



## **Meuble certifié FSC : pénétration et perception**

**Une étude réalisée à l'initiative de l'UIPP**

**UNION DES INDUSTRIES DE PANNEAUX DE PROCESS**

**Etude financée par le CODIFAB**



## Objectif

Les fabricants de panneaux à base de bois et les fabricants de meubles vont devoir augmenter singulièrement la part de leurs produits certifiés FSC dans les années à venir pour satisfaire la demande de la grande distribution et rester compétitifs face à leurs concurrents européens sur ce segment. Or, la part des forêts certifiées FSC en France ne représente que 0.12% de l'ensemble des bois sur pied certifiés et ce ratio s'applique aussi à la récolte des bois dits de trituration dont on fait les panneaux. A l'inverse, l'Allemagne, qui s'engage sur la certification FSC, est déjà à 4% de forêts certifiées FSC.

Les industries des panneaux et du meuble doivent donc disposer de données économiques et sociologiques tangibles sur les attentes des consommateurs, de la distribution et sur la réalité de la pénétration des meubles certifiés FSC sur le marché domestique pour promouvoir le développement de cette certification.

L'étude a donc pour objectifs d'évaluer le rôle effectif des produits FSC sur le marché du meuble en France :

- Estimations des volumes mis en marché par catégories de produits et niveaux de gammes
- Enquête consommateurs sur la connaissance des certifications (FSC, PEFC, ...) et de leur intérêt.

## Préambule :

Il est toujours utile de lire ce que les institutions officielles expliquent, surtout quand c'est l'Académie d'Agriculture qui publie :

### « La forêt et le bois en France en 100 questions

*« En France, le système international PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification schemes) est largement dominant avec plus de 60 000 propriétaires forestiers impliqués et plus de 8 millions d'hectares de forêt concernés.*

*La certification forestière ou certification de gestion durable est la marque de garantie attachée à un lot de bois qui assure au consommateur que ce bois (ou les produits qui en sont dérivés) est issu de **forêts gérées durablement**.*

***Aujourd'hui, l'exigence d'un bois certifié est non seulement une norme de la filière, mais désormais une condition d'accès aux marchés publics et privés.***

Source : <https://www.academie-foret-bois.fr/chapitres/chapitre-8/>

***Les systèmes de certification forestière rendent service à tous les acteurs de la filière bois.***

*Les négociants et grandes surfaces privilégient les bois certifiés pour répondre à la demande de plus en plus forte des consommateurs. Ainsi, des groupes comme Lapeyre, Leroy Merlin ou Point P font évoluer leurs politiques d'achats en augmentant chaque année leurs approvisionnements en bois certifiés.*

*Les propriétaires peuvent à travers la certification afficher leur choix d'une gestion durable de sa forêt et participer à la communication sur le matériau bois. La certification peut aussi être un levier pour améliorer la qualité de la gestion forestière et des travaux et de sécuriser cette gestion en faisant appel à des entreprises elle-même certifiées.*

*Autre système de certification, le FSC (Forest Stewardship Council) ne compte en France que 30 000 hectares certifiés (fin 2015) mais est très présent en forêt boréale et tropicale. On peut observer que **les bois et produits en bois certifiés ne sont pas plus chers que les non certifiés** ; le consommateur peut donc exprimer sa préférence sans nuire à ses finances !*

Tout système de certification de la gestion durable des forêts comprend :

- *un référentiel qui précise les caractéristiques de la gestion*
- *des propriétaires s'engageant librement*
- *un système permettant d'auditer les propriétaires*
- *une chaîne de contrôle assurant la traçabilité des produits de la forêt au consommateur*
- *une marque (logo) assurant la visibilité du système.*

***Il faut remarquer que la gestion durable des forêts n'est pas un absolu : au niveau de l'unité de gestion comme au niveau national, le contenu concret de la gestion durable (c'est à dire le poids relatif des critères) est variable, et résulte d'une décision d'acteurs qui ont par consensus décidé du positionnement des « curseurs ».***

## Rappel de définitions simples ...

Sur le plan forestier, seules les certifications FSC et PEFC sont concernées :

- FSC répertorie les arbres à certifier
- PEFC certifie des régions sur lesquelles les propriétaires se sont engagés à respecter la charte.

Pour les produits :

- FSC est une véritable chaîne de traçabilité point par point sur les différentes étapes de la transformation. C'est une certification qui concerne l'ensemble de la production de l'entreprise.
- PEFC est une chaîne de contrôle globale, c'est une certification qui concerne l'ensemble de la production de l'entreprise.

