin de régler la TVA afférente
- inscription auprès des organismes sociaux
- inscription auprès d'une compagnie d'assurances pour la responsabilité civile
- inscription et déclaration auprès de la mairie du siège social de l'entreprise pour le calcul de la Contribution Economique Territoriale

2) Le bois en bûche

L'ayant droit de la marque s'engage à donner toute la transparence nécessaire au consommateur afin que ce dernier ait des repères pour juger par lui-même, du respect des engagements pris, et ce au travers d'informations concernant les points suivants :

- l'essence (nature et proportion),
- la quantité,
- la longueur,
- la classe d'humidité.

La force de cet engagement de transparence ne découle pas seulement des mentions qui figurent sur les documents commerciaux et sur les factures, mais il résulte également de la communication initiée par les éléments d'information donnés par l'ayant droit dès les premiers contacts avec son client.

De façon générale, l'ayant droit s'engage à proposer des bûches de qualité, d'aspect propre et coupées de manière franche, correspondant à l'image traditionnelle du bois en bûche.

Des champignons dus à de longs mois de stockage ne peuvent être évités. En revanche, des bois à un stade avancé de pourriture où les performances mécaniques ont déjà été altérées, ne peuvent être commercialisés que de manière très marginale.

Par ailleurs, le fait que l'écorce se détache de la bûche est tout à fait normal. Lorsque le bois sèche, celle-ci a tendance à se décoller. Ce phénomène est en outre accentué par la manutention. Ces écorces peuvent toutefois être utilisées comme allume-feu.

2.1. Les essences

L'ayant droit de la marque s'engage à indiquer l'essence ou les essences, ainsi que leurs proportions ou quantités respectives au sein de la livraison, dans les documents remis au client tels que le bon de commande ou la facture.

Il le fait de la façon suivante :

- lorsqu'une essence constitue l'essentiel d'une livraison (+ de 95% en volume), il s'engage à spécifier le nom de celle-ci,
- dans les autres cas, il s'engage à citer au minimum 2 ou 3 essences constituant le mélange et représentant plus de 80% de la livraison en volume.

Seuls des feuillus peuvent être commercialisés dans le cadre de la marque.

Ils sont couramment regroupés en 2 familles, en fonction de leur pouvoir calorifique.

1. **Les feuillus « durs »** sont couramment utilisés pour le bois en bûche. Ils ont un bon, voire un très bon pouvoir calorifique.

Les essences concernées sont les suivantes :

- le charme
- le chêne
- le hêtre
- l'érable
- le frêne
- le bouleau
- l'orme
- le châtaignier
- le noyer
- l'acacia
- les fruitiers forestiers (merisier, noisetier, etc.)

Certaines essences de cette famille, dont le châtaignier, le noyer, l'acacia et le merisier, entraînent toutefois des projections d'escarbilles (éclats incandescents) qui peuvent se révéler dangereuses (incendie) dans le cas de foyers ouverts. **Certaines autres essences de cette même famille (Chêne, châtaignier) renferment des tannins susceptibles d'altérer plus rapidement les appareils de chauffage.**

2. **Les feuillus « tendres »** sont rarement ou occasionnellement utilisés en tant que bois en bûche. Leur pouvoir calorifique est nettement inférieur à celui des essences de la famille des feuillus « durs ». Ils résistent le plus souvent assez mal à de mauvaises conditions de stockage.

Les essences concernées sont les suivantes :

- l'aune
- le peuplier
- le saule
- le tilleul
- les autres essences feuillues non citées ci-dessus

Les résineux ne sont pas pris en compte par la marque et ne peuvent donc pas figurer dans une livraison estampillée « Rhône-Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines qui s'engagent ». Leur usage est en effet à limiter, car contenant de la résine, ils entraînent un encrassement et un bistrage plus rapide des conduits, ce qui peut aboutir à des feux de cheminée dans le pire des cas.

Conditionnés sous forme de bûches, le pouvoir calorifique des résineux est par ailleurs souvent inférieur à celui des feuillus « durs ».

