

Présentation des résultats de l'étude.

*« Développement de la filière des bois indigènes
pour le marché des terrasses extérieures ».*

OFFICE
ÉCONOMIQUE
WALLON | du **BOIS**

29 juin 2015

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
 - Contexte et objectifs
 - Organisation de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Contexte et objectifs

- Dans l'objectif **d'appuyer le développement économique** du secteur professionnel du bois, l'office économique wallon du bois (OEWB) a fait appel à HEC Consulting Group pour une étude de marché
- L'étude doit être révélatrice :
 - ✓ Du **positionnement du bois** dans les marchés des terrasses extérieures
 - ✓ Du positionnement des **essences de bois locales**
 - ✓ Du **type de fixation** le plus couramment rencontré pour les terrasses en bois
 - ✓ Du type **de produits de finition** les plus utilisés
 - ✓ Des **évolutions et perspectives** de marché pour le bois et plus particulièrement pour les essences de bois local
- Cette étude vise à connaître l'avis d'un **public professionnel** (poseurs, importateurs de bois, négociants en bois, transformateurs de bois), ainsi que celui de **particuliers résidentiels** et **non résidentiels** (type HORECA ou autres).

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
 - Contexte et objectifs
 - Organisation de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Organisation de l'étude

- Afin de répondre aux **objectifs fixés**, l'étude a été organisée comme suit:
 - **Etude quantitative:**
 - 540 entretiens quantitatifs en face à face avec des propriétaires et futurs propriétaires de terrasses (résidentiels).
 - 107 entretiens quantitatifs en call-center avec des propriétaires non-résidentiels (horeca, secteur public,...)
 - **Etude qualitative:**
 - 40 entretiens qualitatifs réalisés avec les professionnels du secteur (menuisiers, architectes, paysagistes, aménagistes extérieurs,...)
 - 14 entretiens de type semi-qualitatif avec des négociants en bois.

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
 - Professionnels
 - Avenant: négociants
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Etude qualitative - Professionnels

Le bois et les autres matériaux

- Bois particulièrement tendance, demande en hausse.
- Perçu de plus en plus comme haut-de-gamme.
- Reconnu pour son esthétique et sa facilité de mise en œuvre.

Positionnement des essences indigènes

- Essences très peu utilisées et craintes (durabilité, garantie?)
- Méconnaissance des essences indigènes, perçues comme un produit récent. Aspect bon marché apprécié.
- Craintes par rapport au chêne indigène (traité/non traité?)

Traitements de préservation

- Marché largement dominé par l'autoclave.
- Mauvaise connaissance du thermo-traitement, mais certain intérêt.

Etude qualitative - Professionnels

Profil et fixation

- Profil lisse de plus en plus tendance.
- Marché des fixations toujours partagé entre vis visibles et fixations invisibles, pour des raisons d'esthétique ou de budget.

Certification/ Législation

- Peu de confiance dans les systèmes de traçabilité (bois importés).
- Avis mitigé pour la note du CSTC (peur de perte de liberté?), mais plutôt pour.
- Mauvaise perception globale des marchés publics.

Perspectives du marché

- Nombreuses critiques par rapport à l'exotique: prix, qualité des arrivages.
- Volonté de trouver une alternative de qualité égale → besoin de preuves de qualité des essences indigènes.
- Professionnels influencés par négociants et vice-versa.

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
 - Professionnels
 - Avenant: négociants
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Etude qualitative - Négociants

Essences exotiques et indigènes

- 10 des 14 négociants sondés privilégient naturellement les essences exotiques.
- Inconvénients des essences indigènes: Durabilité moindre, mauvaise perception du client final, aspect moins esthétique,...
- Rôle important des négociants mais logique de rentabilité et habitudes.

Perception du Chêne

- Peu de demande et la grande majorité des négociants n'y sont pas favorables.
- Inconvénients: Durabilité moindre non compensée par le prix, dimensions disponibles trop petites (bois aboutés), teinte et aspect moins esthétique.
- Cependant, surtout des préjugés car les négociants manquent d'informations.

Traitements et approvisionnement

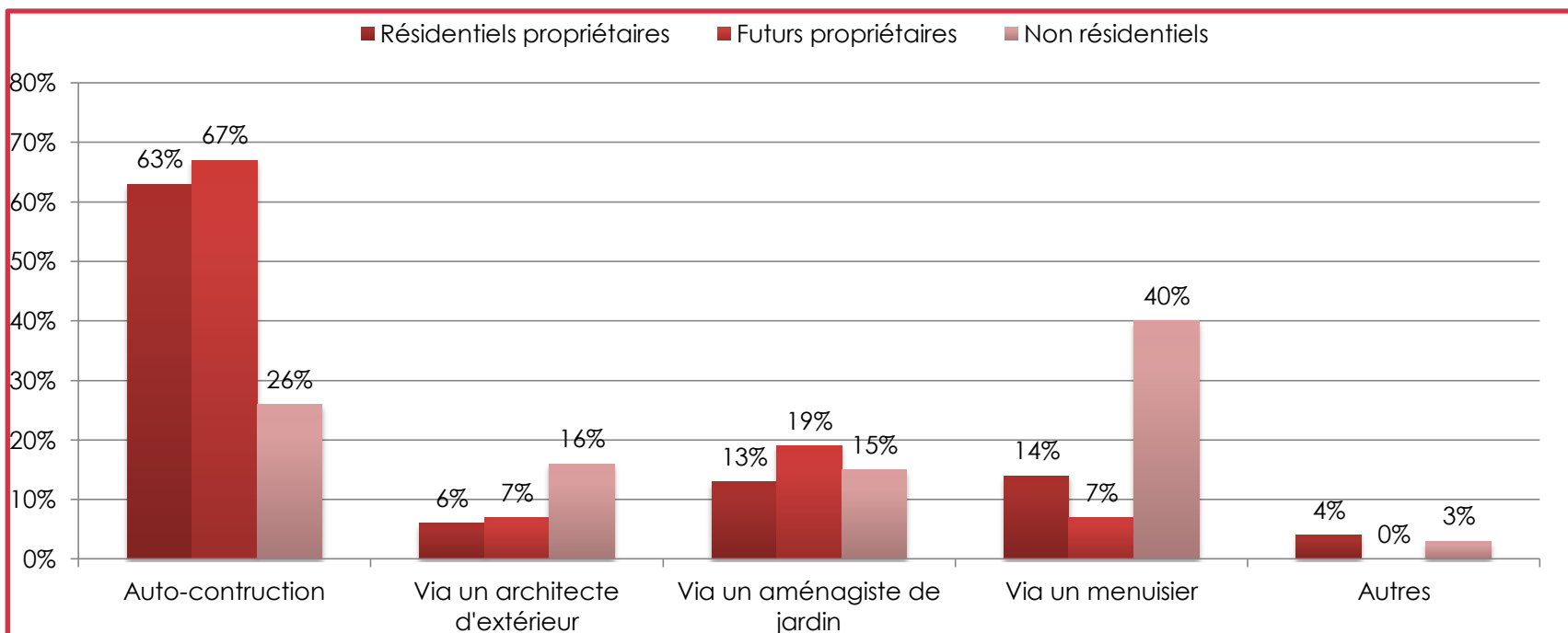
- Traitement par autoclave le plus utilisé (13/14). Pas assez de connaissance et de recul pour apprécier les autres techniques de préservation disponibles.
- Thermo-traitement: Caractère innovant reconnu (9/14) >< Pas favorable: bois cassants, manque de recul,...
- Difficultés d'approvisionnement pour essences exotiques seulement (Demande > Offre, qualité non optimale et événements externes)

