

SÉMINAIRE

« LA SCIERIE FRANÇAISE ET LE COMMERCIAL »

OBservatoire du MÉTIER de LA SCIERIE

samedi 21 mai 2011

*Galerie Européenne de la Forêt
et du Bois*

LES PARTENAIRES DU SEMINAIRE

Publication
dossier
« scierie et le
Commercial »



Distribution des
enquêtes et
relance

Cadeaux
publicitaires



Accueil du
séminaire

2

ANNONCE DU SEMINAIRE

DOMPIERRE-LES-ORMES

L'Observatoire du métier de la scierie



La scierie française qui évolue dans un contexte très concurrentiel a plus que jamais besoin d'affermir ses pratiques commerciales. Photo DR

Après un an d'étude, l'Observatoire du métier de la scierie livrera, samedi 21 mai à la Galerie européenne de la forêt et du bois, les résultats de l'enquête « La scierie française et le commercial ». Quatre-vingts scieries nationales ont répondu aux questions portant sur les méthodes commerciales employées en scierie artisanale, semi-industrielle et industrielle.

Une investigation dans les nouveaux moyens de communication, internet en particulier, permettra de connaî-

tre le degré d'investissement des scieurs dans ce domaine. Des résultats qui éclaireront le présent en vue d'améliorer les pratiques de demain permettant de se lancer à la conquête de nouveaux marchés. L'observatoire du métier de la scierie apportera un éclairage nouveau après ses travaux de 2009 sur la scierie française et la production qui ont connu un vrai succès d'estime auprès de la profession.

Les organisateurs et les intervenants impliqués dans les métiers de la filière bois sont

des bénévoles et passionnés cherchant à mieux connaître les évolutions de leur profession.

Cette rencontre est ouverte aux professionnels de la filière bois : scieurs, mobilisateurs et producteurs, utilisateurs de sciages, formateurs ainsi qu'à leurs partenaires institutionnels.

G. A. (CLP)

➤ Pour plus d'informations et inscriptions contact, après 20 heures, M. Chalayer
04.74.03.15.95 ou
chalayermaurice@hotmail.fr

TEMOIGNAGES DE RETOUR

Un petit mail pour remercier toute l'équipe pour cette belle journée de samedi ! C'est toujours un plaisir de participer à ces rencontres et pour Donato et moi, toujours aussi l'occasion de nous féliciter, il y a 3 ans je crois maintenant, de nous être inscrits à l'Observatoire.

Encore bravo pour tout le travail fourni et, comme dit samedi, ce sera avec un grand plaisir que nous vous accueillerons dans notre Meuse, si par hasard, vous vous perdiez dans la région !

Catherine BRESSANUTTI Scierie PETIT

J'espère que vous allez bien, que vous avez bien clos le séminaire. Je me permets de vous contacter de nouveau pour vous remercier encore pour votre travail et votre implication. Je suis tout à fait consciente du travail fourni et en suis admirative. L'idée de création de l'O.M.S. est super ! Je sors de la journée de samedi vraiment enrichie; j'ai effectivement appris des choses, ce qui me pousse à vous accompagner dans cette démarche. En effet, votre discours était très complet. Et encore MERCI pour le respect du timing et la réponse à nos questions!

A bientôt donc... Respectueuses salutations.

Emilie BOURGON, commerciale Scierie JURASCIAGES

Encore merci pour cette excellente journée riche en échanges et en informations.

Félicitations à toi et ton équipe pour le travail colossal fourni.

Nous te souhaitons beaucoup de bonnes choses.

Patrick Bourgeois et Daniel Chapoutot Lycée du bois de Mouchard

Un grand BRAVO et un grand MERCI à toi MAURICE ainsi qu'à PATRICIA et HELENE pour cette merveilleuse journée du 21:05:2011 . Un très important travail de recherche, de curiosité et surtout de TEMPS !! Encore MERCI Amicalement

MICHEL JUNET Scierie Junet et BATIMAN

Je renouvelle mes félicitations pour l'organisation de ce colloque où il a fallu que l'on parte trop tôt. Interventions riches, sujet de fond, bref l'OMS se montre encore un incontournable des scieries où les dirigeants y trouvent des raisons de se ressourcer et d'aller de l'avant.

Super. Encore merci de votre aide et de votre précieux soutien.

Xavier BLAISON Chargé de mission "Pôle Innovation" Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Vosges

Maurice,

Je profite de ce Lundi matin pour te remercier encore une fois toi et ton équipe pour tout le travail que tu réalises sur le métier du scieur. Nous avons passé une journée enrichissante sur la vision commerciale et toujours une convivialité avec les personnes de la filière, et de constater que nous sommes tous sur la même problématique : vision à court terme, délai, prix et j'en passe. Marie-Pierre se joint à moi pour renouveler nos remerciements.

Philippe Poncin : scierie Poncin 01 Treffort Cuisiat

Maurice

Encore une fois, votre séminaire a été une réussite et nous avons eu beaucoup de plaisir à y participer, à vous écouter, et entendre les débats riches et aussi à retrouver les membres de l'OMS. Bien amicalement

Isabelle Molin, Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Vosges

LISTE DES PARTICIPANTS

LESCURE Etienne et Marie Jo	Scierie Castelnau de Brassac 81260
GIORGIS Jean Paul et Catherine	scierie J.P Giorgis 26150 Marignac
LHUILIER Stéphane	72470 Fatines
PONCIN Philippe et Marie-Pierre	Scierie Poncin 01370 Treffort Cuisiat
JUNET Michel	Scierie Junet 69490 St Romain de Popey
SOUVIGNET André	SGBois 69870 Chambost/Allières
BRIZARD Daniel + Damien + Nadine	Scierie Brizard 89630 St Leger Vauban
LEVRAT Gilbert et Marie T	01460 Montréal la Cluse
Ô JURA BOIS (G.Grandpierre)	Scierie Grandpierre 39130 Chatel de Joux
BUISSON Régis	Scierie Buisson 38230 Pont de Cheruy
BRESSANNUTTI Donato et Catherine	Scierie Petit 55120 Lavoye
CHALAYER Maurice	Observatoire métier scierie
CHALAYER Patricia	Observatoire métier scierie
DUMONT Hélène	Observatoire métier scierie
PEPIN Hervé	Scierie Pépin 01560 St Nizier le Bouchoux
ALBERT Mickaël + GOTHON Jérôme	MFLS 42110 Epercieux St Paul
POSS Yves	63100 Clermont Ferrand
CHAPOUTOT Daniel+BOURGEOIS Patrick	Lycée du bois 39330 Mouchard
GAYDON Jean et Mme	69370 St Didier au MT D'Or
SAUNIER Guy	FIBOIS 01 01540 St Julien /Veyle
WEBER Eric (Merckel informatique)	57850 Dabo
ROBILLARD Pascal	Lycée du bois Envermeu 76630 Envermeu
BOURGON Emilie	Scierie Jurasciages 25390 Orchamps-Vennes
DELANGLE J.Bernard et Pierre Antoine	Scierie Delangle 71800 ST RACHO
COLAS Jean Yves	Scierie Colas 71330 BOSJEAN
CARTELIER Eric	Scierie Colas 71330 BOSJEAN
HOLLARD Pierre	Scierie mobile 11250 St Hilaire
BLONDEAU Gérard	Rabotec 39460 Foncine le haut
BERLIOZ Jacques	Le Bois international 42000 St Etienne
MAHAMAT Véronique	Ecole du bois 01110 Cormaranche en Bugey
MOLIN Isabelle	Chambre métiers 88027 EPINAL
BLAISON Xavier	Chambre métiers 88027 EPINAL
CHALAYER Bernard	ESSARBOIS 85170 Le Poiré sur Vie
BELLATON Christian	Scierie BELLATON 01560 MONTENEY



Programme du séminaire samedi 21 mai 2011
La scierie française et le commercial
 71520 Dompierre-les-Ormes



8 h 45	Enregistrement des participants	
9 h 15	Accueil Déroulement de la journée	
9 h 30	Bilan 2009-2010 des travaux de l'observatoire du métier de la scierie	+ Retour expérience colloque chartreuse chambre métiers Epinal Isabelle Molin
9 h 50	Contexte scierie 2011 M.Chalayer	
10 h 50	Pause	
11 h 00	RESTITUTION ENQUETE : La scierie française et le commercial M.Chalayer	
12 h 30	Apéritif et Déjeuner	
14 h 30	RESTITUTION ENQUETE : La scierie française et le Web M.Chalayer	
15 h 30	Tables rondes sur des démarches commerciales particulières :	1-MFLS : Michaël Albert et Jérôme Gothon 2-Ô Jura : scierie Gilles Grandpierre 3-Scierie Petit : Donato et Catherine Bressannuti 4-Merckel : Eric Weber 5-Batiman : Michel Junet 6-Bois de lune : Emilie Bourgon : Scierie Jurasciages 7-Charte des 3 E : Observatoire métier scierie
16h30	Synthèse : Yves Poss	
16 h 45	Pause Dégustation Beaujolais offert par le scieur-viticulteur Michel Junet	Galerie européenne de la forêt et du bois
17 h 30	Projection films d'entreprise	
18 h 50	Festival Festiwood	3
19 h 00	Casse-croûte	

INTRODUCTION AU SEMINAIRE

Ce séminaire est le résultat d'un an de recherche sur le sujet de « la scierie et le commercial ». Travail unique, indépendant retraçant une des problématiques essentielle de la scierie nationale. Merci à celles et ceux présents. Merci pour le soutien accordé aux travaux de l'observatoire. Un observatoire atypique qui ne répond à aucune commande, sauf celle de la raison, du bon sens et de la passion pour un métier : le sciage du bois.

