



Le Bois International | L'officiel du bois Scierie, exploitation forestière | N° 34

Samedi 8 octobre 2016 - 87^e année



11 OCT. 2016

Sommaire

S'informer

Le zoom de la rédaction

Politiques publiques /

Fonds stratégique : la filière se félicite de l'annonce du ministre de l'Agriculture . p. 4

Lignes express p. 5

Agenda p. 7

L'actualité en régions p. 8

Centre-Île-de-France / "Epicéa", résidence en bois massif CLT

Pays de la Loire / Le prix spécial Mini Maousse 6 décerné au projet Wood Stock

Paca – Corse / Pas climatosceptiques, les propriétaires forestiers !

Nouvelle-Aquitaine / Expositions autour de l'action conception et design en bois local

Gros plan

Uffep / La consommation de parquet repart à la hausse en France p. 10

Comprendre

Dossier palettes / traitement NIMP 15

Des techniques en évolution p. 11

En direct avec... /

Patrice Chanrion, manager pôle professionnel palettes FNB / Sypal p. 12

Prestation de traitement /

Vosges injection bois : trois nouveaux séchoirs, adaptés NIMP 15 p. 15

Traitement des sciages /

7.000 m³ de sciages chauffés à cœur chaque année chez Planète emballages . . p. 18

Traitement grande capacité /

Un four NIMP 15 pour 1.680 palettes chez PGS Technipal Champagne p. 21

Gérer

Le marché du bois

Aux ventes ONF /

Méandre : prudence sur le sapin-épicéa, percée du bois-énergie sur les feuillus . p. 22

Bréviandes : le chêne toujours plus cher dans l'Aube p. 23

Juillet - août 2016 / Cours des bois sur pied p. 24

Le Journal des annonces du bois p. 25

Renseignements commerciaux p. 33

Franc-parler

Cultiver

son image sur le web

Le web est devenu un outil incontournable pour se faire connaître et attirer des clients. Les professionnels de la filière forêt-bois l'ont bien compris et rares sont les entreprises qui ne disposent pas de site sur le net. En revanche, les réseaux sociaux ont plus de difficulté à s'installer dans les stratégies de communication pour deux raisons apparentes : leur utilisation est chronophage et de nombreux professionnels doutent encore de l'intérêt d'être présent sur Twitter ou Facebook. Pourtant, avec 600.000 heures de vidéos par jour sur Youtube, 320 millions d'utilisateurs de Twitter, 80 millions de photos partagées par jour sur Instagram ou 30 millions de membres en France sur LinkedIn, peut-on réellement s'en passer ?

Nos institutions et organisations professionnelles semblent avoir répondu à la question car elles occupent de plus en plus le terrain digital. Une dizaine d'interprofessions communiquent régulièrement sur Twitter et plus encore sur Facebook. Ainsi, le 28 septembre dernier, Atlanbois et Abibois ont fait vivre en instantané la remise des Prix 2016 de la construction bois sur leurs fils Twitter. Pas de contenu texte, mais une sympathique photo des lauréats qui a pu circuler ensuite sur le net. On peut aller beaucoup plus loin. Une expérience très intéressante a été menée le 26 septembre par les organisateurs du colloque "Pour un essor de la filière forêt bois" au Sénat. L'Association française des eaux et forêts a utilisé son fil twitter pour présenter chacun de ses invités. Avec une phrase clé sous la photo de chaque orateur, l'AFEF a permis aux internautes de "prendre l'ambiance" mais aussi d'appréhender les atouts de la filière et les obstacles à son développement. Grande nouveauté, l'AFEF a publié un bilan de cette communication inédite : les 26 tweets délivrés au cours de la journée ont eu 20.000 lecteurs qui n'avaient pas forcément un lien direct avec la filière.

Le Bois International est lui aussi présent sur la plupart des grands réseaux sociaux : Twitter, Facebook, LinkedIn ou encore Viadeo. Aujourd'hui, le doute n'est pas permis. Il faut choisir l'ouverture et le partage de l'information. En Bourgogne, Aprovalbois est en train de mener une initiative intéressante pour développer l'usage d'Internet dans les entreprises. Chaque mois, un spécialiste du net organise une webconférence que les professionnels peuvent suivre depuis leur bureau sur leur écran d'ordinateur.