

Quelle place pour le bois de pays en marge des marchés de masse ?

Alors que se sont multipliés, ces derniers mois, colloques et conférences, l'Observatoire du métier de la scierie revient sur cet intérêt particulier et subtil pour l'utilisation du bois de pays.

On a bien compris l'intérêt que chacun porte à vouloir mettre en avant « son bois » plutôt que celui du massif voisin, proche ou lointain...

Mais difficile de s'y retrouver dans le maquis des labels venant s'empiler sur ceux déjà en place... L'idée de valoriser le bois de pays serait-elle porteuse d'un point de vue marketing ? Peu limpide tant le message est brouillé, faute de cohérence...

Ou alors, au moment, où commerce et concurrence se mélangent sans discernement dans le grand bain de la mondialisation, c'est le besoin, louable, de se démarquer...



La notion de bois de pays s'est-elle perdue ?

Au fil des décennies, le bois local s'est fondu dans la masse, il a perdu la singularité d'une provenance, celle d'un pays et d'une transformation proche de la ressource. Il s'est fait oublier, peut-être aussi parce que les producteurs n'ont pas fait évoluer leurs produits selon les attentes et desideratas des consommateurs : plus de technicité mais aussi plus de services dans sa distribution...

Il a surtout perdu sa singularité dans la vulgarisation des produits que les marchés de masse ont entraînée. La massification du sciage en aurait-elle banalisé sa provenance ?

Au final qui s'est préoccupé de mettre en avant « la valeur pays » ?

Cette idée était de second ordre, voire mal vue : « ce n'est qu'un bois de pays ! » disaient certains, dédaigneux. Des producteurs avouent encore entendre ce propos qu'ils s'empressent évidemment de rectifier... On le voit le conditionnement aux bois d'importation feuillus et résineux est bien présent quoi que l'on en dise... Si l'on interroge les utilisateurs¹, comme l'a fait en 2006 l'Observatoire du métier de la scierie, on comprend mieux pourquoi la montée en puissance volumétrique et pourquoi aussi la troisième forêt européenne n'arrive pas à satisfaire les propres besoins de son pays ?

Arguments d'utilisateurs de sciages importés selon les réponses à l'enquête 2006 de l'Observatoire du métier de la scierie :

- qualité intrinsèque
- homogénéité des lots
- séchage intégré et surtout seccité contrôlée
- qualité du sciage réalisé au canter
- réactivité des fournisseurs
- coûts compétitifs (production de masse et économie d'échelle)
- et surtout l'habitude prise par les utilisateurs d'utiliser des produits secs, calibrés, rabotés

Les lobbys industriels en question ?

Face à la banalisation des provenances orchestrée en grande partie par les lobbys industriels des producteurs de sciages français et européens et aussi des négociants, des groupements de producteurs de sciages ont créé, dès les années 80, des labels. Les plus connus, « Sélection Vosges », « Jura supérieur », « Pin des Landes »...

¹ 30 utilisateurs (charpentiers, constructeurs de MOB, négociants, menuisiers...) pour une mobilisation de 70 000 m³ de sciages dont plus de 60% de bois d'importation

Ces labels, surtout dans le résineux, certifiant une provenance, une notoriété et une charte qualitative sont toujours là avec l'arrivée médiatisée des petits derniers Bois Qualité Savoie, en 2005 et Bois des Alpes en 2009.

Mais, confrontés à l'économie de marché, ils se font bousculer, voire écarter par des utilisateurs recherchant avant tout un prix...un prix sans cesse tiré vers le bas et « fabriqué » par les mégas scieries qui de part leurs économies d'échelle proposent des prix bas. Des prix jugés par beaucoup comme du dumping et surtout du bradage qui n'ose dire son nom.

La valeur marchande a chassé la valeur production locale. S'ajoute à cette notion la volonté d'uniformiser les produits issus du sciage par le biais de la normalisation (section, choix, classement...) qui est devenue européenne au cours des années 1990...

Une réalité affichée sans détours par les responsables du Comité National pour le Développement du Bois (CNDB) et de leur homologue nordique le Nordic Timber Council (Conseil des Bois du Nord) associé financier depuis le début des années 2000 dans les campagnes de promotion du bois dit « générique » !

Pour eux, souligner la provenance n'est pas une priorité, seule compte l'idée, et elle est recevable, de « faire consommer du bois et le plus possible » par nos contemporains : 0.185 m³/habitant/an en France et 1m³/hab. /an en Finlande et Japon au début des années 2000.

Une démarche appuyée par l'association « France forêt bois » gérant les fonds de la contribution volontaire obligatoire (CVO) en vue de la promotion du bois. Une CVO, créée, faut-il le rappeler il y a cinq ans après la suppression du FFN à la fin des années 1990.