## 1 - RESULTATS DE L'ENQUETE CONSOMMATEURS SUR LA PERCEPTION DES CERTIFICATIONS

### **Méthodologie :**

*Enquête online à partir d'un access-panel menée en France et en Allemagne en juillet 2017 sur un échantillon de 1.000 ménages / pays.*

*L'objectif de cette enquête consommateurs est de jauger le niveau de connaissance des consommateurs français par rapport aux allemands puisque l'Allemagne est toujours citée en exemple. La construction du questionnaire visait à appréhender la perception du consommateur sans le guider et sans introduire de biais méthodologique sur l'orientation de telle ou telle question. En interrogeant le consommateur en premier lieu, sur sa connaissance des certifications et, pour ceux qui déclarent connaître, sur la signification réelle de ces certifications, l'objectif de l'Ipea est de cerner la perception réelle du consommateur.*

*Face au nombre croissant de messages que les professionnels présentent au consommateur ou que les autorités imposent sur les packagings, l'Ipea a fait réagir les interviewés sur les logos affichés sur un produit. Comme les emballages de meubles sont peu visibles par le consommateur avant l'achat et qu'ils sont peu imagés en termes de logos, l'Ipea a préféré exploiter le packaging de revêtements de sols stratifiés car bien représentatifs de nombreux logos faisant référence à des informations plus ou moins utiles au consommateur.*

*Une fois que le consommateur s'est exprimé sur une question, l'objectif a été de laisser libre d'exprimer avec ses propres mots la signification des logos qu'il avait retenue. L'analyse textuelle des « vrais mots » du consommateur a été synthétisée en grandes thématiques d'items.*

## 1.2 Quel est le niveau de connaissance des certifications FSC et PEFC ?

16,8 % des Français et 40,9 % des Allemands déclarent connaître la certification **FSC**, ce qui montre réellement la différence d'impact entre les deux pays.

Sur les personnes ayant déclaré connaître FSC, l'objectif a été de cerner la connaissance réelle à partir de propositions précises :

	France	Allemagne
Certification internationale pour	88,7 %	79,7 %
Certifie un produit	75,0 %	91,4 %
Certifie un site de production	54,2 %	48,9 %
Certifie un cycle de production	82,7 %	59,9 %

Que ce soit les Allemands ou les Français, l'ambiguïté de certification du produit par rapport au process est forte.

Pour **PEFC**, la connaissance est encore plus faible puisqu'elle est très faible en Allemagne (11,4%) et légèrement mieux en France (16,4%).

Toujours l'ambiguïté du produit certifié pour le consommateur, qu'il soit Français ou Allemand.

	France	Allemagne
Certification internationale pour	72,6 %	89,5 %
Certifie un produit	67,1 %	84,2 %
Certifie un site de production	57,3 %	67,5 %
Certifie un cycle de production	70,1 %	67,5 %



**1.3** Dans cette approche de perception du consommateur sur les certifications, l'Ipea a introduit le label « **Paper by nature** » utilisé par certains papetiers pour « trouver un chemin » en dehors des certifications en place.

Pour rappel, « **Paper by nature** » certifie uniquement des produits sélectionnés par l'entreprise qui répondent à des critères concernant à la fois l'origine, les conditions de fabrication, la nature et le traitement des déchets. Les performances des produits certifiés « **Paper by nature** » doivent aussi s'améliorer au fil des années pour qu'ils conservent leur certification.

A cette question, 17,6% des Français déclarent connaître « Paper by nature » et 27,6% des Allemands.

**1.4** Après des consommateurs français, l'Ipea a aussi abordé la connaissance du label « **Bois français** ». 42,6% des personnes interrogées ont déclaré connaître ce label, ce qui est peu réaliste et exprime surtout un impact potentiellement intéressant pour ce type de certification d'origine et ils sont 83.4% à y voir un intérêt.

Pour les Français qui déclarent connaître, on remarque bien que cela exprime une traçabilité du bois et un bilan global positif pour l'environnement.

Origine France/Traçabilité bois, produit	51,0%
Respect/protection/gestion des forêts	19,3%
Moins de transport/Réduction import/bilan carbone	11,5%
Protection environnement	10,4%
Bon pour l'économie/l'industrie	9,8%
Qualité du bois/produit/label qualité	8,9%
Je ne sais pas	3,2%
Autres	7,2%



**1.5** A partir des réponses des consommateurs, l'Ipea a souhaité connaître l'importance des différents critères vis-à-vis de **FSC** et de **PEFC**.

Pour **FSC** et **PEFC**, il en ressort des notes moyennes très agrégées, que ce soit en France ou en Allemagne, signe d'une vision très générale du consommateur. D'autre part, on notera les bonnes notes pour des items qui ne rentrent pas la certification : énergie propre, distance, emballage voire produit recyclable.

**FSC** : l'importance des critères vus par les consommateurs (note sur 10)

	France	Allemagne
Origine du bois	7,8	7,9
Forêts gérées durablement	8,6	8,5
Production utilise énergie propre	8,0	7,7
Transport : distance la plus courte	7,7	7,3
Emballage respectueux environnement	8,0	7,8
Produit recyclable	8,4	7,9

**PEFC** : l'importance des critères vus par les consommateurs (note sur 10)

	France	Allemagne
Origine du bois	8,0	8,0
Forêts gérées durablement	8,5	8,4
Production utilise énergie propre	8,0	7,9
Transport : distance la plus courte	7,8	7,6
Emballage respectueux environnement	8,1	7,9
Produit recyclable	8,2	8,0

Concernant le palmarès des critères, on note pour **FSC**, une véritable différence entre la France et l'Allemagne sur l'origine des bois, avec des Allemands très au fait de ce sujet et des Français bien moins impliqués. Côté **PEFC**, peu de différence dans le classement.

