

# mouvements modernes

## Rapport intermédiaire « *Bois, Innovation, Design* »

portant sur la

**Recherche de nouvelles stratégies de valorisation des bois français  
en s'appuyant sur la création contemporaine  
en matière d'architecture d'intérieur et de design**



Date de parution : septembre 2012

Couverture : Banc, Eric Benqué & Denis Montel (RDAI), 2011 Photo © Bruno CLERGUE

Édition : Mouvements Modernes



Direction générale des politiques agricole, agroalimentaire et des territoires  
Service de la forêt, de la ruralité et du cheval  
Sous-direction de la forêt et du bois  
Bureau du développement économique

### **MARCHE DGPAAT-2011-076**

Recherche de nouvelles stratégies de valorisation des bois français en s'appuyant sur la création contemporaine en matière d'architecture d'intérieur et de design

**Avertissement :**

La méthodologie utilisée dans cette étude ainsi que les résultats obtenus relèvent de la responsabilité de Mouvements Modernes et n'engagent pas le Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (MAAF) qui a commandé cette étude. Les parties intérieures sont invitées, le cas échéant, à faire part de leurs commentaires au bureau du développement économique de la sous-direction de la forêt et du bois (MAAF / DGPAAT).



## **Les membres du comité de pilotage**

Didier Basset (MRP/DGCIS/bureau des matériaux du futur et des nouveaux procédés),

Michel Bouisson (Chargé des aides à la création, VIA),

Christine Colin (Ministère de la culture/Mission permanente d'inspection, de conseil et d'évaluation de la création artistique),

Pierrick Daniel (MAAF/DGPAAT/SFRC/SDFB/Chef du bureau du développement économique),

Charles Dereix, (MAAF/CGAAER),

Nicolas Douzain-Didier (Délégué général de la Fédération Nationale du Bois),

Evelyne Elary (MRP/DGCIS/Bureau Design Création et Ameublement),

Denis Feignier (MAAF/CGAAER),

Jean-Luc Guitton (MAAF/DGPAAT/SFRC/SDFB, adjoint au sous-directeur),

Jean-Emmanuel Hermès (Directeur général de France Bois Forêt),

Gérard Laizé (Directeur général du VIA),

Jean-François Lerat (ex MAAF/CGAAER),

André Richter (Directeur des programmes, FCBA),

Jean-François Serre (MRP/DGCIS/Chef du bureau Design Création et Ameublement),

Jean-François Stordeur (Délégué général de l'Unifa),

Lionel Tuillon (Pôle Fibres).



La conduite des entretiens et la rédaction du présent rapport ont été réalisées par la société Mouvements Modernes :

**MOUVEMENTS MODERNES**

7, Cité des écoles

75020 Paris

Tél. : +33 (0)1 45 08 08 82

Fax : +33 (0)1 45 08 01 02

<http://www.mouvementsmodernes.com>

**Représenté par :**

Sophie Mainier-Jullerot, directrice.

Célia Gras, collaboratrice.

**Remerciements**

Nous tenons à remercier l'ensemble des acteurs ayant participé à cette étude, tant pour leur disponibilité, que pour la qualité des informations qu'ils nous ont délivrées au cours des différents échanges.

Nous tenons en particulier à remercier les membres du Comité de Pilotage pour leur implication et les discussions et retours au cours des différentes réunions tout au long de ce projet qui témoignent de l'intérêt porté à cette étude.





## Objet du marché

Alors que la France possède le troisième patrimoine forestier de production de l'Union européenne (UE), la filière forêt-bois reste lourdement déficitaire dans la balance des échanges commerciaux (-6,4 milliards d'euros en 2011).

Afin de mieux mobiliser et valoriser les ressources forestières nationales, il convient d'agir sur la demande de bois, y compris en recourant à des secteurs utilisateurs de cette matière première qui, parfois, se sont orientés vers d'autres matériaux.

Si la valorisation des bois connaît des développements importants dans les domaines de la pâte à papier, de l'énergie et de la construction, il convient également d'explorer d'autres domaines qui ne consommeront pas des quantités importantes de bois mais auront un effet d'entraînement important sur la valeur ajoutée réalisée en France ainsi que sur l'image de ce secteur économique.

A côté des usages courants pour la construction, l'utilisation des bois français dans le haut de gamme de l'aménagement de la maison constituerait un gage de préservation des savoir-faire subsistant qui ont eu un rayonnement mondial jusque dans les années 1930 mais permettrait surtout de recréer, comme cela existe dans d'autres domaines de la mode, une «avant-garde» des usages des bois français.

Cette démarche devrait faciliter la reconnaissance par les consommateurs du caractère moderne de ces matériaux, issus des forêts françaises.

Le bois retrouve actuellement dans les écoles de design une place significative du fait de l'intérêt porté aux matériaux «naturel».

Cette étude, après concertation avec les professionnels, pourrait identifier de nouvelles pistes d'action en lien avec tous les acteurs intéressés.

Le principal objectif du présent marché est de créer de nouvelles filières de valorisation des bois français en s'appuyant sur la mise en relation de créateurs, engagés dans le luxe et/ou les lignes contemporaines, avec des entreprises susceptibles de fournir des produits semi-finis.

Enfin, il s'agit de réoccuper avec le bois le secteur du haut de gamme dans l'aménagement de la maison.

Ces actions participeront à la reconquête des marchés déficitaires de plus de 6 milliards d'euros en 2011. Elles doivent intéresser tous les acteurs de la filière depuis les producteurs de bois jusqu'aux consommateurs.



## Synthèse

**Troisième patrimoine forestier de l'Union Européenne** en termes de ressource, la forêt française se caractérise par une croissance constante alors que **la filière forêt-bois reste sous-exploitée** et déficitaire dans la balance des échanges commerciaux.

A l'heure actuelle, la valorisation du bois dans les domaines de la pâte à papier, l'énergie et la construction connaît un développement important alors que les champs de l'ameublement et de l'agencement intérieur restent peu explorés. **Le design et l'architecture d'intérieur** ont un rôle important à jouer dans la valeur ajoutée apportée à la filière bois par une **valorisation des essences françaises et des savoir-faire nationaux**.

Dans le cadre de l'étude, **cent-dix personnalités** de la filière de l'ameublement et de l'architecture d'intérieur ont été identifiées parmi les catégories suivantes :

- architectes d'intérieur,
- artisans / agenceurs,
- décorateurs,
- designers,
- écoles,
- éditeurs,
- maisons de luxe.

Sur la totalité des questionnaires envoyés, **cinquante-cinq ont été retournés** selon la répartition suivante :

- 50% des architectes d'intérieur,
- 1/3 des décorateurs,
- 80% des designers,
- 70% des artisans,
- 70% des éditeurs,
- 20% des écoles,
- 20 % des maisons de luxe

L'étude menée par Mouvements Modernes a permis :

- de réaliser un état des lieux de **la connaissance** qu'ont ces acteurs sur le matériau bois et la filière française
- de comprendre quelle était **leur utilisation** de ce matériau dans leurs activités professionnelles,
- **d'analyser leurs besoins et demandes** pour favoriser une exploitation de la ressource nationale,
- **d'identifier les actions** réalisées entre le secteur du bois et du design,
- de proposer des **axes de développement** et **des pistes d'action**.

L'analyse des réponses collectées a permis de mettre en avant les points suivants :

- Les filières du design et de l'architecture d'intérieur ont **une connaissance limitée** du matériau bois et des acteurs de la filière française.
- **Matériau naturel** de plus en plus prisé, le bois est très tendance dans nos intérieurs. Ses qualités esthétiques et singulières offrent des **possibilités créatives inédites** pour les professionnels des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.
- Un fort besoin d'avoir **un accès simplifié** aux ressources de la filière, quelles soient de matières premières et de techniques.
- Le désir de **participer à la recherche et aux développements** liés à la matière pour **innover** dans les applications.

- Dans un contexte social et économique où **le développement durable** et **l'éco-conception** sont mis en avant, les professionnels des filières du design et de l'architecture d'intérieur se sentent **très concernés** pour une exploitation des ressources locales.

A l'issue de cette étude, se dégagent quatre axes, associés à des pistes d'actions, porteurs de développements forts pour la filière bois française :

- **La communication, un enjeu majeur**

A travers cet axe de développement, il est envisagé d'avoir plusieurs pistes pour une meilleure diffusion de l'information sur les ressources, les transformations et le réseau de professionnels.

- Piste n°1 : créer des ponts entre les filières

A travers cette piste d'action, il serait opportun que la filière bois développe un **document résumant la chaîne de production, de transformation et de distribution du bois**. Il permettrait aux personnalités du design et de l'architecture d'intérieur de mieux comprendre la filière du bois.

- Piste n°2 : développer une plateforme web

Il est apparu qu'une grande majorité des personnalités interrogées ont retenu la création d'une plateforme web regroupant un inventaire des essences françaises, des produits issus de transformations et une liste des professionnels du secteur. L'objectif de celle-ci serait de créer le **premier centre de ressources « bois français » au niveau national**.

- Piste n°3 : avoir une forte présence dans les événements spécialisés

La filière bois pourrait se positionner sur **les événements du design et de l'architecture d'intérieur**, au travers d'actions que la filière bois pourrait mener comme par exemple, lors de la manifestation Paris Design Week ou le salon Maison & Objet. Toutes ces actions apporteraient **une plus grande visibilité** au secteur bois et permettraient qu'un **réseau** se tisse entre toutes les filières concernées. C'est au travers de ces actions que la valorisation des ressources françaises, qu'elles soient matière première ou industrie, pourrait se faire.

- **L'éco-conception, un enjeu de société**

Préoccupation sociétale, l'éco-conception est un **axe majeur** à développer en collaboration avec les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

- Piste n°1 : développer la recherche en collaboration avec les créateurs

Associer les entreprises avec les créateurs, qu'ils soient architectes ou designers, permettrait de développer une **démarche collaborative** visant l'amélioration constante. Le créateur apportera à l'entreprise une réflexion prospective, créative, adaptée à l'activité de chaque entreprise. L'éco-conception vient alors s'ajouter comme **un élément porteur de réflexion positive et source de créativité**.

- Piste n°2 : développer l'éco-certification

Cette piste d'action a souvent été évoquée par les personnalités du design et de l'architecture d'intérieur. Une réflexion reste à conduire sur la solution pouvant apporter aux consommateurs **une plus grande transparence** sur l'origine du matériau. La conscience collective pousse vers une consommation de plus en plus écologique et de nouveaux produits de consommation « propres » sont à créer, définir et surtout **à certifier**.

- Piste n°3 : initier des projets éco-conçus comme vitrine du bois français

Pour positionner la France sur l'éco-conception, il faut créer **une vitrine** présentant les **possibilités techniques et créatives** des entreprises françaises. C'est en initiant des projets « expérimentaux » que celle-ci se constituera de

prototypes, de nouvelles propositions pour nos intérieurs. C'est par la dynamique engendrée par l'association d'un designer, d'une entreprise et de matières premières locales que la France présentera des **caractéristiques attractives** dans la voie de l'éco-conception.

- **Création et innovation, un enjeu économique**

C'est grâce à l'innovation et à la création que la filière trouvera de nouveaux débouchés sur le marché national comme international.

• Piste n°1 : donner des solutions créatives aux entreprises

Les designers peuvent apporter des **solutions créatives, techniques et stratégiques** aux entreprises leur permettant de développer leurs activités sur un nouveau marché. Afin d'aider les entreprises à développer ce type de projets, il serait intéressant d'élaborer un système de **mise en relations** des différents acteurs.

• Piste n°2 : définir des actions pour une présence forte sur le marché international

Pour **valoriser sa matière première**, la filière bois doit définir **des actions fortes** sur le marché international en étant présente aux côtés des entreprises de l'ameublement français lors de salons ou de grands événements spécialisés, comme **le salon du meuble de Milan**. La forte valeur ajoutée de ces manifestations internationales permettrait au bois français **d'enrichir son image** en termes de qualité, d'innovation et d'adéquation avec les besoins et désirs de l'ensemble des acteurs internationaux.

- **Une formation optimale, une nécessité**

Il est essentiel que les futurs professionnels des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur reçoivent une formation complète et pointue sur le matériau bois et sa filière.