LA SCIERIE ET SON AVENIR !

Edito de Maurice Chalayer

Dépendant essentiellement des marchés de la construction et de ceux de l'industrie, les scieries locales et celles du monde entier exercent le même cœur de métier dans une concurrence sans concession.

Toutes font la course au rendement matière et à la productivité. Les prix d'entrée et de sortie sont les cibles à ne pas perdre de vue pour maintenir des affaires qui peuvent gagner de l'argent en période faste, mais en perdre tout autant en période de dépression économique. On l'a constaté avant 2008 où le sciage « sortait à plein » des scieries. Mais, la crise est arrivée d'abord aux USA puis en Espagne et enfin sur l'Europe tout entière. Baisse de consommation. Atonie de la demande... Des résultats comptables, au bout du compte, à moins 15% pour les plus chanceux et moins 30% pour d'autres, surtout dans le domaine de la transformation du feuillu.

Ceux qui ont eu « les reins solides », entendez une trésorerie capable d'amortir les effets du manque de travail sont encore là aujourd'hui, mais dans quelle situation financière réelle et dans quelle santé économique et technique ? Les plus fragiles jettent l'éponge soit par lassitude ou par décision du tribunal de commerce...

Le dernier recensement de l'Agreste relève 1870 scieries en 2009, soit mille de moins que dix ans plus tôt. La perte sèche de 100 scieries par an, soit une tous les trois jours, confirme exactement les prévisions faites par l'observatoire du métier de la scierie.

Inexorablement, le milieu se concentre. Ce mouvement n'épargne aucune taille de scierie, pas plus la petite, que la moyenne et que la grosse.

Des « faillites » fracassantes ont même fait la une de la presse, sans oublier celles passées inaperçues qui se lisent dans le bodacc de la presse professionnelle. Le laminage des scieries en France, en Europe mais aussi aux USA se poursuit. Des groupes de sciage arrêtent des sites de production non rentables, les déplacent d'une région à une autre ou d'un pays à l'autre. A souligner l'arrêt de scieries aux USA à cause de la crise économique mais aussi à cause de pressions écologiques et la faiblesse des approvisionnements en matière première. En Europe, la crise a révélé la situation emblématique de la scierie allemande. Une scierie leader capable de fournir plus de 24 millions de m³ avant crise et qui, faute d'écouler massivement ses sciages pendant la récession, a révélé un système de production très artificiel tenu essentiellement par la bonne volonté des banques et des aides étatiques...

En France, si la frilosité des banques a poussé les quelque 1800 scieries à plus d'indépendance financière, il n'en reste pas moins que la crise a révélé beaucoup de fragilité :

- **fragilité capitalistique** qui freine l'investissement vers des projets audacieux : renouvellement du matériel en vue d'augmenter le volume, investissement vers la revalorisation (séchage, usinage, contre-collage...) ou vers un système de vente plus élaboré (embauche de commerciaux, installation d'une surface de vente). Un capital qui a été érodé par la faible rentabilité d'un bon nombre d'affaires au plus fort de la crise.



- **Fragilité technologique** dont dépend le manque d'investissement antérieur afin d'être à même de proposer des produits plus élaborés que le traditionnel « brut de scie » mais aussi d'avoir la capacité du « juste à temps », une pratique qui s'impose dans les entreprises artisanales ou semi-industrielles.
- **Fragilité commerciale** de 80% des scieries dirigées par des « patrons ouvriers » plus chefs d'orchestre techniciens qu'homme d'affaires stricto sensu. Des patrons qui misent plus sur le « bouche à oreilles » que sur une véritable stratégie commerciale.

Bilan morose ? Non. Un constat réaliste expliquant, en partie, la disparition des scieries. Faut-il en déduire que tout est fichu ! Certainement pas mais il y a un fossé à combler et surtout il convient de chercher à comprendre pourquoi le secteur est déficitaire de plus de 3 millions de m³ de sciages ? Pourquoi aussi et alors que le volume de sciages de résineux augmente, près de 1 million de m³ de grume de feuillu quitte le pays, vers la Belgique, la Chine..., faute d'y être transformé sur place !

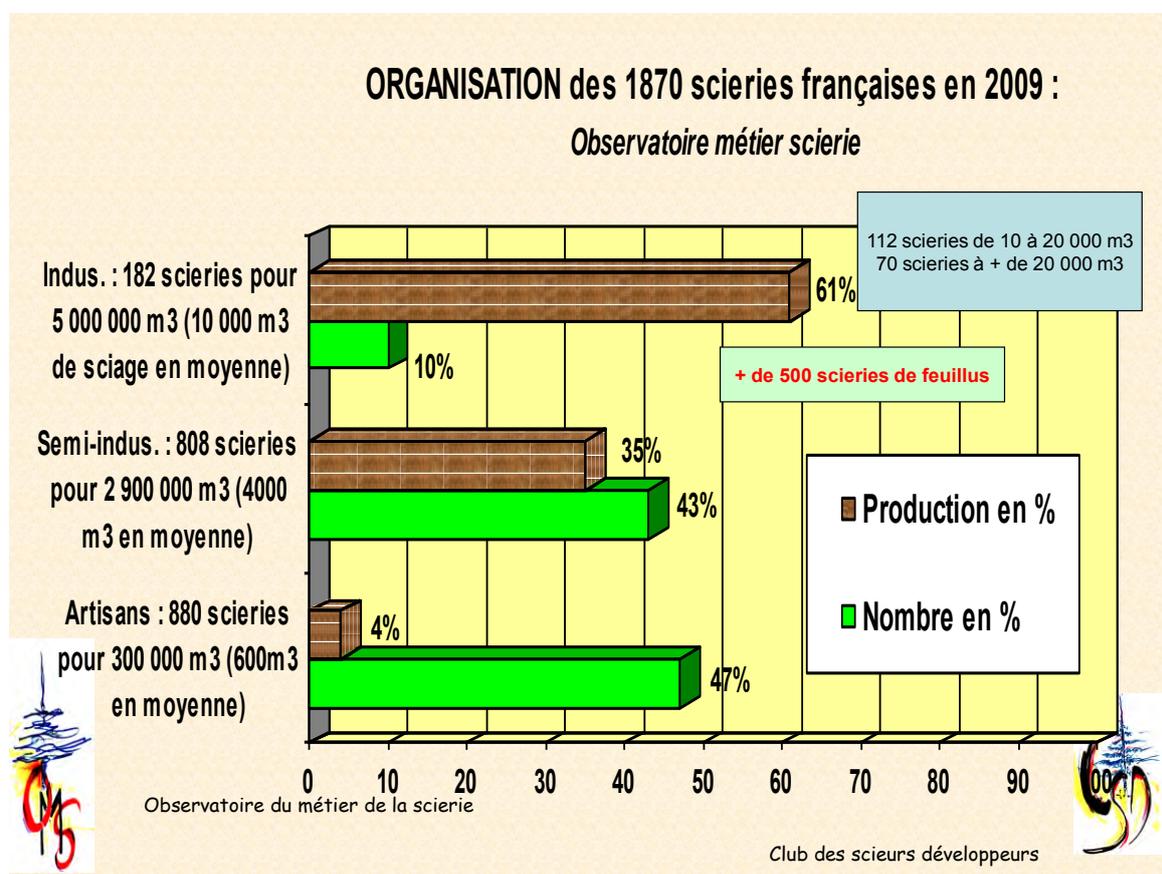
Des interrogations auxquelles bien peu de spécialistes apportent de réponses pertinentes de crainte de mettre en évidence les faiblesses citées précédemment...