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses

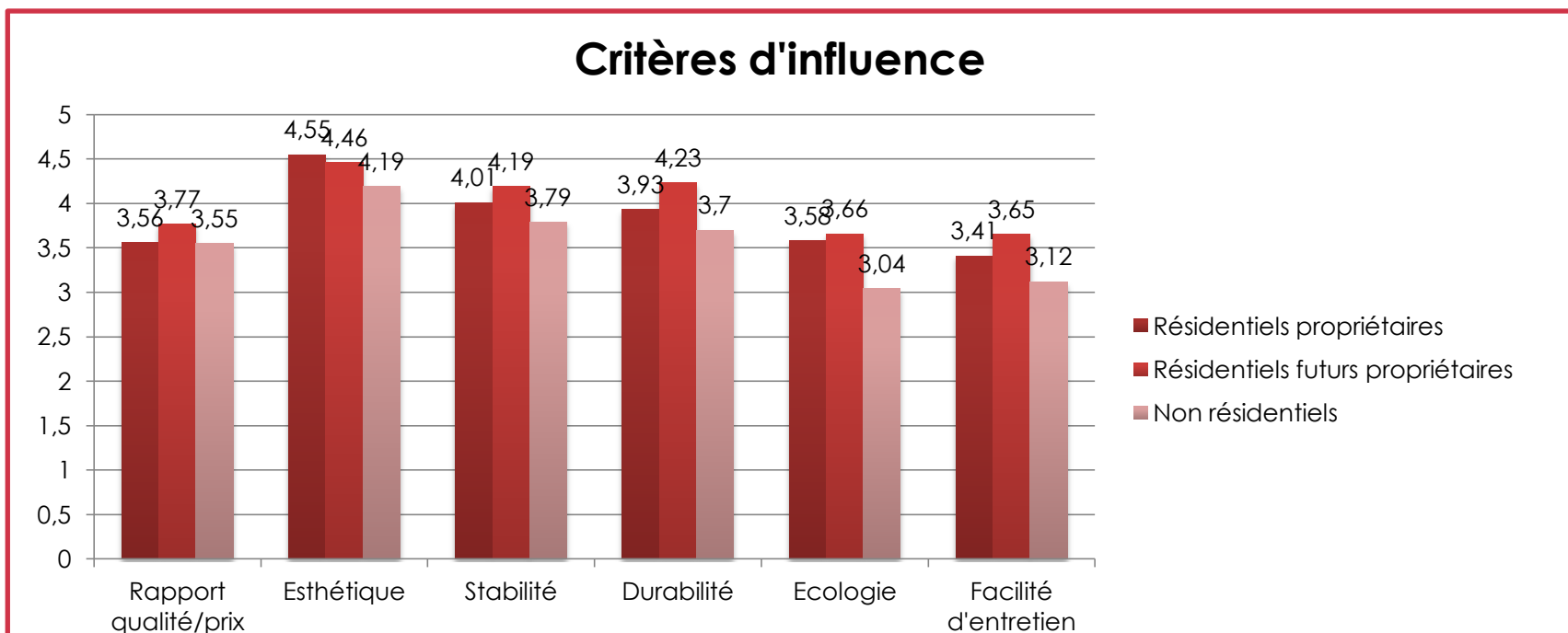


Etude quantitative – Mode de construction



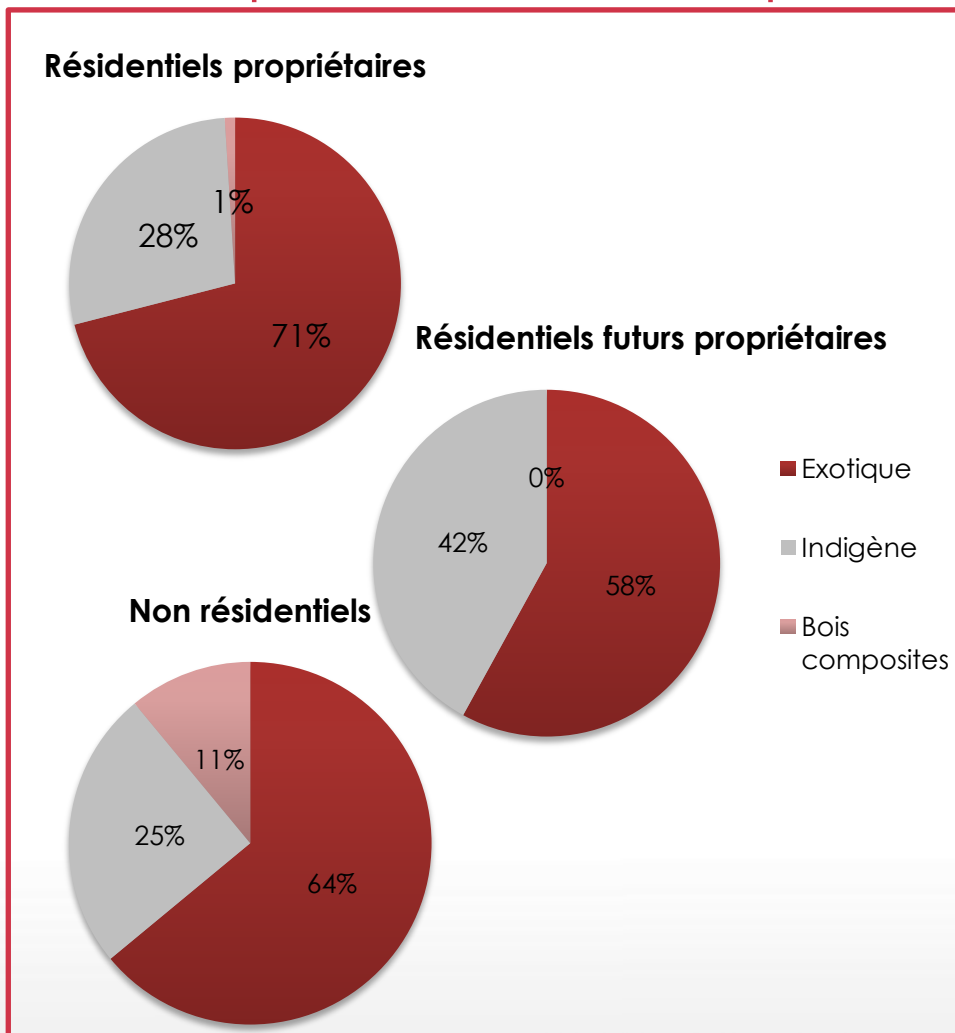
- Prédominance de l'auto-construction chez les propriétaires actuels et futurs propriétaires.
- Tendance de l'auto-construction renforcée dans le futur.
- Prédominance du choix pour les menuisiers chez les non résidentiels.