	France	Allemagne
1.	Forêts gérées durablement	Forêts gérées durablement
2.	Produit recyclable	Origine bois
3.	Emballage respectueux	Produit recyclable
4.	Energie propre	Emballage respectueux
5.	Origine bois	Energie propre
6.	Distance transport	Distance transport

	France	Allemagne
1.	Forêts gérées durablement	Forêts gérées durablement
2.	Produit recyclable	Produit recyclable
3.	Emballage respectueux	Origine bois
4.	Origine bois	Emballage respectueux
5.	Energie propre	Energie propre
6.	Distance transport	Distance transport

**1.6** A la question, « *la certification vous paraît-elle crédible ?* », seulement 4 consommateurs sur 10 disent « oui » pour des raisons de contrôle de légalité d'exploitation et de respect de l'environnement. Le fait que « chaque arbre soit répertorié » reste bien des loins des enjeux du consommateur, même si on trouve au total près de 20% des Français contre 14% des Allemands.

- oui pour 39,3 % des Français
- oui pour 38,1 % des Allemands

	France	Allemagne
Le bois a été exploité légalement	78,4%	79,8%
L'environnement de la forêt a été respecté (routes, cours d'eau)	76,1%	74,0%
Le bois exploité ne fait pas partie des essences protégées sur le plan national ou international	60,8%	63,8%
La population et les coutumes locales ont été préservées (pour les régions qui produisent des bois tropicaux)	48,6%	56,2%
Chaque arbre a été répertorié	47,8%	38,3%
Le bois est de meilleure qualité	39,2%	26,2%

## 1.7 LA PERCEPTION DES LOGOS SUR LE PACKAGING

La question suivante concernait le packaging, avec la présentation des logos ci-dessous, « Sur un emballage, quelles sont les trois principales informations qui vous intéressent ? »






L'objectif de cette question est bien de voir la sensibilité des consommateurs aux certifications puisqu'ils sont différemment exposés aux deux certifications. Ce qu'il est intéressant de constater c'est que le consommateur vise en premier lieu son « bien-être » et son intérêt pour le respect de « normes de sécurité » plutôt que des enjeux environnementaux. Pour rappel, dans toutes les enquêtes consommateurs menées par l'Ipea sur les critères d'achats de mobilier en France, la notion de développement durable est le dernier item à moins de 1% contre plus de 50 % pour le prix ou 5% pour la marque.

Le classement donne le résultat suivant :






Ce résultat est bien le reflet de l'exposition différentes du consommateur français ou allemand aux deux certifications.

**1.8** Dans ce classement, on remarque que les Français sont bien plus sensibles à la qualité de l'air intérieur et au marquage CE que les Allemands.

		
		
		
		
		
		
Non cité parmi les trois premiers	14,2%	23,8%
Cité en première position	39,6%	29,4%
Cité en seconde position	33,3%	27,5%
Cité en troisième position	12,9%	19,3%
Non cité parmi les trois premiers	22,0%	28,3%
Cité en première position	41,8%	38,0%
Cité en seconde position	20,6%	18,9%
Cité en troisième position	15,6%	14,8%
Non cité parmi les trois premiers	55,4%	58,5%
Cité en première position	9,2%	6,9%
Cité en seconde position	16,4%	18,6%
Cité en troisième position	19,0%	16,0%
Non cité parmi les trois premiers	66,9%	34,8%
Cité en première position	4,6%	18,4%
Cité en seconde position	11,5%	20,9%
Cité en troisième position	17,0%	25,9%

Concernant les certifications, le fait qu'un tiers des Allemands n'aient pas cité parmi les trois premiers items FSC montre que celle-ci passe après d'autres préoccupations comme la qualité de l'air intérieur, le marquage CE et l'Ange Bleu que nous verrons plus tard.

		
		
Non cité parmi les trois premiers	67,3%	79,3%
Cité en première position	3,2%	3,4%
Cité en seconde position	10,7%	5,6%
Cité en troisième position	18,8%	11,7%

Contrairement aux idées reçues, la garantie 25 ans ne mobilise que 3% des consommateurs en premier critère et ils sont même 6 ou 7 sur 10 à ne pas la citer dans les trois premiers logos importants à leurs yeux.



Emissions polluantes, de composés/ Faibles émissions polluantes/Niveau d'émissions polluantes	36,4%
En rapport avec la pollution intérieure/ la qualité de l'air dans la maison	21,4%
Je ne sais pas	14,8%
Consommation/économie d'énergie	13,7%
Emissions de gaz/CO2/fumée	5,3%
Logo en rapport avec l'écologie/protection de l'environnement	2,5%
Concerne l'isolation de la maison	2,3%
Concerne la qualité du produit	0,8%
Autres	2,8%

L'analyse détaillée de la qualité de l'air intérieur a uniquement été menée sur les Français et seulement 15% des Français déclarent ne pas connaître la signification de ce logo.



