

DOSSIER DE PRESSE



OFFICE
ÉCONOMIQUE
WALLON | du BOIS

Avec le soutien de
la

Wallonie



Table des matières

<i>Table des matières</i>	2
<i>L'Office économique wallon du bois</i>	3
<i>La marque collective « Bois local – Notre savoir-faire »</i>	4
<i>La filière bois locale</i>	6
Forêt wallonne	6
Filière bois wallonne.....	6
<i>La campagne de sensibilisation relative à la filière bois locale</i>	9
Schéma du contexte général	9
Les objectifs de la campagne.....	10
Le public cible	10
Les produits concernés.....	10
Les supports développés	10
Le spot vidéo	11
Les spots	12
Les visuels	13
Le timing de la campagne.....	13
La Foire de Libramont.....	13
Avec le soutien de la Wallonie	14
<i>Pour plus d'informations</i>	14

L'Office économique wallon du bois

Opérationnel depuis le 1^{er} janvier 2012, l'Office économique wallon du bois a été constitué par le Gouvernement wallon avec pour mission essentielle de créer les conditions propices au développement



économique et à la création d'emplois dans la filière bois. Il est chargé d'élaborer une stratégie de développement de la valorisation et de l'usage du bois, dans une optique de maximisation de la valeur ajoutée générée par les entreprises. Il doit piloter les actions que cette stratégie réclame en assurant une affectation consensuelle de la ressource.

Compte tenu notamment de l'intérêt toujours croissant dont le bois fait l'objet, la filière du bois dispose encore d'un potentiel de développement considérable, particulièrement dans un contexte où les consommateurs se montrent de plus en plus sensibles aux notions de développement durable, de circuits courts et d'économie circulaire. Seule matière première renouvelable, le bois joue un rôle de premier plan dans tous ces domaines considérés comme prioritaires par le Gouvernement wallon dans sa déclaration de politique générale.

C'est la raison pour laquelle l'Office a notamment décidé d'appuyer le développement économique de la filière bois en mettant en lumière le savoir-faire des entreprises ainsi que les emplois locaux que celles-ci génèrent, mais aussi les ressources locales que ces entreprises utilisent, considérées comme le premier élément de la chaîne de valeur de la filière bois. L'Office assure notamment la gestion administrative et les contrôles de la marque collective « Bois local – Notre savoir-faire », créée à l'initiative d'entreprises de la filière bois wallonne en juillet 2015.

Depuis sa création, l'Office économique wallon du bois a travaillé simultanément sur plusieurs tableaux pour répondre aux priorités dictées par la conjoncture d'une part, et pour préparer l'avenir de la filière bois d'autre part.

Dans cette perspective, l'Office a créé un certain nombre de groupes de travail sur lesquels il s'appuie pour concevoir les actions à mener, pour amorcer ces actions, puis pour en assurer le suivi et l'évaluation. Le nombre de groupes de travail et leurs domaines d'actions ont été déterminés suite à une première hiérarchisation des problèmes à aborder. Cette hiérarchisation a été établie par l'Office et son Conseil d'administration sur la base des exigences du Gouvernement wallon, des premiers travaux effectués et des requêtes émanant du secteur privé.

En impliquant les entreprises de la filière, les fédérations professionnelles, les pouvoirs publics, les opérateurs économiques ainsi que les universités et centres de recherche, les groupes de travail conjuguent les compétences disponibles et valident les choix de l'Office. Ils constituent des points de rencontre qui contribuent au décloisonnement entre composantes de la filière. Par leur biais, l'Office agit en organe de coordination et exerce une force centripète qui s'oppose à la tendance naturelle de la filière à la dispersion.

Les renseignements complémentaires sont disponibles sur www.oewb.be.

La marque collective « Bois local – Notre savoir-faire »

Soucieuse de mettre en avant ses ressources et son savoir-faire, la filière bois wallonne a lancé la marque collective « Bois local – Notre savoir-faire » en marge de la Foire agricole de Libramont en juillet 2015. Cette initiative privée offre la garantie de produits réalisés en Wallonie, à base de bois provenant de forêts situées à proximité de leur endroit de transformation.

La création de cette marque permet de répondre à une demande émergente, qui se renforce continuellement : de plus en plus de consommateurs sont séduits par une consommation locale et responsable et souhaitent être mieux informés sur l'origine des produits qu'ils achètent. La marque permet aussi de renforcer la compétitivité des entreprises en mettant en valeur les ressources et le savoir-faire locaux.