• Piste n°1 : permettre aux écoles spécialisées de fournir à leurs étudiants une formation pointue sur le matériau bois

La filière bois doit réfléchir à la mise en place de « formations » à destination de l'ensemble des étudiants du design et de l'architecture intérieur. Celles-ci permettraient **d'améliorer la connaissance** de ces futurs professionnels sur le matériau bois et sa filière (production, transformation, distribution), mais également de leur **communiquer** les développements et les recherches en cours. A titre d'exemple, le CNDB avait, il y a 20 ans, fait une intervention auprès des écoles d'architecture afin de sensibiliser les étudiants à l'emploi du bois dans la construction. D'autres types d'actions pourraient voir le jour comme par exemple organiser **un concours** pour les écoles. Il serait très valorisant pour la filière bois française qu'une telle initiative puisse voir le jour car ces expériences apportent **visibilité, créativité, et valorisation** d'un matériau et de ses applications.

• Piste n°2 : créer des collaborations entre les secteurs afin de permettre à tous de participer à la recherche

**Créer des ponts** entre les secteurs afin de permettre à tous de participer à la recherche et au développement du matériau s'avère essentiel. C'est aussi **au contact des professionnels** que la formation est possible. Cette mise en relation peut exister au sein des écoles mais également entre ingénieurs et créateurs, ou encore entre transformateurs et créateurs.

Ces collaborations seront riches d'informations pour les uns et les autres mais aussi **permettront d'innover** dans les procédés de fabrication, dans le développement d'applications, et dans beaucoup d'autres domaines de recherches.



## **SOMMAIRE**

<b><u>1. CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE</u></b> .....	17
1.1. CONTEXTE DE L'ÉTUDE .....	17
1.2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE .....	19
1.3. DÉMARCHE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE .....	21
1.3.1. Démarche de l'étude .....	21
1.3.2. Méthodologie de l'étude .....	23
<b><u>2. LE SECTEUR DESIGN : RESULTAT DE L'ETUDE ET ANALYSE</u></b> .....	25
2.1. INTRODUCTION .....	25
2.1.1. Les personnalités interrogées .....	25
2.1.2. Quelques chiffres .....	27
2.2. LEUR CONNAISSANCE DU « BOIS FRANÇAIS » .....	28
2.2.1. Les essences .....	28
2.2.2. Les forêts .....	31
2.3. LEUR UTILISATION DU BOIS .....	33
2.3.1. La matière première : essences, transformations .....	33
2.3.2. Leurs produits « bois » .....	36
2.3.3. Le choix du matériau .....	38
2.3.4. Les raisons de leur utilisation du bois .....	41
2.3.5. Leurs besoins .....	44
2.4. LEURS FOURNISSEURS .....	45
2.4.1. Typologie des fournisseurs .....	45
2.4.2. La provenance .....	49
2.4.3. Leurs attentes envers leurs fournisseurs .....	50
2.5. LEURS BESOINS ET DEMANDES.....	53
2.5.1. Une offre plus accessible .....	53
2.5.2. Des matériauthèques, de l'innovation .....	55
2.5.3. Des événements promotionnels .....	58
2.5.4. Leurs demandes .....	60
<b><u>3. SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS</u></b> .....	62
3.1. LA COMMUNICATION, UN ENJEU MAJEUR.....	63
3.2. L'ECO-CONCEPTION, UN ENJEU DE SOCIETE.....	66
3.3. CREATION ET INNOVATION, UN ENJEU ECONOMIQUE.....	70
3.4. UNE FORMATION OPTIMALE.....	73

<b>4. CONCLUSION</b> .....	76
<b>5. ANNEXES</b> .....	80
5.1. LISTE DES PERSONNALITES INTERROGEEES .....	80
5.2. MODELE DU QUESTIONNAIRE .....	83
5.3. RETRANSCRIPTION DES ENTRETIENS .....	92
5.4. LISTE DES ORGANISMES DE LA FILIERE DESIGN .....	112
5.5. LISTE DES ORGANISMES DE LA FILIERE BOIS.....	115
5.6. LISTE DES EVENEMENTS, ASSOCIATIONS POUR LA PROMOTION DU BOIS FRANÇAIS A TRAVERS LE DESIGN.....	120
5.7. BIBLIOGRAPHIE.....	122



# 1. CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

## 1.1. CONTEXTE DE L'ÉTUDE

La filière bois française représente une opportunité majeure pour la France. Troisième forêt au niveau européen en termes de ressources, la forêt française est très diverse, 128 essences répertoriées à ce jour, très productive, 85 million de m<sup>3</sup> à l'année<sup>1</sup> et en constante expansion.

Malgré cela, on assiste à une sous-exploitation de cette ressource ainsi qu'à l'existence d'un déficit de la balance commerciale de la filière bois.

La filière bois française constitue un axe majeur de développement économique ainsi que l'illustre le nombre de rapports édités ces dernières années. Malgré ces rapports, la forêt française, troisième au niveau européen en termes de ressources, reste pourtant le deuxième poste du déficit extérieur.

Le constat des faiblesses de la filière bois française est établi de longue date sans que des changements majeurs ne soient parvenus à inverser la situation. La sous-exploitation de la forêt et le besoin d'une intervention des pouvoirs publics ont été notés à plusieurs reprises. Malgré nombre d'initiatives, tant au niveau national que régional, la dynamisation de la filière peine à faire ses preuves.

Les premières constatations mettent en avant différents facteurs apportant la preuve d'une réelle difficulté de mise en place d'actions de développement pour la filière : une forte diversité des acteurs, des activités/productions très diverses ne dialoguant pas entre elles, un manque de coordination ou de vision commune, un marché européen et international complexe, des acteurs européens plus actifs, compétitifs sur le marché, un manque de communication sur la filière auprès d'autres secteurs d'activité, ... .

C'est dans ce contexte que le Bureau du développement économique de la Sous-direction de la forêt et du bois du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt appréhende les différentes possibilités de développement de cette filière. Parmi les pistes de développement envisagées, celle de nos intérieurs, à savoir l'aménagement de nos maisons comprenant l'architecture intérieure ou agencement et l'ameublement mérite d'être approfondie.

L'histoire des arts décoratifs en France montre en effet un lien très fort avec l'utilisation du bois dans la grande tradition de l'ébénisterie. De grands créateurs français des années 1920-1930 tels que Jean-Michel Frank, Pierre Chareau, Paul Dupré Lafon, ont su mettre en valeur ce matériau par l'aménagement d'intérieurs (exceptionnel travail de boiseries) et la réalisation de meubles d'exception.

Après quelques années d'oubli suite à l'explosion de nouvelles technologies, à la découverte de nouveaux matériaux dans les années 1990 et 2000, le bois, matière première naturelle et ancestrale, revient sur le devant de la scène... Trop longtemps relégué au mobilier dit rustique, il se fait aujourd'hui authentique, subtil, essentiel... Couplé avec d'autres matériaux comme l'acier ou le marbre, il insuffle de la chaleur, amène un équilibre... Il est aussi sublimé par des designers, des artisans qui le valorisent, affirmant sa dimension de pièce unique car chaque bois à sa propre histoire... .

Les tendances de ces deux dernières années mises en avant au travers de différents événements comme les salons, les expositions, ou encore dans les magazines de

---

<sup>1</sup> Moyenne pondérée de la production biologique brute annuelle sur la période 2001-2009 (source : IGN – Service de l'inventaire forestier statistique).

décoration, font état d'un retour important du matériau bois dans la création contemporaine pour nos intérieurs. Le magazine Ideat a publié en juin 2012 un numéro spécial « 100% Green 100% Design » où le matériau bois apparaissait à de nombreuses reprises au fil des sujets développés. De même, le grand salon international du meuble de Milan en 2011 faisait état d'une forte utilisation par les designers du matériau bois sous toutes ses formes comme le présente ce document tendance illustré ci-dessous.



Les besoins des acteurs de la filière de l'ameublement et de l'architecture d'intérieur sont donc aujourd'hui multiples. De nouveaux produits bois, innovants ou existants, sont à penser, à développer, à créer, pouvant apporter de nouvelles possibilités créatives pour nos intérieurs.

Le dynamisme de la scène « design » pourrait entraîner avec elle la filière bois et ainsi favoriser une valorisation du bois français au niveau national voire international.

## 1.2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Cette étude, réalisée en concertation avec les professionnels, vise à identifier de nouvelles pistes d'action en lien avec tous les acteurs intéressés.

Il s'agit, ici, de réoccuper avec le bois les filières à valeur ajoutée de l'aménagement de la maison, depuis l'agencement jusqu'au mobilier.

Cette étude constitue également l'occasion de déterminer les points faibles, les inconvénients de ce matériau pour les acteurs du secteur de la création contemporaine en matière d'architecture d'intérieur et de design, et d'y remédier. De cette analyse, doit émerger des propositions concrètes visant à envisager de nouvelles stratégies de développement.

Ce dont ces différents secteurs d'activité ont besoin, c'est d'un médiateur, celui-ci mettant l'ensemble des acteurs en relation car l'objectif final de cette étude est bien de permettre la mise en place de projets, d'actions réelles, de pôles afin de faire émerger, des initiatives, facteurs de développements économiques.

Enfin, il convient de ne pas négliger avec cette étude les conséquences des possibles stratégies mises en place sur le développement du secteur bois français à l'international. En effet, les designers, les écoles, les petits éditeurs français, pour ne citer qu'eux, sont présents dans de nombreux salons à l'international comme par exemple le Salon du Meuble de Milan, le plus grand salon international de ce secteur. Ces salons bénéficient d'une audience très internationale et des acheteurs américains, asiatiques et européens y font leur marché. C'est grâce à la présence de nos acteurs français dans ces événements que la promotion à l'international du bois français peut être concrétisée et ainsi apporter au secteur de nouveaux clients internationaux.

Les principaux objectifs de l'étude sont les suivants :

- Réaliser un état des lieux de l'utilisation du matériau bois par les acteurs des filières de l'aménagement intérieur et de l'ameublement, de la place du matériau dans leur création, de la quantité utilisée, ... .
- Analyser les besoins, les demandes des filières de l'aménagement intérieur et de l'ameublement quant à leur utilisation du bois dans les différents secteurs d'activité.
- Identifier les actions « bois + design » existantes et analyser les résultats de ces actions.
- Déterminer les facteurs ne permettant pas une mise en valeur dynamique de la richesse de la filière bois française.
- Identifier, proposer des actions pouvant être mises en place pour une meilleure valorisation de la matière auprès des acteurs des filières de l'aménagement intérieur et de l'ameublement.

Les deux axes concernant le marché et la demande seront donc considérés, l'objectif étant de faire correspondre l'offre disponible et la demande des acteurs et de permettre un développement économique mais également une valorisation de l'image de la filière bois auprès des professionnels des secteurs de l'architecture d'intérieur et du design.

Dans le cadre de cette étude, plusieurs définitions doivent être précisées :

→ *Territoire* : seule la France métropolitaine a été considérée dans le champ de l'étude en ce qui concerne les acteurs interrogés. Par contre, pour les essences identifiées dans le cadre de cette étude, celles que l'on trouve en Guyane ont été notifiées auprès des acteurs sollicités.

→ *Définition du mot « bois »* : on entend par « bois » la matière première brute ou ayant subi une ou plusieurs transformations à savoir, les bois massifs, contreplaqués marines (okoumé), contreplaqués résineux, contreplaqués feuillus tempérés, panneaux de particules (contrecollés), panneaux de particules (mélaminés, stratifiés), panneaux de fibre (MDF), placage.

→ *Essences* : Dans le cadre de cette étude, les essences référencées sont issues de données transmises par différentes sources (Bois de France, FCBA, ...). Il s'agit de la ressource présente en forêt aujourd'hui. Les essences de France métropolitaine et de Guyane ont été listées.

→ *L'architecture d'intérieur* : L'architecture d'intérieur procède des arts décoratifs comme de l'architecture. Elle mène l'architecture à son terme, dans les détails rationnels et esthétiques, en jouant avec les espaces, la lumière, la couleur, le mobilier, les équipements, les objets et l'individualité de l'occupant, afin de créer des lieux non seulement opérationnels et confortables, mais aussi reflétant la personnalité du commanditaire. L'architecture d'intérieur est un secteur regroupant différents acteurs, l'architecte d'intérieur, le décorateur et tous les intermédiaires pour la conception des différents éléments composant les intérieurs créés.

→ *Définition du mot « design »* : Le design est une activité créative qui, à partir d'une idée ou d'une invention, donne naissance à un produit ou à un service. Cette discipline tient autant du matériel que du sensible. On pourrait aussi dire que le design, c'est l'art de répondre de manière innovante à une question ou à un problème posé, avec des réponses différentes selon le style et les codes des designers interrogés, dans le but d'améliorer la qualité de vie des nos contemporains.

Dans le cadre de cette étude, nous avons interrogé des designers de produits, concepteurs et créateurs d'objets et de produits de petites ou grandes séries allant du mobilier aux objets décoratifs jusqu'aux produits issus de nouvelles technologies.