Haro contre les promoteurs de démarche parallèle tendant à mettre en avant les mérites du bois local. Ceux qui portent les projets d'AOC (Chartreuse, Jura – Suisse) en savent quelque chose. Ils essuient des « volées de bois vert » à chacune de leur communication. Le « bois local » serait-il à ce point mal vu ? Ou la démarche gênerait-elle les lobbys industriels ? N'y a-t-il pas de la place pour tout le monde ? Ou alors, existerait-il un problème de communication au sein même de la filière ? C'est le plus vraisemblable car on a de la peine à imaginer vu de l'extérieur que l'on se querelle à ce point entre gens de la même profession. En tout les cas et toujours vu de l'extérieur c'est un mauvais point qui fait perdre des parts de marché à l'ensemble de la profession.



Tous les bois sont des bois de pays

Au final pourquoi douter, polémiquer ! Tous les bois qui sont exploités puis sciés sur la planète ne sont-ils pas des bois de pays !

Pays d'ici ou d'ailleurs.... Pays de Chartreuse pour le sapin, pays de l'Oregon pour le pin, pays du Beaujolais ou du Morvan pour le Douglas, pays de Tronçais pour le chêne, pays du Tarn pour le châtaignier, pays de Yaoundé pour l'okoumé ou encore pays de Savoie pour l'épicéa...

Tous les bois sont nés et ont poussé sur un territoire, une région... Ils en reflètent le climat, la topographie, la pédologie et l'altitude où leur croissance s'est exprimée.

Aujourd'hui, et alors que le bois est une matière qui voyage dans les flux intercontinentaux, parler de « bois de pays » en tant que valeur absolue est une démarche qui peut-être contreproductive au lieu d'être un faire-valoir et la multiplicité des labels de provenance régionale brouille le message ?

La voie du développement n'est-elle pas de chercher une autre valeur ajoutée ? Une valeur ajoutée s'articulant autour de trois axes : Ecologie, Economie et Ethique.

Pourquoi l'axe écologie ?

- Parce que le bois a été prélevé grâce à une gestion raisonnée. Le plus souvent sur des petits lots intéressant peu l'industrie, et prélevé dans des futaies jardinées. Résultat, un faible impact sur les sols des coupes, sur les chemins forestiers et sur les routes.

- Parce que les scieries qui traitent ces volumes sont le plus souvent petites et moyennes, 80% des entreprises, donc très faiblement polluantes en terme environnemental : bruit et poussière essentiellement.

- Parce que l'axe environnemental, si en plus les chiffres des émissions carbone sont publiés, est un élément décupabilisant, une « source de loyauté » des partenaires qui selon Jacques Attali dans *Survivre*

aux crises, Fayard, « attirera collaborateurs et investisseurs soucieux de développement durable ». Et il y en a de plus en plus...Donc au final un axe intéressant à exploiter mais prendre garde de ne pas tomber dans le piège de parler écologie sans afficher les actions fortes qui vont dans ce sens².

Pourquoi l'axe économie ?

- Parce que toute une économie locale repose sur l'activité des « scieries de pays » et ce grâce aux emplois directs et indirects (abatteurs, débardeurs, transporteurs, fournisseurs de matériel et d'outils) qu'elles génèrent.

- Parce que les flux, approvisionnement et enlèvement des sciages, sont beaucoup moins coûteux en énergie car réalisés en circuit court.

Pourquoi l'axe éthique ?

- Parce que les consommateurs sont de plus en plus des acheteurs écocitoyens désireux de connaître l'origine³ du produit qu'ils souhaitent acquérir et aussi son impact sur la forêt en terme de prélèvement volumétrique.

- Parce que c'est redonner des valeurs aux pratiques professionnelles et commerciales.

- Parce que les consommateurs veulent connaître l'impact sur l'environnement en termes de pollution environnementale. Ce n'est pas pour rien que l'on voit apparaître sur les publicités des entreprises le « bilan carbone ». Le « bilan carbone » dans la transformation du bois, loin d'être un gadget de plus ou un truc à la mode⁴, pourrait porter un sérieux coup aux matériaux gros consommateurs d'énergie, tels l'aluminium, l'acier, le verre...sans parler des coûts de transports...

- Parce que le « Grenelle de l'environnement » et le « développement durable » propulsent le bois au premier rang en révélant enfin un matériau complètement fait et modelé par la nature qui continue même après son prélèvement à donner ce qu'il a de mieux : puits de carbone, isolation, facilité de mise en œuvre...



Ces valeurs peuvent être quantifiées. De plus en plus de scieries font aujourd'hui leur bilan carbone. Les négoce sont aussi sollicités par la construction Haute Qualité Environnementale⁵ (HQE) à produire pour les matériaux proposés la « fiche de déclaration environnementale et sanitaire »⁶ (FDES).