Je ne sais pas	58,6%
Respect/protection/gestion des forêts	21,1%
Respect de la nature/environnement	5,9%
Une certification européenne liée à la forêt, au bois, au produit	3,8%
Origine France	2,3%
Que le logo est synonyme de développement durable	1,7%
Origine et suivi du produit/traçabilité	1,5%
Que le produit respecte des normes	1,2%
Qualité du produit/ du bois	1,2%
Le bon fonctionnement de la production des matériaux ou un produit recyclable	1,0%
Autres	1,0%



Je ne sais pas	32,6%
En lien avec caractère développement durable: bois et papier issus d'exploitation raisonnée	26,3%
Environnement/Sigle environnemental/eco-friendly/protection de la nature	10,4%
En lien avec une certification du/des : bois, forêts, produits, entreprise; international	6,0%
Bois /papier d'origine contrôlée	3,3%
Quelque chose' avec le bois et la forêt	3,1%
En lien avec protection de la forêt dont bois protégés, forêt tropicale	4,0%
Mention détaillée fsc/forest stewardship council/certificate	2,2%
En lien avec un caractère naturel du bois: bois de la forêt/naturel/de la nature	2,1%
Qualité du bois (source, contrôles)	2,0%
En lien avec caractéristiques écologiques bois/papier: recyclable, biodégradable	1,6%
Sans substances toxiques/sigle pour meubles sans produits chimiques /pur/plus sain /adapté	1,1%
Commentaires positifs: Mieux/bien/en effet/beau	1,2%
Commentaires sceptiques: crédibilité/trompeur/greenwashing / bois illégal	0,8%
Bois/arbres issus du commerce équitable	0,6%
Economie du bois/sylviculture/avec critères modernes	0,5%
En lien avec denrées alimentaires: certification, fraîcheur, pêche durable, bananes	0,8%
Origine Allemagne: Forêts allemandes/bois local	0,3%
Autres divers	1,2%

Bien implanté en Allemagne, même si un tiers des personnes interrogées ne connaissent pas ce logo, l'apposition de la certification FSC sur le produit ne parle pas du tout aux Français car ils sont 6 sur 10 à ne pas savoir de quoi on parle...



Je ne sais pas	43,5%
Respect/protection/gestion des forêts	24,1%
Protection de la nature/respect de l'environnement	10,5%
Que le logo est synonyme de développement durable	5,7%
Une certification européenne liée à la forêt, au bois	5,2%
Origine France	2,6%
Que le produit est recyclable ou issu de bois recyclé	1,4%
Le logo est en rapport avec l'origine et la traçabilité du produit	1,4%
Autres	5,6%



Je ne sais pas	39,6%
En lien avec développement durable: Bois /papier-issus de forêts gérées de manière durable	34,0%
En lien avec l'environnement: bon pr l'environnement/protection de la nature/engagement	9,8%
En lien avec une certification du bois, de la forêt (contrôles, produits, qualité, international)	4,4%
En lien avec côté naturel, bio, sain du bois	3,0%
En lien avec origine du bois: pas de bois exotique, bois contrôlé, enregistré	2,9%
Recyclable/à partir de matériaux recyclés	1,3%
Mention spécifique du nom: Pefc /Programme for the Endorsement of Forest .....	1,2%
Garanti sans substances nocives /forêts /arbres plus sains	1,0%
En lien avec le papier : écologique /qqchose avec le papier	0,9%
Commentaires positifs: mieux /montre de jolis arbres, facilement reconnaissable /clair	0,6%
Economie du bois-sylviculture	0,6%
Commentaires sceptiques: trompe l'oeil/imposteur/greenwashing /labels vides de sens	0,5%
Autres	0,3%

4 personnes sur 10 ne connaissent pas ce logo. Pour les autres consommateurs, la notion de développement durable et de traçabilité est bien perçue. Bien que moins bien implanté en Allemagne, le logo PEFC est mieux reconnu par le consommateur. On peut y voir ici l'impact de ce logo sur le packaging de nombreux produits en Grandes Surfaces de Bricolage Outre-Rhin, surtout la tableterie et les revêtements de sols.



Norme européenne/conforme aux normes européennes/fabriqué selon les normes européennes	47,5%
Communauté européenne	16,5%
En provenance de la communauté européenne/fabriqué en Europe, dans l'UE	14,7%
Je ne sais pas	16,2%
Origine France	0,8%
Autres	4,3%



je ne sais pas	35,0%
Suit la réglementation européenne/autorisé en Europe/importateur s'engage	16,3%
Certifié/testé/Normé/Indication de bon passage d'inspection/test	15,8%
Sécurité/sécurité testée/installation sûre/sigle/affirmée par le producteur	12,6%
En rapport avec le domaine électrique: label, conformité, sécurité	6,3%
Sigle de qualité /mauvaise qualité (1)	3,4%
En lien avec l'EUROPE: sigle, achat, origine	2,1%
Rattachés à un type de produits: indication sur machines et pdts techniques, revetem	1,4%
En lien avec émissions produits: sans substances nocives, sans dommage pourr couche d'ozone	1,3%
En lien avec règles, normes certification, verification par l'état, tests internationaux	1,2%
Autres divers	1,1%
En lien avec écologie: vert, écologique, recyclable	0,9%
Nécessaire	0,8%
Economies d'énergies/qqchose en rapport avec l'énergie	0,7%
En lien avec Allemagne: autorisation, certification, fabrication	0,6%
Commentaires négatifs: stupide/nul / pas très pertinent	0,4%
En lien avec notion monétaire: affichage des prix, argent	0,3%

Grande différence entre les Français et les Allemands sur le niveau de connaissance de ce marquage CE puisque 35% des Allemands ne le connaissent pas contre 16% des Français.

A noter que 15% des Français pensent tout de même que c'est une preuve de production en Europe...





**1.9** Dans cette étude, Ipea a souhaité recueillir l’avis du consommateur allemand sur sa perception du logo « Der blaue engel » omni présent dans les linéaires de la distribution et sur les packaging.