→ *Définition du mot « qualité »* : La qualité est un attribut, un caractère, un état, une nature, une propriété. A travers ce rapport, ce terme est utilisé pour nommer les qualités propres au bois : esthétiques, environnementales, structurelles, fonctionnelles.

## 1.3. DÉMARCHE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

### 1.3.1. Démarche de l'étude

L'étude s'est déroulée, dans un premier temps, en six phases sur une durée de huit mois, entre février 2012 et septembre 2012 sous l'égide d'un Comité de Pilotage:

Phase 1 : Lancement et délimitation du champ de l'étude (février-mars 2012)

- Définition du contexte et des objectifs de cette étude.
- Délimitation du champ de l'étude.
- Définition des différents acteurs à solliciter pour les filières bois, architecture d'intérieur et design.
- Constitution de la liste des essences françaises à communiquer.

Phase 2 : Ecriture des questionnaires et guides d'entretiens (mars 2012)

- Elaboration du questionnaire à soumettre aux différentes personnalités interrogées.
- Rédaction du guide d'entretien pour la conduite des interviews.

Phase 3 : Lancement de l'enquête auprès des acteurs identifiés lors de la phase 1 (avril-juin 2012)

- Envoi des questionnaires par courrier et par email aux personnalités des filières bois, architecture d'intérieur et design.
- Prise de rendez-vous avec les personnalités à interroger dans le cadre d'un entretien oral.

Phase 4 : Rencontres avec différentes personnalités de la filière bois (juillet 2012)

- Prise de rendez-vous avec différentes personnalités de la filière bois comme le président de FBF, le président des IRB, le président FBIE.

Phase 5 : Analyse des questionnaires reçus (juillet 2012)

- Etablissement de la grille de lecture, d'analyse des questionnaires reçus.
- Retour de tous les questionnaires renseignés.
- Exploitation des questionnaires.

Phase 6 : Rédaction du rapport intermédiaire (août-septembre 2012)

- Elaboration d'un sommaire détaillé.
- Ecriture et finalisation du rapport intermédiaire.

La mission prévoit, dans un second temps, la conception et l'organisation d'une journée de séminaire, comme un événement fort de mise en relation des filières intéressées.

Juillet 2012 : Conception de la journée de séminaire

- Fixation de la date de tenue du séminaire.
- Conception du contenu de la journée (interventions, tables-rondes, etc...).
- Détermination des intervenants, participants.
- Envoi d'un « Save the date » avec l'annonce du programme de la journée.

Septembre 2012 : Organisation de la journée de séminaire

- Envoi de la lettre d'inscription à la journée de séminaire.
- Rencontre avec tous les participants pour préparer leurs interventions.

Octobre-novembre 2012 :

- Tenue du séminaire, le 2 octobre 2012
- Ecriture du rapport final suite à la journée de séminaire

## 1.3.2. Méthodologie de l'étude

La méthodologie mise en place pour cette étude a permis dans un premier temps de définir le cadre de l'étude, puis de l'enquête. Dans un second temps, c'est par l'analyse des éléments reçus que la rédaction de ce rapport a pu être réalisée.

Voici ci-dessous les différentes étapes ayant fait aboutir cette étude :

→ Une typologie des différents secteurs de la création contemporaine en architecture d'intérieur et en design a été dans un premier temps établie. Une liste d'une centaine de personnalités pour chacun de ces secteurs fut validée par le comité de pilotage. Ces secteurs sont les suivants :

### Le secteur design

#### ▪ *les designers*

Utilisation du bois tant pour les projets avec des éditeurs industriels (process de fabrication industrialisée) que pour les commandes particulières (process de fabrication artisanale). Les designers sont la source de création en terme de mobilier, d'objets, il est donc essentiel de porter à leur connaissance toutes les essences issues des forêts françaises, leurs propriétés et le réseau de professionnels pouvant les aider à la bonne utilisation de ce matériau.

#### ▪ *les éditeurs de meuble français*

De nombreuses maisons d'éditions comme Moustache, Specimen, Petite Friture,..., se sont développées ces deux dernières années et connaissent un succès grandissant. Elles travaillent à la réalisation de moyennes séries (une centaine d'exemplaires par meuble ou objet) dessinées par de jeunes designers et fabriquées avec un process artisanal. Ces PME sont des acteurs importants de la création contemporaine française en matière de design.

### Le secteur de l'aménagement intérieur

#### ▪ *les architectes d'intérieur*

Comment les architectes intègrent-ils ce matériau dans nos intérieurs, dans leurs projets pour des sociétés (showroom / magasin, ...) ?

#### ▪ *les décorateurs*

Les décorateurs, par leur métier, sont au plus près des demandes des particuliers, des hôtels, ... . Ils connaissent les goûts et les envies de notre époque. Pour autant, le rôle des hôtels est important car ces espaces constituent des vitrines pour la création contemporaine par leurs fortes actions de communication, notamment au travers des nombreux articles qu'ils suscitent.

### Le secteur des métiers d'art

#### ▪ *les ébénistes*

Où se fournissent-ils ? Comment présentent-ils leur matériau de prédilection à leurs clients, designers, architectes d'intérieur, ... ? Les ébénistes ont très souvent un rôle de conseil en ce qui concerne la matière première auprès des designers. Il est donc nécessaire qu'ils aient connaissance de toutes les possibilités qu'offrent les bois français.

### Le secteur des écoles d'arts décoratifs / de design

#### ▪ *les enseignants comme les étudiants*

Quelle place le travail du bois tient-il au sein des écoles spécialisées dans les arts décoratifs ? La dernière exposition au Via (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement-Paris) présentant les meilleurs projets d'étudiants des 18 écoles de design en France montre une prédominance du bois dans les matériaux utilisés.

Il apparaît donc important de porter à la connaissance de ces futurs designers et artisans les nombreuses ressources issues des forêts françaises.

### Le secteur du luxe

Beaucoup de maisons de luxe ont développé des pôles liés à nos intérieurs comme par exemple Hermès qui a lancé sa première collection lors du dernier Salon du meuble à Milan ou encore Louis Vuitton Malletier qui a conçu cette année une collection de meubles « pour le voyage ». Ceci montre bien que ces grandes maisons attachées à l'accessoire par leur histoire portent un fort intérêt à l'intérieur de nos maisons et donc aux meubles.

Comment ces maisons du luxe français, étant à la recherche de matériaux nobles et précieux pour leurs créations, trouvent-elles les essences nécessaires à leurs productions ? Que recherchent-elles dans les matériaux utilisés ?

Pour chacun de ces secteurs, des personnalités ont été interrogées afin d'obtenir les éléments nécessaires au développement de l'étude.

→ Une liste des essences issues des bois français (y compris la Guyane) a été conçue, incluant des essences oubliées ou peu utilisées. Les différents traitements de ce matériau seront également listés, permettant ainsi une meilleure connaissance des techniques de transformation du bois.

→ Un questionnaire et un guide d'entretien ont été rédigés. Suivant les partenaires, un entretien physique, un entretien téléphonique ou une relation postale ont été mises en place. Ce questionnaire, qui a permis de faire état dans un premier temps de l'utilisation du bois dans les différents secteurs déterminés, a été source de propositions en vue d'actions de développement de la filière bois.

→ Selon une grille d'analyse préalablement établie, les données recueillies ont permis la rédaction de ce rapport intermédiaire.

→ Des rencontres ont été organisées avec différentes personnalités de la filière bois afin de les interroger sur leur connaissance du secteur design, leurs besoins quant à de possibles collaborations futures.

Ont donc été rencontrés plusieurs responsables des organisations suivantes:

- L'Office National des Forêts,
- Plusieurs Interprofessions régionales,
- FCBA,
- France Bois Forêt,
- La Fédération Nationale du Bois,
- Ecole Supérieure du Bois à Nantes,
- France Bois Industries Entreprises.



## 2. LE SECTEUR DESIGN : RESULTAT DE L'ETUDE ET ANALYSE

### 2.1. INTRODUCTION

#### 2.1.1. Les personnalités interrogées

Les secteurs de l'architecture d'intérieur et du design sont composés de différentes activités:

- Architectes d'intérieur
- Décorateurs
- Designers
- Artisans / Agenceurs
- Editeurs de mobilier
- Ecoles d'arts décoratifs et de design
- Le secteur du haut de gamme, du luxe

Pour chacun de ces secteurs d'activité, les personnalités à interroger ont été choisies selon des critères géographiques, d'activité, de notoriété, d'intérêt pour le matériau bois (cf Annexe 5.1, la liste complète des personnalités).

Les architectes d'intérieur ont été retenus dans le panel de personnalités à interroger. La liste établie comprend 10 architectes ou agences essentiellement recensés dans la région Ile-de-France. Pour leurs activités, ces professionnels créent des bureaux ou agences composées de plusieurs architectes d'intérieur, d'ingénieurs et de responsables des matériaux. Nous avons donc eu le plus souvent affaire à ces responsables des matériaux pour leurs bonnes connaissances du sujet et de l'utilisation qui en est faite sur les projets développés par l'agence.

Les architectes travaillent au sein de leurs projets tout autant l'agencement intérieur que la conception de mobilier.

Quatorze décorateurs influents ont été sollicités dans ce secteur d'activité. Ceux-ci sont au plus près des tendances, des demandes des particuliers en ce qui concerne l'aménagement de leurs intérieurs. Leur mission est de penser, déterminer le mobilier et les éléments décoratifs d'un intérieur (un appartement, une maison, un hôtel ou encore un magasin). La mise en valeur ou en évidence d'un matériau est une part importante de leur travail. Tous les décorateurs interrogés ici exercent leurs activités en France mais sont également amenés à travailler sur des chantiers partout dans le monde. S'ils sont recherchés, c'est pour ce « goût à la française » que les Américains, notamment, apprécient tout particulièrement.

La liste des designers se révèle être la plus importante car ils sont à l'origine de la création. Vingt-quatre personnalités basées dans toute la France ont été sélectionnées, représentant différentes générations de créateurs, à savoir des designers confirmés et expérimentés et des jeunes talents français sortant des écoles. Cette différence générationnelle permet d'avoir un regard sur les 20 dernières années de création en France et ainsi de bien comprendre les évolutions dans les pratiques créatives. La plupart d'entre eux travaillent le bois avec une importance plus ou moins grande, ce qui a également permis d'avoir des réponses quant à leur utilisation des matières.

Parmi les artisans, ont été associés les ébénistes avec les agenceurs même si, très souvent, les agenceurs sont ébénistes de formation. Dix-neuf personnalités ont été sollicitées avec une localisation assez équilibrée sur le territoire français. Les artisans sont au cœur de la création car ils travaillent autant avec les designers qu'avec les architectes d'intérieur et décorateurs. Ils ont également pour la plupart une activité de création propre. Du fait de leur

formation, leur matériau de prédilection est le bois. Ils s'avèrent donc de bons promoteurs de ce matériau auprès des différents acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design.

Une bonne diffusion, commercialisation des meubles contemporains ne peut se faire sans les éditeurs de meubles, leur rôle étant de commander des meubles à des designers et de les produire puis de les commercialiser. Depuis 3 à 4 ans, plusieurs petites sociétés françaises d'édition de meubles et d'objets se sont créées et connaissent un succès grandissant. Beaucoup d'entre elles donnent la part belle au matériau bois et il est intéressant de bien comprendre comment ce matériau fait partie intégrante de leur philosophie. A ce titre, 18 sociétés, de tailles plus ou moins importantes, ont été interrogées.

Les lieux de formation des futurs designers et architectes d'intérieur se révèlent d'une importance primordiale pour donner le meilleur apprentissage possible du travail de la matière. En ce sens, les écoles spécialisées d'arts décoratifs et de design ainsi que les filières spécialisées intégrées aux lycées, sont pour cette étude une niche d'informations importantes. Vingt écoles, basées à Paris comme en province, ont été sollicitées pour mesurer leurs connaissances, leurs utilisations de ce matériau, et enfin la manière dont ils forment leurs élèves sur ce matériau.

Enfin, il semblait important d'interroger également quelques maisons de luxe françaises (5 au total) qui développent depuis deux ans des collections tournées vers la maison, comme Hermès ou encore Pleyel. Ces maisons proposent du haut de gamme et sont donc les vitrines de produits de très haute qualité fabriqués pour la plupart en France. Les solliciter dans le cadre de cette étude, permet entre autres de mesurer l'influence en termes d'image, de valorisation de la matière première, que ces maisons pourraient apporter à la filière bois.

## 2.1.2. Quelques chiffres

Pour cette étude, 110 personnalités (tous secteurs d'activité confondus) ont été interrogées et 55 questionnaires ont été retournés renseignés.

