



# MONTEE EN PUISSANCE DU LABEL BOIS DE FRANCE

## SYNTHESE DU RAPPORT FINAL Programme soutenu par FRANCE BOIS FORET Convention 21PC1387

Bénéficiaire du projet : l'Association BOIS DE FRANCE

Prestataires : Billiotte, Pub Volume, GSP, SPC Editions...

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

## 1. Objectifs et Contexte

---

L'année 2020 a marqué la concrétisation du label BOIS DE FRANCE. Tous les éléments nécessaires à son déploiement ont été mis en place :

- Le référentiel validé au mois de juin après un travail d'écoute des besoins des professionnels et d'implication dans la rédaction des organisations professionnelles de la filière.
- Les annexes nécessaires à la mise en œuvre ont été validées dans les mois suivants.
- Une étude sur l'affichage du label dans les marchés publics a été lancée pour une réalisation et finalisation en 2021.
- L'association porteuse a appliqué ses statuts en impliquant l'ensemble des organisations professionnelles intéressées. Une première Assemblée Générale a permis d'entériner ce fonctionnement.
- De nombreux partenariats ont été noués avec des organismes de développement comme les interprofessions ou encore France Bois 2024. De premières actions ont vu le jour dès cette

année (présentation de la marque aux constructeurs du village olympique, aux professionnels des régions AURA et BFC, etc.).

- Enfin, un travail a été amorcé sur la communication. Celle-ci doit être parfaitement maîtrisée pour permettre le développement optimum du label. Les bases jetées en 2020 devront permettre la mise en place d'une stratégie de communication ambitieuse en 2021.

Toutes ces actions ont permis au label BOIS DE FRANCE d'être totalement opérationnel et surtout de démarrer son déploiement dans la filière.

La crise sanitaire connue en 2020 a accru la nécessité du développement d'un tel label pour permettre au bois français de gagner des parts de marché en France et ainsi soutenir nos entreprises.

**Ainsi, après une année 2020 de concrétisation, l'année 2021 est celle de la montée en puissance, sur la communication, la visibilité du label et sur le nombre d'entreprises engagées.**

## 2. Principaux résultats obtenus

---

### 2.1. Amélioration et accréditation de la marque

La première version du référentiel du label BOIS DE FRANCE a été validée en juin 2020. Durant les premiers mois d'application, certaines difficultés d'application sont remontées. Et des secteurs d'activité qui n'étaient pas encore représentés dans l'association ont rejoint le label (construction, panneaux...). Plusieurs pistes d'amélioration ont ainsi été proposées.

Conformément à ses statuts, l'association BOIS DE FRANCE a réuni le Comité des Utilisateurs. C'est une instance composée des utilisateurs du label, à savoir les entreprises labellisées et les partenaires engagés.

La première réunion s'est déroulée le 6 juillet 2021 et a permis de réfléchir collectivement sur de nombreux sujets. A l'issue de la réunion, 4 propositions d'amélioration ont été formulées et transmises au Bureau de l'association :

- Redéfinition de la dérogation temporaire « attestation sur l'honneur de l'origine » ;
- Amélioration de la traçabilité des produits mis en œuvre dans le bâtiment ;
- Amélioration de la démarche de labellisation de projets ;
- Redéfinition du statut de « sympathisant », renommé « Partenaire engagé ».

Ces améliorations ont été validées par le bureau en octobre 2021 pour une mise en œuvre dès 2022.

Concernant l'accréditation de la démarche, il a été décidé en commun accord avec le COFRAC de reporter cette démarche à un moment où le référentiel BOIS DE FRANCE sera plus stabilisé qu'il ne l'est aujourd'hui. En effet, comme il a évolué en 2021, il sera encore amené à s'améliorer et surtout à s'adapter aux nouvelles activités qui vont rejoindre le label dans les prochaines années.

L'accréditation du référentiel, si elle est toujours jugée nécessaire, sera donc mise en œuvre une fois toutes ces modifications et améliorations apportées.

## 2.2. Le déploiement en régions

Pour atteindre l'objectif d'un développement maximum du label BOIS DE FRANCE, l'association mène un certain nombre d'actions de communication. Et pour amplifier encore plus le mouvement, elle noue des partenariats avec des acteurs locaux et nationaux.