Le pire c'est que le cœur de métier est maîtrisé mais que des handicaps forts traînent du côté du développement tant technique que commercial freiné par-dessus tout par l'absence de fonds propres et/ou la frilosité du banquier... Oui il faut **avoir du capital, de la technologie et du savoir-faire commercial mais surtout de l'audace entrepreneuriale et de la curiosité pour aller de l'avant.**

Doit-on en déduire que rien n'est possible ?

Absolument pas, les marchés des scieries sont nombreux, encore faut-il être ouvert sur ses environnements pour les percevoir.

Maurice Chalayer : Observatoire du métier de la scierie



CONTEXTE DANS LEQUEL EVOLUENT LES SCIERIES

... la filière bois en Europe ...

- Les « poids lourds » européens :

Résineux :	Allemagne 20 millions de m ³ de sciages
	Suède 16 M
	Autriche 13 M
Feuillus :	Roumanie 1.7 M
	France 1.2 M

NB La 1^{ère} scierie européenne est finlandaise ; elle regroupe 23 sites et scie 4 800 000 m³

- Une baisse de la production depuis 2006 :

Résineux 86 M de m³ en 2006/2007, 73 M en 2010

Feuillus 8 M de m³ en 2006/2007, 6.2 M en 2010

- Après la crise une légère reprise : 2009 productions résineux -11%, 2010 + 6%

2010 production feuillus -16.6 %, 2010 +7 %

... état des lieux et place des scieries françaises ...

- historique :

*En 1980, 5241 scieries employaient 25 824 salariés,

en 2008, 1958 unités emploient 11 000 salariés

*Sans tenir compte de la baisse pendant la crise, et malgré la baisse en nombre et en effectif, la production reste stable 9.7 M de m³ en 1980, 9.58 M en 2008

*** depuis 30 ans 100 scieries disparaissent par an**

- La « scierie » en France aujourd'hui :

*La France occupe la 3^{ème} place en matière de surface forestière en UE.

*1700 unités dont 182 industrielles produisent 6 M de m³, 800 semi-industrielles produisent 3 M de m³ et 880 unités artisanales produisent 400 000 m³ ; en résumé + de 50% de scieries artisanales représentent 4% de la production.

*500 scieries feuillues ; la France était jusque l'année dernière le leader européen en production feuillus soit 21.5 % de la production européenne avec 1.2 M de m³.

*seulement 7.5 % de la production est séchée (13% dans le feuillus, 7% en résineux)

*31% de la production est Pefc

*en 2009, dans le contexte de crise, la production a atteint son plus bas niveau depuis 30 ans : - 16% en un an ; c'est le feuillus qui a été le plus impacté ; et les régions où se trouvent les plus gros producteurs (Alsace -30%), Rhône-Alpes tirent son épingle du jeu grâce à son maillage composé de 300 unités.

... des questions se posent...

-Sur l'implantation de grosses structures (comme le Belge FRUYTIER dans le Morvan), leur pression sur les achats et la ressource, sur les marchés et les scieries locales, leur pérennité et leur nécessité. Répondent-elles plus à des enjeux politiques et financiers qu'à un manque de structure ? (création d'une mégapole de sciage ; Moulinvest, 5^{ème} scierie française cotée en bourse)

-Sur la pénurie de résineux dans 20 ans ; sur le manque de plantation : en France 28 Millions de plants mis en place en 2010, en Allemagne et en Suède + de 300 Millions, en Pologne 1 Milliard.

-Sur comment récupérer des parts de marché ? 1m³ sur 4 est importé sur le marché français ; le déficit de la balance commerciale de la filière est de 6.4 milliards ; même dans le chêne, la France perd en 2010 sa place de leader ; seulement 800 000 m³ exportés sur 9.5 M de m³ ; marchés structurés sur les normes des bois d'importation...

... les enjeux et l'avenir...

- des indicateurs sont encourageants : sursaut des mises en chantier sur le 1^{er} semestre 2011, le boom de la MOB, et du bricolage.

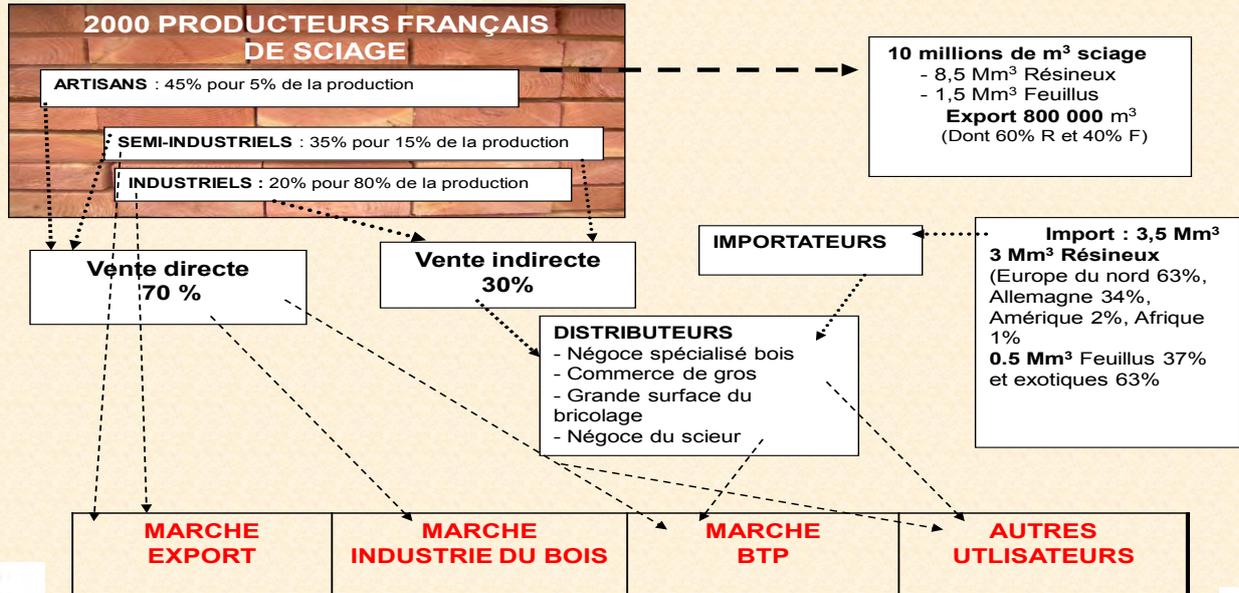
-L'enjeu : mettre en adéquation les besoins du marchés et leur évolution, la ressource forestière, et la capacité des scieries en terme de productivité, d'innovation, de communication et d'éducation de ses clients.

Peut-être par plus d'action commerciale ?

Classement des scieries européennes les plus importantes et les plus connues (d'après Holzkurier 04.02.2010)					
Scierie- groupe (pays) nombre de site	Production en 1000 m ³				
	2007	2009	Prévision 2010	Evolution% 2009-2010	Evolution % 2007-2009
1- Stora Enso Timber (FI) 23 sites	6.350	4.800	4.800	0	-24
2 - Klausner-Guppe (DE) 5 sites	4.000	2.695	2.173	-19	-32
3- Mayr-Melnhof Holz (AT) 5 sites (- le site suisse dépot bilan décembre 2010)	1.250	1.900	2.100	+11	+34
9- Rettenmeier-Holding (DE) 6 sites	1.250	1.380	1.600	+16	+9,5
10- Finnforest (FI) 9 sites	1.900	1.500	1.500	0	-21
11- Klenk Holz AG (DE) 3 sites (- le site alsacien de Vogelsheim perdu en 2009, reprise par Schillinger)	2.050	1.200	1.400	+17	-34
12- Holzindustrie Schweighofer (AT) 2 sites	650	1.100	1.300	+18	+40
14- Holzindustrie Binder (AT) 2 sites	1.500	950	1.000	+5	-37
16- Fruytier Scierie (BE) 3 sites + 1 dans le Morvan bientôt opérationnel	830	900	900	0	+8

ACTEURS DE LA DISTRIBUTION DES SCIAGES EN FRANCE

par l'Observatoire du métier de la scierie (Données FNB et LCB à titre indicatif)