Chaque adhérent arbore la marque sur ses produits, emballages et supports publicitaires. Le consommateur peut identifier aisément chaque producteur grâce à son numéro d'adhésion unique.

Les garanties de la marque sont :

- Savoir-faire wallon : les produits sont transformés sur le territoire wallon.
- Ressources locales : le bois provient de forêts situées à proximité de l'endroit où il est transformé.
- Circuit court : la marque favorise l'économie locale, limite le nombre d'intermédiaires et réduit les distances de transport.
- Fiabilité : les producteurs s'engagent à se conformer aux exigences liées à la marque et à se soumettre à des contrôles.



Fin juin 2017, la marque compte 28 entreprises adhérentes :

N° d'inscription	Entreprise	Adresse	CP	Localité	URL
4920-01	MOBIC	Rue du Pré Clamin 1B	4920	Harzé	www.mobicsa.be
6740-01	SCIDUS	Croix Rouge	6740	Etalle	www.scidus.be
5334-01	SCIERIE DUBOIS	Chaussée de Dinant 25	5334	Florée	www.scieriedubois.be
6637-01	ARDENNES TOYS	La Chaussée 55	6637	Malmaison	www.ardennestoys.be
5660-01	STABILAME	ZI Rue du Karting 5	5660	Mariembourg	www.stabilame.be
5660-02	MENUISERIE RICHE	ZI Rue du Karting 5	5660	Mariembourg	www.chassisriche.be
5550-01	SCIERIE LEPLANG	Route de Sedan 92	5550	Alle-sur-	www.leplang.be

				Semois	
5555-01	SCIERIE DE GRAIDE	Rue des Maquisards 52	5555	Naomé-Bièvre	www.scieriedegraide.be
6760-01	RECYBOIS SA	Zoning Industriel de Latour 13	6760	Virton	www.recybois.be
1457-01	BOURGUIGNON BOIS	Chemin de la Scierie 12-16	1457	Walhain-Tourinnes	www.bourguignonbois.be
5340-01	SCIERIE HONTOIR	Route de Jausse 9	5340	Faulx-les-Tombes	www.hontoir.be
5590-01	CHIMSCO	Rue du Parc industriel 22	5590	Achêne	www.chimsco.be
5620-01	VICA-BOIS	Rue des Meuniers 30/A	5620	Morville	www.vicabois.be
6900-01	SCIERIE HEYMAN DIRK	Rue Frasure 64	6900	Aye	
4000-01	LAMPIRIS WOOD	Rue Saint Laurent 54	4000	Liège	www.lampiriswood.be
6880-01	LA RENARDIERE/PROGRES COM	Rue des Prés la Mercire, 8	6880	Bertrix	www.larenardiere.be
6960-01	HUET BOIS	Route de Bomal 12/1	6960	Manhay	www.huetbois.be
6950-01	BEURLET BOIS	Rue des Clusères, 18	6950	Nassogne	www.scierieburlet.be
6921-01	SCIERIE MAHY	rue du Moulin 85	6921	Chanly	www.mahy.be
5570-01	DE SMEDT BOIS SPRL	Rue des Carreurs, 20	5570	Vonêche	www.de-smedt-bois.be
1310-01	ARBOREX	5 Avenue Charle Albert	1170	Bruxelles	www.arborex.be
4130-01-D	MERY BOIS	Allée des Artisans 20	4130	Tilff	www.mery-bois.com
5660-03	MATHY BY BOLS	Chaussée de Roly 26	5660	Mariembourg	www.mathy-by-bols.be
6690-01	LES HAUTES ARDENNES	Rencheux 36/E	6690	Vielsalm	www.leshautesardennes.be
4987-01	ETIENNE LORENT	Rahier 56	4987	Stoumont	www.etiennelorent.be
6180-01-D	PIROTTE ET FILS SPRL	Rue Général de Gaulle 318	6180	Courcelles	www.pirotteetfils.be
4834-01	DURLANG SA	Rue de l'Invasion, 49	4834	Goé	www.durlang.com
6960-02	FOREST MANAGEMENT SPRL	Rue du Trésor, 13	6960	Manhay	www.forest-management.be

Les renseignements complémentaires sont disponibles sur www.boislocal.be.

