



Le Bois International | L'officiel du bois Scierie, exploitation forestière | N° 30

Samedi 16 septembre 2017 - 88^e année



118 SEP. 2017

Sommaire

S'informer

Le zoom de la rédaction

Première transformation /

1^{er} semestre : des évolutions contrastées pour les professionnels de la scierie ... p. 4

Lignes express p. 5

Agenda p. 6

L'actualité en régions p. 7

Auvergne-Rhône-Alpes /

Lancement du projet transfrontalier France-Italie "Informa+"

Occitanie / 3^e édition du Salon régional du bois

Nouvelle-Aquitaine / Futurobois publie une étude des flux de combustibles bois sur le territoire Poitou-Charentes

Normandie / Le 12^e colloque du CIBE dédié aux bois en fin de vie aura lieu au Havre

Gros plan

Communication / Lancement de la campagne : "Pour moi, c'est le bois" p. 9

Entreprises

1^{re} transformation / RHD Productions muscle son classement triage p. 11

Comprendre

Synthèse

Forêt / Drones en démonstration : vont-ils révolutionner la gestion forestière ? .. p. 13

S'équiper

Les nouveautés

Une sélection de produits récemment apparus sur le marché p. 16

Gérer

Le marché du bois

Aux ventes ONF / Haute-Marne : des achats très sélectifs à Semoutiers p. 20

Prix et indices nationaux des sciages feuillus et résineux au 2^e trimestre 2017 .. p. 21

Le Journal des annonces du bois p. 23

Renseignements commerciaux p. 30

Franc-parler

Le bois en tête

"Pour moi, c'est le bois !" Ce slogan fera-t-il date comme certains de ses prédécesseurs : "Le bois avance", "Le bois c'est essentiel"... pour ne citer qu'eux ! L'avenir nous le dira. C'est en tout cas le pari que font France bois forêt et les principales organisations professionnelles de la filière forêt-bois en cette rentrée 2017.

Après avoir lancé en janvier leur appel à candidature, elles ont présenté jeudi dernier leur nouvelle campagne de communication dans les locaux de l'École nationale d'architecture de Paris Belleville (Ensa). Le lieu n'a bien sûr pas été choisi par hasard. Alors que le marché de la construction retrouve progressivement des couleurs, la construction bois peine à bénéficier de l'embellie. Au début de l'été, les résultats de l'enquête nationale sur l'activité du secteur avaient d'ailleurs montré que les parts de marché du bois pour la maison individuelle en secteurs diffus et groupé avaient reculé l'an dernier de 7% par rapport à 2014. Pour tenter d'inverser la tendance, la filière forêt-bois investira donc 10 millions d'euros sur trois ans dans la communication.

Si la construction est l'un des principaux vecteurs de développement pour l'utilisation du bois, il n'est bien sûr pas le seul. Avec cette nouvelle campagne, la filière entend gagner des parts de marché sur les autres matériaux, mais aussi accroître la visibilité du bois dans tous ses usages. In fine, elle souhaite faciliter l'acceptation sociale et environnementale de ses activités. Car si les consommateurs sont généralement favorables à l'utilisation du bois dans leur quotidien, ils sont bien souvent plus réticents à l'idée d'abattre des arbres. Et pourtant... !