Douze personnalités enquêtées ont refusé de répondre au questionnaire pour diverses raisons :

- pas d'intérêt pour le sujet,
- pas le temps,
- pas d'utilisation du bois dans leurs activités.

Ainsi, les niveaux de retours de questionnaires renseignés par catégories de métiers sont les suivants :

- 50% des architectes d'intérieur,
- 1/3 des décorateurs,
- 80% des designers,
- 70% des artisans,
- 70% des éditeurs,
- 20% des écoles,
- 20 % des maisons de luxe

Il apparaît au regard de ces chiffres que ce sont les designers qui ont été le plus mobilisés pour répondre au questionnaire<sup>2</sup>. En effet, ils se sont tous sentis très concernés par cette question et très demandeurs pour l'obtention de plus d'informations concernant la filière bois française. Cela témoigne de la place importante qu'occupe le bois dans la création contemporaine en France.

Les artisans et les éditeurs de mobilier ont également largement répondu. Les artisans sont, pour leur part, très favorables à un développement, une valorisation des ressources françaises, et les éditeurs, quant à eux, souhaitent pouvoir plus facilement développer des produits « made in France » car ce phénomène a un fort retentissement commercial pour leurs activités. D'où une implication assez forte de ces deux secteurs d'activité.

Quant aux architectes d'intérieur, ils ont manifesté un intérêt moindre car leurs clients s'interrogent très peu sur la provenance des matériaux utilisés et il s'agit plus d'une philosophie d'agence qui n'est pas essentiellement basée sur le matériau bois. Par ailleurs, les décorateurs n'ont que très peu porté d'intérêt à cette étude. Pour leurs projets, l'esthétique prime sur tout autre questionnement, et le goût du client prévaut avant tout.

Les écoles ont malheureusement été très peu à l'écoute de ce projet d'étude, ceci étant dû à un problème de disponibilité (périodes de vacances et d'examens répétées). D'autre part, mis à part les administrations, le corps enseignant de ces écoles est composé de professionnels qui ne sont que très peu présents au sein de l'établissement.

Enfin, la faible mobilisation des maisons de luxe peut s'expliquer par une volonté de confidentialité de leurs projets plutôt que d'un désintérêt.

Dans l'ensemble, cette enquête a permis de collecter des informations riches et porteuses d'éléments rendant possible l'élaboration de stratégies de développement et de valorisation des bois français.

---

<sup>2</sup> Les graphiques présentés dans les pages suivantes permettent un rendu visuel plus immédiat des réponses des designers.

## 2.2. LEUR CONNAISSANCE DU « BOIS FRANÇAIS »

### 2.2.1. Les essences

Il a été demandé aux personnes interrogées de citer intuitivement les cinq premières essences françaises qui leur venait à l'esprit.

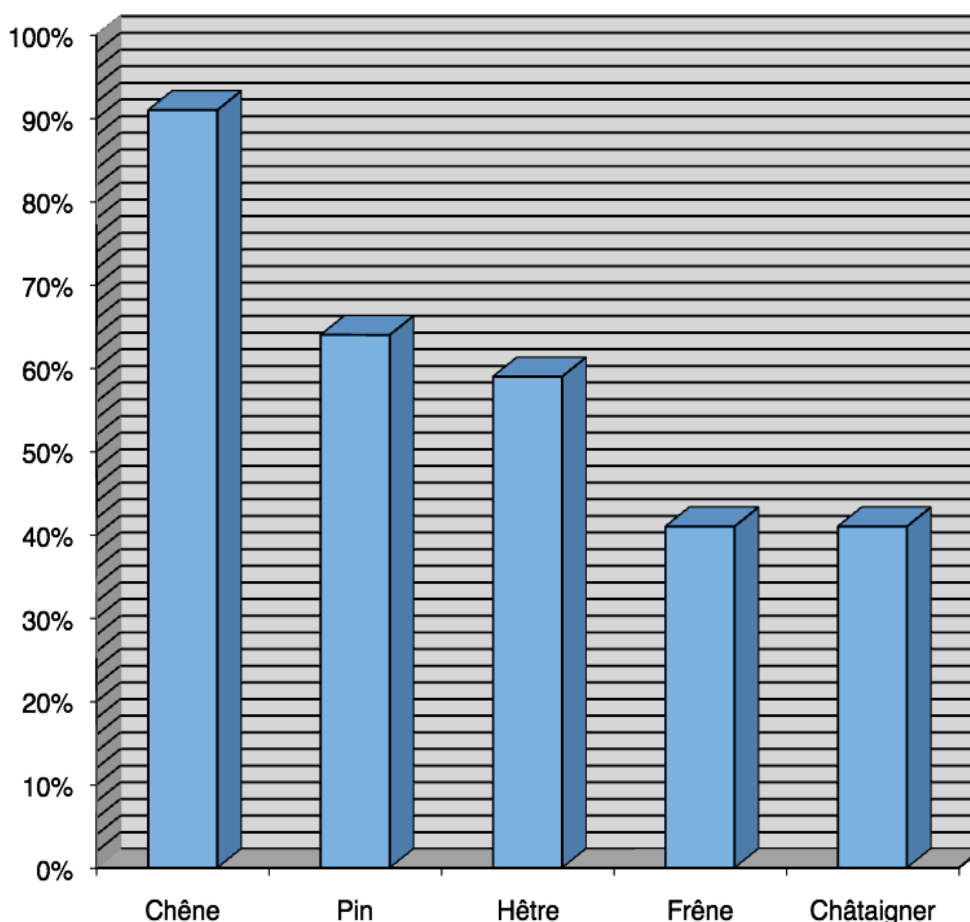
Chez les architectes d'intérieur, le chêne est la première essence française citée. Viennent ensuite, par ordre d'importance, le hêtre, le pin, le châtaignier, le noyer et enfin, le frêne ; le bouleau et le sycomore apparaissent de façon plus aléatoire.

On sent les architectes d'intérieur assez familiers avec le matériau bois, et avec une prédominance de feuillus.

Chez les décorateurs, la première essence de bois citée est le chêne, ensuite viennent le pin, le bouleau, le hêtre et le frêne. Ces essences ont diverses qualités qui favorisent leurs utilisations chez les décorateurs pour des agencements et des créations de mobilier. Les essences de bois citées sont des essences claires, rappelant les intérieurs scandinaves mais elles sont surtout utilisées pour créer des ambiances naturelles.

Chez les designers, la première essence citée par les designers est le chêne, en effet 91% d'entre eux mentionnent cette essence de bois français. Longtemps utilisé en bois de bâti en ébénisterie pour recevoir le placage, le chêne est apparu au début du XXème siècle en structure et en apparent avec des transformations pour le sublimer : sablé, sculpté à la

*Les essences de bois les plus citées par les designers*



gouge, cérusé... Il demeure depuis une essence noble.

Le pin est également très apprécié par les designers, 64% le mentionnent. Bois de structure et apparent, il est très apprécié pour ses qualités structurales ; il se déforme peu avec le temps. Le hêtre est la troisième essence la plus citée chez les designers interrogés, 59 % de ces personnalités le mentionnent, bois tendre et facile à travailler ; il est très apprécié dans le secteur de l'ameublement. Le frêne et le châtaigner sont mentionnés par 41% des designers ; le frêne, bois d'ouvrage, est utilisé dans l'ameublement pour sa dureté. Enfin, le châtaigner, également cité, a des propriétés très proches du chêne et est aussi bien utilisé pour l'ameublement que pour la tonnellerie.

Les essences les moins citées sont : le bouleau (32%), le peuplier (27%), le sapin (27%), le noyer (18%), le mélèze (14%), le buis (9%), l'épicéa (9%), l'érable (4,5 %), l'orme (4,5%) et le robinier (4,5%).

Chez les artisans, professionnels du bois, les essences citées par les différentes personnalités montrent une grande diversité et une connaissance beaucoup plus pointue de la forêt française. Ils ont tous cité le chêne, le châtaigner, le hêtre, le frêne et le noyer, mais ils ont également parlé du merisier, du tilleul, de l'aulne, de l'acacia, du poirier, ... . En outre, la localisation géographique sur le territoire français de leurs ateliers a une incidence sur leurs réponses. En effet, les essences prioritairement citées sont les essences locales.

Les éditeurs de meubles et d'objets sont, quant à eux, sur un catalogue plus classique d'essences qui correspond finalement aux essences basiques pour la fabrication de meubles, à savoir le chêne, le hêtre, le frêne, le noyer, le pin et le bouleau. Quelques maisons d'éditions citent des essences un peu plus précieuses, comme l'acajou, certainement dû à une utilisation en placage pour certains de leurs produits un peu plus haut de gamme.

Dans les écoles, les essences de bois les plus utilisées par les étudiants et les enseignants en charge des ateliers bois sont, par ordre d'importance, le chêne, le hêtre, le bouleau et le châtaigner. Ensuite viennent le frêne, l'érable, l'acacia, le pin et le tilleul.

Les essences qui sont le plus citées sont des bois clairs, démontrant qu'actuellement, les projets développés par les étudiants correspondent à la tendance naturelle, douce et chaleureuse.

La maison de luxe qui a répondu à l'enquête a cité les grands basiques de nos forêts françaises, le chêne, le pin, le peuplier, le merisier et enfin le châtaigner.

Beaucoup d'essences de bois ont été citées, dans la plupart des réponses le chêne est le plus mentionné. Ensuite, le hêtre, le frêne, le châtaigner et le pin viennent par ordre d'importance. Le bouleau, le noyer et le sycomore sont également régulièrement évoqués par les personnalités interrogées.

Ces bois clairs, actuellement très utilisés en ébénisterie, correspondent à une tendance qui prône le retour au naturel, à la chaleur et à la convivialité dans nos intérieurs.

Il est essentiel que les producteurs et fournisseurs de bois prennent connaissance de ce classement et de cette tendance afin de pouvoir fournir plus facilement les professionnels de l'architecture d'intérieur et du design. Des essences mal connues devraient également faire l'objet de valorisation.

**Essences principales par type de propriété**

Unité : milliers d'hectares

	Forêts domaniales	Forêts des collectivités	Forêts privées	Total	%
Chêne pédonculé	113	203	1 674	1 990	12,9
Chêne rouvre	281	336	1 034	1 651	10,7
Chêne pubescent	39	86	1 265	1 390	9,0
Hêtre	299	457	650	1 406	9,1
Châtaignier	n.s.	n.s.	710	742	4,6
Charme	75	187	319	580	3,8
Frêne	24	56	502	582	3,8
Autres feuillus	107	261	2 199	2 568	16,7
<b>Total feuillus</b>	<b>948</b>	<b>1 606</b>	<b>8 354</b>	<b>10 909</b>	<b>70,8</b>
%	<b>8,7</b>	<b>14,7</b>	<b>76,6</b>	<b>100,0</b>	
Sapin pectiné	113	222	239	574	3,7
Épicéa commun	64	150	375	588	3,8
Douglas	24	40	334	398	2,6
Pin maritime	57	59	977	1 094	7,1
Pin sylvestre	101	114	691	905	5,9
Autres résineux	149	174	573	895	5,8
<b>Total résineux</b>	<b>508</b>	<b>759</b>	<b>3 188</b>	<b>4 455</b>	<b>29,0</b>
%	<b>11,4</b>	<b>17,0</b>	<b>71,6</b>	<b>100,0</b>	
Indéterminé	n.s.	n.s.	40	43	0,3
<b>Total toutes essences</b>	<b>1 457</b>	<b>2 368</b>	<b>11 582</b>	<b>15 406</b>	<b>100,0</b>
%	<b>9,5</b>	<b>15,4</b>	<b>75,2</b>	<b>100,0</b>	

L'essence principale est celle des arbres recensables dont les individus réunis ont le plus fort taux de couvert libre relatif sur la placette d'inventaire  
 Champ : forêt de production

Source : IGN - Service de l'inventaire forestier statistique, campagnes d'inventaire 2006 à 2010

## 2.2.2. Les forêts

La question posée, « *Pour vous, à l'heure actuelle, laquelle de ces populations est la plus présente en France ? les feuillus ou les résineux ?* » a été riche d'information sur la connaissance des acteurs sollicités sur les forêts françaises.

Les architectes d'intérieur ont pour moitié répondu les feuillus. Cela démontre que la plupart d'entre eux ont conscience de la réalité du paysage forestier français. Cette bonne connaissance provient probablement de leurs fournisseurs qui ont su leur donner les bases nécessaires à la bonne appréhension de ce secteur.

La totalité des décorateurs a répondu que la population des feuillus est la plus importante dans les forêts françaises. Nous pouvons en déduire que ces personnalités du secteur de l'architecture d'intérieur ont une bonne connaissance de la composition de la forêt française. Chez chaque décorateur, une équipe s'occupe plus particulièrement des choix des matériaux. Ils ont donc un réseau de fournisseurs avec qui ils peuvent construire un rapport privilégié.