Signe environnemental/ Bon pour environnement /Protection /fabriqué dans le respect de	45,5%
Sans/moins d'émissions nocives/sans polluants/solvants au niveau production, utilisation	17,2%
Je ne sais pas	14,4%
Protection de la santé/non nuisible à la santé /non allergène	4,8%
Bien, crédible, label de qualité, un des premiers labels /nécessaire /sécurité /	4,4%
Commentaires en lien avec développement durable: protection de l'eau, utilisation raisonnée	3,8%
Recyclage: recyclable /recyclé/matières premières/papier /papier est recyclé	3,0%
Le logo se comprend tout seul	1,4%
Signe vu sur les couleurs/tapis/papier /Produits de nettoyage écologiques /Produits alim.	1,3%
Purification /Protection/air /filtré	1,3%
Autres : commentaires farfelus sur l'ange/eglise/raccourcis /vite /Pharmacie /Sauvetage	1,1%
Certificat-accordé selon certains critères	0,8%
Trompeur/pas toujours vrai/pas nécessaire si l'ensemble du processus pas respect	0,7%
Norme allemande environnement	0,2%

Un logo très connu puisqu’on ne trouve que 14% des consommateurs interrogés qui ne connaissent pas ce logo, 1% de commentaires farfelus et seulement 0,7% n’y croient pas.

Au regard de l'avis des allemands sur le logo de l'Ange Bleu, quelques compléments d'informations repris sur le site internet de l'Ange Bleu concernant les produits de la maison :



## Home & Living Blue Angel Products

### ***Climat intérieur sain***

*Toute personne dont la santé et celle de sa famille lui sont chères fait un effort particulier pour choisir un mobilier de maison respectueux de l'environnement. Les meubles rembourrés, par exemple, peuvent dans le pire des cas représenter une source importante de substances dangereuses à l'intérieur de la maison en raison de leurs grandes surfaces et de leur longue durée de vie. L'ange bleu teste le dégazage des composés organiques volatils (COV) des produits dans les chambres d'essai d'émission. Toute personne qui choisit un canapé, un matelas ou un meuble en bois qui a reçu un écolabel Blue Angel choisit donc un climat intérieur sain.*

### ***Protéger les ressources en utilisant des matériaux recyclés***

*Les produits tels que les papiers hygiéniques, les rouleaux de cuisine, les mouchoirs ou les cahiers en papier 100% recyclé contribuent à la protection des forêts et des habitats naturels. Le papier recyclé conserve également une longueur d'avance en matière d'impact environnemental: le procédé de fabrication de ces produits permet d'économiser environ 70% de l'eau et 60% de l'énergie par rapport au papier de fibres vierges. Refuser des sacs ou des sacs de transport en plastique recyclé préserve les réserves de pétrole brut et réduit les montagnes d'ordures.*

## **Utiliser des produits au lieu de les posséder**

*Les produits peuvent souvent être utilisés conjointement et cela allège également le fardeau pour l'environnement. Par conséquent, l'ange bleu est également utilisé, par exemple, pour désigner les services pionniers d'autopartage.*

## Construction Blue Angel Products

*Qu'il s'agisse de travaux de construction ou simplement de rénovation, l'Ange Bleu vous aide à prendre les bonnes décisions lors de la sélection de matériaux sains et respectueux de l'environnement.*

### **Peinture respectueuse de l'environnement**

*L'Allemagne devient de plus en plus colorée : plus de 2,04 millions de tonnes de revêtements et de peintures ont été produites en 2010 et une part importante de ces produits ont été utilisés par les amateurs de bricolage. Les peintures et revêtements muraux peuvent contenir des quantités alarmantes de solvants, d'agents adoucissants et de formaldéhyde. L'utilisation de produits à faibles émissions et à faible teneur en polluants vous permet de réduire au minimum les risques sanitaires possibles.*

### **Climat intérieur sain**



*L'écolabel de l'ange bleu identifie également les produits de construction à faibles émissions tels que les panneaux de bois ou les revêtements de sol. Ces produits peuvent contenir des substances nocives dégagées au cours du temps. Par conséquent, l'ange bleu teste ces substances dans des chambres d'essais d'émissions et évalue les produits selon des critères de santé uniformes et fiables.*

### **Une bonne isolation offre une double économie**

*Les matériaux d'isolation thermique et les plafonds suspendus dans les bâtiments économisent l'énergie et réduisent le bruit. Cependant, il est nécessaire de procéder soigneusement dans ces domaines. Ces mesures peuvent également constituer une charge importante pour l'environnement si les produits sont fabriqués à partir de matériaux contenant des substances nocives. L'Ange Bleu identifie les matériaux d'isolation thermique à faibles émissions et les plafonds suspendus qui vont au-delà des réglementations légales, présentent de faibles émissions de substances nocives et sont inoffensifs pour la santé des personnes.*

## 1.10 IMPORTANCE DE CRITERES RSE POUR LE CONSOMMATEUR

A question : « *Quand vous recherchez des informations sur un produit sur internet, allez-vous lire les rubriques concernant ?* », on remarque que la plus forte différence entre les Français et les Allemands touche l'intégration de la gestion sociale dans les critères de choix puisque les Allemands semblent y être beaucoup plus sensibles.