Ainsi, en 2021, le label BOIS DE FRANCE a signé quatre partenariats avec :

- Bouygues Bâtiment et leur service WeWood, qui se sont engagés à utiliser 30% de produits BOIS DE FRANCE dans leurs constructions bois dès cette année 2021, et à augmenter cette part à 50% d'ici 2025.
- Le PACTE BOIS d'Ile de France, initié par FIBOIS Ile de France et sur lesquels plus de 40 organisations du secteur du bâtiment se sont engagés à utiliser entre 30 et 80% de bois français.
- La marque Bois des Territoires du Massif Central, pour permettre un fonctionnement cohérent entre démarche nationale et démarche de massif. Cet accord permet notamment de simplifier l'accès aux deux démarches pour les entreprises le souhaitant.
- Le Prix National de la Construction Bois, porté par FIBOIS France, pour apparaître sur cette action importante pour la promotion du bois dans la construction et pour permettre de faire ressortir les projets utilisant véritablement du bois français, voire labellisés BOIS DE FRANCE.

Ces différents partenariats et toutes les relations, moins formelles, qu'entretient l'association BOIS DE FRANCE avec de nombreux organismes sont absolument nécessaires pour permettre une reconnaissance du label par le plus grand nombre.

Toutes les actions de développement menées par l'association ont ainsi permis d'atteindre la centaine de certificats actifs à la fin de l'année :

- 95 entreprises labellisées ;
- 4 projets labellisés ;
- 1 partenaire engagé.

## 2.3. Les actions de communication

La communication est un élément central pour le développement du label. L'association BOIS DE FRANCE a donc décidé de s'entourer d'une équipe professionnelle pour un accompagnement tout au long de l'année.

Dès janvier 2021, un appel d'offre a été réalisé auprès de plusieurs agences de communication. C'est l'agence BILLIOTTE qui a été sélectionnée, notamment pour la grande pertinence de sa réponse.

Leur première action a été l'analyse du label et de son environnement pour définir une stratégie de communication et une ligne éditoriale.

Ce travail a permis ensuite de lancer plusieurs actions et d'éditer plusieurs outils de communication.

L'un des premiers chantiers a été la création d'un site internet dédié au label : <https://bois-de-france.org/>. Il a été développé durant le printemps et mis en ligne quelques jours avant le Forum Bois Construction en juillet 2021.

BOIS DE FRANCE a aussi amplifié sa présence sur les réseaux sociaux, et notamment le réseau professionnel LinkedIn, lui permettant ainsi de toucher un grand nombre de professionnels, notamment du domaine de la construction.

Au-delà du numérique, BOIS DE FRANCE a marqué sa présence sur des salons d'importance.

En juillet, BOIS DE FRANCE était présent au Forum Bois Construction. Grâce à une implication forte dans l'organisation de cet événement. Le label a pu bénéficier d'une visibilité extrêmement importante. En effet, au-delà du stand, c'est un tote-bag siglé BOIS DE FRANCE qui était distribué à l'entrée à chaque visiteur. Le label a aussi été partenaire de la très médiatisée « table du reboisement ». Enfin, l'amphithéâtre éphémère et les stands Belleville ont été labellisés BOIS DE FRANCE.

En novembre, BOIS DE FRANCE a partagé un espace « traçabilité des bois » avec les marques de massif, sur le stand FRANCE BOIS FORET, géré par la FNCOFOR. Cela a été l'occasion d'afficher une présence commune avec ces marques et de rencontrer plusieurs élus locaux.

Enfin, en décembre, BOIS DE FRANCE a participé au salon SIMI, important salon de l'immobilier. Cet événement a été l'occasion de nouer de nombreux contacts avec des promoteurs immobiliers, dans une période où ceux-ci se tournent vers le bois pour répondre aux exigences de la RE2020.

A noter que pour assurer la présence sur les salons, de nombreux outils de communication ont été édités : badges, plaquettes, tote-bags, goodies, kakémono...

BOIS DE FRANCE a aussi assuré une présence régulière dans la presse avec la diffusion de 4 communiqués de presse (labellisation du premier charpentier, labellisation du panneau OSB de SWISS KRONO, la présence d'un produit BOIS DE FRANCE à l'expo du fabriqué en France à l'Élysée, partenariat avec BTMC), l'organisation de deux conférences de presse (partenariat Bouygues Bâtiment, lancement du guide marchés publics) et deux publiereportages dans le Moniteur.