Les essences concernées sont les suivantes :

- le sapin
- l'épicéa
- le pin
- les autres résineux (douglas, mélèze, etc.)

2.2. Le volume

Rappel : le stère de référence correspond à un mètre cube de bois empilé confectionné exclusivement avec des bûches de un mètre de longueur, toutes empilées parallèlement et rangées avec soin.

Le stère n'est cependant plus une unité autorisée depuis le 1^{er} janvier 1978 (décret n°75-1200 du 4 décembre 1975 modifiant le décret n° 61-501 du 3 mai 1961).

Les ayants droit de la marque s'engagent à utiliser systématiquement le mètre cube de bois empilés comme unité de mesure pour le bois en bûche. S'ils le souhaitent, ils pourront toutefois établir la correspondance entre mètre cube de bois empilés et stère de référence, dans un souci d'une meilleure communication.

NB : le nombre de stères de référence contenu dans un mètre cube apparent de bois empilés varie en fonction de la dimension des bûches (voir tableau de conversion).

Ainsi, lorsque l'on recoupe des bûches de 1 m de long en bûches plus courtes, le volume apparent diminue car les vides sont mieux occupés.

Cette correspondance au stère de référence sera notamment établie d'après des coefficients énoncés dans le tableau ci-dessous :

Source FCBA

LONGUEUR DES BÛCHES	VOLUME (en mètre cube de bois empilés)	VOLUME (en stère de référence)
0,20 m	1	1,76
0,25 m	1	1,67
0,30 m	1	1,52
0,33 m	1	1,43
0,40 m	1	1,36
0,50 m	1	1,25
1 m	1	1
2 m	1	0,8

Exemple : Pour des bûches livrées en 33 cm de longueur, 1 mètre cube de bois en bûches empilés de 33 cm équivaudra à 1,43 stères de référence.

Source FCBA

LONGUEUR DES BÛCHES	VOLUME (en mètre cube de bois empilés)	VOLUME (en stère de référence)
0,20 m	0,57	1
0,25 m	0,60	1
0,30 m	0,66	1
0,33 m	0,70	1
0,40 m	0,74	1
0,50 m	0,80	1
1 m	1	1
2 m	1,25	1

Exemple : Pour des bûches livrées en 33 cm de longueur, 1 stère de référence équivaudra à 0,7 mètres cube de bois en bûches empilés de 33 cm.

2.3. Les longueurs

Les ayants droits peuvent livrer les longueurs classiques de bûches qui sont les suivantes :

- 20 cm,
- 25 cm,
- 30 cm,
- 33 cm,
- 40 cm,
- 50 cm,
- 1 m.

Dans le cas de commandes spéciales, d'autres longueurs peuvent également être livrées.

Une différence de $\pm 5\%$ sur la longueur des bûches est tolérée.

L'ayant droit de la marque s'engage à toujours mentionner sur son bon de commande et/ou sur sa facture, la longueur des bûches qu'il a livrées.

De plus, l'ayant droit s'engage à ne pas mélanger dans un même lot des bûches de longueurs différentes.

Lorsqu'il livre des bûches de longueurs différentes, il s'engage à détailler sur son bon de commande et/ou sur sa facture, les différents lots correspondant chaque fois à une longueur de bûches spécifique.

2.4. Les différents conditionnements

Le conditionnement des bûches peut être réalisé de différentes manières :

- en pile : bûches empilées de façon régulière
- en vrac : bûches sans aucun rangement
- en palette : bûches empilées sur une palette
- en filet : bûches conditionnées dans un filet
- en sac : bûches conditionnées dans un sac

L'ayant droit s'engage à mentionner le conditionnement sur sa facture.

2.5. L'humidité¹

L'humidité du bois a une incidence très forte sur le pouvoir calorifique de ce dernier

Par conséquent, afin d'obtenir le meilleur rendement possible d'une essence en terme énergétique, **il faut la brûler à un taux d'humidité inférieur à environ 23%. Ce chiffre est toutefois à nuancer en fonction du contexte climatique et des valeurs limites pouvant être atteintes par un séchage naturel dans chaque région.** De ce fait, il pourra notamment être adapté conformément aux valeurs présentées dans l'Annexe 1, sans toutefois dépasser 25%.

