

Avec le soutien de



SYNTHESE DU RAPPORT FINAL
Programme soutenu par France Bois Forêt
(FBF 21 / FT / 1294)

Bénéficiaire(s) du projet : FrenchTimber

Prestataire(s) : FrenchTimber

Thématiques : Promotion des produits bois français sur les marchés étrangers

Montant du soutien apporté par France Bois Forêt : 330 K€.....

Autres financements : Entreprises participantes aux actions : 150 k€

Objectifs et contexte :

FrenchTimber entreprendra sous son propre nom des actions dont les objectifs pour la filière sont les suivants :

- disposer d'un outil de veille réactif et ciblé,
- positionner la France comme pays possédant une ressource de premier ordre,
- ouvrir de nouveaux marchés aux bois français.
- défendre les intérêts de la filière sur les marchés exports,
- accompagnement des entreprises – lobbying, normalisation, études de marchés.
- Transmettre les opportunités commerciales et les informations sur les marchés à un fichier d'entreprises et à FBF.
- Mettre à disposition des entreprises des fichiers de prospection par pays
- Organiser la massification de l'offre de produits français afin d'accroître la notoriété de la production française et mieux répondre aux attentes des marchés.

Principaux résultats obtenus :

FrenchTimber a mis en place le programme d'actions voté lors de l'Assemblée Générale 2020. Cependant les conditions particulières rencontrées en cours d'année 2021 nous ont forcé à modifier notre programme et adapter nos actions aux contraintes sanitaires. Plusieurs salons prévus au programme ont malheureusement été reportés mais nous avons malgré tout réussi à optimiser notre présence sur les événements stratégiques pour la filière. Les principales activités de FrenchTimber ont toutes fait l'objet d'un rapport qui reprend les demandes des utilisateurs et importateurs étrangers. Ces rapports sont envoyés directement aux entreprises françaises de transformation du Bois

1/ Dubai Wood Show :

Premier salon international après la mise en place des mesures sanitaires, cet évènement est une référence sur la région. La plupart des pays cibles étaient autorisés à voyager dans les Emirats, le nombre de visiteurs n'était donc que très légèrement en dessous du niveau habituel. En revanche le nombre d'exposants était drastiquement réduit, entreprises russes, turques et asiatiques ne pouvaient pas voyager dans la région avec des conditions acceptables.

Quatre entreprises nous ont accompagné sur ce salon : Woody Roux, Ducerf, Kunkel et Archiblock.

2/ Domotex Shanghai :

Salon incontournable de la zone Asie pour la filière parquet et aménagement du sol, le salon Domotex Asia de Shanghai réunit tous les ans les professionnels du secteur.

Les européens ne pouvant pas se rendre en Chine sans subir une période de quarantaine, notre bureau en Chine nous a permis d'assurer une participation sur tous les salons prévus sur le territoire.

Les entreprises Ducerf, Margaritelli et Lalanne, disposant d'un représentant local pour le marché chinois ont pu participer à nos côtés sur des stands individuels au sein d'un pavillon France.

3/ Interzum Guangzhou

Le sud de la Chine est un marché spécifique caractérisé par une forte utilisation des résineux, du panneau mais également de feuillus comme le hêtre et le frêne. C'est un axe de développement fort pour les exportations françaises.

French Timber a tenu un stand grâce à notre représentant local Yuan Gao basé dans notre bureau de Shanghai ; l'entreprise Ducerf était également présente via son agent local.

4/ QIFF Qingdao

Dans le cadre d'une stratégie de diversification et d'exploration du marché chinois, il a été décidé de prendre part au salon de Qingdao. Ville stratégique pour l'industrie de l'ameublement située dans le nord de la Chine ; ce marché n'était jusqu'alors que très peu prospecté par nos actions habituelles car faisant appel à un canal de distribution différent. Ce salon, référence pour l'industrie du meuble au nord du Yangtze, nous a permis d'ouvrir de nouvelles perspectives de développement pour les entreprises françaises.