La filière bois locale

Les chiffres clés :

Forêt wallonne

- Forêt wallonne : 556 200 ha (33% du territoire wallon)
- Forêt productive : 475 200 ha (85% de la forêt wallonne)
- Forêts publiques : 273 700 ha (49% de la forêt wallonne)
- Forêts privées :
 - 282 500 ha (51% de la forêt wallonne)
 - 89 790 propriétés (dont 91% de moins de 5 ha)
- Forêts certifiées PEFC : 298 599 ha (54% de la forêt wallonne)
- Peuplements feuillus :
 - Surface : 269 900 ha (57% de la forêt productive)
 - Accroissement : 1 313 157 m³/an
 - Prélèvements : 869 680 m³/an (66% de l'accroissement)
- Peuplements résineux :
 - Surface : 193 100 ha (41% de la forêt productive)
 - Accroissement : 2 332 016 m³/an
 - Prélèvements : 3 136 673 m³/an (135 % de l'accroissement)
- Mises à blanc : 12 200 ha (2% de la forêt productive)



Filière bois wallonne

- 8 003 entreprises
 - 4 530 personnes physiques – 3 473 personnes morales
- 18 328 emplois directs
 - 12 548 salariés – 5 780 indépendants
- Consommation de bois
 - Pâte à papier : 1 430 000 m³ de bois feuillus
 - Panneaux : 520 000 m³ de bois résineux
 - Chantiers de découpe : < 400 000 m³ de petits bois résineux
 - Scieries de bois feuillus : 60 000 m³, essentiellement du chêne
 - Scieries de bois résineux : 2 500 000 m³, essentiellement de l'épicéa
 - Granulateurs (pellets) : 900 000 m³, essentiellement des connexes résineux
 - Bois énergie : 2 061 000 t de bois bûche, rémanents forestiers, connexes, pellets et bois recyclés
- Autres chiffres
 - Part de logements résidentiels neufs en bois : 9,3 %
 - Part de rénovations, extensions et surélévations en bois : 3,6 %
 - 471 entreprises certifiées PEFC (Chaîne de Contrôle ou CoC)

Les forêts belges sont principalement localisées en Wallonie, qui dispose de plus de 550.000 ha de terres boisées, ce qui correspond à un taux de boisement de 33 %. Plus de 8.000 entreprises prennent en charge la gestion de la forêt et la valorisation des produits forestiers. Elles génèrent 18.000 emplois directs en Wallonie.

Outre la sylviculture et l'exploitation forestière, cette ressource a permis à une filière de première transformation (sciage et rabotage du bois) de se développer de manière importante. Cette première transformation est complétée par des métiers situés plus en aval dans les domaines de l'emballage, de la menuiserie intérieure et extérieure, de la boissellerie ainsi que dans la construction en bois, surtout ces dernières années avec l'engouement croissant du consommateur pour le matériau bois.

Il s'agit d'une filière particulièrement riche en petites et très petites entreprises, mais qui comporte également de l'industrie lourde, représentée par quelques fleurons dont la réputation européenne voire mondiale n'est plus à faire.

Avec ses nombreuses PME, la filière bois est structurante pour la Wallonie car elle est très présente dans les zones rurales peu attractives pour de nombreux secteurs d'activités. Comme toutes nos industries manufacturières, cette filière est aujourd'hui confrontée à d'importants enjeux liés à la mondialisation. Les PME qui en font partie se réinventer, revoir leurs modèles économiques et envisager des partenariats, investir pour innover sous peine de disparaître inévitablement.

Il serait paradoxal pour notre région de perdre un savoir-faire historique basé sur une de ses principales ressources naturelles au moment où le consommateur montre chaque jour davantage son attrait pour un matériau qui s'inscrit directement dans une logique de développement durable et d'économie circulaire.



On trouvera ci-dessous la répartition des entreprises et de l'emploi par activité :

Nombre d'entreprises				
Catégories d'activité	Codes NACE-Bel 2008	2013	2015	2017
Sylviculture et exploitation forestière	02100 – 02200 – 02400	1 908	1 917	1 939
Travail du bois	16100 – 16210 – 16220 – 16230 – 16240 – 16291	872	870	904
Pâte à papier, papier et carton	17110 – 17120	40	33	33
Meuble	31010 – 31020 – 31091 – 31092 – 31099	840	817	798
Menuiserie	43320 – 43332	2 948	3 128	3 200
Commerce de gros	46130 – 46150 – 46732	360	328	328
Commerce de détail	47522 – 47524 – 47591	809	762	758
Divers	16292 – 32200 – 32400 – 32910	36	42	43
Total		7 813	7 897	8 003

Source : BCE. [2017]. Données 05/2012, 01/2015 et 01/2017.