Etude quantitative – Perception du bois



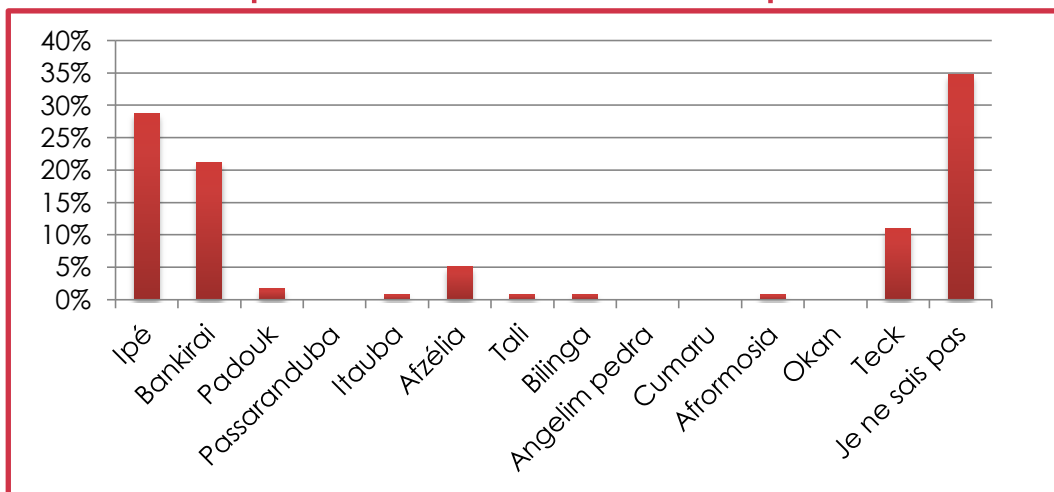
- Critère de choix principal: Esthétique.
- Répondants moins influencés par la facilité d'entretien, l'écologie et le rapport qualité/prix.

Etude quantitative – Répartition indigène/exotique



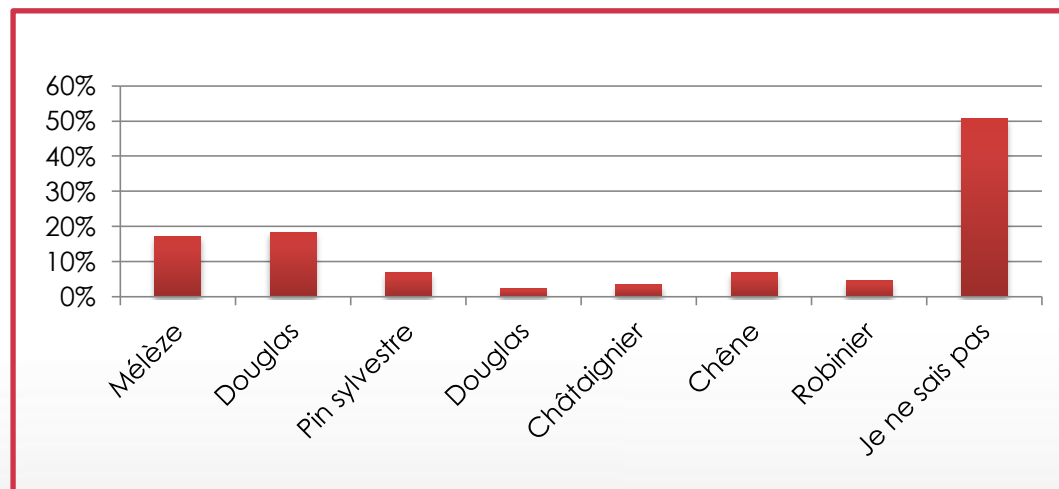
- Prédominance de l'exotique pour les trois catégories de répondants.
- Grande augmentation du pourcentage de terrasses en essences indigènes chez les futurs propriétaires de terrasses.
- Plus grande présence des bois composites chez les non-résidentiels.

Etude quantitative – Répartition indigène/exotique



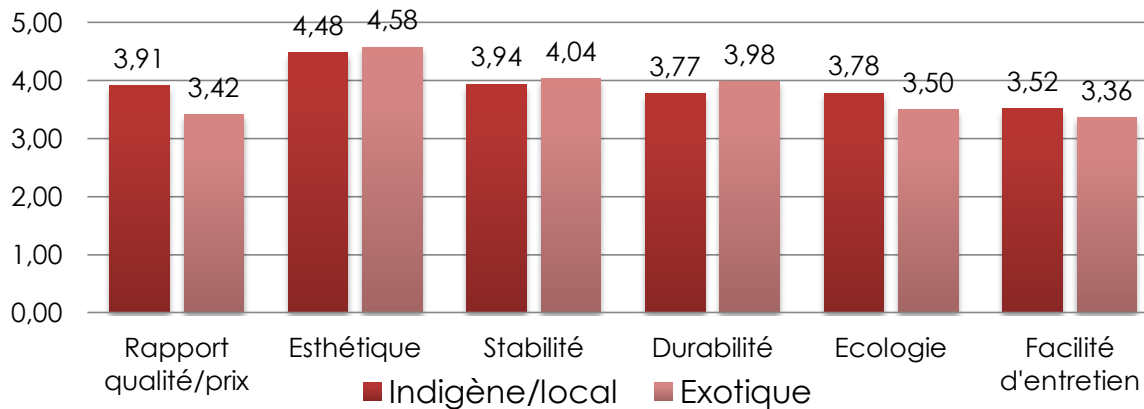
- Essences envisagées pour les futurs propriétaires ayant choisi l'exotique.
- Prédominance de l'ipé et du bangkirai.
- Un peu plus d'un tiers des répondants ne sait pas encore quelle essence choisir.

- Essences envisagées pour les futurs propriétaires ayant choisi l'indigène.
- Légère prédominance du mélèze et du douglas.
- Près de la moitié des répondants de sait pas quelle essence choisir → mauvaise notoriété des essences indigènes.



Etude quantitative – Critères de choix des essences

Score moyen – propriétaires de terrasses



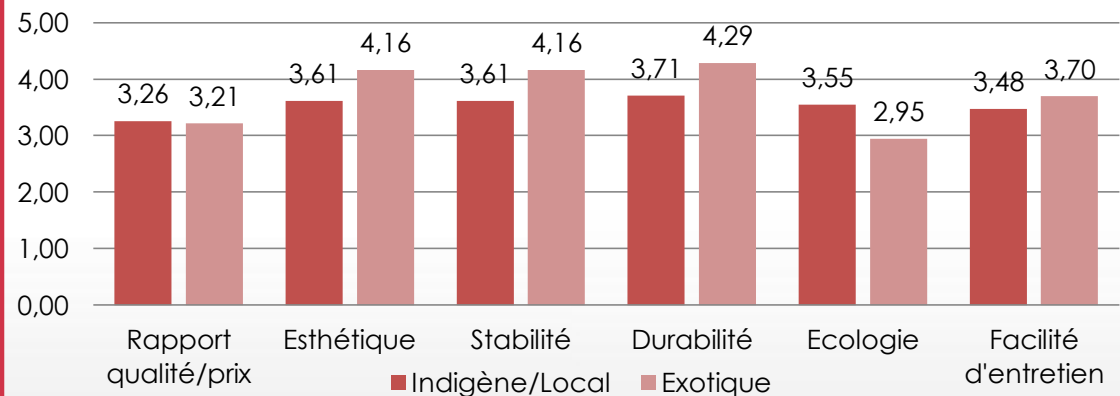
- Tous les critères sont dignes d'intérêt: tous recueillent de bons scores.
- L'esthétique arrive en 1^{ère} position, que ce soit pour les essences exotiques ou indigènes.
- La stabilité recueille de bons scores également, l'écologie intervient plus tard.