5/ IFFC Chengdu

Devant l'immensité du marché chinois et du potentiel de croissance qu'il représente. Nous avons choisi de prospecter une autre des principales mégapoles, la ville de Chengdu avec ses 21M d'habitants et son industrie du meuble florissante représente une cible de choix pour se développer sur le marché de la Chine centrale. Les meubles produits dans cette zone sont en majorité destinés au marché local, une part grandissante de la production chinoise est désormais consommée localement au détriment des exportations. Il est donc primordial de se positionner sur ce segment de marché.

6/ Cairo Wood Show

Pour notre première participation au salon du Caire, nous avons dû attendre que les conditions sanitaires soient 'stabilisées' pour être certains de pouvoir nous y rendre dans de bonnes conditions.

Nous avons donc opté pour un mode d'organisation flexible : un grand stand collectif afin de présenter un large panel d'entreprises et de produits issus de l'industrie française.

Cinq entreprises nous ont accompagné sur cet évènement (Ducerf, Woody Roux, Archiblock, Kunkel et Scierie Moulin) et sont toutes rentrées satisfaites du nombre et de la qualité des contacts rencontrés. L’Egypte est un gros marché d’importation pour tous les types de bois mais aussi une véritable plaque tournante pour les pays de la région ; il est donc judicieux de s’y positionner afin de diversifier nos débouchés dans la région.

7/Visite du salon Intermob

Dans le cadre de notre groupe de travail sur la recherche de nouveaux marchés potentiels, nous avons étudié la possibilité de mettre en place des actions sur la Turquie. Ce pays aux portes de l’Europe se développe rapidement grâce à sa main d’œuvre qualifiée et relativement bon marché, de plus, sa proximité géographique lui a été particulièrement bénéfique dans cette période où les coûts logistiques et les délais d’approvisionnement ont grandement impacté la compétitivité de certaines productions asiatiques.

Nous sommes donc allés visiter le salon Intermob qui regroupe tous les acteurs du marché afin d’étudier le potentiel de développement des produits français.

8/Participation à la conférence FEP

Dans une optique de rapprochement avec d’autres associations représentant des industries connexes ou ayant un intérêt pour le développement de nos membres, French Timber a participé à la conférence annuelle de l’industrie européenne du parquet à Athènes. A la demande des organisateurs, nous avons fait une présentation sur la disponibilité de la matière première, les perspectives à moyen terme et l’impact à attendre sur le marché du parquet.

Cela a permis de présenter l’offre française à un parterre de producteurs européens, cible privilégiée pour nos productions de sciages feuillus.

Dans un second temps, la recherche de synergies et de partenariat est envisagée avec des associations comme ‘Parquets de France’ sur un évènement qui pourrait convenir à une mise en commun de nos moyens de prospections

9/Campagne de communication avec Business France

Dans la continuité de nos actions de découverte de nouveaux marchés, nous avons mis en place avec Business France, une campagne de communication digitale ciblant nos nouvelles zones de prospection. Cette action de marketing avait pour but d’assurer la promotion de l’ensemble de la gamme de produits bois français en diffusant des informations générales et techniques sur les essences et produits disponibles.

Nous avons ciblé les pays identifiés précédemment pour leur potentiel en termes d’importations de sciages : l’Afrique du Sud et la zone du proche et moyen orient, en particulier l’Egypte.

Cette campagne précisément ciblée s’est déroulée sur plusieurs mois, ce qui nous a permis de développer notre taux de notoriété sur la zone et de trouver de nouveaux contacts.

10/Bureau Chine

FrenchTimber dispose d’un showroom à Shanghai afin d’assurer la représentation des essences françaises et d’exposer de façon permanente des produits.