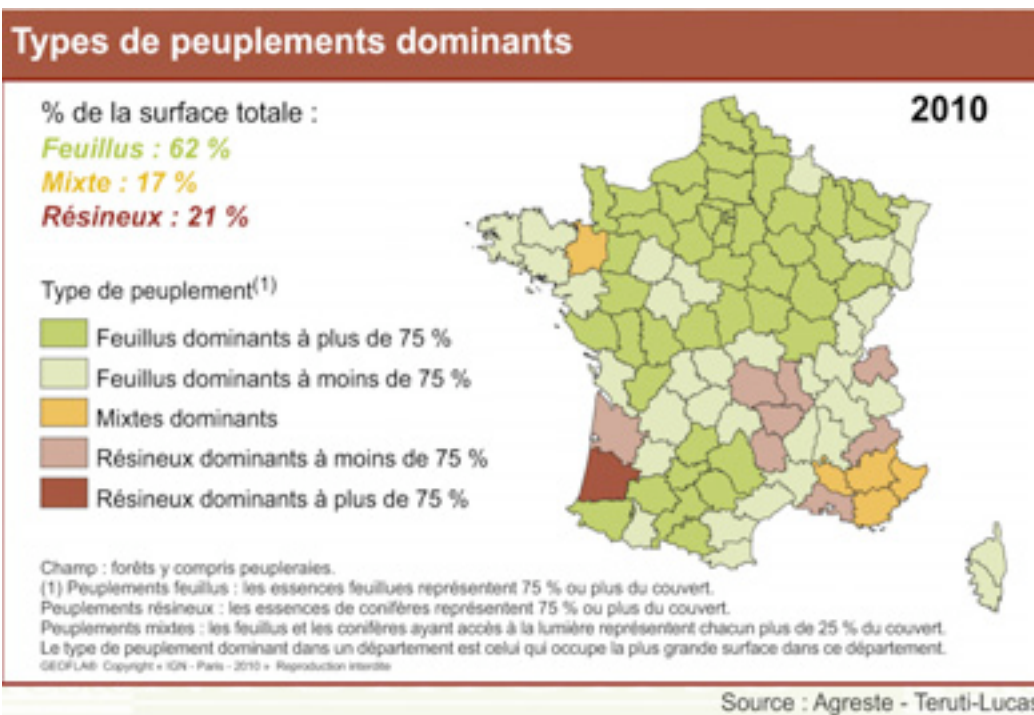
Les designers ont répondu à 54 % que les feuillus sont majoritaires dans la forêt française, 32 % ont cité les résineux ; 14% n'ont pas donné de réponses.

Les artisans, par leur formation et leur métier, ont une excellente connaissance de la forêt française, tous ont répondu les feuillus et certains même ont précisé le pourcentage.

Les éditeurs, pour plus de la moitié d'entre eux, ont répondu les feuillus. Comme pour les architectes d'intérieur, leurs fournisseurs sont probablement à l'origine de cette juste perception.

Les écoles ont répondu, pour les 2/3 d'entre elles, que les résineux sont les types de bois les plus présents dans la forêt française. Les écoles d'architecture d'intérieur et de design n'ont donc malheureusement pas une bonne connaissance du paysage forestier français. Il conviendrait d'y remédier par la création de liens plus étroits entre les écoles du bois et les écoles d'architecture d'intérieur et de design.

Les artisans, les décorateurs et les éditeurs semblent disposer de bonnes connaissances de la typologie des forêts françaises. Néanmoins, il apparaît qu'une importante partie des architectes d'intérieur, des designers et des étudiants ignorent globalement la nature de la ressource forestière française. Ainsi, il s'avère nécessaire de combler cette lacune auprès des futurs créateurs, ce qui permettrait également de mieux les sensibiliser au bois.





## 2.3. LEUR UTILISATION DU BOIS

### 2.3.1. La matière première : essences, transformations

Il était intéressant avec cette question de pouvoir déterminer les besoins réels de matière première, en termes d'essences et de transformations, des acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design afin que les professionnels du bois, de la première transformation à la distribution, aient une vision précise de la demande afin d'adapter leur offre.

Pour leurs projets, les architectes d'intérieur travaillent essentiellement du bois massif et du placage. Les contreplaqués, panneaux de particules et panneaux de fibres ne sont que peu utilisés car leurs créations sont pensées pour révéler la matière, la magnifier. Aussi, le bois massif et de placage offre un rendu plus esthétique que les contreplaqués et panneaux. Ces derniers peuvent être utilisés pour la structure d'éléments d'architecture mais seront masqués par un placage plus précieux. En massif, les essences les plus appliquées par les architectes d'intérieur sont le chêne, le frêne, le hêtre, le noyer et le pin. Le douglas, l'épicéa et le bouleau sont également cités. Pour les placages, ce sont essentiellement le chêne, l'érable et le noyer qui sont employés mais également des essences exotiques comme le bois de rose, l'acajou ou encore le goupil, essences que l'on trouve dans les forêts guyanaises.

Les décorateurs utilisent beaucoup le bois sous forme de placage, viennent ensuite les panneaux de particules et les panneaux de fibres. L'utilisation du massif est moins courante dans leurs activités, car le massif requiert une application très technique d'une part et c'est un matériau peu stable d'autre part. Le placage est donc une alternative et permet de stabiliser la matière. De plus, le rendu esthétique offre des possibilités très diverses.

Les essences les plus utilisées en structure par les décorateurs sont, par ordre d'importance, le chêne, le noyer, le poirier, le pin, le sapin et le frêne. Sont ensuite citées l'orme, le sycomore, l'érable et le merisier.

Celles utilisées en placage sont, par ordre d'importance : le chêne, le noyer, l'orme, le poirier puis le sycomore. Sont ensuite mentionnées le charme, le hêtre, le peuplier, l'érable, le frêne, le merisier, l'acajou et le bois rouge.

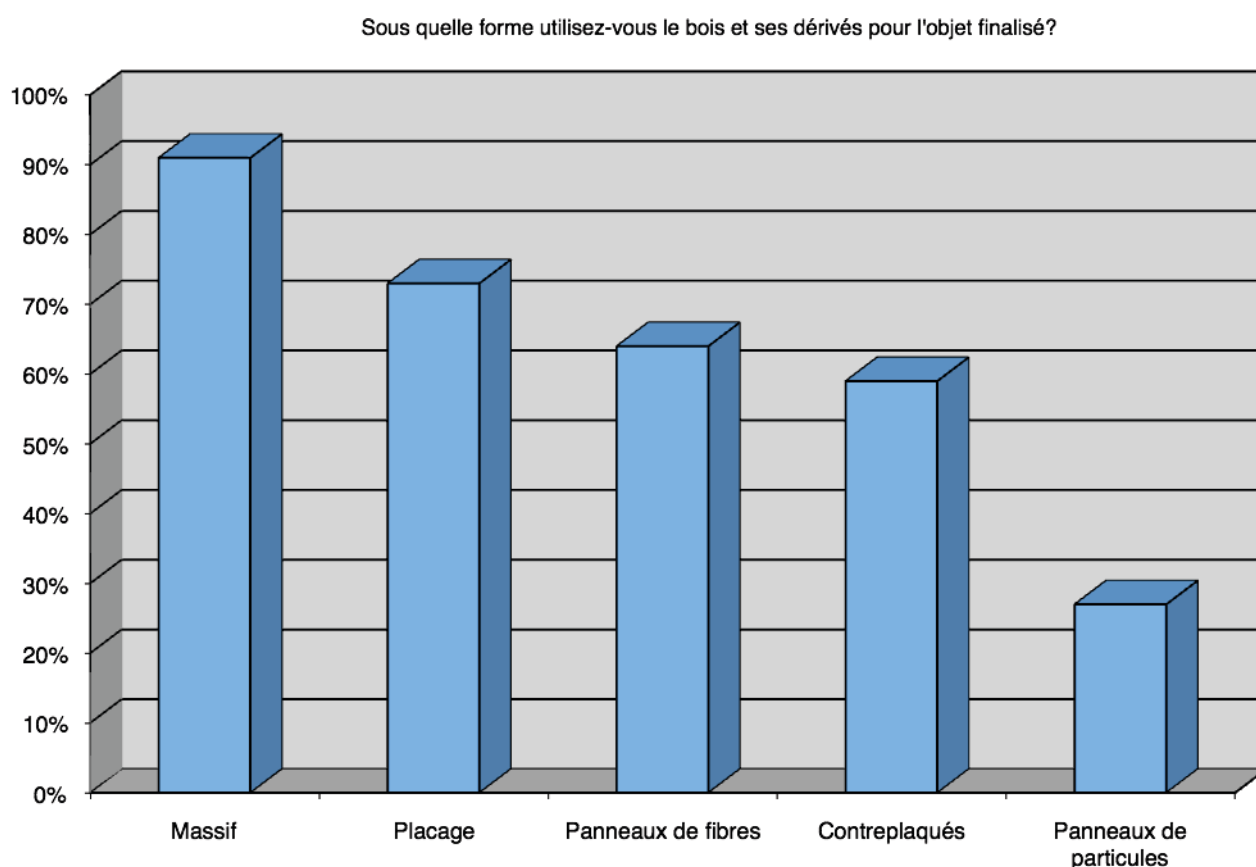
Les essences les plus utilisées en structure par les designers sont : le chêne, le hêtre, le frêne, le pin et le noyer. Ce sont des essences de bois que l'on trouve dans les forêts françaises et à teintes claires.

Les essences les plus employées en placage par les designers sont le chêne, le bouleau, le noyer, le frêne et le hêtre. Aussi pour la plupart ce sont des essences que l'on trouve dans les forêts européennes et françaises, sauf pour le bouleau qui provient généralement de Scandinavie. Ces essences ont des teintes claires et répondent aux tendances actuelles, claires, naturelles et douces.

Les designers utilisent le bois sous différentes formes que ce soit massif, en placage, en panneaux de fibre, en contreplaqué, en panneaux de particules et bien d'autres dérivés du bois.

?

Plus précisément, les designers lorsqu'ils choisissent le bois, comme matériau pour leurs créations, utilisent à 91 % le bois massif, puis à 73% le bois de placage.



Ils sont 64% à employer le bois sous forme de panneaux de fibre (MDF), 59% à utiliser le bois en contreplaqué (contreplaqué marine (okoumé), contreplaqué résineux, contreplaqué feuillus tempérés), 27% travaillent les panneaux de particules sous différents dérivés : contrecollés, mélaminés et stratifiés.

Les designers appliquent donc le bois dans leurs créations sous ses diverses formes mais préfèrent travailler en premier lieu le massif puis le placage.

Il est aussi intéressant de préciser que, durant les entretiens, les multiples de bois massif ont souvent été cités en tant que matériaux utilisés. Ce matériau est très apprécié grâce à ses qualités structurelles. Les différentes couches de bois massif, qui le composent, permettent de stabiliser le bois d'une part, et ses qualités esthétiques, d'autre part, grâce à son rendu harmonieux par l'accumulation de fines plaques de bois.

Ce qui caractérise les artisans c'est une utilisation du bois sous toutes ses formes : massif, contreplaqués, panneaux et placage. Ils sont même à la recherche de nouvelles typologies, formes et en font l'usage très rapidement dans leurs activités. Plusieurs d'entre eux ont cité le latté, le latté re-plaqué d'essences fines, le panneau alvéolaire ou encore le panneau de trois-plis. Travaillant pour les designers, les architectes d'intérieur, ils sont donc à même de proposer ces nouvelles « formes » de bois. Quant aux essences, la liste est très importante, autant en massif qu'en placage, du fait de leur connaissance très pointue des ressources et de leurs propriétés. Ainsi, sont cités l'acacia, l'aune, le bouleau, le châtaignier, le chêne, le douglas, le frêne, le hêtre, le merisier, le noyer entre autres. Pour le placage, les artisans sont assez preneurs d'essences précieuses, la ronce de noyer, la loupe de Grisard,

?

??

l'amourette, le bois de rose, mais ils travaillent également les essences telles que le chêne, l'alisier, l'érable et le sycomore.

Les maisons d'éditions ont essentiellement besoin de massif pour la fabrication de leurs produits. Pour certains meubles, il s'avère parfois que le massif soit trop lourd. Dans ce cas, la fabrication se fait avec des panneaux de fibres ou de particules pour la structure et un placage pour apporter une esthétique « bois massif » au meuble ou à l'objet. Les essences utilisées ne sont que très peu variées, et très classiques, le chêne, l'érable, le noyer, le hêtre ou encore le frêne qui peuvent être autant travaillées en massif qu'en placage. Cette utilisation de ressources communes et de techniques basiques sont très certainement la preuve d'une nécessité économique, à savoir obtenir un coût de fabrication bas pour une meilleure rentabilité commerciale.