En outre, la combustion de bois humide ne permet pas d'atteindre la puissance nominale des appareils de chauffage. Elle libère également des substances polluantes contrairement au bois sec, du fait d'une combustion incomplète du bois et elle augmente les risques de bistrage et de feu de cheminée.

Si le bois est sec, il est donc prêt à l'emploi, s'il est humide, il nécessite une période de stockage plus ou moins longue.

L'ayant droit de la marque s'engage à indiquer l'humidité des bois livrés sur sa facture.

2 possibilités lui sont offertes :

- soit mentionner l'humidité exacte du lot en faisant éventuellement référence à une marge d'erreur définie (ex : 23% \pm 2%),
- soit mentionner une classe d'humidité qui est en lien avec une durée éventuelle de stockage, comme présenté dans l'exemple ci-après :

3 classes d'humidité sont ainsi couramment utilisées :

- o les bois secs ayant une humidité inférieure à 20%² : ils sont directement prêts à l'emploi,

¹ L'humidité retenue est égale à : $H = 100 \times (m_h - m_0) / m_h$, avec m_h la masse humide et m_0 la masse anhydre.

² Chiffre à nuancer en fonction du contexte climatique et des valeurs limites atteintes par un séchage naturel dans chaque région.

- les bois mi-secs ayant une humidité comprise entre 20² et 35% : ils nécessitent un stockage « court » du consommateur avant emploi (6 mois à 1 an sous abri ventilé),
- les bois verts ayant une humidité supérieure à 35% : ils nécessitent un stockage « long » du consommateur avant emploi (1 an minimum sous abri ventilé).

L'ayant droit de la marque s'engage à être en possession d'un humidimètre lors de la livraison (s'il livre lui-même) afin de pouvoir justifier l'humidité du bois livré si le client le demande.

Pour être valable, l'humidité devra être mesurée à cœur et en 3 points. En effet, en surface, l'humidité peut rapidement fluctuer en fonction des conditions climatiques, ne traduisant pas le taux réel d'humidité du bois.
Remarque : dans le cas de livraison de bois verts, il y aura un tassement du bois au cours du séchage qui est dû à l'élimination de l'eau. Le volume qui fait foi est le volume initial lors de la livraison.

3) La gestion durable

L'ayant droit de la marque s'engage à promouvoir un bois en bûche récolté selon les principes de gestion durable.

Pour ce faire, il s'engage à favoriser le recours :

- à des entrepreneurs de travaux forestiers eux-mêmes engagés dans une démarche de développement durable, lorsqu'il achète des bois sur pieds et qu'il fait appel à des prestataires de services pour réaliser les travaux d'abattage et de débardage,
- à des exploitants forestiers certifiés par un label de gestion durable (PEFC, etc.) lorsqu'il achète des bois façonnés.

Dans l'hypothèse où l'ayant droit réalise lui-même directement la récolte, il s'engage à adhérer, **à terme**, à une démarche de certification (PEFC, etc.) et à en faire appliquer les principes.

4) Les engagements administratifs

Il s'agit des engagements liés aux tâches administratives consécutives au commerce de « bois en bûche ». Ils s'appliquent de la commande à la facturation.

Ces engagements s'entendent en plus des obligations déjà prévues par la réglementation et qui peuvent être propres à certains documents tels que les factures par exemple.

4.1. Le bon de commande

Ce document est facultatif mais son utilisation est fortement encouragée.

Lorsqu'un ayant droit de la marque en réalise un, il s'engage à le faire par écrit et à le transmettre avant la livraison. Il contient les mêmes informations que la facture, accompagnées des informations spécifiques supplémentaires suivantes :

- les modalités, la date et le lieu de déchargement et/ou de rangement éventuel du bois,
- des conseils éventuels pour la réception du bois.

4.2. La facture

La réglementation française ne rend pas obligatoire l'édition d'une facture dans le cas d'une vente de produits à des particuliers.