Observatoire du métier de la scierie

Club des scieurs développeurs

MARCHÉ EXPORT		MARCHÉ INDUSTRIE DU BOIS		MARCHÉ BTP		AUTRES UTILISATEURS	
PART	8 %	PART	59 %	PART	27%	PART	6%
Union européenne	dont 77%	I- Industrie du bois	dont 45%	- Charpentiers	dont 54%	I- Divers	dont
Afrique du Nord	11%	- Charpente industrielle, lamellé-collé, bois massif reconstitué	(81% bois France et 19% bois importés)	- Couvresseurs	(82% bois France et 12% bois importés)	- Agriculteurs	20%
Asie	7%	- Menuiserie		- Menuisiers		- Matériel transport, construction navale, machine agricole, jouet...	34%
Autres pays d'Europe	4%	- Escalier		- Agenceurs		- Administration (achat des administrations centrales et locales dans le cadre des travaux en régie)	13%
Autres Pays du monde	1%	- Meuble		- Maçons	31%		
		- Emballage		- Travaux d'isolation	(60% B.F et 40% BI)		
		II- Bois rabotés	14%	Revêtement sol et mur	15%	II- Ménages	33%
		- Parquet	(65% bois importés et 35% bois de France)		(80% B.F et 20% BI)	- Bricolage	
		- Lambris				- Autoconstruction	
		- Tasseaux					
		- Moulure					
		- Baguette, plinthe					
		- Lame volet					
		- Bardage					
		- Tablette, panneau					
		- Carrelet					
		- Poutre en I					

Observatoire du métier de la scierie

Club des scieurs développeurs

RESTITUTION DE L'ENQUETE « LA SCIERIE ET LE COMMERCIAL »

- **Problématique de départ : Améliorer la démarche commerciale dans les scieries**

- Buts :

***vérifier les moyens mis en œuvre**

***analyser les démarches selon la taille**

***mettre en évidence les problèmes pour mettre en place une telle démarche**

***ressortir les manques**

- Répondants :

*77 scieurs ont répondu sur 700 interrogés dans 42 départements

* sur l'échantillon : 17 industriels, 23 semi-industriels, 37 scieries artisanales dont 86 % de SARL, situées à 80% en campagne

*65% valorisent leur sciage en rabotant, 67% en séchant, et 57 % en traitant

*leur clientèle est composée à 36 % d'industriels, à 22% d'artisans et à 16 % de particuliers ; ils pratiquent à 70 % de la vente directe et que 9 % d'export

-Leur démarche commerciale :

*76 % font des visites chez leurs clients, 51 % de la publicité et 44% des salons

* le budget commercial représente 2 % du CA

*à 89% c'est le patron qui occupe la fonction

* pour se faire connaître, ils « utilisent » les moyens suivants : bouche à oreilles à 83 %, web 52%, presse 20%, affichage 20%

* au point de vue visuel : 68 % ont un site web, 67 % un logo, 51 % une pancarte et 46 % des pubs sur le véhicule

* 27% sont prêts à faire une démarche collective

* 90% pensent avoir de parts de marchés à conquérir en donnant plus de temps à la fonction et aux actions commerciales

-Synthèse : comment améliorer la démarche commerciale

- **Dégager du temps pour des visites sur site et chez les clients**
- **Se faire connaître (salons, site web)**
- **Dégager des moyens financiers : pub, embauche d'un commercial**
- **Cibler sa clientèle**
- **Valoriser ses produits**
-

-Commentaires et réserves :

* **difficile de conjuguer achat de matières 1^{ères}, outil de production adapté et produits à réaliser pour répondre aux besoins**

* difficile de se placer sur les marchés aussi bien locaux qu'internationaux

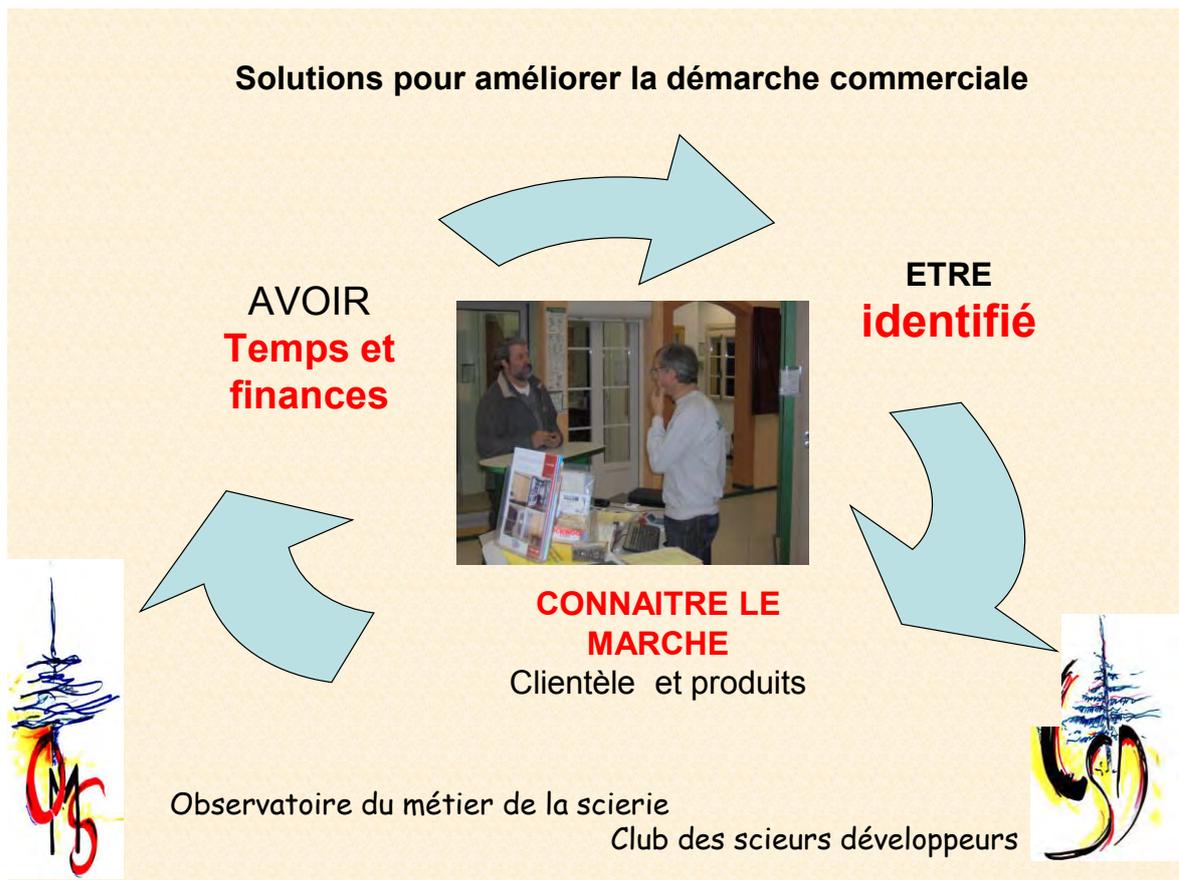
* omniprésence du patron : le dirigeant ne peut pas être acheteur, présent sur le site pour la gestion humaine et les questions administrative et gérer le commercial (hormis chez les industriels où la taille permet de déléguer ces fonctions)

-Conclusions :

La démarche commerciale est primordiale pour plusieurs raisons :

- se faire connaître
- étudier la concurrence
- connaître les nouveaux besoins des clients
- éduquer les clients sur la ressource, nos outils et nos capacités : communiquer
- faire évoluer ses produits et les revaloriser (séchage, rabotage, certification)
- en somme mettre une stratégie en place

Rapporteurs : Jean Yves Colas et Eric Cartellier : scierie Colas 71330 BOSJEAN



LA SCIERIE ET LE WEB

1. Généralités :

Présentation du marché du Web (international et hexagonal) : quelques chiffres :

Un secteur en pleine croissance : ce succès peut s'expliquer par des prix moins élevés que la concurrence :

-35% aux EU (-12% seulement en France).

340 millions de transactions en 2010 (pour 280 millions en 2009)

¼ des créations d'emplois depuis 1995.

Littérature intéressante : Connaître son marché – Grâce à Internet.

L'intérêt croissant pour ce mode de communication est-il perceptible chez le scieur ?



2. Les scieurs et leurs sites Web

Un pourcentage d'entreprises relativement faible :

Moins de 60% des scieurs ayant répondu à l'enquête possèdent un site internet : résultats après vérification, car des déclarants avaient intégré leur inscription à des annuaires professionnels. L'étude porte finalement sur une équipartition suivant les différentes tailles de scieries (14 scieries industrielles, 15 scieries semi-industrielles et 15 scieries artisanales).