▪ Pas de différence majeure avec les propriétaires de terrasses résidentielles.

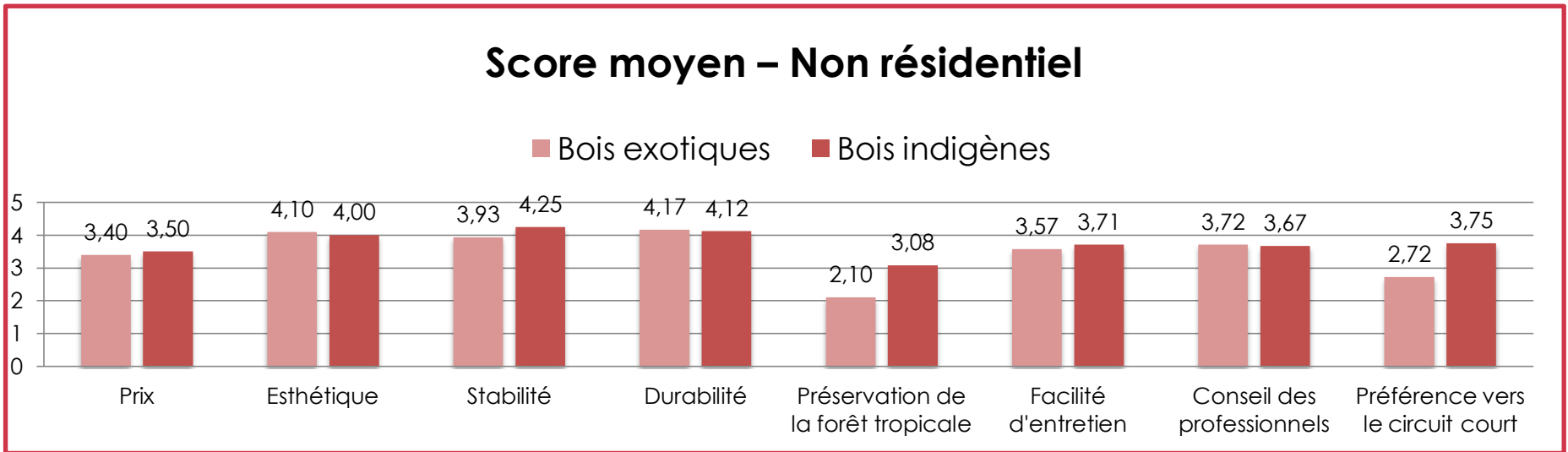
▪ L'esthétique, la durabilité et la stabilité sont les critères phares.

▪ L'écologie a de bons scores pour les bois indigènes mais n'est pas prédominante.

Score moyen – futurs propriétaires

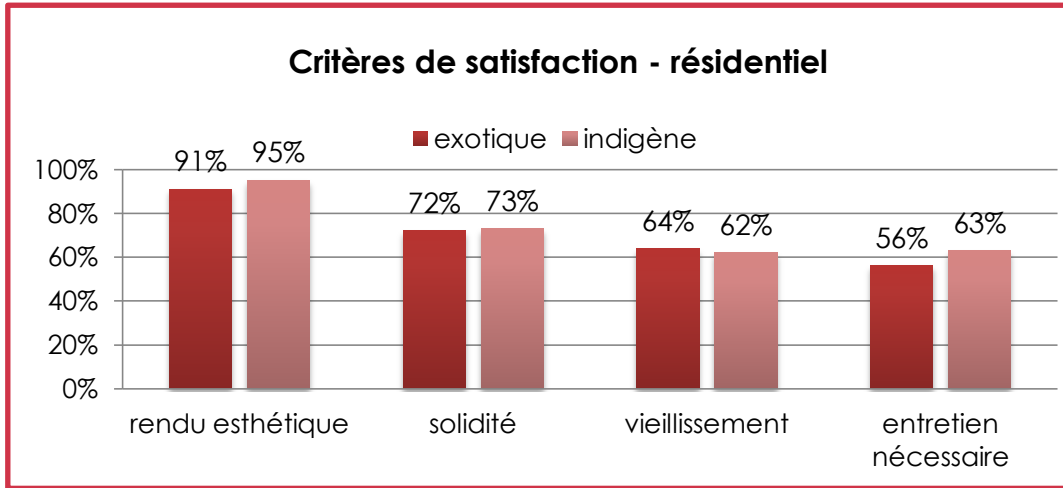


Etude quantitative – Critères de choix des essences

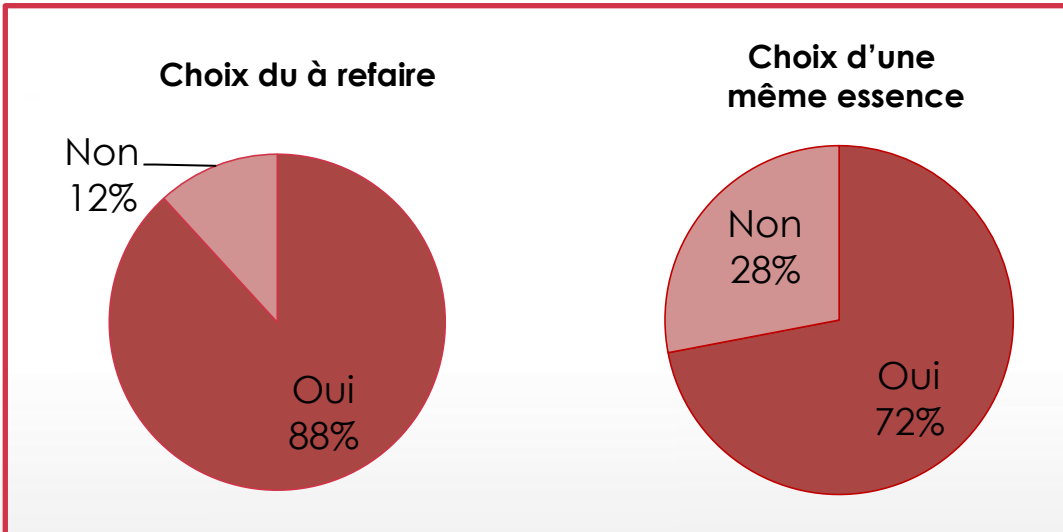


- Tendances très semblables à celles des terrasses résidentielles.
- Les critères phares restent l'esthétique, la stabilité et la durabilité.
- La différence entre exotique et indigène plus nette se remarque pour la préservation de la forêt et la préférence des circuits courts.

Etude quantitative – Satisfaction (résidentiel)



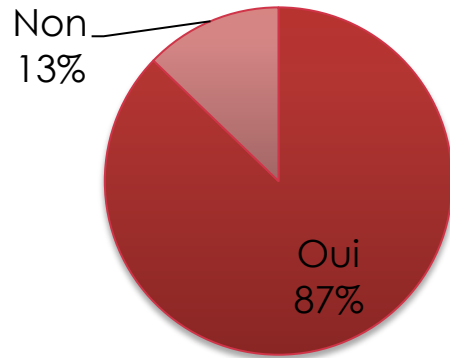
- Les propriétaires sont surtout satisfaits de l'esthétique.
- Pas d'insatisfaction marquée.
- Pas de différence notable en fonction des essences exotiques ou indigènes, y compris au niveau du vieillissement.