Fonctionnant avec un consultant exclusif, le bureau a eu en charge depuis le début de l’année :

- Suivi du marché et des statistiques d’importation
- Contact avec les industriels chinois pour promouvoir les bois français
- Formation des acheteurs chinois au classement des sciages français

- Visite de salons en Chine
- Accompagnement des entreprises françaises, aide à la commercialisation
- Organisation des salons
- Contacts avec les douanes et les Ministères chinois concernant les restrictions aux importations de Frêne européen.
- Transmission de demande de cotations

Cette année encore, avec la crise sanitaire et les restrictions drastiques sur les déplacements internationaux, le bureau Chine a été un atout décisif pour assurer la représentation des entreprises françaises sur le marché chinois. De plus, la Chine étant l'un des rares pays ayant maintenu la plupart de ses salons, la participation à ces événements représentait une importance particulièrement stratégique.

Valorisation envisagée

Malgré le dynamisme actuel du marché, il convient de préparer l'avenir et de mettre à profit la situation inédite des producteurs de produits bois de première et de seconde transformation.

En Effet, la demande est particulièrement forte sur l'ensemble des segments du marché et de nombreuses entreprises ont des niveaux de stocks relativement bas. Il convient de tirer profit de l'afflux de demande pour lier de nouveaux contacts avec des importateurs et utilisateurs potentiels sur des marchés où nous n'étions jusqu'alors que peu présents.

C'est dans cette optique que nous nous sommes efforcés de diversifier notre offre de salons en tenant compte de restrictions sanitaires mais surtout du potentiel de croissance pour les industriels français quand le marché sera revenu à un niveau d'activité habituel.

Dans cette période où les contraintes changent constamment, et où les déplacements sont difficiles, il est important pour la filière de bénéficier d'un outil de promotion mutualisé tel que French Timber.

Chaque action fait l'objet d'un rapport qui regroupe les demandes des importateurs ou utilisateurs et transformateurs internationaux.

Ces pistes commerciales sont valorisées par les entreprises françaises qui vont développer leurs exportations en nouant de nouveaux contrats avec ces entreprises étrangères.

Proposition de deux indicateurs pour évaluation (*maximum ½ page*) et analyse :

Indicateur 1 : Evolutions des exportations françaises

C'est sûrement l'indicateur le plus simple à suivre car il reprend l'évolution des exportations françaises de sciages dans le temps et permet donc d'analyser la pertinence des programmes d'actions menées par FrenchTimber :

2011: 217 millions €

2015: 282 millions €

2017: 320 millions €

2018: 324 millions €

2019: 325 millions €

2020 : 330 millions €

2021 : 450 millions €

Exports en m3	2011	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Sciages résineux	42 600	758 000	712 000	728 000	755 000	883 000	1 050 000
Sciages de chêne	158 000	232 000	231 000	222 000	179 000	167 000	233 000
Sciages de hêtre	112 000	120 000	129 000	120 000	121 000	111 000	128 000

Indicateur 2 : Participation des entreprises et nombre de demandes

En 2021, la situation internationale est restée très perturbée par la pandémie et nous a amené à revoir notre planning initial. En effet, plusieurs des événements prévus initialement ont été reportés ou annulés. Malgré tout, nous sommes parvenus à organiser la participations d'entreprises à six salons. Pour l'instant, la réglementation ne permet toujours pas aux européens de se rendre dans la plupart des pays d'Asie dans de bonnes conditions, ce qui impacte ne nombre de participants.

Grâce à notre bureau en Chine et aux entreprises françaises ayant un représentant sur place, nous avons réussi à assurer une présence forte sur les événements majeurs du marché chinois du meuble et du parquet.

Nous espérons que la situation va peu à peu se normaliser et nous ouvrira progressivement la voie vers une plus large gamme d'évènements, notamment en Asie.

Salon	Mois	Entreprise participantes	Contacts
Dubai Wood Show	Mars	4	86
Domotex Shanghai	Mars	3	53
Interzum Gungzhou	Mars	1	77
QIFF Qingdao	Mai		47
IFFC Chengdu	Juin		40
Cairo Wood Show	Décembre	5	68

Au total, en 2021, ce sont 13 entreprises que FrenchTimber a accompagné sur les marchés étrangers et 371 demandes transmises dans les rapports de salon.

Année de publication : 2021