Nombre de salariés				
Catégories d'activité	Codes NACE-Bel 2008	2013	2015	2017
Sylviculture et exploitation forestière	02100 – 02200 – 02400	480	482	488
Travail du bois	16100 – 16210 – 16220 – 16230 – 16240 –	2 871	2 788	2 772
Pâte à papier, papier et	17110 – 17120	1 690	1 615	1 505
Meuble	31010 – 31020 – 31091 – 31092 – 31099	1 279	1 207	1 048
Menuiserie	43320 – 43332	4 109	3 711	3 668
Commerce de gros	46130 – 46150 – 46732	858	783	803
Commerce de détail	47522 – 47524 – 47591	1 725	1 980	2 217
Divers	16292 – 32200 – 32400 – 32910	52	49	46
Total		13	12	12

Source : ONSS. [2017]. Données 2012-T3, 2014-T3 et 2016-T3.

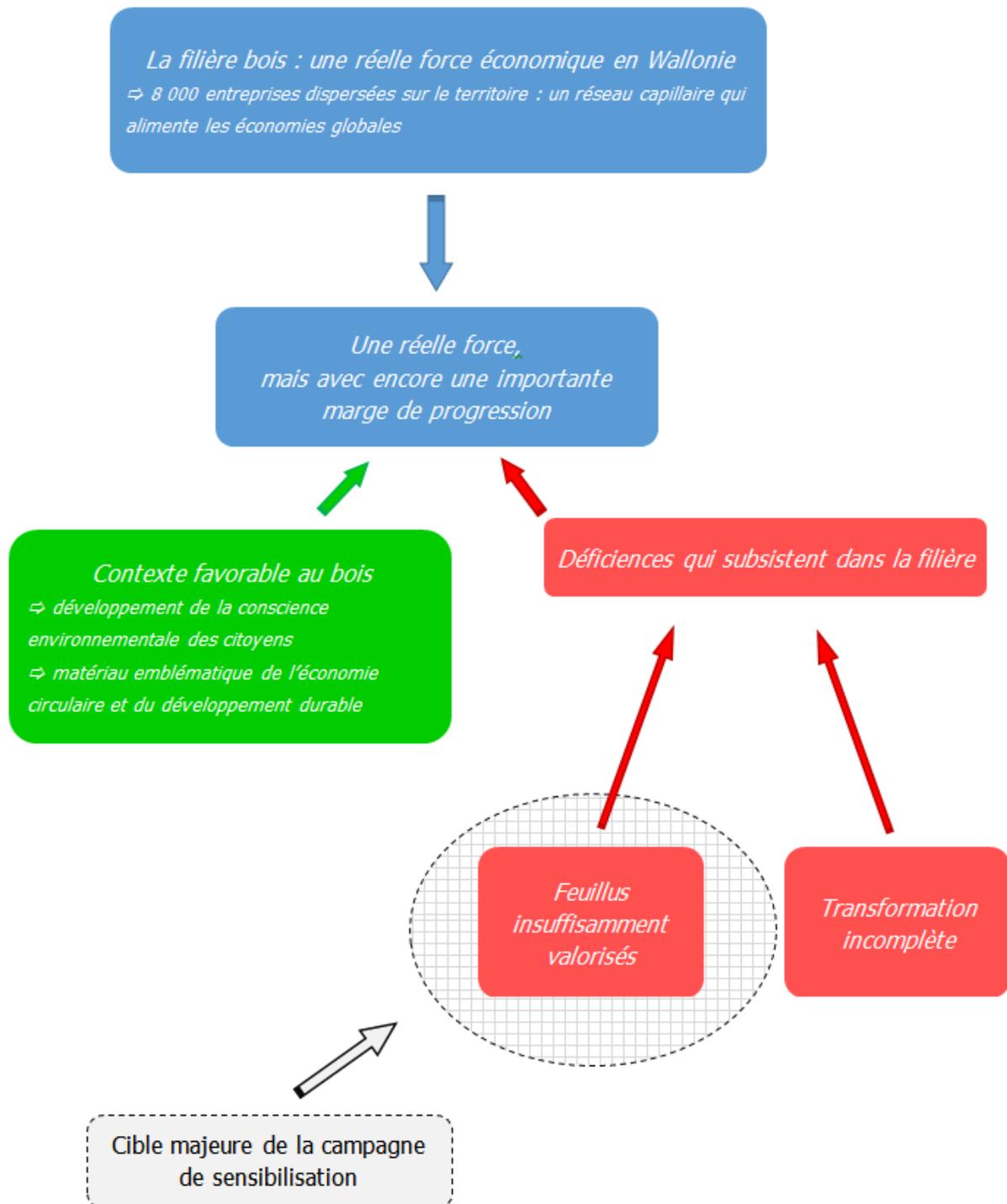
Nombre d'indépendants				
Catégories d'activité	Codes INASTI	2013	2015	2017
Exploitation des forêts	105	1 579	1 560	1 554
Industrie du bois et de l'ameublement ¹	311	3 306	3 389	3 402
Administrateurs ²	100 - 300	773	819	824
Total		5 658	5 768	5 780