		
:: L'environnement	64,2 %	66,4 %
:: Le développement durable	57,0 %	53,5 %
:: La gestion sociale	26,8 %	44,2 %
:: Le côté recyclable du produit	63,2 %	55,2 %

## 2 ESTIMATION DES VOLUMES MIS EN MARCHÉ PAR CATEGORIES DE PRODUITS ET NIVEAUX DE GAMME

La distribution de meubles ne met pas en avant la certification, que ce soit en France ou en Allemagne. Dans sa communication plus institutionnelle, elle rassure le consommateur et les observateurs par sa collaboration avec tel ou tel certificateur. La grande distribution (IKEA, Conforama, But, Alinea, Leroy Merlin, Castorama...) communique sur le sujet ainsi que Maisons du monde mais les autres distributeurs milieu de gamme-haut de gamme ou spécialiste ne le font que très rarement.

FSC est utilisé par IKEA et pour les autres distributeurs, principalement pour les produits en bois massif ou reconstitué importés.

Sur le marché du meuble en France (hors literie) :

- En dehors d'IKEA, le **mobilier de cuisine** n'est pas concerné car PEFC ;
- Les importateurs (distributeurs) de **sièges rembourrés** ne communiquent pas ou peu sur la certification du bois utilisé dans les carcasses ;
- Le meuble de **salle de bains** est concerné pour les produits massifs d'importation ;
- Le meuble de jardin en bois est certifié à 90% ;
- En dehors d'IKEA et de Maison du monde, le meuble meublant est peu concerné car très largement en panneaux et sans certification ou PEFC.

A partir de ce constat, on peut estimer que la part de produits FSC sur le marché du meuble en France est de :

Type de produit	Valeur de marché 2016 (mds € ttc)	% certifié FSC
Cuisine	2.47	5%
Sièges rembourrés	2.36	2%
Meubles de salle de bains (y.c négoce)	0.49	15%
Mobilier de jardin (estimation Promojardin)	0.56	18%
Meuble meublant	3.05	13%

Soit une estimation de mobilier vendu en France certifié FSC de 700 millions d'euros TTC en 2016 majoritairement vendu par la Grande distribution.

## ANNEXES

### A1 - FSC : COMMUNICATION OFFICIELLE

« Seulement 5% des forêts du monde sont certifiées FSC. En France, ce chiffre est de 0,2% (près de 40 000 ha) en 2017, principalement en forêt privée (source : FSC).

En France, 2017 restera comme une année charnière. Celle des 10 ans d'existence du FSC en métropole, mais surtout celle de la promulgation le 16 mai 2017 du premier standard métropolitain de gestion forestière FSC. Après 6 ans d'échanges denses, attentifs et équilibrés entre les chambres économiques, environnementales et sociales, un référentiel technique correspondant aux enjeux de toutes les forêts métropolitaines a été officiellement promulgué. **La certification FSC en France représente d'ores et déjà 39 600 ha et plus de 800 entreprises** (chaîne de traçabilité).

En France, il en ressort par exemple de vraies avancées. Par exemple, **une réelle prise en compte des espèces protégées et menacées a émergé**. En France, le FSC facilite une intégration pratique de la biodiversité dans la gestion. Les outils d'aide à la mise en place de ces exigences, en cours de développement, rendront d'ailleurs l'acte de gestion du forestier plus simple, homogène et de qualité. De plus, ces dernières années ont été marquées par **une réduction de l'artificialisation par les sylvicultures**, ainsi que par **la limitation des intrants et des pesticides**, l'interdiction des plus dangereux et le respect d'une zone tampon de 10 m par rapport aux eaux en cas d'application. Est à noter également une **meilleure gestion des espèces envahissantes avérées, dont l'interdiction de les utiliser en reboisement**, ainsi que **le maintien ou la restauration des milieux humides, rocheux, pelouses et landes (dont une zone tampon de plus de 10 m autour des zones humides et des cours d'eau)**.

Si la France veut réellement réduire sa balance commerciale des produits forestiers tout en faisant jouer à ses forêts un rôle clé dans la lutte contre le changement climatique, certains principes semblent essentiels :

1. mieux gérer et renforcer la biodiversité et le stock de carbone que comprennent les forêts françaises, de façon à cultiver la solution que représente leur résilience naturelle (et gratuite) face aux évolutions climatiques ;
2. valoriser l'exploitation des forêts en transformant cette ressource locale et renouvelable dans des produits à haute valeur ajoutée et vecteur d'emplois industriels non délocalisables, ainsi qu'en privilégiant des produits à longue durée de vie qui seuls ont un impact positif sur le climat ;
3. s'ouvrir sur une société de citoyens de plus en plus méfiants et choqués par certaines pratiques d'exploitation, comme les coupes rases. Cela est souhaitable notamment en utilisant le lien sensible entre des produits forestiers de qualité et une gestion des forêts de haute qualité environnementale démontrée. Pour ces trois enjeux, faire la preuve de la qualité de la gestion 'à la française', rassurer les citoyens, bien gérer les forêts face à des évolutions climatiques décisives, il est évident qu'une certification crédible comme FSC est un outil utile. Au forestier français de s'en saisir. »

## A2 - LES MEMBRES FSC France





## A3 – LA COMMUNICATION IKEA

### LE BOIS ET IKEA

Nous aimons le bois parce qu'il est beau, durable, renouvelable et recyclable. En tant qu'important consommateur de bois, nous avons la possibilité de changer les choses.