- Une réponse par la négative est due à trop d'entretien ou un mauvais vieillissement.
- Réponse positive grâce à la satisfaction générale ou l'esthétique.
- Pas de différence non plus entre exotique et indigène.

Etude quantitative – Satisfaction (non résidentiel)

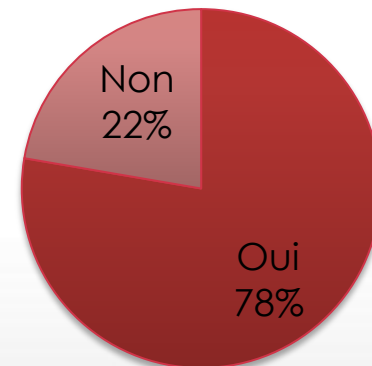
Choix du bois à refaire



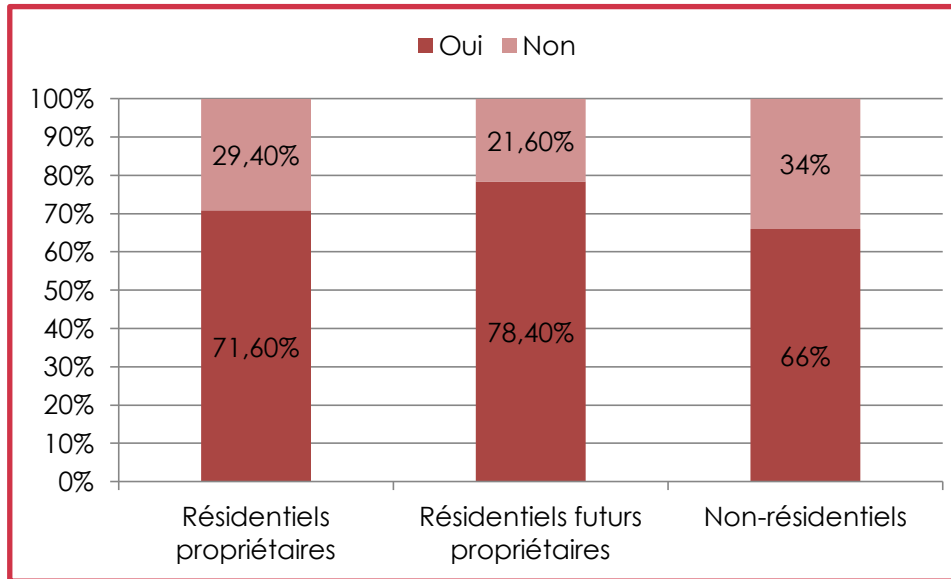
- Résultats similaires aux terrasses résidentielles.
- L'entretien (60%) est la raison principale du « non ».
- L'esthétique et la satisfaction générale sont les raisons du « oui ».

- Les raisons du non sont ici l'entretien (36%) et le choix d'une essence plus moderne (32%).
- Le choix du oui est dû à la satisfaction générale, puis à la durabilité ou la facilité d'entretien.

Choix d'une même essence



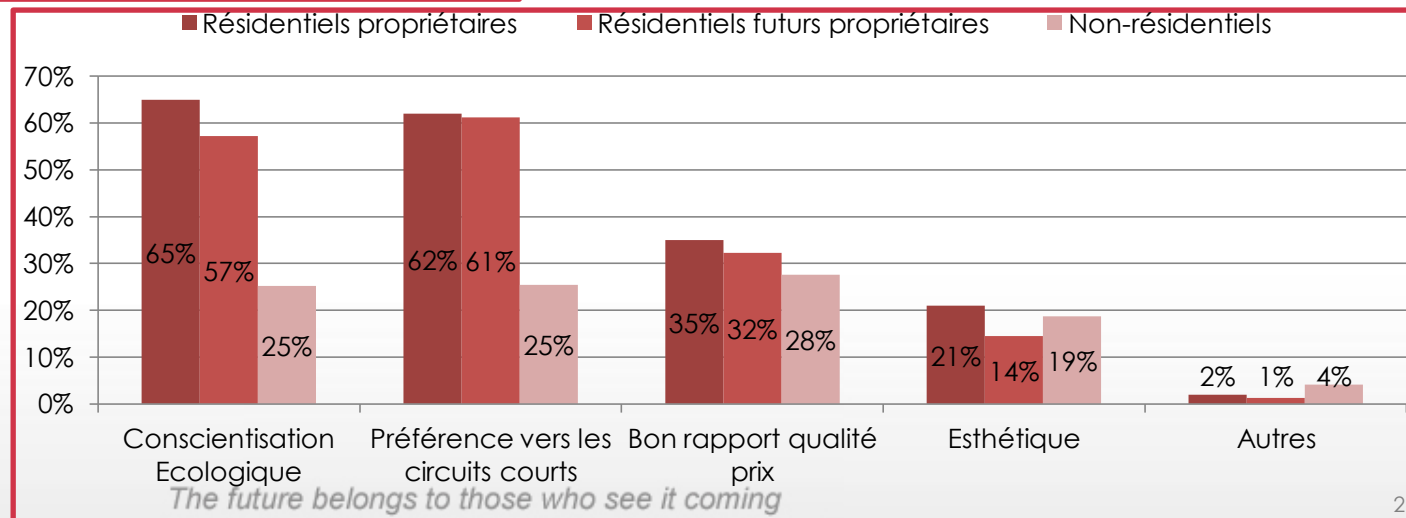
Etude quantitative – Attrait des essences locales



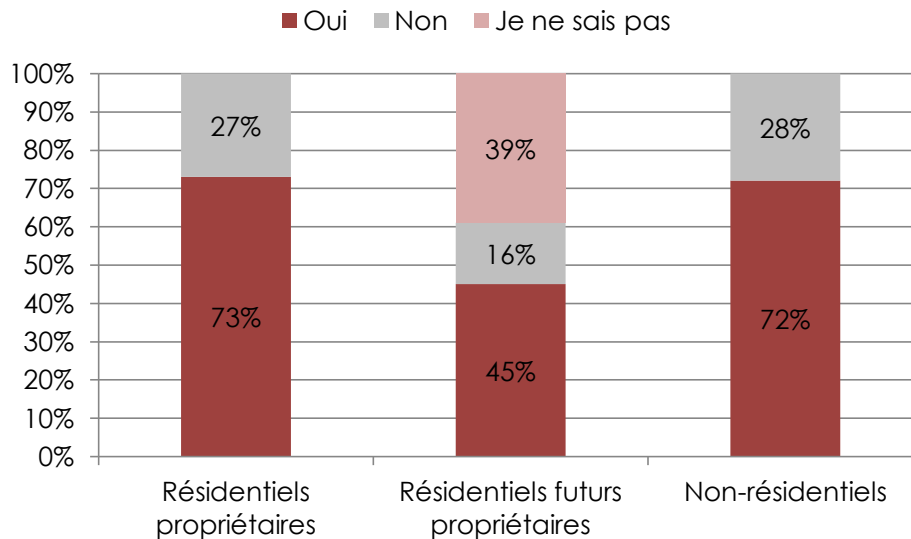
- Tendance positive partout mais plus marquée pour les terrasses résidentielles.
- Les craintes de durabilité sont la principale justification des réponses « non ».

▪ Les raisons du « oui » sont surtout l'écologie et la préférence vers les circuits courts pour les résidentiels.