Les écoles utilisent principalement le bois massif ou des dérivés comme les panneaux de particules et les panneaux de fibres. Ils travaillent également le contreplaqué et un de ses dérivés, le panneau de contreplaqué souple flexyls ou souplex.

Les essences les plus utilisées en massif par les écoles sont principalement du chêne et du châtaigner, viennent ensuite le frêne, le hêtre, le robinier, le sapin, le platane, l'érable et l'orme. Les essences les plus utilisées en placage sont majoritairement le chêne, le hêtre et le sycomore. Mais sont également mentionnées les essences suivantes : le bouleau, le frêne, l'érable, le tilleul, l'acacia.

Ainsi, les essences les plus utilisées en placage comme en massif sont généralement des bois clairs pouvant répondre aux propriétés requises en ébénisterie.

Pour leurs produits haut de gamme, les maisons de luxe privilégient l'utilisation de massif avec des essences précieuses afin de garantir à leur clientèle une qualité haute, au niveau des matériaux comme de la façon.

Pour conclure, l'utilisation du bois massif est favorisée par les designers, les éditeurs, les artisans, les architectes d'intérieur, les écoles et les maisons de luxe. Les décorateurs s'attachent à davantage utiliser le placage dans leurs projets.

Les écoles et les jeunes designers, quant à eux, privilégient l'emploi des dérivés du bois pour des raisons de coût.

Les artisans peuvent avoir un rôle important dans le choix de la forme du bois auprès des designers, architectes d'intérieur et décorateurs. Ils connaissent les capacités de mises en œuvre de chaque dérivé du bois et peuvent avoir recours à des solutions innovantes comme le multiplis de bois, les panneaux alvéolaires et le latté.

Parmi les essences les plus utilisées en massif, on retrouve le chêne, le frêne, le hêtre, le châtaigner, le pin et le noyer. Pour le placage, le chêne est le plus mentionné, suivi du frêne, du hêtre, du bouleau, du sycomore et du noyer.

Les artisans utilisent des essences exotiques et rares telles que l'acajou, le bois de rose, la ronce de noyer. Le recours à ce type de bois s'explique par l'affection et la continuité d'une ébénisterie traditionnelle.

Ainsi, ces informations sur le type de bois et les essences travaillées par les personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur apportent une meilleure visibilité sur l'offre que les fournisseurs et transformateurs devraient pouvoir proposer à ces secteurs d'activités.

### 2.3.2. Leurs produits « bois »

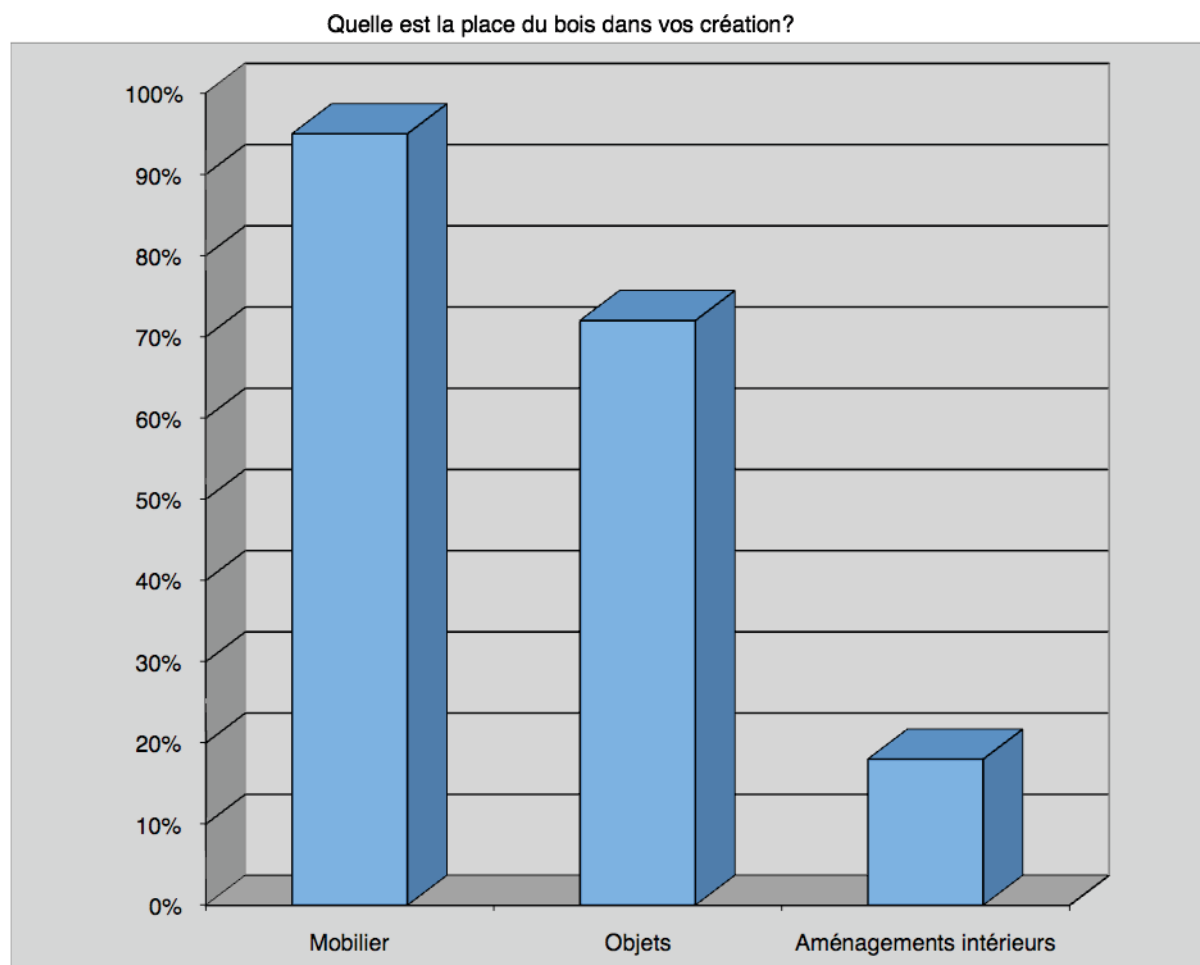
Quelle est la place du matériau bois dans leurs projets, leurs créations et finalement dans nos intérieurs ? Est-ce que la tendance actuelle permet d'affirmer que le bois a gagné sa place dans la maison, que ce soit dans l'agencement, l'ameublement ou la décoration ?

La plupart des architectes d'intérieur interrogés s'accordent pour donner une place importante au matériau bois dans leurs projets. En effet, le bois est présent dans plus de la moitié de leurs créations. Cela va même jusqu'à une présence sur presque la totalité des projets. Dans ce cas, c'est la philosophie et l'image de l'agence qui est totalement assise sur cette maîtrise technique et esthétique d'un matériau, le bois. Ils le travaillent essentiellement pour les aménagements intérieurs et les meubles qu'ils créent sur mesure pour leurs clients.

La majorité des décorateurs ont répondu qu'ils utilisaient le bois pour les meubles, les boiseries et les aménagements intérieurs ce qui correspond à leur activité consistant à créer des ensembles pour l'intérieur, de l'agencement à la création de meubles.

Les décorateurs emploient beaucoup de bois pour la réalisation de leurs projets, en effet plus de la moitié des créations utilisent cette matière.

Le bois est très présent dans les créations des designers. Cependant, le choix du matériau est défini par des besoins structurels mais également par des souhaits esthétiques définis par le designer.



48,15% des designers utilisent le bois dans leurs créations. Ce chiffre est important mais varie d'un designer à un autre selon sa sensibilité au matériau bois.

95% des designers utilisent le bois pour la réalisation de mobilier. 72% d'entre eux l'emploient pour la création d'objets et seulement 18% pour des aménagements intérieurs.

Ces chiffres indiquent d'une part que les designers appliquent le bois pour leurs principales réalisations : le mobilier et l'objet. Cette forte présence du matériau dans leurs créations résulte de la tendance actuelle qui prône un retour au naturel et à l'éco-conception. Le matériau bois offre des qualités environnementales que peu de matériaux permettent: renouvelable, naturel, facile d'accès et s'inscrivant dans la démarche de développement durable.

Les artisans travaillent principalement le bois. Ils ont fourni le volume travaillé à l'année, parfois même en distinguant le massif des panneaux pour les agenceurs. Les volumes diffèrent énormément selon les activités des uns et des autres. Par exemple, un ébéniste qui travaille uniquement avec des designers sur des projets de pièces uniques et sur mesure ne se fournit qu'en petites quantités car il achète sa matière première projet par projet.

A l'inverse, certains ateliers très importants ont même intégré en interne une scierie et engendrent une consommation de matière première de l'ordre de 50 à 55 m<sup>3</sup> par mois. Alors qu'un atelier moyen affiche une consommation de 10 à 15 m<sup>3</sup> par an. Les agenceurs recourent également aux panneaux, environ 600 m<sup>3</sup> par an.

Les éditeurs offrent à leur clientèle un catalogue de produits composés de meubles et d'objets. Chaque maison d'édition a une identité, une philosophie qui parfois peut reposer sur un matériau. S'il s'avère que le bois est le lien entre tous les modèles de la collection, alors il est évident qu'il sera la matière la plus importante. Néanmoins, dans la conception et la fabrication de meubles, le bois est un matériau très souvent utilisé, qu'il soit apparent ou non. Le bois représente environ 30% des matériaux utilisés par ces maisons d'édition.

Toutes les écoles interrogées utilisent le bois pour les créations de meubles et d'objets. Cependant, les quantités utilisées par les écoles peuvent varier. En effet, une école peut utiliser seulement 10 % de bois alors qu'une autre peut en employer 75 %. Cette variation s'explique par la diversité d'exercices pouvant être donnés aux étudiants. Notons tout de même qu'il faut différencier les lycées techniques des écoles d'architecture d'intérieur et de design, lesquelles utilisent des quantités de bois plus conséquentes.

En conclusion, le bois est utilisé pour différentes typologies de créations par les personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur: meubles, objets et aménagements intérieurs. La place du meuble demeure significative et majoritaire pour l'ensemble de ces professionnels. Les décorateurs et les architectes d'intérieurs, dont l'activité consiste à aménager ou à reconsidérer l'espace, utilisent davantage le bois pour des projets d'agencement intérieur, tandis que les designers et les éditeurs réservent une place importante au meuble et à l'objet dans leurs collections.

Selon les quantités mentionnées ci-dessus, il apparaît que le bois est une matière très présente au sein de nos maisons.

### 2.3.3. Le choix du matériau

Il est intéressant de comprendre comment les différents acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design font leur choix du matériau et comment à cette étape le bois peut supplanter ou s'associer à d'autres matériaux (le métal, le corian, ...).

Lors de la conception de leur projet, le principal critère de sélection du matériau pour les architectes d'intérieur est l'esthétisme. En effet, les architectes d'intérieur doivent fournir un projet conforme aux souhaits, aux goûts de leurs clients. C'est donc le rendu stylistique qui prime. Viennent ensuite les critères de fonctionnalité, de résistance et enfin de coût. Ce n'est que dans de très rares cas que le bois a été remplacé par un autre matériau alors que le projet initial le prévoyait. Par exemple, le bois peut être remplacé par du rotin qui a des possibilités de cintrage que celui-ci n'a pas. Enfin, très souvent la mixité des matériaux est employée dans nombre de projets car une association bois et métal permet d'associer qualités structurelles du métal et qualités esthétiques du bois.

Les décorateurs choisissent avant tout le bois pour ses qualités esthétiques. Ce matériau est choisi dès le concept de base et doit répondre à des cohérences stylistiques. La plupart des décorateurs ont recours à la mixité des matériaux qui leur permet d'avoir un rendu esthétique particulier et d'allier des qualités structurelles et fonctionnelles que le bois seul ne peut leur fournir.

Les décorateurs n'ont presque jamais utilisé d'autres matériaux lorsque le projet est pensé à l'origine en bois. En effet, beaucoup évoquent que le choix du matériau est décidé en amont dès la conception du projet. Cependant, certains ont déjà employé d'autres matériaux pour des raisons esthétiques ou bien des raisons de fragilités notamment face aux intempéries extérieures.

Le choix du matériau se pose chez le designer dès le dessin de l'objet, du meuble. De manière générale, le designer sait dès le départ si son objet sera en bois, en pierre, en métal, ou encore en plastique. La recherche du matériau à appliquer se fera donc avant de lancer la phase de prototypage.

