



Le Bois International | L'officiel du bois

Scierie, exploitation forestière | N° 40

Samedi 30 novembre 2013 - 84^e année

Sommaire

01 DEC. 2013

S'informer

Le zoom de la rédaction

Contreplaqué /

Joubert Plywood investira 12 millions en 2014 dans ses outils de production . . . p. 4

Lignes express p. 5

Agenda p. 6

La tribune de la FNB

Prix du bois : un retour au prix d'avant crise p. 7

Gros plan

Convention d'affaires 2013 de l'Ahec /

Les feuillus américains dévoilent leur stratégie pour la zone Europe p. 8

Comprendre

Entreprises

Exploitation forestière /

Marc et fils : une spécialité en coupes feuillues hétérogènes . . . et en relationnel . p. 10

Gérer

Le marché du bois

Aux ventes ONF / Encore une hausse de prix à Levier p. 12

S'équiper

Le Rendez-Vous de la Méca N° 47

Abatteuses huit roues p. 13

Essais /

Une abatteuse Ergo et ses huit roues affrontent les pentes d'une douglaie p. 14

Témoignage /

La polyvalence de l'abatteuse SH25.2 entre éclaircies et coupes rases de pins p. 18

Inventaire /

Divers modèles d'abatteuses huit roues proposées sur le marché européen p. 22

Focus /

Une abatteuse huit roues conçue pour les coupes d'éclaircies p. 24

Le Journal des annonces du bois p. 25

Renseignements commerciaux p. 33

Franc-parler

Mobilier à distinguer

Selon une récente étude (1) intitulée Mobilier(s) et Mobilité(s) et portant sur les nouveaux comportements de consommation de mobilier, il apparaît que les Français aiment leurs meubles et leur attribuent une place centrale : ils sont ainsi 33% à plébisciter le meuble comme le produit d'aménagement et de décoration le plus important, devant les fenêtres (15%) et le parquet (12%), 40% envisageant leur maison idéale totalement meublée sur mesure.

Si une vraie demande existe donc au niveau national, s'imposer sur un marché encombré par des produits d'importation à prix cassés demeure souvent très difficile pour les artisans du secteur. L'alternative peut alors consister à adopter une stratégie de niche, à l'instar du franc-comtois Bourny qui a su faire évoluer son positionnement en développant une production sur-mesure et en favorisant la diffusion directe auprès des particuliers. Des pistes soutenues localement par l'Adib, l'interprofession franc-comtoise se donnant notamment pour mission de mutualiser les moyens, à travers une plateforme de vente par Internet ou la conception de produits innovants.

L'innovation et la flexibilité constituent en effet plus que jamais des facteurs clés de succès, car si neuf Français sur dix considèrent qu'un meuble se transmet à ses enfants, on note une propension des jeunes de moins de trente ans à changer leurs meubles plus souvent (1). C'est pourquoi les agences ayant investi dans du matériel numérique se distinguent positivement grâce à leur capacité à s'adapter rapidement voire à répondre à des marchés conséquents. Un dynamisme perceptible lors de la récente édition de Batimat, où plusieurs constructeurs de machines misaient en priorité sur le secteur de l'agencement. LBI

(1) Etude réalisée pour Sofinco, marque de CA Consumer Finance. Sondages conduits par l'IPEA du 1er au 7 août auprès d'un échantillon représentatif de 1.000 ménages français et allemands et du 14 au 18 octobre 2013 auprès d'un échantillon représentatif de 2.000 ménages français.