### 2 tiers

de nos produits d'aménagements sont faits en bois.

### AU-DELA DE NOS BESOINS

Tous nos approvisionnements en bois seront issus de sources gérées durablement en 2020. Mais nous voulons aller au delà et promouvoir une gestion forestière durable dans l'ensemble de l'industrie.

A travers notre partenariat avec le WWF depuis 2002, nous avons contribué à la conversion en certification FSC de **35 million** d'hectares (superficie de l'Allemagne). Notre objectif est d'ajouter 10 million d'hectares d'ici 2020.

Les forêts abritent plus des deux tiers des espèces connues, et sont le refuge de 80% de la biodiversité sur terre. Nous soutenons la norme FSC qui protège les éco-systèmes et les moyens de subsistance des populations.

### POUR UNE GESTION RESPONSABLE DES FORÊTS

Nos cinq essences principales : Epicéa, Hêtre, Pin, Bouleau, Acacia.

IKEA se fournit en bois dans **50** pays différents, principalement en : SUÈDE, POLOGNE, RUSSIE, LITHUANIE, ALLEMAGNE.

1% du bois à usage commercial dans le monde est utilisé par IKEA.

Des bibliothèques BILLY plus légères. Les panneaux de particules à double densité requièrent 20% de matériau en moins à qualité équivalente.

### PLUS AVEC MOINS

Faire plus avec moins fait partie de la culture IKEA. Nous cherchons en permanence des techniques pour optimiser l'usage de chaque rondin de bois.

Pour la série NORNÅS nous avons développé de nouvelles façons de scier les rondins de bois pour réduire les déchets et mettre en valeur le beau pin suédois.

La norme de gestion forestière IWAY s'applique à tout le bois que nous utilisons. Il ne peut notamment pas provenir de l'abattage illégal, de sources impliquées dans des conflits sociaux liés à la forêt, ou de forêts à haute valeur de conservation.

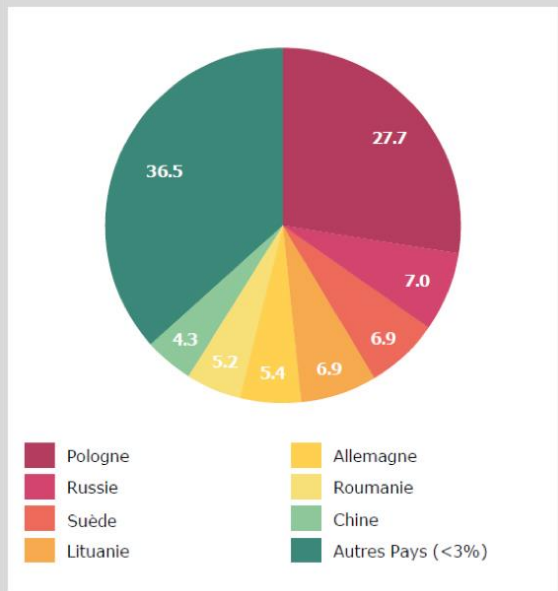
Objectif IKEA : Volumes totaux de bois issu de sources plus durables (actuellement définis en tant que recyclé ou certifié FSC®).

50% 100%  
2017 2020

### UN APPROVISIONNEMENT PLUS DURABLE

Nous sommes l'un des plus importants acheteurs mondiaux de bois certifié FSC dans le secteur de la distribution. La moitié du bois que nous utilisons aujourd'hui provient de sources plus durables. L'ensemble de nous fournisseurs doivent répondre à nos normes de gestion forestière IWAY.

### PAYS D'ORIGINE DU BOIS IKEA (FY16) (% DES APPROVISIONNEMENTS)





## A4 – LA COMMUNICATION CONFORAMA



### 1 / Nos produits

#### Conforama reconnu pour sa politique d'achat de bois responsable

- Depuis 2013, Conforama s'est doté d'une politique d'achat bois responsable afin de se fixer des objectifs quantifiables et mesurables sur ces thématiques. Ainsi, notre enseigne s'est fixée comme objectif de certifier **100% de ses meubles en bois massif d'ici 2017 et 50% de ces meubles en panneaux d'ici 2020.**
- Grâce à ses efforts, **Conforama a obtenu la certification SGS concernant sa chaîne de traçabilité bois.** Cette certification atteste la légalité ou la certification des forêts d'origine de nos produits bois mais aussi d'autres produits comme les fauteuils et les canapés. **Conforama est l'une des seules enseignes de la distribution d'ameublement à avoir obtenu cette certification.**
- Conforama est également en **6ème position dans le dernier classement WWF** pour ses actions menées pour sélectionner les bois de ses produits (cahier des charges reprenant les essences, les zones géographique, les labels attendus...).
- L'enseigne est partenaire de FSC, une ONG spécialisée dans la sauvegarde et la gestion des forêts, la protection des espèces, végétales, des éco-systèmes et des populations locales.

#### 1 500 produits aujourd'hui porteurs de l'affichage environnemental

- Précurseur dans l'affichage environnemental, Conforama est aujourd'hui en tête des distributeurs engagés dans cette démarche avec plus de **1 500 produits référencés.** Cette information, qu'on retrouve sur l'étiquette des produits, permet à nos clients de mesurer l'impact des produits qu'ils achètent en fonction de trois critères : l'ozone, la qualité de l'eau, l'épuisement des ressources. Ces indicateurs informent et guident nos clients dans leurs achats responsables.