Ce choix est déterminé dans un premier temps selon la fonction de l'objet réalisé. Le matériau choisi répond également à une esthétique voulue par le designer tout en gardant à l'esprit les facilités de mise en œuvre qu'il offre au créateur. Il doit également répondre à des problématiques structurelles. Enfin, le coût est également un élément qui détermine le choix final du designer.

Ainsi, le choix du matériau est avant tout une question de sensibilité à la matière mais surtout une question d'esthétique.

Dans le cas où la réalisation de l'objet, du meuble ou autre aurait pu être en bois, 45% des designers ont pu avoir recours à d'autres matériaux. Ceux qui n'ont jamais été confrontés à ce cas de figure pensent que dès le design de l'objet ou du meuble conçu, la matière est dès lors mécaniquement intégrée.

Plusieurs critères sont à prendre en compte lors de la réalisation d'un projet chez un designer, comme le budget global, les contraintes techniques, le style du client pour qui le designer réalise le projet, le nombre d'exemplaires à produire (série limitée ou illimitée).

Le recours à d'autres matériaux que le bois s'explique essentiellement par des problèmes structurels, de mises en forme et de coûts. Malgré ses nombreuses qualités, le bois ne peut être parfois utilisé pour des problèmes de résistance, d'assemblage ou de stabilité. Ainsi beaucoup de designers n'utilisent pas cette matière pour la conception de mobilier pour l'extérieur, compte tenu de sa sensibilité aux intempéries.

Par ailleurs, le coût est aussi un élément qui amène les designers à renoncer à l'utilisation du bois. En effet, le massif est très cher à l'achat et les finitions peuvent demander des techniques coûteuses.



91% des designers ont déjà eu recours à la mixité de matériaux, contre 9% qui n'ont jamais mélangé le bois à d'autres matières.

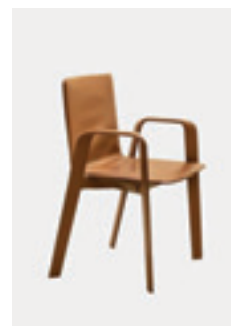
Beaucoup de designers ont recours à la mixité des matériaux pour les raisons suivantes:

- Esthétiques :

L'esthétisme est la première raison donnée par les designers. Le mélange des matières apporte une dualité très intéressante. Ainsi, les mixités les plus connues sont : bois + cuir, bois + céramique, bois + verre, bois + feutres, bois + liège, bois + tissus, etc...

Ces alliances permettent des variations et parfois une adaptabilité que le matériau bois ne peut apporter. De plus, la mixité sublime les matériaux utilisés et permet de limiter les coûts que peuvent engendrer les finitions sur le matériau bois.

Le projet de la chaise Sellier d'Eric Benqué et Denis Montel pour Hermès en est un bon exemple : sa structure en bois massif est recouverte d'une housse de cuir, entièrement modulable. Elle peut être utilisée avec ou sans le cuir dévoilant ainsi sa structure en bois massif.



- Structurelles :

La mixité des matières peut apporter des éléments structurels que le bois ne peut offrir seul comme la résistance, certains assemblages et la stabilité. Ainsi les associations les plus fréquentes dans ce cas sont : bois + pierre, bois + métal.

- Coûts :

Le mélange des matériaux peut être un procédé utilisé pour faire varier les coûts. Par exemple, l'utilisation du bois massif est beaucoup plus cher que l'emploi du métal.

- Innovantes :

La mixité des matériaux peut amener certains mariages qui auraient pu paraître inconcevables. Ainsi, cette pratique permet de pousser les matériaux au-delà d'une utilisation traditionnelle. Certains exemples peuvent être cités comme l'association bois + béton, ou bois + résine végétale. L'un des exemples illustrant cette possible innovation dans l'association de matériaux est la chaise Broom de Philippe Starck pour Emeco qui est conçue d'un mélange de sciures de bois et de résines végétales et/ou plastiques recyclées.



La majeure partie des designers n'hésite donc pas à avoir recours à la mixité des matériaux pour obtenir des rendus esthétiques intéressants, des facilités de mises en œuvre du bois, une économie de budget et enfin une possibilité d'innover avec un matériau porteur d'une image rustique.

Pour les ébénistes qui travaillent essentiellement le bois, le critère de sélection intervient sur l'essence et le type de produit (massif, placage, panneaux,..) à utiliser. L'esthétique est ici aussi le premier critère de sélection, suivie des qualités environnementales, du coût et des

qualités structurelles. Il arrive régulièrement que les ébénistes associent d'autres matériaux au bois suite à une demande très précise du commanditaire (designers, architectes) qui aura fourni alors un cahier des charges le précisant. La pierre, le métal, le corian viennent donc se mêler au bois pour apporter des effets de style, des propriétés structurelles à ces créations toutes innovantes.

Les projets que soumettent les designers aux maisons d'édition sont dès le début pensés avec leurs matériaux. En effet, chaque matériau évoque un ressenti et c'est donc un parti pris du designer selon ce qu'il veut faire dire à sa création et aussi en réponse à l'image, la philosophie de la maison d'édition. L'éditeur intervient sur les phases suivantes de conception du projet : dans un premier temps, les critères de sélection du matériau sont l'esthétisme, la qualité, la résistance de ce dernier et enfin le coût pour lequel l'éditeur a un cahier des charges bien précis pour une rentabilité maximale à la vente du produit. Il arrive donc que le matériau bois, même prévu à l'origine du projet, soit remplacé par un matériau moins coûteux. La mixité des matériaux est très souvent employée dans les projets édités car elle offre plus de possibilités structurelles et esthétiques. Ces associations permettent également de conjuguer tradition et modernité afin d'offrir une relecture des typologies communes de l'ameublement. On peut donc dire que le choix du matériau ici se fait à deux ; le designer et l'éditeur travaillent ensemble pour trouver la meilleure « formule » pour un produit esthétiquement, structurellement et économiquement réussi.

Dans les écoles, le choix des matériaux se fait en fonction de l'aspect esthétique voulu dès le concept initial, mais les facilités de mise en œuvre du matériau sont un critère de décision. Selon les écoles, peu d'étudiants emploient d'autres matériaux lorsque le projet a été pensé en bois. Il arrive parfois qu'au stade de la maquette d'autres matériaux soient utilisés pour des raisons d'applications, de résistances et de structures.

Les étudiants ont souvent recours à la mixité des matériaux pour des raisons techniques et esthétiques. Les enseignants pensent que cet exercice permet également aux étudiants de découvrir de nouvelles formes d'assemblages et de nouveaux matériaux à mettre en œuvre.

L'univers des maisons de luxe entend une grande exigence sur le choix des matériaux utilisés pour leurs projets. L'esthétisme et la haute qualité sont les principaux critères de sélection. Le bois peut être remplacé par d'autres matériaux qui apportent alors à l'objet plus de légèreté, de fonctionnalité. Le mélange de matériaux haut de gamme (bois, cuir, ...) est très souvent mis en pratique pour obtenir un objet finalisé de grande qualité ayant fait appel à des savoir-faire particuliers.

L'esthétisme est le premier critère énoncé pour le choix de la matière. C'est dès la conception du projet que se pose la question du matériau afin que celui-ci soit intégré mécaniquement. Très rarement le bois est supplanté par un autre matériau car ses possibilités esthétiques sont diverses et singulières.

Il est très souvent associé à d'autres matières pour le sublimer ou combler ses points faibles que sont par exemple le peu de résistance à un environnement extérieur ou encore une mise en œuvre qui peut s'avérer parfois complexe. Il serait intéressant qu'au regard de ces éléments, des recherches pour des développements techniques et technologiques soient mis en place.



### 2.3.4. Les raisons de leur utilisation du bois

Quelles sont les qualités principales du bois pour les professionnels des filières de l'architecture intérieure et du design ? Qu'est-ce que ce matériau leur apporte de plus que les autres ? Leurs réponses permettent de déterminer les points forts du bois afin que les professionnels de cette filière puissent les mettre en avant, voire les développer.

C'est encore une fois la qualité esthétique qui est largement retenue par les architectes d'intérieur. En effet, ce matériau connu et reconnu de tous est facilement intégré aux projets d'aménagement intérieur. De plus, la chaleur que cette matière peut apporter à un projet reste un critère esthétique important. Viennent ensuite ses qualités fonctionnelles et structurelles qui offrent aux architectes un bon compromis dans la conception de leurs projets.

Pour les décorateurs, c'est aussi essentiellement pour des raisons esthétiques qu'ils utilisent ce matériau. Viennent ensuite par ordre d'importance les raisons suivantes : fonctionnelles, structurelles, environnementales et enfin de coûts.

Le bois est très apprécié pour ces qualités esthétiques car il est naturel, chaud, convivial et offre des possibilités esthétiques variées. En effet, la teinte et les veinages sont des qualités esthétiques singulières qu'aucun autre matériau ne possède.

Il est également très utilisé pour ses qualités structurelles et fonctionnelles. Il permet d'avoir des facilités de mise en œuvre, une solidité et une découpe facilitée. Selon les décorateurs, le bois apparaît fonctionnel pour la fabrication de meubles et la conception d'agencements. De plus, les décorateurs portent un intérêt à ce que les matériaux utilisés soient renouvelables, ainsi ils apprécient ses qualités environnementales. Le coût est le dernier critère pour choisir le matériau.

Tous les designers interrogés utilisent avant tout le bois pour ses qualités esthétiques. Selon eux, ce matériau est naturel, chaud, convivial et offre des possibilités esthétiques variées. Le bois sollicite les sens, il dégage un parfum, et est agréable au toucher et à la vue.

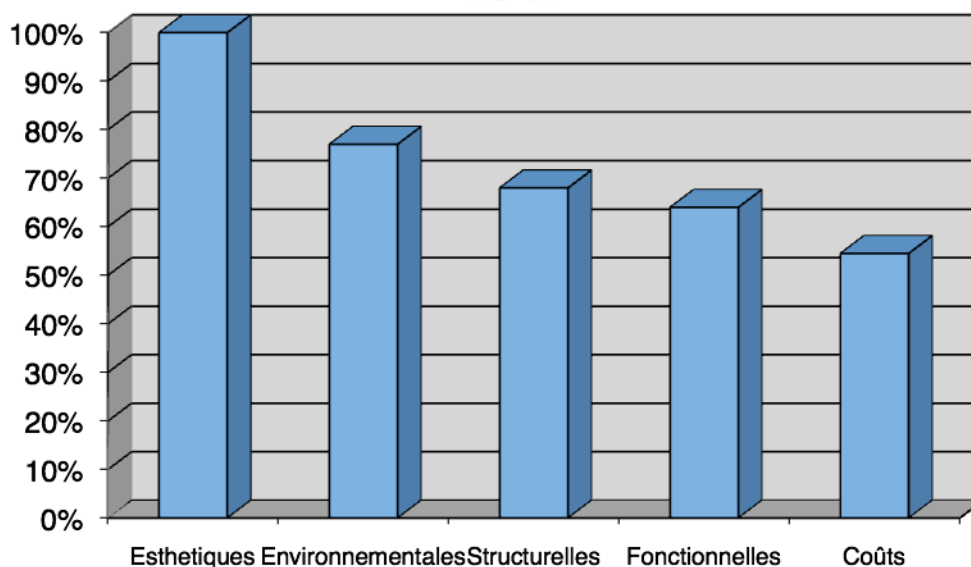
?

?

?

?

Pourquoi choisissez-vous le bois plutôt que d'autres matériaux?



?

??

Le matériau bois est ensuite employé pour ses qualités environnementales. 77% des designers utilisent le bois pour cette qualité. Il est renouvelable, recyclable, durable dans le temps. Issu de forêts durablement gérées, il favorise le développement durable et l'éco-conception.

Les qualités structurelles du bois sont mises en avant par 68% des designers. En effet, ce matériau permet de nombreuses mises en œuvre et des assemblages « sans quincaillerie ». Rigide ou souple, il a l'avantage de pouvoir répondre aux contraintes requises pour des pièces techniques. 64% des designers utilisent le bois pour ses qualités fonctionnelles, notamment dans la conception de prototypes.

55% des designers choisissent le bois pour son coût moins élevé que d'autres matériaux. Le bois est bon marché lorsqu'il s'agit de prototypage ou de maquette car le créateur utilise très souvent un dérivé du bois (contreplaqué, panneaux de particules, ...). Le bois reste un matériau peu onéreux lorsqu'il est travaillé brut, mais tout effet de finition augmente alors très largement le budget. D'autre part, les designers relèvent que, s'ils veulent du bois de qualité, il faut y mettre le prix.