▪ Les raisons sont beaucoup plus équilibrées pour les non résidentiels.



Etude quantitative – Traitements (essences indigènes)

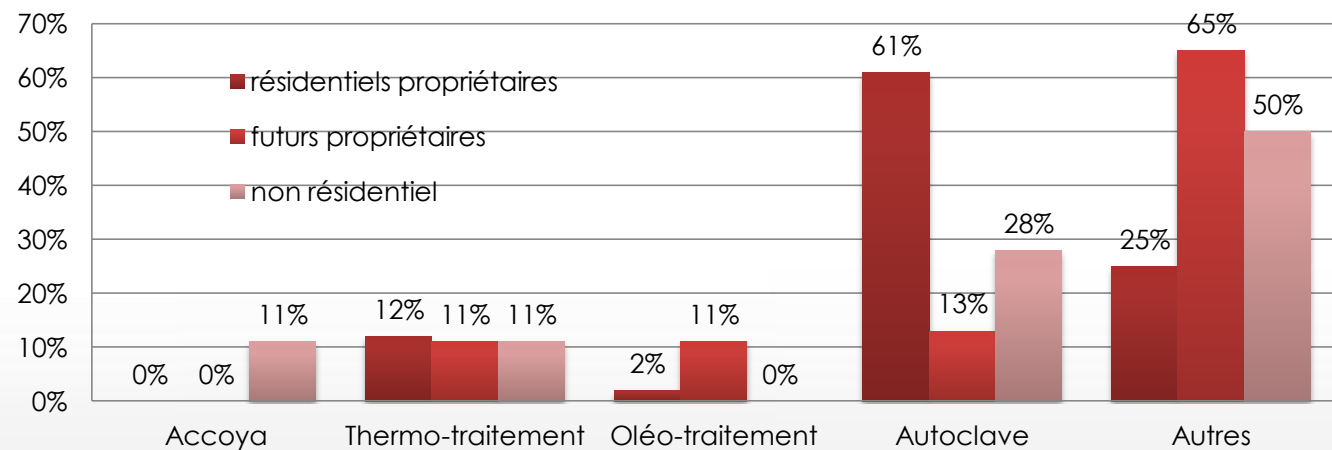


- Pas de différence notable entre résidentiel ou non résidentiel.
- Une part non négligeable de futurs propriétaires incertains (39%).

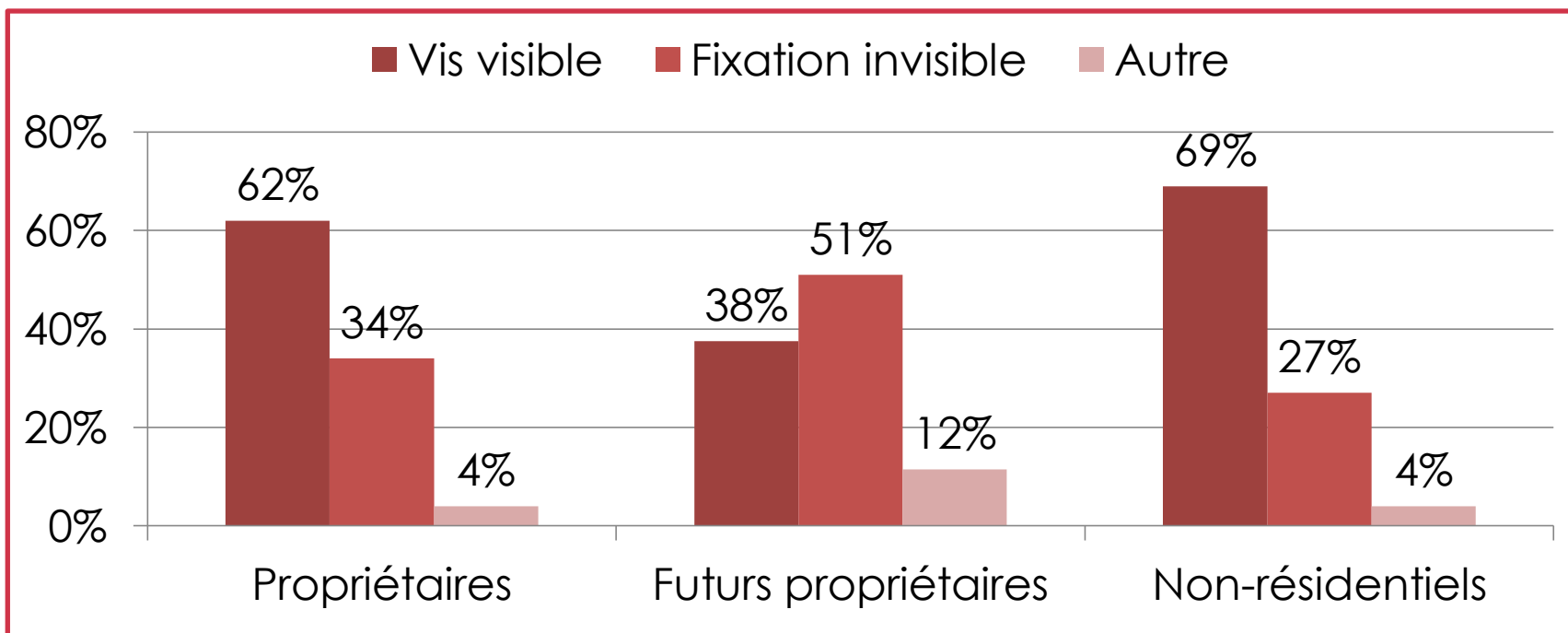
▪ L'autoclave est très utilisé par rapport aux autres traitements.

▪ « Autres » comprend les répondants qui ne se souviennent plus ou qui ne savent pas encore.

▪ Intérêt relatif des particuliers pour le type de traitement.