## A5 – LA COMMUNICATION ALINEA

### les ressources : le bois

#### **Ainsi, tout notre teck est certifié FSC**

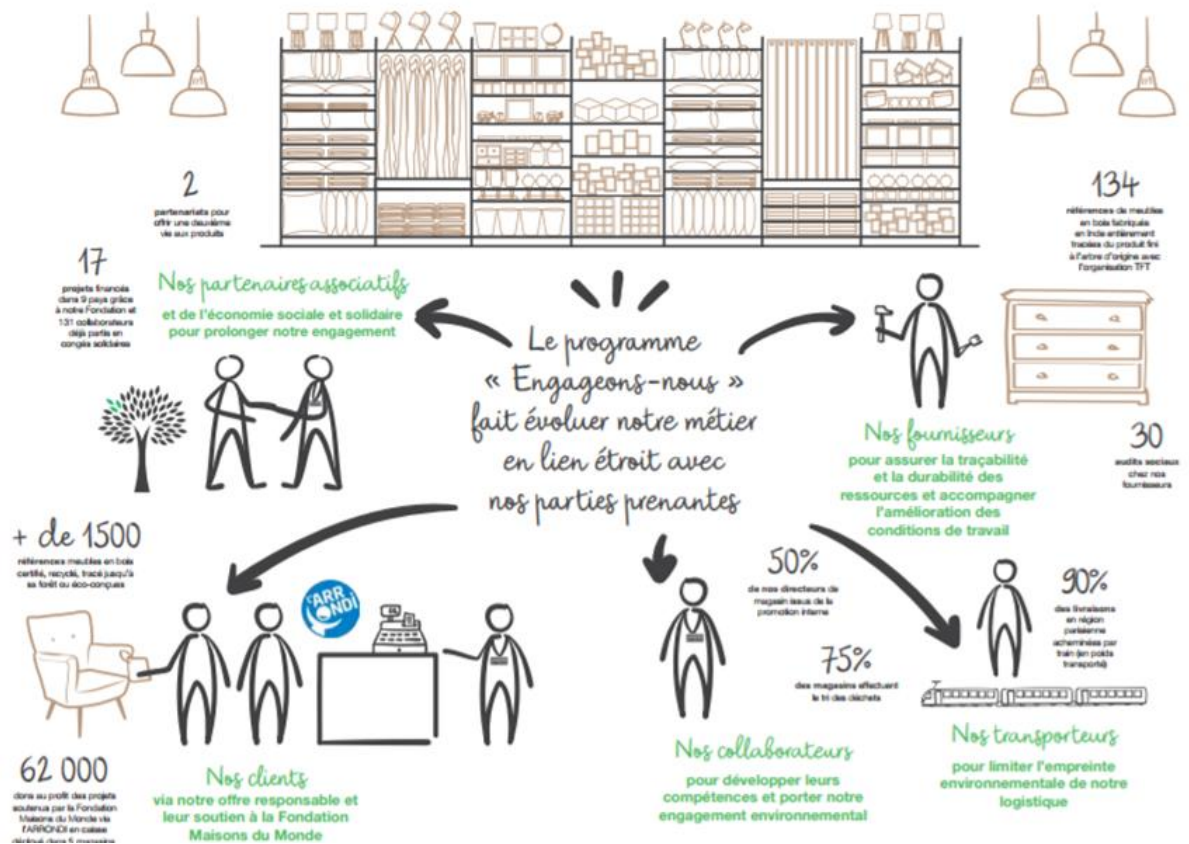
Le label FSC Forest Stewardship Council assure la traçabilité de nos meubles en bois, nous garantissant qu'ils participent ainsi à la gestion durable des forêts.

Toutes les essences de bois ne sont pas disponibles en certification FSC, aussi, nous sommes **partenaires de l'ONG TFT pour nous accompagner dans notre lutte contre la déforestation et la coupe illégale.**

The Forest Trust est une ONG. Elle est reconnue dans la gestion responsable des forêts, son action est sur place, là où le bois est coupé, en forêt, mais elle le suit aussi jusqu'à la distribution. Elle est aussi régulièrement présente dans nos usines et nous assure ainsi que le bois de nos meubles n'est pas issu de coupe illégale.

**C'est une garantie de la non déforestation et de la bonne gestion sociale des produits.**

## A6 – LA COMMUNICATION MAISONS DU MONDE



## **A7 – LA COMMUNICATION LEROY MERLIN**

Depuis 2004, LEROY MERLIN France a pris un certain nombre d'engagements afin de diminuer son impact environnemental.

- Pour les bois tropicaux, LEROY MERLIN France impose à ses fournisseurs un approvisionnement en bois certifiés FSC ou labellisés TFT
- Pour les bois européens, elle demande la certification FSC ou PEFC et valorise les ressources, tout particulièrement les bois français.

Afin de renforcer la transparence vis-à-vis des consommateurs, un étiquetage concernant l'origine géographique et le nom de l'essence des bois commercialisés est apposé sur les produits concernés.

A ce jour, près de 95% des bois commercialisés par LEROY MERLIN France sont issus d'approvisionnements responsables, garantis pour la quasi-totalité par la labellisation et la certification TFT, FSC et PEFC.