Les ayants droit de la marque s'engagent toutefois à éditer une facture :

- **pour les acheteurs professionnels, conformément à la réglementation en vigueur,**
- **pour les particuliers.**

La facture remise au moment de la livraison détaillera :

- la ou les essences de bois
- la proportion en quantité des essences
- la quantité exprimée en mètre cube apparent de bois empilés et éventuellement en stère de référence
- l'humidité

- la longueur des bûches
- le conditionnement
- la date de réception
- le prix TTC à l'unité
- le prix global TTC avec la livraison
- le taux de TVA en vigueur
- l'échéancier et les modalités de paiement
- le logo de la marque

Sur la facture, ces informations sont complémentaires des mentions obligatoires.

NB : les détails relatifs à la TVA ne sont requis que dans la mesure où la vente est soumise à cet impôt, ce qui n'est pas le cas par exemple pour les propriétaires forestiers.

Remarque : dans le cas où un ayant droit commercialise des produits en dehors du champ d'application de la marque, il s'engage à faire figurer sur la facture la mention « Produit vendu hors marque ».

5) Les engagements de communication

Il s'agit des engagements liés aux actions de communication consécutives au commerce de bois en bûche. Ils s'appliquent soit lorsque l'ayant droit assure sa publicité, soit lors de la remise de la facture et/ou du bon de commande.

L'ayant droit de la marque s'engage à utiliser le logo et le nom de la marque « Rhône-Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines qui s'engagent » pour ses activités liées au bois en bûche dans le cadre de la marque.

L'ayant droit est libre de choisir les modes et les supports de communication à sa convenance.

L'ayant droit s'engage à systématiquement accompagner ses factures des plaquettes de communication fournies par le secrétariat de la marque.

La plaquette de communication sert à la fois à donner au consommateur des repères de qualité sur le bois en bûche, et également à fournir des informations nécessaires lui permettant de juger du respect des engagements des ayants droit de la marque.

Elle présente donc notamment :

- l'influence du taux d'humidité des bois,
- les principales essences de bois,
- les rendements énergétiques des essences,
- les équivalences entre mètre cube de bois empilés et stère de référence,
- les durées et les conditions de stockage préconisées en fonction de l'humidité et des essences,
- les principes de la gestion durable.

III) L'utilisation de la marque

L'utilisation de la marque est :

- une démarche libre et volontaire,
- un engagement formel à respecter les préconisations énoncées dans le règlement de la marque,
- un engagement de respecter la législation française pour tout ce qui concerne l'activité bois en bûche,

Elle est conditionnée au paiement d'un droit annuel d'utilisation de la marque.

Les professionnels concernés par la marque sont les suivants :

- les propriétaires forestiers (propriétaires privés, communes forestières, etc.)
- les entrepreneurs de travaux forestiers

- les exploitants forestiers et scieurs
- les coopératives forestières
- les négociants en bois de chauffage
- les autres catégories d'entreprises (**experts forestiers**, entreprises d'insertion, micro-entreprises, auto-entrepreneurs, etc.) après acceptation de leur candidature par le Comité de gestion de la marque.

La marque concerne uniquement :

- les volumes de bois en bûche commercialisés par les acteurs cités ci-dessus et **implantés en Rhône-Alpes**,
- les professionnels qui possèdent leur siège social (ou à défaut au moins un établissement) **en Rhône-Alpes**.

Remarque :

S'il le souhaite, un professionnel peut adhérer à plusieurs marques régionales, à condition de disposer d'au moins un établissement dans chacune des régions concernées.

Les modalités d'attribution du droit d'utilisation de la marque et la gestion de ce droit (enregistrement, renouvellement et suivi, montant, etc.) sont définies dans le règlement intérieur de gestion de la marque « Rhône-Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines qui s'engagent », document à usage interne du Comité de gestion national, des Comités de gestion régionaux et des ayants droit.

IV) Organisation de la marque

L'organisation de la marque n'a pas pour objet de définir des règles d'arbitrage entre l'ayant droit et un client. L'ayant droit est le seul responsable du bon respect de ses engagements vis-à-vis du client. La mise en place de cette marque n'induit donc en aucune manière l'existence d'un tiers certificateur.

1) « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent »

Le suivi de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » est réalisé par un Comité de gestion national pour l'ensemble de ses ayants droit.

Le secrétariat et la gestion courante de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » sont réalisés par IRB.

Les modalités d'organisation de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » sont définies dans le règlement intérieur de gestion de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent », document à usage interne du Comité de gestion national, des Comités de gestion régionaux et des ayants droit.

2) « Rhône – Alpes Bois Bûche : des entreprises rhônalpines qui s'engagent »

Le Comité de gestion national de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » a concédé à FIBRA le droit de créer la marque « Rhône – Alpes bois Bûche » qui intègre nécessairement les principes et les engagements de « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » et qui est elle aussi déposée à l'INPI.

Après validation de la marque « Rhône - Alpes Bois Bûche » par le Comité de gestion national, le nom et le logo de la marque « Rhône - Alpes Bois Bûche » ont été de la façon suivante :



« Rhône – Alpes Bois Bûche » intègrent les engagements de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent ». En utilisant « Rhône – Alpes Bois Bûche », un ayant droit s'engagera donc automatiquement à respecter les engagements de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » et pourra donc se prévaloir de celle-ci.

De ce fait, un ayant droit de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » devient de plein droit ayant droit de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent ». **L'utilisation de la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » se fait ainsi uniquement au travers des ayants droit des marques régionales.**

Aucune adhésion en direct à la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » n'est donc possible. Il est indispensable de passer par une marque régionale pour pouvoir utiliser la marque « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent ».

Le suivi de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » est réalisé par un comité de gestion régional pour l'ensemble des ayants droit de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche ».

Le secrétariat et la gestion courante de la marque »Rhône – Alpes Bois Bûche « est réalisé par FIBRA.

Les modalités d'organisation de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » sont définies dans le règlement intérieur de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche », document à usage interne du Comité de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » et des ayants droit de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche ».

Le Comité de gestion national de la marque France Bois Bûche aura comme principale vocation de coordonner les marques régionales, afin de garantir une certaine homogénéité de ces dernières.

3) Réclamations, suspension, exclusions

3.1. Réclamations

3.1.1. Marque régionale

En cas de réclamation contre la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » et non pas contre un de ses ayants droit, une demande écrite doit être envoyée au Comité de gestion national de la marque « France Bois Bûche » qui la traitera selon les modalités décrites ci-après.

Les réclamations sont à adresser au secrétariat national de la marque qui en informe le Comité de gestion national sous un délai de 2 semaines maximum.

Le Comité de gestion national traite uniquement les réclamations écrites, datées et motivées, concernant les marques régionales.

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

- la réclamation est jugée recevable : elle est alors traitée par le Comité de gestion national.
- la réclamation est jugée non acceptable. Dans ce cas, le Comité de gestion national notifie par courrier la justification du non fondement de la réclamation.

Lorsqu'une réclamation a été jugée recevable, elle est notifiée dans un délai maximum d'un mois à la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche », avec une demande de réponse et éventuellement d'action corrective. Un délai de 6 semaines est alors accordé à la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » pour apporter les justifications nécessaires. Passé ce délai :

1. si aucune réponse n'est parvenue, le Comité de gestion national peut décider :
 - de suspendre la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche »,
 - d'exclure la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche »,
 - de lui attribuer un délai supplémentaire pour formuler sa réponse.
2. si une réponse est parvenue, le Comité de gestion national, selon la gravité de la réclamation, peut décider :
 - de suspendre la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche »,
 - d'exclure la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche »,
 - de demander la mise en place d'actions préventives ou correctives,
 - de classer le dossier sans suite si les explications sont jugées satisfaisantes.

L'ensemble des réclamations et des suites qui leur auront été données est archivé pendant 5 ans.

Elles ne sont consultables que par le Comité de gestion national ou par des personnes qualifiées nommées par ce dernier.

3.1.2. Ayants droit

Le Comité de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » ne traitera aucune réclamation et ne gèrera aucun litige entre ayants droit et consommateurs.