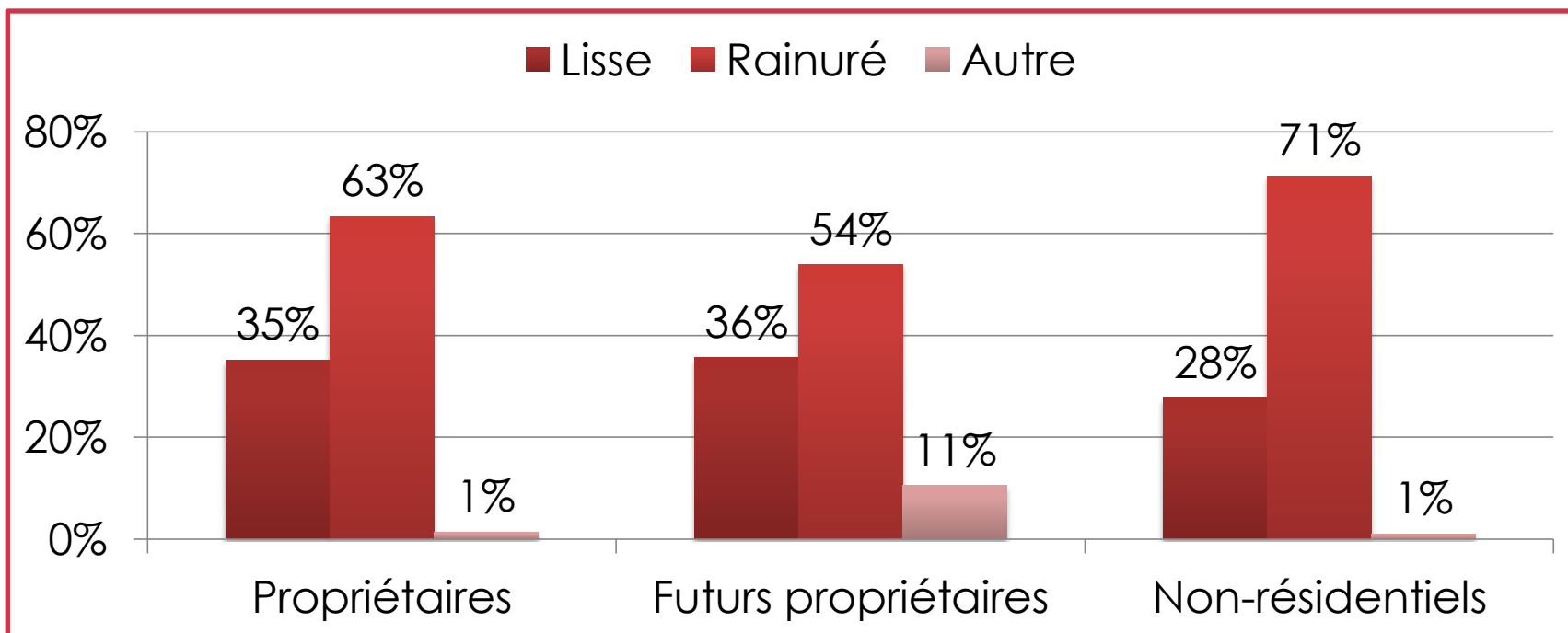
Etude quantitative – Fixation



- Prédominance des vis visibles chez les propriétaires et parmi les répondants non-résidentiels mais la tendance s'inverse dans les intentions futures puisqu'une majorité des futurs propriétaires souhaite utiliser des fixations invisibles.
- La part des « autres » (panneaux ou caillebotis) reste faible.
- Les motivations pour les vis visibles sont la facilité de mise en œuvre, le conseil ou l'absence d'autres systèmes disponibles. En revanche c'est l'esthétique qui est le plus souvent citée pour expliquer le choix en faveur des fixations invisibles.

The future belongs to those who see it coming

Etude quantitative – Profil



- Les profils de planches rainurés sont utilisés pour la majorité des terrasses même si cette tendance semble diminuer pour les futurs propriétaires.
- L'esthétique est le critère de choix principal, tant pour les profils rainurés que pour les planches lisses.
- En revanche, les profils rainurés sont choisis pour des raisons d'adhérence et de sécurité tandis que la facilité d'entretien justifie le choix pour les profils lisses.

Etude quantitative – Certification

Répondants propriétaires de terrasses

- **42%** des répondants ont déclaré avoir utilisé du bois certifié, **12%** ont répondu **non**, et **46%** ont répondu **je ne sais pas**. Cela démontre d'un intérêt assez limité pour l'origine des bois utilisés pour la terrasse.
- Cependant, cette affirmation doit être nuancée avec la question relative à la marque « produit wallon ».

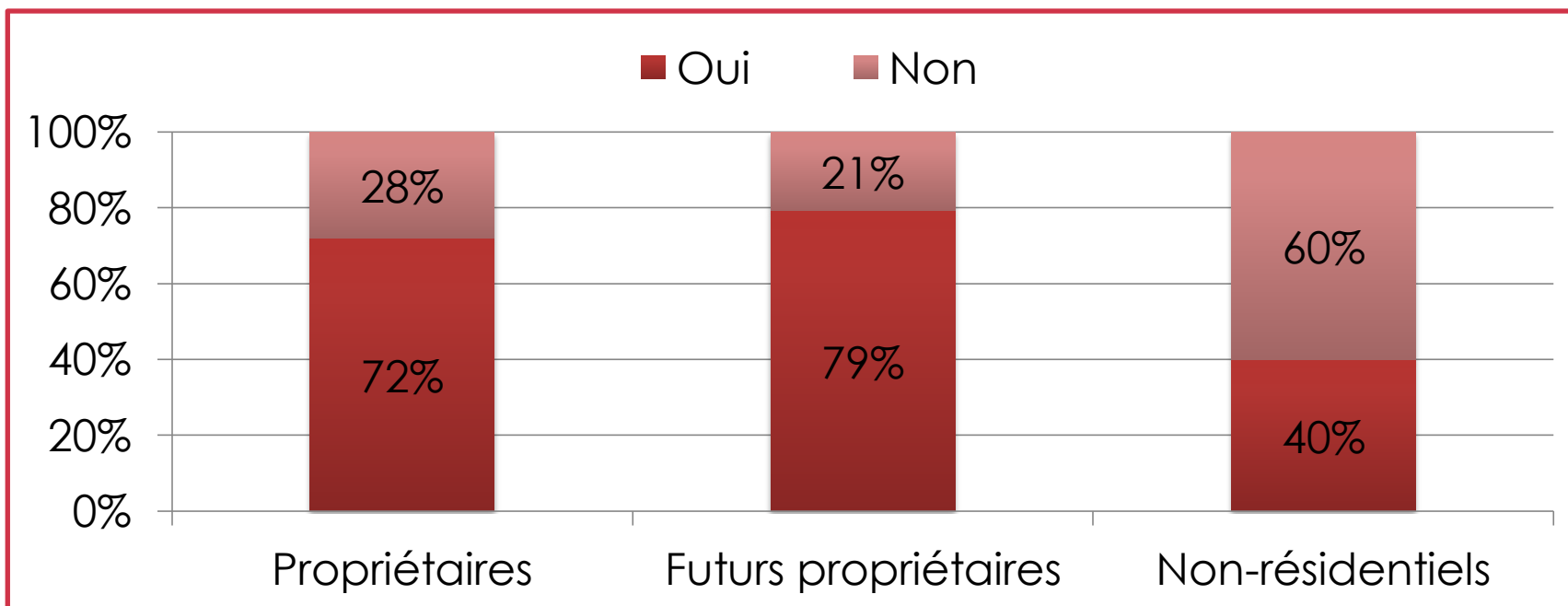
Répondants futurs propriétaires de terrasses

- D'une part, **41,40%** des personnes sondées affirment **ne pas savoir** ce qu'est un bois certifié.
- Une fois l'explication donnée, **près de 60%** des personnes interrogées souhaiteraient **utiliser du bois certifié** pour la réalisation de leur future terrasse. Cependant, une partie importante des interviewés (27,10%) est **indécise** quant à cette utilisation future.

Répondants non résidentiels

- Parmi les profils non-résidentiels, **57,4%** de ceux-ci ont affirmé ne pas savoir s'ils avaient utilisé du bois certifié pour la réalisation de leur terrasse.
- Ceci démontre un **manque de notoriété et de connaissance** de la certification.