- Pourcentage : Parmi les scieries ayant répondu, 73% déclarent avoir créé un site. Le taux est proportionnel à la taille des entreprises : 100% des scieries industrielles ont un site pour seulement 53% des scieries artisanales.
- Date de création : 15 ont été créés avant 2004 et 41 après 2004 : on peut considérer que la profession a pris réellement conscience de l'intérêt de créer un site après 2004 après les quelques « pionniers ». Les scieurs font de plus en plus le pas. Cependant il reste encore beaucoup d'entreprises sans site.
- Mise à jour : 70% professionnels avouent mettre à jour leur site. La réalité est moins positive, on le verra plus tard....
- Définition d'un site pour l'entreprise : c'est en majorité perçu comme une vitrine, un support de notoriété et un outil mais en tout cas peu comme un effet de mode (9% des réponses)
- Satisfaction : les professionnels ne sont satisfaits qu'à 52% de leur site
- Critères d'appréciation : les points forts à mettre en avant après analyse :
 1. *le référencement* : défini comme l'aptitude à être « trouvé » sur les moteurs de recherche en tapant le nom de la scierie : rapidité d'accès : bilan globalement très bon selon le critère choisi
 2. *le graphisme et l'esthétisme* : approche très variée : aspect soigné ou tape à l'œil selon le message désiré avec un site plus soigné et étudié si réalisé par un professionnel :
 - slogans : 35 sur les 44 sites étudiés : volonté affirmée de faire passer un **message varié** et souvent court reflétant un axe stratégique :
 - **scierie artisanale** : nature, gestion durable, savoir-faire, « Prestation durable et reconnue »
 - **scierie semi-industrielle** : histoire, tradition, passion du bois « Le client est un partenaire : sa satisfaction est la nôtre »
 - **scierie industrielle** : bois, nature, écologie, performance « Une implantation régionale, une démarche environnementale »

- lisibilité : grande diversité. Quelques fois site trop surchargé. Veiller à rester simple (fond blanc, aide à la lecture).
 - pédagogie des entreprises : process décortiqué, conseils de pose, ...
3. *la fonctionnalité* : globalement un bon point : grande diversité dans les différents menus. Approches diverses en fonction des tailles des entreprises :
- scierie artisanale : salon, partenaires, traitement
 - scierie semi-industrielle : équipement, réalisation, catalogue
 - scierie industrielle : vente au détail, promotions et quelque fois même données sur le stock.
4. *le contenu* : la page d'accueil doit « mettre l'eau à la bouche » en évitant toute redondance. Veiller à la qualité des images.
Les points à améliorer :
- Les mises à jour : de trop nombreux sites mentionnent des événements ... dépassés de longues dates
 - Le suivi de fréquentation est peu disponible
 - Le lien sur d'autres sites est insuffisamment utilisé (permet d' « alléger » les pages et d'aller plus en profondeur) ; les partenaires sont peu renseignés
 - Prix non renseignés ; 1 seule scierie permet la commande en ligne !

Les sites sont plutôt des « vitrines » d'un savoir-faire plutôt que basés sur l'e-commerce.

On a vraiment l'impression que ces sites sont le reflet du slogan : « **pour vivre heureux, vivons cachés** »

Il faudrait des sites dont les modifications à volonté sont possibles (Pb coût ?) ; cependant ces sites ont le mérite d'exister, et permettent de corriger d'éventuels défauts.

3. Un site idéal ?

Il devrait présenter les critères suivants :

Un référencement meilleur ; une belle page d'accueil ; un souci d'esthétisme ; des mises à jour suivies ; une illustration de grande qualité ; des explications claires et pédagogiques et pourquoi pas l'affichage du stock et la possibilité d'achat en ligne.

Au final :

Peut-on faire du commerce en ligne dans les scieries ?

Quels sont les freins à l'utilisation de cet outil moderne ?

La démarche doit être différente si on s'adresse aux particuliers ou aux professionnels

Problème lorsqu'on indique le prix : il est fonction de la localisation du client, du volume... difficile de l'indiquer sur un site tel quel.

Aucune trace de scieurs dans les réseaux sociaux

4. Conclusion sur les sites :

Une diversité de contenus

Une lisibilité plus ou moins bonne

Une information légère globalement tant sur le fond que sur la forme

Une mise à jour plus ou moins scrupuleuse

Une fonctionnalité assez bonne

Un site développé par un professionnel est plus « technique » mais n'offre pas forcément une bonne qualité

C'est un outil peu coûteux, qui offre un support extraordinaire de communication. Il nécessite un minimum de soin tant au niveau du contenu que de la forme.

L'objectif d'un site est de séduire, de convaincre de manière à faire appel à la scierie.

5. Réactions/remarques des participants :

Une intervention relevée par le rapporteur :

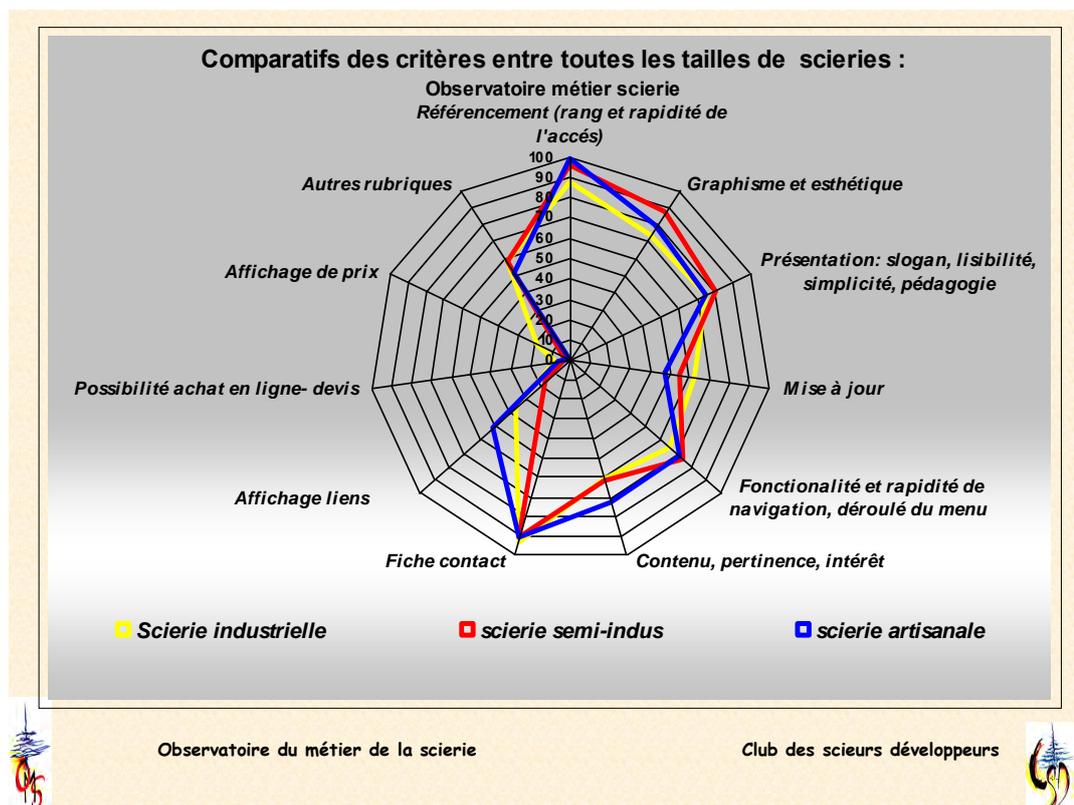
Emilie Jurasciage : Il convient de mettre sur papier le message que l'on veut faire passer. Il faut bien expliquer ce que l'on veut communiquer au concepteur du site.

Bien préparer à l'avance tout en gardant un œil critique.

Rapporteur : Xavier BLAISON Chargé de mission "Pôle Innovation"

Filière Artisanale Bois 1^{ère} transformation Service Information Communication

Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Vosges



Des démarches commerciales : présentation

I - MFLS Mickael Albert

Après un petit film de présentation de l'entreprise,

La forézienne emploie 200 personnes dont 50 commerciaux, pour un chiffre d'affaires de 23M

MFLS est représenté dans le monde entier avec une forte implantation en Afrique et Amérique du Sud

En France, un des objectifs est de venir vers les scieries. Pour cela, l'équipe commerciale se compose de :

2 ramasseurs,

17 technico-commerciaux mobiles

5 techniciens sédentaires

1 chef de vente

En 2010 : 2500 clients dans des entreprises de toutes les tailles, répartis entre 100 et 300 par technicien commercial
Les techniciens commerciaux assurent le service par des visites régulières, contact téléphonique, etc....

Les moyens mis en œuvre :

Vente, livraison, service.

Des navettes assurent le ravitaillement. Les commerciaux bénéficient d'un logiciel avec les comptes clients en temps réel pour chaque secteur en tournée.

Les sédentaires consacrent 30% de leur temps en appui direct sur le terrain.

La stratégie :

Promouvoir les produits et établir des partenariats

Faire de la formation professionnelle continue

Faire de l'accompagnement technique pour optimiser les sciages

Participer aux expositions : 17 manifestations en 2010 (expobois, euroforest....) pour avoir une vision globale du marché et assurer une présence

Le budget consacré à la promotion peut aller jusqu'à 2 à 5% du chiffre d'affaires.

