



POURSUIVRE LE DEPLOIEMENT DU LABEL BOIS DE FRANCE

SYNTHESE DU RAPPORT FINAL

Programme soutenu par FRANCE BOIS FORET (convention 20PC1159)

Bénéficiaire du projet : l'Association BOIS DE FRANCE (anciennement Préférez le bois français)

Prestataires : Verseau Communication, Kalelia, Billiotte, Pub Volume, GSP, SPC Editions...

Montant du soutien apporté par France Bois Forêt : 200 000 €

1. Objectifs et Contexte

Dans le contexte d'une demande de plus en plus forte sur les produits en bois français et sur des garanties sur les origines des bois, notamment, pour préparer la filière à répondre aux attentes des JO 2024 et au besoin de traçabilité de l'origine des bois français qui seront mis en œuvre dans le village olympique, il était nécessaire de mettre en place un programme de communication pour déployer massivement le label Bois de France.

Le label Bois de France répond aux attentes des marchés quant à la traçabilité de la provenance française des bois (construction, énergie...). Elle rend visible l'offre française tant en qualité qu'en quantité. C'est une action structurante pour positionner les produits français.

Répondre aux attentes des marchés sur la traçabilité suppose que l'ensemble de la chaîne de transformation du bois intègre la marque. Les entreprises doivent donc adhérer massivement dès les premières étapes de transformation.

Pour réussir cet engagement massif, il est nécessaire de faire connaître ce nouveau label au plus grand nombre. Ce sera l'enjeu de cette première année de déploiement.

L'année 2020 a été marquée par la crise COVID et les confinements successifs. Cela n'a pas facilité l'action mais les bases du déploiement prévu ont tout de même été réalisées.

2. Principaux résultats obtenus

2.1. Décliner les principes du label à tous les secteurs

A la fin de l'année 2019, la version de travail du référentiel du label BOIS DE FRANCE développait des exigences différentes en fonction des secteurs d'activité de la filière bois.

Mais pour permettre une meilleure lisibilité du label, les réflexions menées début 2020 ont abouti à des règles communes pour l'ensemble de la filière bois.

Ainsi, durant le premier semestre, Bois de France a mené de nombreuses concertations avec des professionnels et des organisations professionnelles nationales. L'objectif était d'aboutir à des règles de fonctionnement qui soient les plus efficaces pour les professionnels tout en assurant un niveau d'exigence nécessaire pour apporter les garanties attendues par le label BOIS DE FRANCE.

Le premier référentiel, issu de ce travail, a été validé en juin 2020. Adapté à toutes les entreprises de la filière bois, il a pour objectif de permettre la constitution rapide d'une offre large, diversifiée et disponible sur l'ensemble des produits bois.

2.2. Mettre en place les outils d'administration

Très rapidement après la validation du premier référentiel, de premières entreprises ont souhaité s'engager dans le label. Pour permettre l'enregistrement et le suivi de ces engagements, l'association BOIS DE FRANCE a mis en place plusieurs outils de gestion et de suivi.

L'objectif étant de pouvoir traiter efficacement les demandes d'engagement afin de permettre aux entreprises de valoriser leurs productions françaises rapidement.

2.3. Mener des actions de prospections ciblées

Après la validation du premier référentiel, il était nécessaire de concrétiser rapidement le label BOIS DE FRANCE avec l'engagement d'entreprises. Pour cela, l'association a communiqué largement, via le réseau et les outils de la Fédération Nationale du Bois, vers les entreprises de la première transformation. Ces entreprises étant en prise directe avec la ressource forestière française et donc étant le premier maillon de la traçabilité à mettre en place.

D'autres entreprises ont reçu l'information sur le label BOIS DE FRANCE par la présence de l'association lors des nombreux webinaires développés dans le contexte covid.

Concernant la présence numérique, des pages de présentation du label ont été développées sur le site internet (dont le contenu à l'époque était celui de l'action de promotion des produits en bois français). La présence sur les réseaux sociaux a aussi été développée. Notamment sur LinkedIn avec une page qui a été suivie par près de 1500 personnes dès la première année.

Dans le contexte de crise sanitaire, tous les salons prévus n'ont pu être maintenus sur l'année 2020. Seul le salon EUROBOIS, en février, a pu avoir lieu. Le Forum Bois Construction a été repoussé en juillet 2021. Même s'il s'est tenu plus tard, il a été un moment fort de la communication BOIS DE FRANCE. Tout a été mis en œuvre sur cet événement pour que le label soit immanquable par les visiteurs (totebags à l'entrée, labellisation de l'auditorium éphémère et des stands, stand, outils de communication pour les entreprises labellisées présentes...).

Développer une filière BOIS DE FRANCE ne peut se faire sans une reconnaissance politique et une demande claire en produits bois labellisés notamment dans la commande publique. L'association a

donc informé par courrier de l'existence de la démarche tous les députés et sénateurs français ainsi que tous les Présidents et Présidentes de Région, leurs Vice-présidents et Vice-présidentes en charge de la forêt et du bois, et tous les Présidents et Présidentes de Département.

2.4. Développer les synergies avec d'autres démarches

Le label doit trouver sa place et son positionnement dans la filière et dans un paysage de marques préexistantes ou émergentes de plus en plus complexe.

L'association BOIS DE FRANCE a ainsi participé activement aux travaux de France Bois 2024, notamment sur l'aboutissement d'une offre complète de traçabilité pour les maîtres d'ouvrage des JO : France Bois Traçabilité. Elle a aussi été active dans les travaux sur le Pacte Bois Biosourcés d'Ile de France menés par Francilbois.

Antérieures au label BOIS DE FRANCE, les marques locales étaient au nombre de cinq en 2020 : Bois des Alpes, Bois des Territoires du Massif Central, Bois Qualité Savoie, AOC Bois de Chartreuse et AOC Bois du Jura. Ces initiatives sont limitées aux produits de premières transformation (pour les AOC) ou aux produits de la construction alors que le label BOIS DE FRANCE a été pensé pour tous les produits de la filière bois. L'autre différence fondamentale est l'échelle géographique permettant l'implication de toutes les capacités de production nationales, dont certaines ne sont pas présentes sur chaque territoire (les panneaux par exemple). Le label Bois de France propose donc une vision différente de ces démarches locales. Des rapprochements ont été initiés sous un principe de complémentarité entre les démarches.

3. Valorisation envisagée

Le label BOIS DE FRANCE est une action qui s'inscrit dans la durée pour permettre une relocalisation de la production des produits bois consommés en France.

Cette année 2020 a marqué la concrétisation de la démarche avec la validation du premier référentiel adapté à toute la filière et l'engagement des premières entreprises.

La meilleure valorisation de cette concrétisation sera une montée en puissance du label pour conquérir tous les marchés du bois en France et développer la demande en produits labellisés BOIS DE FRANCE.

4. Indicateurs

Nombre d'entreprises engagées dans la démarche : 55 entreprises au 31 décembre 2020.

Nombre d'outils de communication développés :

- 2 communiqués de presse ;
- 1 courrier de présentation aux élus ;
- 1 publireportage Le Moniteur et 1 numéro spécial Bois Mag « Sciages de France » ;
- Des outils de communication pour le Forum Bois Construction : des badges, des chevalets pour les stands des entreprises labellisées, des plaquettes, des gourdes, des tote-bags.