

# L'amour de la forêt

## Matthieu de Lesseux et Philippe Gourmain.

L'ancien publicitaire Matthieu de Lesseux et l'expert forestier Philippe Gourmain ont cofondé l'entreprise La Belle Forêt, qui vend des crédits carbone de haute qualité environnementale. Deux parcours aux antipodes mais réunis par un amour commun de la forêt.



Philippe Gourmain (à dr.) et Matthieu de Lesseux (à g.). Claire Jaillard/Hans Lucas pour La Croix

Comment pourraient-ils oublier les circonstances de leur rencontre. En mai 2019, encore sous le choc des images de Notre-Dame en flammes, Philippe Gourmain et Matthieu de Lesseux sont mis en contact par une relation commune, qui connaît leur amour partagé et inconditionnel pour les arbres. Le premier est expert forestier, à la tête de l'interprofession nationale de la filière forêt-bois (France Bois forêt); le second est l'ancien président, en France, des activités créatives du groupe de communication Havas.

«Lorsque j'ai compris que certains envisageaient de reconstruire la charpente avec un autre matériau que du bois, arguant du fait que l'on n'avait ni les compétences ni la quantité d'arbres nécessaires, je l'ai pris comme une agression pour la filière française, raconte Philippe Gourmain. C'est à ce moment-là qu'un ami m'a dit de contacter Matthieu.»

Au final, c'est le forestier qui aura l'idée de mobiliser l'interprofession pour donner gratuitement les chênes qui charpentent désormais la cathédrale. L'entregent du publicitaire n'aura été d'aucune utilité. Mais de cette rencontre naîtra une amitié et, depuis 2021, une entreprise, La Belle Forêt, visant «à rapprocher le monde de l'entreprise et de la forêt».

Comment? En vendant des crédits carbone – ces mécanismes per-

mettant aux entreprises de compenser leur empreinte carbone – de haute intégrité environnementale. «De manière très schématique, l'idée est d'inciter financièrement les propriétaires de forêts à conserver leurs arbres plutôt qu'à tout raser et replanter, à la fois pour préserver les puits de carbone mais aussi la biodiversité», détaille Matthieu de Lesseux.

Interdiction des coupes rases, des intrants, ou encore des reboisements mono-espèces... une liste d'une vingtaine de critères doit être respectée pour qu'une forêt puisse être certifiée La Belle Forêt. Ensuite, celle-ci pourra valoriser ses crédits carbone jusqu'à trois fois plus cher que sur le marché.

«Plus la notation de la forêt est élevée, plus le crédit carbone vaut cher», précise Philippe Gourmain. «De leur côté les entreprises, qui sont tétanisées par les affaires de

**En alliant savoir-faire et connaissance du milieu de l'entreprise, ils espèrent faire des crédits carbone un «cheval de Troie» de défense de la biodiversité.**

crédits carbone véreux, ont tout intérêt à se protéger avec ce genre de démarches», ajoute Matthieu de Lesseux.

Difficile de ne pas faire plus opposés (complémentaires?) que ces deux hommes. Avec son bouc argenté et ses lunettes à grosse monture, Matthieu de Lesseux se présente comme «autodidacte» et est surtout un entrepreneur dans l'âme. Avant de devenir l'un des visages de la communication en France – il a coprésidé l'agence DDB, puis Havas Creative –, il avait monté plusieurs entreprises dans l'informatique, la culture, la publicité.

En 2007, il revend pour plusieurs millions d'euros Duke, l'une des premières agences françaises de communication numérique, à une filiale de Microsoft. Cette fortune servira pour partie à entretenir la gigantesque forêt dans les Vosges – «l'une des plus belles de France» – dont il avait partiellement hérité au décès de son père, et qu'il acquiert progressivement dans sa totalité en rachetant le reste à sa famille.

Connu comme «le loup blanc» dans le monde de la sylviculture hexagonale, Philippe Gourmain a une carrière plus «linéaire», comme il le dit lui-même. Ayant grandi à la campagne, dans une grande proximité avec la nature, ce diplômé d'AgroParisTech découvre ensuite le métier de gestionnaire de forêt. «C'était exactement ce que je voulais, travailler en ayant toujours des bottes dans le coffre!»,

relate celui qui passera les vingt-cinq années suivantes à gérer la forêt des autres.

En 2003, la canicule fait office de bascule. «En constatant le dépérissement de certaines essences dans le sud de la France, j'ai compris que la forêt française ne serait plus jamais la même». En 2020, il pilote pour le ministère de l'agriculture la feuille de route d'adaptation de la forêt française au réchauffement climatique. Mais en découvrant que des dizaines de millions d'euros vont servir à financer la plantation de milliards d'arbres mono-essence, à l'opposé de toutes ses préconisations, la déception est immense. «J'ai compris que la politique n'était pas pour moi, et j'ai eu envie de voir ce que pouvait proposer le milieu de l'entreprise», expose-t-il.

En alliant savoir-faire et connaissance du milieu de l'entreprise, les deux hommes espèrent aujourd'hui redorer l'image des crédits carbone, et en faire «un cheval de Troie» de défense de la biodiversité. Pour le moment, l'entreprise, qui a levé près de 2 millions d'euros en juin, ne fait que démarrer.

Salariant 16 personnes, elle a vendu ses premiers crédits carbone à des institutions comme EDF, Peugeot Invest, ou encore les Nations Unies. Elle travaille avec 90 forêts partenaires, dont certains noms très prestigieux comme le domaine national de Chambord. Une sacrée publicité!

**Julie de la Brosse**

## Leurs raisons d'espérer.

«L'action est la meilleure des thérapies»

**L'énergie que nous déployons dans ce combat pour sauver la forêt française et participer à préserver la biodiversité est un moteur très puissant. C'est en alliant toutes les initiatives individuelles, notamment privées, que nous parviendrons à faire bouger les lignes. Car face à l'anxiété légitime que nous pouvons ressentir, et que l'on constate très souvent chez les jeunes générations, l'action est la meilleure des thérapies.**