II- Ô JURA : Gilles Granpierre

Scierie Faivre, scierie de résineux dans le haut jura à 800m d'altitude, créée il y a 100 ans

Elle réalise un chiffre d'affaires de 2,8M en 2010 pour un volume de 24000m³ de grumes, 13 à 14000 m³ de sciages

Elle emploie 20 salariés dont 1 chauffeur grumier et livraison.

C'est d'abord la vente aux particuliers

L'objectif est d'abord de bien produire

Historique : Gille Granpierre a repris l'entreprise il y a 5 ans. Celle-ci était intégrée dans un groupement de ventes : « jura supérieur » qui travaillait avec un courtier. Au départ, le courtier était au service du propriétaire forestier qui recherchait une scierie, puis est devenu au service des scieries qui recherchait le client pour l'approvisionnement. C'est un agent indépendant.

L'entreprise est transformée en nom propre il y a 2 ans : Ô Jura en signe de confiance

O en référence au nom de l'entreprise haut jura et ^ pour la montagne

Le groupement permet de faire des salons à coût réduit, de réaliser des plaquettes publicitaires

Avant de faire du commercial, il convient de :

-Etre ancré régionalement sur une scierie historique

-Savoir quel type de bois pousse autour et faire des produits variés issus de la forêt proche et utiliser le fait qu'elle soit peu homogène, ce qui peut révéler un marché ou sinon il faut le chercher

-Faire vrai

Mise en œuvre commerciale :

-Avec une clientèle nationale, le courtier partant à la retraite, il a fallu embaucher. Un commercial pour une seule entreprise était trop cher, une solution de groupement avec 3 autres scieurs a été retenue pour l'embauche d'un commercial et d'un commis de coupe

-Avec les mêmes objectifs

Le technicien commercial a été recruté par le biais d'annonce. Son profil étant à la fois technicien et commercial

Son travail est de vendre les produits mais aussi de faire remonter les besoins des clients en termes de livraison, de rythme, de paiement ... avec un ajustement permanent

L'entreprise crée un produit certifié C24 avec garantie de l'origine du bois pour répondre à une demande.

C'est une démarche de type AOC

III- Scierie Petit : Donato BRESSANUTTI

A racheté une scierie de feuillu créée en 1929

Le choix a été de travailler essentiellement à l'export et d'augmenter la partie courtier

A ce jour, l'entreprise a 10 courtiers qui assurent la vente pour 90% à l'export

L'entreprise s'est attachée à améliorer la gestion des stocks en temps réel en poussant sur les produits phares

L'entreprise travaille très peu avec les particuliers et ne fait pas de débit sur liste

Le chiffre d'affaire est de 1,5M pour 6000m³ par an

IV- Merckel informatique : Eric Weber

Logiciel « fil bois »

C'est un site informatique au service des entreprises de première et deuxième transformation du bois.

Le logiciel concerne la partie informatique, dans le but de dégager du temps :

Il traite la facturation, les devis, la gestion forestière, la production en interne la gestion des stocks

Il est constamment en évolution chez les professionnels. Il est de plus en plus axé sur l'optimisation

Un site Internet marchand vient d'être créé, concernant des produits standards avec possibilité de commande directe

Fibre Lorraine est un groupement d'entreprises commerciales pour collecter et envoyer les commandes aux scieurs en fonction de leur capacité. La commande directe évite les erreurs de saisie. C'est le développement d'une force commerciale commune qui a permis à ces entreprises de garder un référencement autre que point P par ex, en fonction de leur capacité.

Un groupement identique existe dans les Landes (Ulysse).

Un logiciel de gestion des stocks CE, PEFC. permet de voir en temps réel chez le client

Il convient d'adapter le logiciel aux besoins de chacun avec des spécificités possibles à la demande. Avec un bandeau commun, on peut trouver des logiciels de comptabilité, de paie ...

Le but est toujours de gagner du temps sur la paperasse. Toutes tailles d'entreprises est concernée (entreprises industrielles comme Scierie Oriol ou Mathieu dans les Vosges.

V- BATIMAN : Michel JUNET Négocier :

C'est avant tout une entreprise familiale située à 40km de Lyon et 60Km de Roanne.

A l'origine, c'est une petite scierie familiale.

En 1986, M JUNET ouvre le négoce JUNET BOIS et construit un bâtiment. Mme Junet se forme et entre dans l'entreprise ainsi qu'un salarié

Aujourd'hui, l'entreprise comprend 33 personnes

1991 la scierie est modernisée, le négoce se poursuit

2001 ouverture d'un magasin libre service de bricolage avec entrée dans la centrale d'achat Briconaute. Un panneau publicitaire 3X4 est installé

2002 entrée d'un fils dans le magasin de bricolage et adhésion à une deuxième centrale d'achat : Batiman pour la menuiserie et la cuisine.

5 commerciaux sont employés : 4 pour la menuiserie et 1 pour les cuisines

1 commerçant itinérant

16 personnes interviennent pour le négoce, 10-11 pour le bricolage, 4-5 pour la scierie

2008 centrale d'achat Sylvalliance pour l'isolation et les panneaux de bois

Le Chiffre d'affaires est de 8M au total dont 5,5 pour 2, 2 le bricolage, 300000 scierie

300000 carrelage

Une opération commerciale est réalisée en janvier pendant 5 jours d'animation, du jeudi au lundi. La publicité est effectuée sur tous supports : tract, radio, prospectus, journaux, journaux gratuits, avec un buffet à la clé

Cette opération est un succès (580000€ en 5 jours)

Un catalogue est édité avec la centrale

Un site personnel JUNET a été fait

Un film publicitaire présente les différentes activités de l'entreprise et est diffusé aux caisses.

Un partenariat est en cours avec des poseurs pour les fenêtres, les escaliers..)

L'entreprise adhère plusieurs chambres consulaires : métier, commerce

Un projet de déménagement est en cours pour une zone commerciale mieux desservie.

VI- « Bois de Lune » Jurasciage : Emilie BOURGON

Objectif : valorisation par l'abattage des bois en bonne lune

Situé dans un massif d'épicéa, c'est un bois coupé en altitude avec un grain serré et homogène

Avantages :

C'est une essence locale,

Le bilan carbone est excellent

Le bois présente une meilleure durabilité et est moins humide

Il a une meilleure résistance mécanique

Pourquoi ?:

En respectant les cycles végétatifs, il est moins sensible aux attaques des champignons et des insectes. Il doit être coupé en bonne lune et hors sève. C'est perpétuer un savoir-faire qui a fait ses preuves

Quelle est la bonne lune ?

Selon Ernst ZÜRCHER, Il y a une corrélation entre les phases lunaires et les cycles végétatifs.

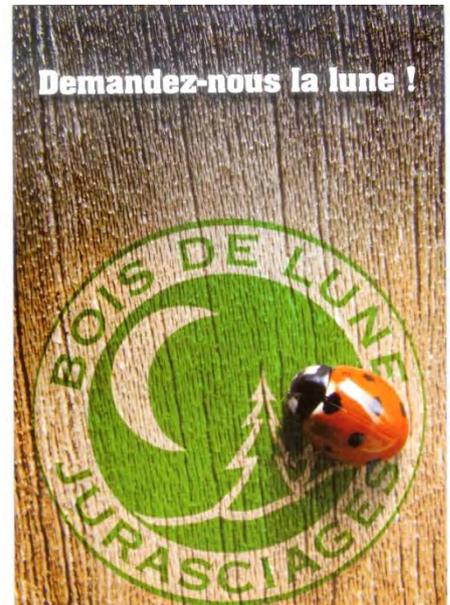
La période hors sève se situe d'octobre à mars. Les bois contiennent 5/6 de sève en moins que le reste de l'année

La phase lunaire doit être en lune décroissante (vieille lune sur le calendrier). C'est la position de la lune par rapport à la terre et au soleil

La lune doit être descendante : elle apparaît plus bas sur l'horizon de jour en jour

Cahier des charges :

- 1) Origine : coupé à plus de 850m d'altitude
- 2) Traçabilité depuis l'abattage avec apposition de plaquettes spécifiques
- 3) Sciages sur liste à part des autres produits
- 4) Etablissement d'un certificat d'origine (parcelle, commune, exploitant forestier, essence)
- 5) Qualité C24 ou C18
- 6) Bois sec de 18 à 22%. Le bois est ressuyé avant sciage puis séché sous tunnel après sciage. Pour les feuillus, il n'est façonné que plusieurs jours après l'abattage lorsque les feuilles ont absorbé les restant de sève
- 7) Contrôle



La prévision de sciages de bois de lune est de 8% soit 35 000m³/an. En 2010, il y a eu 52 jours de lune favorable.