- Parce que les consommateurs n'achètent plus seulement un produit mais une histoire, des odeurs, des couleurs, un terroir, une traçabilité. Tant pis si le prix est plus élevé ! Ils connaissent l'origine du bois. Les consommateurs recherchent cette excellence (consommation de proximité), ces valeurs essentielles résumées dans le triptyque : écologie-éthique-économie : il faut de les vendre ! Peut être par un identifiant, type logo, mais plus sûrement par une démarche pédagogique autour du produit.

Aux trois E, il convient d'en rajouter un autre, le E d'Emballage. Il suffit de regarder autour de soi. L'histoire avec un produit acheté ne commence t-elle pas par ce que l'on a pu voir, pu lire sur son emballage ? Pour le produit bois et pour les scieurs artisanaux et semi-industriels en particulier qui cherchent à se démarquer en vendant en direct empiler le bois différemment, faire des petits lots, mettre les produits en situation, créer des showrooms... En bref être imaginatifs, aller au devant des clients et vendre autrement.

² Un sondage téléphonique en juin 2010, pour le compte de InterfaceFlor et l'institut LH2, un échantillon de 1000 personnes révèle que près d'un français sur six estime que les entreprises ne sont pas mobilisées sur le sujet de l'environnement

³ L'Union Européenne a adopté le 7 juillet 2010 une législation qui interdit le commerce de bois illégal sur son territoire et impose aux importateurs une traçabilité sur leurs approvisionnements

⁴ *Le bilan carbone n'est pas un gadget*, L'Entreprise février 2010 n° 286

⁵ Dans le cadre de la démarche Haute Qualité Environnementale pour la construction des bâtiments, la prise en compte de l'environnement à l'étape de conception devient de plus en plus nécessaire afin d'atteindre les 14 cibles de la démarche HQE.

⁶ Les FDES sont les seuls outils pertinents d'information des caractéristiques environnementales et sanitaires des produits de construction. Les principaux indicateurs environnementaux utilisés sont : consommation de ressources, production de déchets,, pollution de l'air et de l'eau. Les principaux indicateurs sanitaires utilisés sont : émissions de composés organiques volatiles (COV), teneur en radon et en radioactivité gamma, aspect fongique et émissions de poussières de silice cristalline.

Promouvoir le bois mais aussi sa transformation !

La cause des bois de pays est loin d'être acquise. De ce fait il ne faut compter que sur la qualité du bois, que sur l'expertise, que sur la qualité du travail, que sur la revalorisation du produit, que sur l'optimisation des coûts de revient pour reprendre les parts de marché au bois « générique » implanté solidement dans et pour le commerce de masse.

Le soutien étatique est là, il est légitimé par les avancées politicosociales (Grenelle de l'environnement). Ce qui est écrit dans le compte rendu du comité interministériel du territoire (CIADT)⁷ qui s'est tenu au mois de mai 2010 le confirme. Dans « les 40 mesures pour désenclaver les territoires ruraux », on relève que « le maintien des entreprises assurant l'exploitation et la transformation du bois liées à la valorisation des ressources forestières permet le développement d'emplois locaux, améliore le solde de la balance commerciale en réduisant les importations et participe à la protection de l'environnement et à la lutte contre le réchauffement climatique. Il paraît donc essentiel de conforter en particulier les scieries implantées sur les territoires ruraux, en mobilisant les ressources forestières existantes... »

Mais aussi que « Les enjeux des modes de commercialisation en circuit court sont importants puisque, outre la captation de valeurs en faveur du producteur, ils permettent la réalisation d'économie sur les autres segments de la chaîne des coûts (transports, transactions pour le commerce sur Internet) et la création de valeurs sur des actifs immatériels (marques, encrage territorial, authenticité et lien social). Par ailleurs, ils répondent aussi à une attente des consommateurs. Ils apportent, en effet, une réponse à une exigence sans cesse grandissante de produits de terroir, de traditions, d'authenticité, restaurant le lien social entre consommateurs et producteur. Ils permettent aussi de réduire l'émission de gaz à effet de serre du fait du raccourcissement de la chaîne entre la production et la consommation des produits. »

Un énorme travail reste cependant à faire afin de préciser la provenance du produit, la manière dont le bois a été transformé et la valeur ajoutée qui a été apportée.

Pour les scieurs, il convient de devenir des partenaires plus que des prestataires du service sciage. Il faut vendre une expertise et des connaissances, se diversifier aussi pour faire une offre globale.

En bref, il convient d'agir vite, car chaque mètre cube gagné par les concurrents étrangers, c'est un mètre cube perdu et un mètre cube de moins produit dans les scieries françaises !

Maurice CHALAYER Observatoire du métier de la scierie 26.08.2010

⁷ Dispositions, fruit des Assises des territoires ruraux lancés en octobre 2009. Selon François Fillon « Les dispositions ne sont pas affectées par le gel des dépenses pour la période 2011-2013 et seront financées pour partie par redéploiement et pour partie par le grand Emprunt ». Quelque 80 000 personnes ont fait valoir leurs doléances dans le cadre de ces assises et le plan gouvernemental répond à leurs attentes.