Source : INASTI. [2017]. Données 12/2011, 12/2013 et 12/2015.

Tous les chiffres de la filière bois wallonne sont compilés dans l'ouvrage de référence PanoraBois, disponible sur <http://www.oewb.be/filiere/panorabois>. La sortie de l'édition 2017 est prévue le 28 juillet.

La campagne de sensibilisation relative à la filière bois locale

Schéma du contexte général



Les objectifs de la campagne

La campagne a pour objectif de faire prendre conscience aux consommateurs qu'ils ont souvent tendance à aller chercher ailleurs ce que nous produisons chez nous. Elle met directement en lumière les ressources, notamment feuillues, et le savoir-faire locaux. Elle vise à développer un réflexe d'achat en circuit court.

Par ailleurs, elle met en avant le principe de « couper un arbre c'est faire vivre la forêt » au travers des produits issus du savoir-faire de nos entreprises. Notre forêt est une source de matières premières de qualité, gérée de façon durable, ce qui est une chance pour la filière.

Le public cible

Il s'agit d'une campagne de sensibilisation du grand public. Elle s'adresse au consommateur final, potentiel acheteur de produits issus de la filière bois locale. Les professionnels, architectes, menuisiers, cuisinistes, entrepreneurs, etc. seront également sensibilisés indirectement à l'utilisation de ressources locales.

Les produits concernés

Si tous les produits issus de la filière bois locale sont concernés, certains méritaient particulièrement d'être promus en raison de leur haut potentiel de croissance. Il s'agit en particulier :

- des meubles en bois indigènes ;
- de la terrasse en chêne indigène ;
- des éléments de menuiserie intérieure ;
- des éléments de menuiserie extérieure ;
- de la construction bois.

Les supports développés

Les différents supports ont été réalisés de manière à tirer le meilleur parti des vertus esthétiques de la forêt et du bois. Ils intègrent des producteurs et utilisateurs et donnent ainsi un surcroît de citoyenneté au message. Les supports soulignent le fait que le bois et les objets en bois nous sont étroitement liés et peuvent l'être encore plus.

La tonalité générale est moderne et dynamique, l'objectif étant de marquer l'esprit du consommateur et de lui faire retenir les mots « Bois local ». Ce choix s'explique aussi par la volonté de trancher avec les manières habituelles de présenter les produits locaux.

Les différents supports promotionnels ont été développés de manière complémentaire et se composent des éléments suivants :

- 1 spot audiovisuel de 30 secondes ;
- 1 spot audiovisuel préroll de 15 secondes ;
- 3 spots radiophoniques de 30 secondes ;
- 3 visuels.

Le spot vidéo

Le spot vidéo exploite au mieux les vertus esthétiques de la forêt, du bois et des produits qui en sont issus. Des vues aériennes, des images lumineuses, une musique de générique de film, une atmosphère mystérieuse et une voix anglophone plongent les téléspectateurs dans un environnement qui semble lointain. Mais une voix à l'accent bien de chez nous leur fait rapidement prendre conscience que nous sommes bien en Wallonie. Une chute qui tranche avec la tonalité générale et marque l'esprit des téléspectateurs.

Les images défilent au gré de la filière bois, partant de la forêt jusqu'au produit fini, en passant par le gestionnaire, le bûcheron, la scierie, le menuisier et le constructeur. La boucle est donc bouclée, l'arbre est devenu terrasse et n'a pas quitté le sol wallon.

Le lien est clairement établi entre les différents intervenants de la filière et renvoie à la notion de circuit court.

Le produit final, la terrasse en chêne indigène, n'a pas été choisi par hasard, puisqu'il est emblématique de la question centrale de la campagne « Pourquoi aller chercher ailleurs ce que nous faisons très bien chez nous ? ». En effet, les consommateurs associent dans la grande majorité des cas la terrasse en bois aux essences exotiques.