Au printemps 2021, BOIS DE FRANCE a aussi mené une action de communication spécifique envers les entreprises de première transformation du bois. Un mailing de présentation du label a ainsi été envoyé à plus de 600 entreprises. Au-delà du porté à connaissance, cette action a permis d'engager plusieurs nouvelles entreprises dans le label.

## 2.4. Un guide pour les marchés publics en BOIS DE FRANCE

Ce guide a été l'un des plus importants dossiers du label BOIS DE FRANCE en 2021. Ce sujet était très attendu par certains partenaires et surtout par un grand nombre de maîtres d'ouvrage publics, notamment les signataires du Pacte Bois Biosourcés d'Île de France.

Ce guide a pour objectif de fournir aux acheteurs soumis au Code de la commande publique un contenu pratique et directement utilisable leur permettant l'intégration dans leurs marchés des engagements et exigences liés aux critères « empreinte carbone » et « traçabilité des bois et objectifs de gestion durable des forêts » pour leur permettre d'atteindre leurs attentes en utilisation de bois français.

Il s'appuie sur l'analyse de cycle de vie dynamique introduite dans la réglementation française par la RE 2020, une solution technique qui apporte une garantie élevée de résultat.

Ce guide est le fruit d'un partenariat avec l'interprofession régionale de la forêt et du bois, FIBOIS Île-de-France. Pour la rédaction de ce guide, BOIS DE FRANCE a fait appel à des prestataires spécialisés et a ainsi bénéficié de l'accompagnement du cabinet juridique FIDAL et du bureau d'étude ESTEANA.

Il a été présenté officiellement lors d'une conférence de presse le 9 novembre 2021, dans les locaux du Ministère de l'Agriculture. Cet événement a permis de toucher de nombreux journalistes et d'assurer un grand nombre de retombées dans les médias économiques et professionnels.

Preuve de son intérêt, le guide a été demandé par plus de 300 personnes, réparties sur tout le territoire national, en seulement quelques jours.

## 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 2021 a déjà permis de relever les premières valorisations de cette action de développement pour la filière bois française. En effet, la demande en produits BOIS DE FRANCE dans la construction augmente, le label reçoit de plus en plus de demandes de la part de ce secteur.

La présentation du Guide des Marchés Publics va permettre d'amplifier cette demande du secteur de la construction.

Le label BOIS DE FRANCE se développe aussi sur le marché du bois énergie pour les particuliers. Il permet de valoriser le bois français et nos industries sur ce secteur où l'import de produits étrangers commence à se développer.

## 4. Indicateurs

---

2 séries d'indicateurs avaient été formulées dans la convention.

Le nombre de certificats BOIS DE FRANCE.

Au 31 décembre 2021, l'association comptait 100 certificats actifs répartis ainsi :

- 95 entreprises labellisées
- 4 projets labellisés
- 1 partenaire engagé

Le nombre d'outils de communication édités.

Au 31 décembre 2021, l'association avait réalisé une quinzaine d'outils de communication, édités à plusieurs milliers d'exemplaires pour certains :

- 1 nouveau site internet
- 4 Communiqués de presse
- 2 conférences de presse
- 2 publiereportages dans Le Moniteur
- 1 mailing à destination de toutes les entreprises de 1<sup>ère</sup> transformation
- Des outils de promotion pour les salons (tote-bags, badges, chevalets...)

## 5. Enjeux de développement durable soutenus par le programme

---

Le label BOIS DE FRANCE est une action qui s'inscrit parfaitement dans les objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations unies (ONU).

En effet, par son activité de promotion, auprès du grand public et dans le monde professionnel, des produits en bois issu de la forêt française et transformé en France, il participe au développement des usages de ce matériau décarboné issu d'une ressource renouvelable.

BOIS DE FRANCE va même plus loin en réalisant la promotion d'un matériau bois à l'empreinte carbone optimisée par rapport à des produits en bois issu de ressources ou de transformations plus lointaines. Il incite ainsi la société à être la plus sobre possible dans sa consommation de produits de construction, d'aménagement, d'énergie, etc.

Enfin, le label BOIS DE FRANCE concourt à rapprocher les citoyens français des forêts du pays, des industries françaises de la transformation et de la mise en œuvre du bois, et de l'ensemble de leurs salariés. Il crée un esprit de solidarité entre les utilisateurs du matériau bois, qu'ils soient des particuliers, des entreprises ou des collectivités publiques, et toutes les personnes qui ont œuvré à la gestion des forêts françaises, à la récolte du bois, à sa transformation, sa commercialisation et sa mise en œuvre.