Le prix est de 1,5% plus élevé que le bois non certifié mais ne subit aucun traitement.

VII- « Charte bois 3^E » de l'Observatoire du métier de la scierie

Economie, Ecologie, Ethique

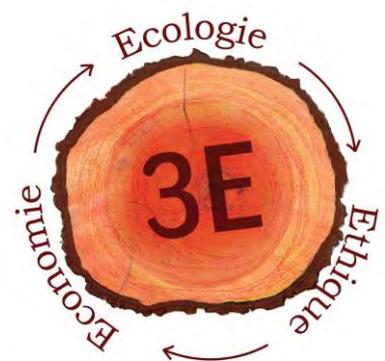
La charte a été signée en 2010 pour valoriser tout ou partie du bois issu de proximité. Elle se veut source de loyauté, de qualité

Elle permet un affichage transparent de la provenance et de garantie environnementale

Pour une gestion durable et raisonnée

Elle a une valeur d'engagement :

- Ecologique : valorisation d'un produit issu de la nature
- Economique : vente directe, suppression des intermédiaires, respecte le travail et rémunère les bûcherons, les débardeurs, les transporteurs



- Ethique : quand où, définit des dispositions réglementaires

Pour y adhérer, il convient de s'engager sur ces 3 points. Il n'y a pas à ce jour d'organisme de contrôle. La question des tests reste...

Pour les entreprises qui seraient d'accord, peut être faudrait il mettre en place un groupe de réflexion.

Essais :

-Scierie Vadot : Charpente

-Scierie Brizard pour des piquets : l'entreprise a tenté de mettre en évidence le circuit court. Une recherche des années de plantation a été faite et indiquée sur un fascicule. Il est mentionné également quel est l'exploitant, le bûcheron, le débardeur. Comment c'est fait ? A qui est destinée la vente

La même démarche est faite pour les terrasses

Philippe Poncin craint le risque de complication pour le client dans les différentes appellations

Il semble qu'une démarche de type AOC permettrait une garantie reconnue et extérieure

En conclusion de ces présentations, Maurice Chalayer demande aux participants de la table ronde ce qu'ils retiennent de la journée ;

MFLS souligne la démarche de différenciation

M Granpierre a apprécié l'écoute de sujets nouveaux par rapport à la provenance et à la valeur ajoutée

Donato : Il existe un marché local pour les scieries et un autre pour les industriels

Michel Junet : L'échange a été très important, il faut continuer à transmettre une info générale

Emilie Bourgon retient aussi la différenciation. Il faut étudier la concurrence et le marché et prendre le temps de « sortir la tête du guidon »

Eric Weber a été surpris de découvrir des sujets nouveaux qui ne sont jamais abordés dans les entreprises, c'est très positif

Rapporteur : Marie-Jo Lescure : Scierie Mobile du Haut Languedoc Castelnau de Brassac 81260

Conclusion générale de Yves Poss

Yves Poss est Ingénieur général honoraire des Ponts, Eaux et Forêts, ex- membre de l'équipe de chercheurs d'AgroParisTech sur l'aménagement du territoire et le développement local.

Pour la conclusion des travaux que Maurice Chalayer lui demande de présenter, il se propose de faire une mise en perspective entre ce qu'il a entendu dans la journée et « le contexte » qu'il connaît.

Yves Poss a un parcours professionnel riche dans le monde de la forêt et de la filière bois, il a, indique-t-il, « planté les bons FFN en Haute Loire, puis, après des postes divers en France et à l'étranger, géré les forêts publiques en Provence, en Corse et en Auvergne ».

Parlant de la filière, il se dit « convaincu que c'est un secteur d'avenir ». Il souhaite que le développement se fasse avec la ressource française et constate avec satisfaction que cette idée est ici partagée. « L'augmentation de la récolte est possible. Maintenant pour la valoriser il faut **faire évoluer les goûts, rechercher les produits, adapter l'outil de production** ».

Il entend souvent dire qu'il faut changer la forêt. « Pour demain, je ne peux pas ! » rappelle-t-il. Quoiqu'il en soit, pour la régénérer, il faut la récolter. Bref, dans les dix ans, vingt ans, il faudra faire avec la ressource qu'on a dans nos forêts.

Il faut réaliser l'équilibre, la synergie entre l'utilisation maintenant et les plantations futures.

« Une forêt est encore plus belle si vous l'entretenez, si vous enlevez certains arbres pour lesquels c'est le moment de partir. La régénération est indispensable ». Pas question de surexploitation bien entendu mais d'exploitation raisonnée. « On prépare les forêts de nos petits enfants et cela doit motiver les propriétaires ».

Aujourd'hui, le gouvernement s'interroge : comment faire pour que les forêts soient mieux exploitées ? A Egletons le mois dernier, le Président de la République a mis la question sur la table. Des réponses sont évoquées : un réexamen de la fiscalité ? Réviser les textes pour faciliter le fait que ceux qui gaspillent le carbone soient pénalisés. Economiser le CO2. Comment ?

Si on augmente la récolte, comment la valoriser mieux ? Pour accompagner les scieries, des mesures existent : à la fin du semestre, des prêts participatifs seront proposés par Oséo. Encore faut-il avoir des capacités de financement. Pour les plus grosses scieries, le fonds stratégique bois pourrait être mobilisé, mais des réticences existent chez les scieurs pour ouvrir le capital à des étrangers.

Yves Poss cite également deux propositions en réflexion au sein du gouvernement :

1) Dans le Massif Central, (au sens de la DATAR, soit dans les zones au-dessus de 500 m), une étude pour mobiliser et valoriser le douglas et les autres essences.

2) Une étude également sur les scieries françaises qui doit sortir dans le courant de l'été.

Yves Poss revient aux échanges de la journée : il voit derrière les propos de chacun des « ouvertures ». Dans ce qui a été présenté, on observe des « choses qui marchent bien ».

Mettre en avant le territoire : comme par exemple l'origine des chênes de Tronçais qui devient dans le monde entier, pour le vin, un argument de vente du produit fini : « il y a des clients qui affichent la provenance des bois qu'ils transforment ».

La communication, la commercialisation restent à améliorer. Yves Poss regrette d'entendre parfois des décideurs publics lui dire (il l'a encore entendu il y a moins de 15 jours) : « aucun scieur en France n'est capable de scier pour tel bâtiment public : on est obligés de faire venir le bois d'autres pays ».

Il estime « nécessaire de parler des provenances des bois, plutôt que de parler du bois en général ». Préciser les bois « de telles forêts », qu'on raccorde les essences, la provenance.

« Ce savoir, dit-il, il faut le faire connaître ! » « Nos essences ont leurs propriétés, il faut les utiliser à bon escient, montrer que le bois vient de nos forêts, que leur exploitation ne met pas en cause ces forêts ».

Parler de la diversité des bois amène Yves Poss à une autre considération : « les bois sont techniquement compliqués ». Il s'inquiète que trop d'amateurs partent dans l'auto-construction : des contreperformances se signalent ici et là. Les assureurs auront des doutes. Et ce n'est pas le bois qui est en cause, rappelle-t-il.

Revenant à la communication, la solution du web paraît de plus en plus indispensable souligne Yves Poss. **Le b to b, business to business est un fondamental de la commercialisation d'aujourd'hui**. Attention ici encore à proposer la qualité : les images doivent être parfaites. Le maître d'ouvrage doit « exiger » : c'est à lui de dire ce qu'il veut.

Une astuce pour celui que se lance, **l'acronyme MICRO pour se poser/ exprimer les bonnes questions** :

Message – Image – Cible – Réseau – Objectif.

Savoir ce qu'on veut dire, avant de commander : et de faire référence à deux messages qu'il a vu sur un même sujet concernant le débardage à cheval. Et ni l'un ni l'autre ne l'a convaincu. Les images choisies n'étaient pas en phase avec le message et la réalité :

- Le premier faisait l'apologie d'un métier moderne et d'une technique adaptée au monde d'aujourd'hui... en présentant un débardeur d'antan rustique et barbu.

- Le deuxième voulait montrer que ce métier n'était pas réservé à des hommes costauds et rustres : une frêle jeune fille vêtue d'une tenue légère verte et rose faisait du débardage à cheval...

Ainsi, à l'encontre de ces deux images décalées qui jouent contre le propos, Yves Poss a invité à bien se poser la question de l'image qu'on veut donner, de ne pas fausser cette image, mais au contraire, être dans le ton juste.