*Il existe un endroit dans ce monde
Où des milliers d'arbres sont élevés avec soin
Où ce bois est transformé par des passionnés
Et utilisé localement par des professionnels
Et des amateurs
A l'accent si particulier
Oufti que c'est beau ti !
Nous avons les ressources et le savoir-faire !
Pourquoi aller chercher ailleurs ?
Le bois idéal ? Du bois local !*

Les spots radiophoniques

Les trois spots radio reposent sur une base identique : une musique de générique de film, une atmosphère mystérieuse et une voix anglophone qui suggèrent un ailleurs, lointain et énigmatique. Ici encore, la chute tranche avec la tonalité générale du message. Elle est déclinée en trois accents régionaux et permet de donner un coup de projecteur sur trois produits différents, identifiés comme à haut potentiel de croissance : une terrasse, une porte et une maison en bois.

*Il existe un endroit dans le monde
Où des milliers d'arbres sont élevés avec soin
Où ce bois est transformé par des passionnés
Et utilisé localement par des professionnels
Et des amateurs
A l'accent si particulier*

Kediss, ké belle porte !

Oufti, ké belle terrasse ti !

*Dis, mais ta maison en bois
elle est diiingue !*

*Nous avons les ressources et le savoir-faire
Pourquoi aller chercher ailleurs ?
Le bois idéal ? Du bois local !*

*Une initiative de l'Office économique wallon du bois
Avec le soutien de la Wallonie
Et de la marque « Bois local – Notre savoir-faire »*

Les visuels

Trois visuels très épurés proposent quant à eux un gros plan sur la matière. Chacun représente un état différent du bois : l'écorce du bois encore sur pied, l'arbre fraîchement scié ainsi que le panneau raboté.

Les expressions reprises font directement référence à celles utilisées dans les spots radio et télé. Elles sous-entendent également la provenance wallonne de la ressource illustrée.



Le timing de la campagne

- 5 juillet → présentation à la presse, lancement officiel, diffusion via les médias sociaux
- 11-17 juillet → diffusion abribus à Charleroi, Mons, Tournai, Mouscron, Liège, Verviers, Arlon et Namur
- 11 juillet – 7 août → diffusion à bord de 44 bus en province de Luxembourg
- 12-18 juillet → diffusion radio sur La Première, VivaCité, Classic 21, Pure, NRJ et DH Radio
- 12-18 juillet → diffusion web sur les sites de la RTBF, La Libre et la DH
- 15-30 juillet → diffusion télé sur La Une et La Deux
- 28-31 juillet → présentation d'une maison en bois local à la Foire de Libramont

La Foire de Libramont

Point d'orgue de la campagne, une maison entièrement réalisée en bois local sera exposée dans le hall 3 de la Foire agricole de Libramont, du 28 au 31 juillet. Elle servira de vitrine au savoir-faire wallon et à de nombreux produits réalisés par des entrepreneurs qui travaillent le bois local sous toutes ses formes. Eléments de construction, agencements, menuiseries, mobilier, décorations, ustensiles, jouets, etc. De quoi finir de convaincre les visiteurs qu'ils ont parfois tendance à aller chercher ailleurs ce que nous faisons en fin de compte très bien chez nous. La maison fera l'objet d'une inauguration officielle le 28 juillet.

Avec le soutien de la Wallonie

La campagne s'inscrit dans le cadre plus général du gouvernement thématique « Consommons wallon », qui contient un ensemble de mesures concrètes articulées autour de cinq thèmes identifiés comme prioritaires par une étude de l'Iweps. La campagne fait partie du 2^e thème, intitulé « Mieux faire connaître les produits wallons ». Plus précisément, il s'agit de l'action « Développer et soutenir la filière bois wallonne », qui comporte 3 axes : 1) la durabilité et la certification forestière, 2) la sensibilisation quant à l'importance du bois et de la filière bois et 3) l'innovation. Cette campagne n'est donc pas une action isolée, mais doit être considérée dans un ensemble d'actions complémentaires.

Pour plus d'informations

Office économique wallon du bois

Rue de la Croissance 4
Zoning industriel de Aye
6900 Marche-en-Famenne

Emmanuel Defays, Directeur : e.defays@oewb.be - 084 46 03 42
François Sougnez, contact presse : f.sougnez@oewb.be - 084 46 03 49
www.oewb.be

Bois local – Notre savoir-faire

www.boislocal.be

Le matériel de la campagne est disponible sur www.oewb.be/campagne