Néanmoins, si un consommateur souhaite tout de même fournir une information concernant un ayant de droit de la marque, il devra systématiquement le faire par un constat écrit à l'attention uniquement du Comité de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche », identifiant l'ayant droit mis en cause, la

personne faisant le constat, la date, le lieu, et l'objet de l'information, en se référant aux engagements de la marque.

Dans ce cas seulement, cette information sera portée à connaissance du Comité de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » qui pourra décider ultérieurement de suites éventuelles à donner.

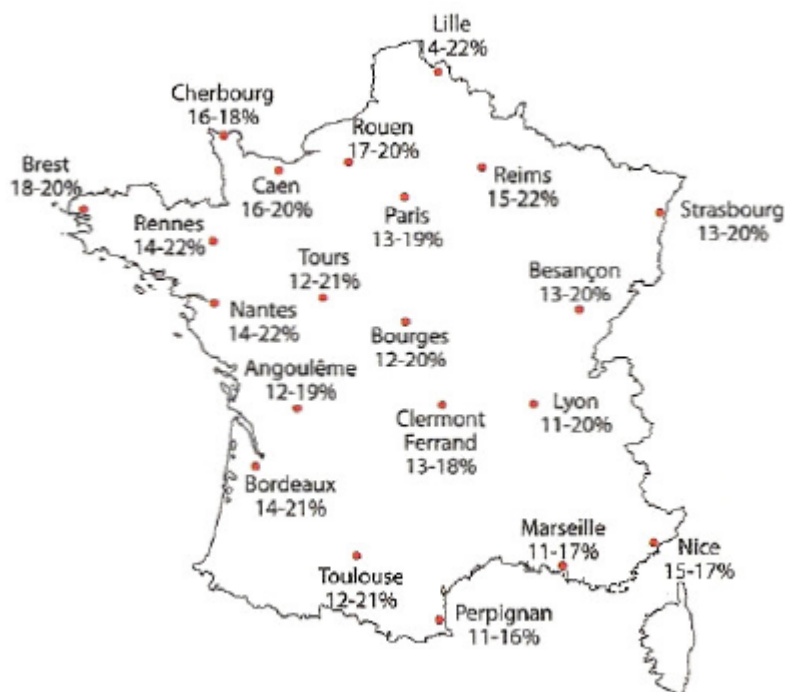
Le secrétariat et le Comité de gestion de la marque « Rhône – Alpes Bois Bûche » réceptionnent donc uniquement des constats écrits, datés et motivés.

3.2. Suspensions, exclusions

Une marque régionale exclue ne pourra pas réintégrer « France Bois Bûche : des entreprises françaises qui s'engagent » durant les 2 années qui suivent son exclusion, sauf décision contraire du Comité de gestion national.

V) Annexes

1) Carte du taux d'humidité relative moyen de l'air



Les chiffres indiquent les taux d'humidité relative moyens de l'air en juillet (à gauche) et en décembre (à droite). (Source : CNDB – FCBA)

Il s'agit des taux d'humidité (sur sec) d'équilibre du bois de chauffage stocké en extérieur à l'air ambiant. Régionalement, des études pourront être réalisées afin d'affiner et de préciser ces valeurs, dans le but de prendre en compte l'hétérogénéité des contextes climatiques.

2) Lexique

Gestion durable des forêts [selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)] : la gestion durable des forêts signifie la gestion et l'utilisation des forêts et des terrains boisés d'une manière et à une intensité telle qu'elles maintiennent leur diversité biologique, leur productivité, leur capacité de régénération, leur vitalité et leur capacité à satisfaire, actuellement et pour le futur, les fonctions écologiques, économiques et sociales pertinentes aux niveaux local, national et mondial, et qu'elles ne causent pas de préjudices à d'autres écosystèmes.

Humidité du bois : teneur en eau du bois.

L'humidité peut être soit « sur sec » (bois construction), soit « sur brut » (bois énergie).

Pouvoir calorifique (ou chaleur de combustion) du bois : c'est l'énergie dégagée sous forme de chaleur par la combustion du bois (autrement dit la quantité de chaleur).