Etude quantitative – Marque produit wallon



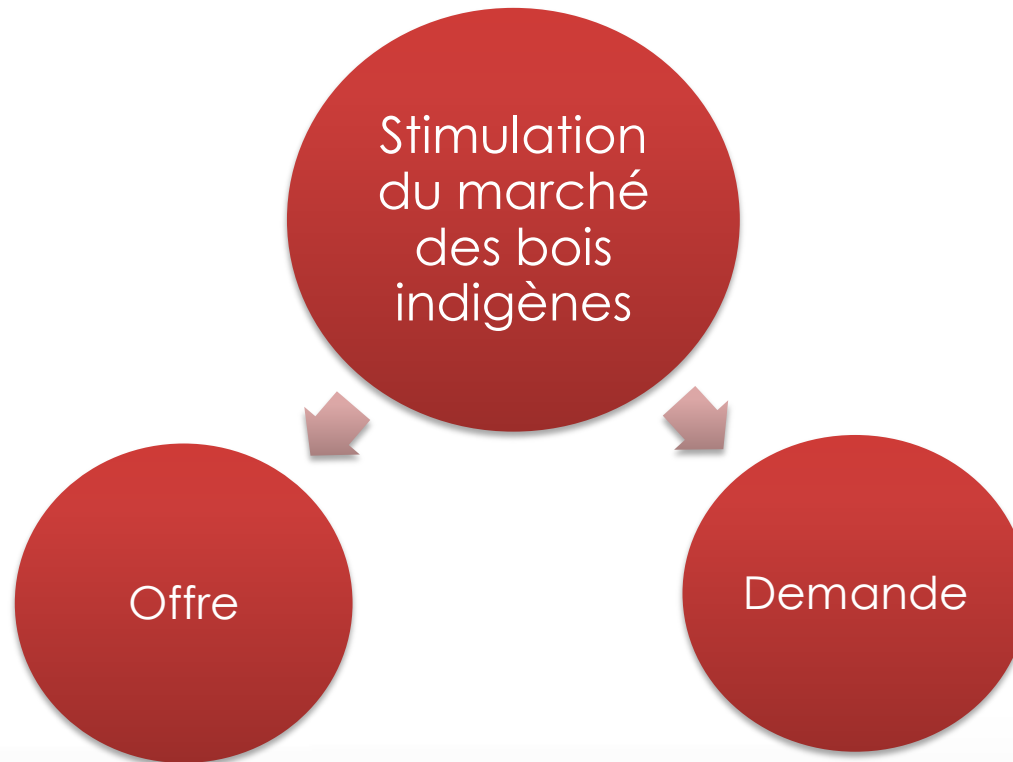
- La grande majorité des particuliers, propriétaires (72%) et futurs propriétaires (79%) de terrasses, ont indiqué qu'une marque « produit wallon » aurait influencé ou influencerait leur choix en faveur de ce label.
- En revanche, seul 40% des profils non-résidentiels ont indiqué qu'un tel label aurait influencé leur choix. Ce taux plus faible n'est cependant pas surprenant étant donné que les profils sondés (principalement l'horeca) sont plus sensibles aux considérations de rentabilité.

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- **Recommandations**
- Questions/Réponses



Recommandations



Recommandations: stimulation de la demande

1. Toucher les particuliers au travers d'Internet

- Source d'information prédominante
- Concerne également les réseaux sociaux

2. Promouvoir l'esthétique et l'avantage financier

- L'esthétique = critère de choix n°1
- Offre d'ouvrages
- Prix = avantage concurrentiel majeur

3. Améliorer l'image de la durabilité

- Informations très variées et souvent erronées
- Lier ces informations à la garantie et aux traitements de préservation
- Guide des essences wallonnes

Recommandations: stimulation de la demande

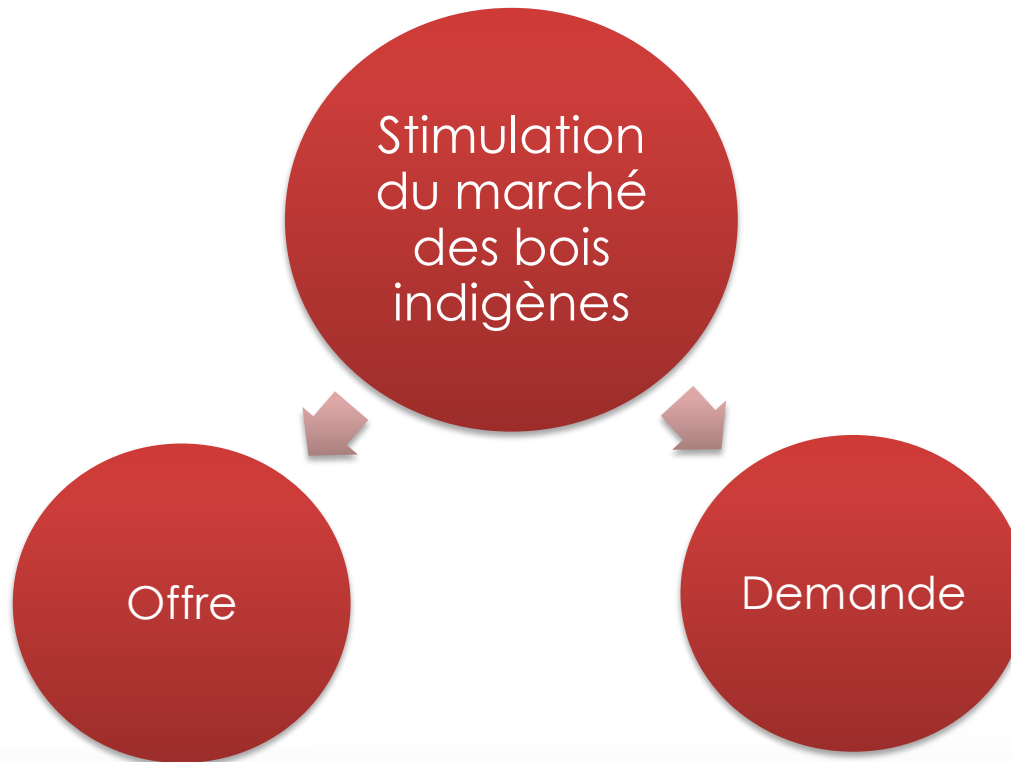
4. Promouvoir un modèle de terrasse

- Auto-construction
- Fixations invisibles

5. Promouvoir des nouveaux profils d'adhérence

- Plaintes dans le résidentiel et le non résidentiel
- Actuellement pas de garantie
- Encourager la demande grâce au développement de techniques en bois locaux dans ce domaine

Recommandations



Recommandations: stimulation de l'offre

1. Proposer des formations

- Sur différents types de traitements de préservation disponibles actuellement
- Manque de connaissances fiables

2. Informer sur l'importance de l'innovation

- Mêmes processus de production depuis des années
- Mise en avant des caractéristiques d'un marché en évolution

3. Ouvrages témoins et études scientifiques

- Manque de recul souvent cité
- Prouver la qualité des terrasses en bois indigène

Recommandations: stimulation de l'offre

4. Lancer une filière autonome de bois indigène

- Création d'une chaîne de production de terrasses « locales »
- Plus grande publicité
- Certains acteurs y sont déjà favorables
- Possibilité de développement d'une filière complète

5. Promouvoir une marque « produit bois wallon »

- Intérêt marqué des répondants
- Garantie de l'origine locale

6. Mettre en place des standards de garantie

- Lié à un DTU « bois indigènes »?
- Influencer le choix des particuliers
- Rassurer les professionnels

7. Mettre en place des incitants fiscaux

- Influencer les pouvoirs politiques
- Utilisation plus importante mais raisonnée des essences indigènes

Sommaire

- Contexte et objectifs de l'étude
- Etude qualitative
- Etude quantitative
- Recommandations
- Questions/Réponses



Questions/réponses

www.heccg.com