Rapporteur : Isabelle Molin Chambre de métiers des Vosges

LA PRESSE EN PARLE

LE BOIS INTERNATIONAL samedi 9 avril 2011

N° 14 (Synthèse de l'étude)

La pratique professionnelle

SCIERIE

Les enjeux de l'activité commerciale

Sommaire

ÉTUDE
Scierie française : qu'en est-il de la pratique commerciale ? > 12

COMMUNICATION
Se faire connaître : le challenge des scieurs > 16

INTERNET
Quarante-quatre sites web de scieries à la loupe > 17

Le métier de la scierie a changé en quelques décennies. Les clients acquis n'existent plus et les circuits de distribution ont évolué. L'adaptation est donc indispensable et les scieurs doivent aujourd'hui passer dans leur démarche commerciale de la stratégie du savoir-faire à celle du faire-savoir. L'Observatoire du métier de la scierie poursuit l'idée que des efforts restent à fournir afin d'améliorer l'approche de cette activité dans ces entreprises. Il vient de réaliser une étude sur la gestion et l'organisation de la partie commerciale dans les scieries françaises. Il a notamment pu vérifier les moyens mis en œuvre et la vision adoptée par le chef d'entreprise en dissociant les secteurs artisanal, semi-industriel et industriel. Nous vous proposons de découvrir une synthèse de cette étude et les conclusions tirées du travail de l'Observatoire des métiers de la scierie. Elles apportent des réponses sur des voies à suivre et des pratiques individuelles ou collectives à mettre en œuvre.

GALERIE EUROPÉENNE DE LA FORÊT ET DU BOIS

Métiers de la scierie : le commercial en débat

Cinquante professionnels de la scierie, mais aussi leurs partenaires, propriétaires forestiers, utilisateurs de bois, négociants, fournisseurs de matériels, interprofessions, chambres de métiers et centres de formation se sont réunis le 21 mai à la Galerie européenne de la forêt et du bois de Dompierre-les-Ormes en Saône-et-Loire pour débattre de l'action commerciale en scierie.

Maurice Chalayer, l'animateur de l'Observatoire du métier de la scierie, a rappelé en préambule que la scierie française, 1.870 entreprises en 2009 (1), se conjugue entre artisanat et industrie. Selon lui, "il n'y a pas un seul modèle mais un assemblage de petites, moyennes et grosses scieries qui animent tout un tissu d'activité autour de la récolte et de la première transformation du bois". Cette typologie n'est d'ailleurs pas unique en Europe puisque semblable en Suisse, en Allemagne et en Espagne. Un cœur de métier identique puisque quelle que soit la taille, chaque scierie achète de la grume et la transforme aux souhaits d'un client : charpentier, emballer, menuisier, négociant, particulier...

Les restitutions d'enquêtes (2) et débats ont montré l'intérêt que porte la profession aux enjeux de l'activité commerciale. Les participants conviennent qu'il faut pratiquer une action commerciale dynamique pour capter de nouveaux clients et conserver les plus fidèles. Si les artisans comptent sur le "bouche à oreilles", les industriels, eux, constituent des équipes de



Maurice Chalayer a rappelé "le formidable potentiel qui s'offre à la scierie française".

commerciaux ou embauchent un "commercial partagé" entre plusieurs scieries moyennes.

Pour beaucoup, le "métier de vendeur est encore à découvrir". En effet, bon nombre de patrons de scierie admettent que la crise les a obligés à "poser le bleu" afin d'aller prospecter mais aussi se "rappeler au bon souvenir" des clients "plus versatiles" qu'hier... Si la crise sévère qui vient d'être traversée a "laissé des trous" dans les trésoreries, elle a permis, en poussant les professionnels à visiter les clients, de voir l'évolution des produits finaux et surtout d'écouter attentes et préoccupations nouvelles. Un retour d'expérience plutôt enrichissant qui gomme les aigreurs de la crise que tous espèrent avoir laissée derrière eux.

Bien connaître les marchés

Dans l'exposé des chiffres contextuels, tous ont pris conscience que le secteur se concentre inexorablement au fil des décennies et que la perte de 1.000 scieries s'est encore confirmée ces dix dernières années. Loin de décourager

les participants du séminaire, ce constat les encourage à observer de près les mutations et surtout à en "tirer des enseignements précieux". Bien connaître les marchés paraît le meilleur moyen de garder une clientèle et d'en conquérir une nouvelle. Participer aux salons professionnels devient donc indispensable afin d'afficher sa notoriété, le web aussi apparaît comme un "moyen incontournable de se montrer" et tous s'accordent à dire qu'il sera l'outil de communication phare de demain. La plupart des sites des scieries enquêtées sont des "sites vitrines" plus que marchands. La typologie des produits ne se prête pas facilement au e-commerce. Tous conviennent que l'on n'achète pas une charpente comme un bien de consommation courant... Les professionnels présents se sont accordés pour dire que le web est une entrée en matière avant d'aller plus loin, comme se rencontrer à l'occasion d'un salon ou au sein de l'entreprise. Cette journée a permis à Maurice Chalayer de rappeler "le formidable potentiel qui s'offre à la scierie française, construction (charpente, maison ossature bois) et industrie (emballage, palette)". Il a ajouté en guise de conclusion "que d'énormes défis commerciaux sont à relever, et ce quelle que soit la taille de l'entreprise. Il convient grâce au savoir-faire de reconquérir des parts de marché, trop facilement prises par les sciages étrangers (3). Aux scieurs français de le faire savoir..." ■

(1) Données Agreste.

(2) Voir Le Bois International n° 14 du samedi 9 avril 2011, dossier "Les enjeux de l'activité commerciale", qui reprend la synthèse de l'étude commerciale réalisée par l'Observatoire du métier de la scierie auprès de 80 scieries françaises.
(3) Plus de 13 millions de m³ de sciages sont consommés en France pour une production de 10 millions de m³ sur le sol national.

L'avenir de la scierie en débat

Le séminaire était organisé par l'Observatoire des métiers de la scierie. Photo G. A. (CLP)



Près de 60 personnes, venues de toute la France, ont assisté au séminaire organisé par l'**Observatoire des métiers de la scierie**, dont 20 scieurs et quatre centres de formation. Deux thèmes ont été plus particulièrement abordés : la scierie française et le commercial et la scierie française et le web avec des **restitutions d'enquêtes** effectuées sur ces deux axes. **Beaucoup d'échanges avec la salle et des retours d'expérience, comme celui de la Chambre des métiers d'Épinal** donné par Isabelle Molin, ont permis de se faire une idée plus précise de l'avenir de la scierie

française et des actions qu'elle doit entreprendre.

Les participants ont clôturé cette journée très enrichissante par la projection des films d'entreprises qui ont participé dernièrement à Festiwood.

Géraldine Auray (CLP)

Les scieries à l'heure du virtuel

L'Observatoire du métier de la scierie a analysé le lien entre les scieries et internet en matière commerciale. Il a pointé quelques faiblesses mais une volonté moderne de communiquer à moindre coût.

L'étude présentée la semaine dernière en Bourgogne par Maurice Chailayer de l'Observatoire du métier de la scierie porte sur 44 sites web possédés par 15 scieurs artisans, 15 scieurs semi-industriels et 14 scieurs industriels français.

Internet se révèle être une nouvelle façon de communiquer sur le bois, la nature, un savoir-faire, une tradition, des produits, un engagement. Une première approche qui peut se révéler déterminante pour les clients. Seuls deux sites sur quarante-quatre sont traduits en anglais, pourtant de nombreuses scieries travaillent à l'international. Un bémol à corriger:

Côté actualité, peu de sites sont régulièrement mis à jour et peu affichent le suivi de fréquentation. Autre constat : si certains sites proposent la possibilité de faire un devis et affichent les produits en stock, afficher un prix paraît impossible et une seule scierie affiche la possibilité de commander en ligne. Seules trois scieries ont un catalogue affichant des produits.



■ Les scieurs francs-comtois sont bien présents sur internet. « Ce sont surtout des sites vitrine. Internet est une carte de visite », constate l'interprofession.

Globalement ces sites sont marqués par la diversité des contenus, un bon référencement, une pertinence de l'information, une bonne fonctionnalité. « Il convient de ne pas perdre de vue que cet outil est un support extraordinaire de communication, peu coûteux au final. Mal s'en servir en

ne soignant pas son contenu au sens large du terme peut aussi être contre productif », souligne Maurice Chailayer qui rappelle qu'« un site internet n'est pas là pour faire fuir les clients mais au contraire pour les séduire et les convaincre de faire appel à la scierie ».

« La terre de chez nous » 28 mai 2011 Franche-comté-Belfort