Les artisans utilisent essentiellement du bois dans leurs activités. La raison en est très simple, c'est leur métier. Néanmoins, ils mettent tous en avant les qualités esthétiques du bois, grâce à une grande variété d'essences, une diversité des veinages, ... . Certains appuient également sur le fait que le bois a une qualité de vieillissement que n'ont que les matières nobles et c'est ce qui le rend aussi très intéressant à travailler. Enfin, les ébénistes mettent fortement en avant la qualité environnementale du bois. Dès qu'ils le peuvent, ils se fournissent avec du bois local ou sur marques de certification (PEFC, FSC ...).

Les maisons d'édition sont très généreuses quant à l'énoncé des qualités que leur offre le bois. L'esthétique rassurante et atemporelle de ce matériau, le toucher, une véritable texture, en un mot un matériau vivant qui, selon les éditeurs, est une valeur sûre auprès de leurs clients. Vient ensuite une qualité structurelle, fonctionnelle qui leur permet de concevoir de multiples formes et structures grâce à des techniques très variées. Pour certains, la qualité environnementale fait partie de leur philosophie, aussi ils essaient de travailler avec des bois produits et transformés dans des conditions intelligentes et à tendances écologiques. Enfin, le coût relativement bas de ce matériau est un des critères faisant que les éditeurs le privilégient à d'autres. Le matériau bois revêt donc de nombreux avantages pour l'activité d'éditeur, que ce soit en termes de style, de conception et de coût.

Les étudiants choisissent le bois avant tout pour des raisons esthétiques. Le bois possède des couleurs, des textures et des fibres très variées donnant des atmosphères naturelles, chaudes et conviviales. Les écoles travaillent également le bois pour des raisons fonctionnelles, structurelles permettant aux futurs designers de prendre connaissance des facilités de mise en œuvre du matériau. Les qualités environnementales du bois sont très importantes pour les écoles, ce qui leur permet d'insister auprès de leurs étudiants sur les aspects de durabilité dans le temps et de recyclage.

Enfin, les écoles utilisent beaucoup de bois car son coût bas correspond à leurs budgets. En effet il reste moins cher que le métal et le plastique. A cet égard, les écoles utilisent davantage de dérivés du bois que du massif pour des raisons de coûts et d'applications pour les phases de maquettes ou de prototypages.

Les maisons de luxe trouvent, d'une part, que le bois est un matériau naturel, précieux et noble qui se marie admirablement bien avec d'autres matériaux et notamment ceux « historiques » de leurs maisons. D'autre part, ses qualités structurelles de légèreté et de facilité d'usinage en font un matériau de prédilection pour le développement d'une gamme de mobilier.

Comme précisé précédemment, l'esthétisme est le critère le plus important quant à l'utilisation du bois par les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur. Au-delà de la plastique naturelle de ce matériau, le bois possède d'autres propriétés très appréciées par ces professionnels tels que ses qualités structurelles, fonctionnelles, environnementales mais aussi son coût.

Pour autant, un certain nombre des personnalités interrogées demandent que cette matière soit plus régulière dans son rendu afin de faciliter son application.

### 2.3.5. Leurs besoins

Après avoir analysé les raisons pour lesquelles les professionnels des filières de l'architecture d'intérieur et du design choisissent le bois plutôt que d'autres matériaux, reste à comprendre quels seraient leurs besoins plus spécifiques en lien direct avec leurs activités.

Les architectes d'intérieur énoncent des besoins très techniques comme par exemple obtenir des normes « non feu » pour le bois, ou encore obtenir une bonne stabilité dimensionnelle pour le collage du placage et du bois tourné. Enfin, ils recherchent pour la plupart une très bonne qualité de matériau, avec une grande homogénéité.

Le plus important pour les designers est de connaître les champs des possibles de chaque essence de bois français, c'est-à-dire qu'il puisse avoir connaissance des différents types de bois et de leurs applications possibles.

Parmi les besoins des designers, beaucoup évoquent la nécessité d'avoir un matériau régulier, un aspect continu sans trop de défauts esthétiques surtout en ce qui concerne le massif.

Les informations inhérentes aux impacts sur l'environnement sont des critères importants chez les designers. Aussi, ces derniers auraient besoin d'informations relatives aux dérivés du bois (contreplaqué, MDF) : leur durée dans le temps, une description plus précise des colles employées et de leurs émanations.

Enfin, les designers souhaiteraient pouvoir utiliser ce matériau pour des projets d'extérieur. Très peu d'entre eux ont connaissance de technologies pouvant leur apporter des solutions dans ce type d'application.

Les ébénistes ont répondu avec une grande précision sur les typologies de bois qu'ils recherchent pour leurs activités. Certains sont à la recherche de bois très jeunes (*3 à 4 ans*), de bois massif sec, d'une large gamme d'essences indigènes et exotiques, d'essences pour l'extérieur,... Certains sont encore plus précis au point de demander des panneaux industriels de feuillus massifs à des prix raisonnables, des panneaux de type MDF à faible émission de COV, des trois-plis de production française à coût comparable de ceux produits en Autriche. On ressent ici une grande volonté de se fournir essentiellement en France avec des produits de qualité.

Les éditeurs n'ont que très peu répondu car leurs fabricants, les artisans, leur apportent tout ce dont ils ont besoin et leur font parfois même découvrir des solutions techniques et de nouvelles formes de bois.

Les besoins, pour une utilisation optimale de ce matériau, sont essentiellement liés aux manques d'informations sur les qualités techniques et structurelles du bois. Les designers auraient besoin d'obtenir une vue d'ensemble quant aux champs des possibles du bois et d'une transparence des fournisseurs quant aux informations environnementales.

Les artisans, quant à eux, recherchent de nouvelles techniques à appliquer au bois comme le développement de finitions pour supporter les intempéries.

Ces recherches et développements pourraient être mis en œuvre par les transformateurs et producteurs de la filière bois.

## 2.4. LEURS FOURNISSEURS

### 2.4.1. Typologie des fournisseurs

La connaissance des réseaux de distribution, qu'utilisent les professionnels interrogés, permet de bien comprendre où se situent les failles dans la distribution des essences françaises.

Tous les architectes d'intérieur font confiance à leur réseau d'artisans qui se chargent eux-mêmes d'acheter la matière première. Ils passent également commande à des négociants et enfin quelques-uns vont directement chez le scieur pour trouver un bon produit et surtout avoir la possibilité de choisir. Leurs fournisseurs sont tous français, qu'il soit artisan, négociant ou scieur. La bonne connaissance de ce réseau de fournisseurs se fait généralement par le bouche à oreille, c'est, par exemple, parfois l'artisan qui conseillera un scieur à son client. Certains producteurs démarchent les architectes mais ce sont très souvent des fabricants de parquets ou alors des producteurs ayant des produits très particuliers comme des essences précieuses. Dès lors que la relation est bien établie, les fournisseurs proposeront alors plus facilement des produits en adéquation avec les besoins de leurs clients, par exemple si une belle bille de bois se présente ils sauront à qui la proposer.

Les décorateurs se fournissent auprès de distributeurs, d'intermédiaires, de négociants mais aussi directement auprès de trancheurs chez qui ils peuvent trouver du bois de placage. Ils ont pour la plupart des relations privilégiées avec les fournisseurs de la matière première. Ainsi, ces derniers savent quels types de produits ils recherchent avec les qualités escomptées.

Les fournisseurs des décorateurs ne sont pas toujours français, tout dépend de l'essence de bois achetée. Leurs réseaux de fournisseurs sont constitués grâce aux conseils de leurs agenceurs, menuisiers, ébénistes ou fabricants de meubles.

55% des designers se fournissent majoritairement en bois auprès de leurs artisans contre 40% qui s'approvisionnent chez des distributeurs, intermédiaires et négociants.

Seulement 5 % des designers se fournissent directement auprès de scieries.

Il arrive parfois que certains se fournissent via leurs maisons d'éditions, et dans les grandes surfaces pour ce qui concerne les dérivés du bois.



Si les designers privilégient l'approvisionnement du bois avec leurs artisans c'est parce qu'il est autant un fournisseur qu'un conseiller pour l'application du bois dans le secteur de l'ameublement.

Presque la moitié des designers interrogés font appel à des fournisseurs français, un tiers d'entre eux ne font pas forcément intervenir un fournisseur français pour obtenir du bois et très peu se fournissent uniquement à l'étranger. Ils ont, en général, connu leur fournisseur en grande partie grâce au bouche à oreille. Ils ont également pu les connaître grâce à leurs éditeurs ou lors de projets autour de la promotion du bois. Ainsi, certains designers qui ont participé à des projets comme « Ecodesign Bois de Bourgogne » ont pu rencontrer des fournisseurs avec lesquels ils continuent de collaborer à l'heure actuelle.

Une minorité de designers ont rencontré leurs fournisseurs lors de salons, sur internet ou en cherchant dans un annuaire.

Les artisans, quant à eux, se fournissent essentiellement auprès des scieurs mais aussi auprès de négociants. Ils se sont constitués un réseau local de fournisseurs français mais ont pu aussi développer ce réseau grâce aux conseils de leurs confrères, à des recherches sur internet, des rencontres sur des salons spécialisés ou encore par du démarchage de négociants. En général, les ébénistes se déplacent chez leurs fournisseurs, et notamment dans les scieries, pour choisir directement leur bois sur place.

Comme les architectes d'intérieur, les éditeurs font une entière confiance à leurs artisans en ce qui concerne la matière première. Parfois, ils font appel à des négociants mais ce n'est que dans de rares cas. En général, leurs fournisseurs sont français mais lorsque la fabrication de certains de leurs produits se fait en Europe, les fournisseurs sont trouvés localement afin de respecter un modèle de production écologique. Leur réseau s'est constitué essentiellement grâce au bouche à oreille, à des recommandations des designers ou de leurs fabricants, à des rencontres sur certains salons spécialisés.

Pour la plupart des écoles, le bois est fourni par des distributeurs, négociants ou intermédiaires. Certaines écoles s'adressent aussi aux scieries ou aux trancheurs.

Les fournisseurs sont tous français. Les écoles vont en général se fournir dans les grandes surfaces de bricolage pour les dérivés du bois et s'adressent à des distributeurs ou des scieries locales pour acquérir du bois massif.

Les maisons de luxe sont des sociétés qui, en général, ont été créées au 19<sup>ème</sup> siècle. Ceci entend donc une relation forte avec des fournisseurs français historiques, pour la plupart des artisans, qui ont eu et ont toujours une activité essentielle dans la vie de ces « institutions ».

Les artisans, les distributeurs, intermédiaires et négociants de bois sont les principaux fournisseurs auprès des designers, architectes d'intérieur, décorateurs, et éditeurs. Cependant, il apparaît que les personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur éprouvent des difficultés à renouveler et enrichir leurs carnets d'adresses de fournisseurs, qu'ils ont connus pour la plupart grâce au bouche à oreille ou dans le cadre de projets spécifiques.

Ainsi, ce problème de communication et de mise en relation entre les deux secteurs est une véritable faille pour la promotion du bois français auprès des secteurs concernés.

## 2.4.2. La provenance

Est-ce que la provenance du bois utilisé dans leurs projets est connue ? Est-ce une demande systématique de leur part à leurs fournisseurs ? Ont-ils eu recours à l'importation et pour quelles raisons ? Toutes ces questions sont posées pour mieux comprendre si la traçabilité du matériau bois est une donnée à prendre en compte pour une meilleure diffusion.

Les architectes d'intérieur sont peu regardant sur la provenance de la matière première travaillée. Lorsque cette question est posée, c'est en général parce que le souci de la qualité est posé et que les essences souhaitées offrent une meilleure qualité selon le pays d'origine, que ce soit d'origine France ou d'un autre pays. L'importation est très souvent pratiquée car les architectes d'intérieur utilisent assez fréquemment des essences exotiques pour le placage. Peu d'entre eux citent les pays d'importation, uniquement Madagascar pour le teck et l'acajou, mais cela laisse à penser que les essences que l'on trouve en Guyane ne sont peut-être pas assez mises en avant.

Les décorateurs ne connaissent pas toujours la provenance du bois fourni. Ainsi, cette information dépend de la quantité commandée. Plus la quantité est conséquente, plus il y aura de facilité à connaître la traçabilité du bois et sa provenance.

Les décorateurs ont parfois recours à l'importation à travers leur fournisseur afin d'obtenir des essences de bois exotiques. Les essences de bois importées sont de l'acajou, de l'ébène de Macassar, du palmier provenant de divers continents comme l'Afrique, l'Asie et l'Amérique du Sud.

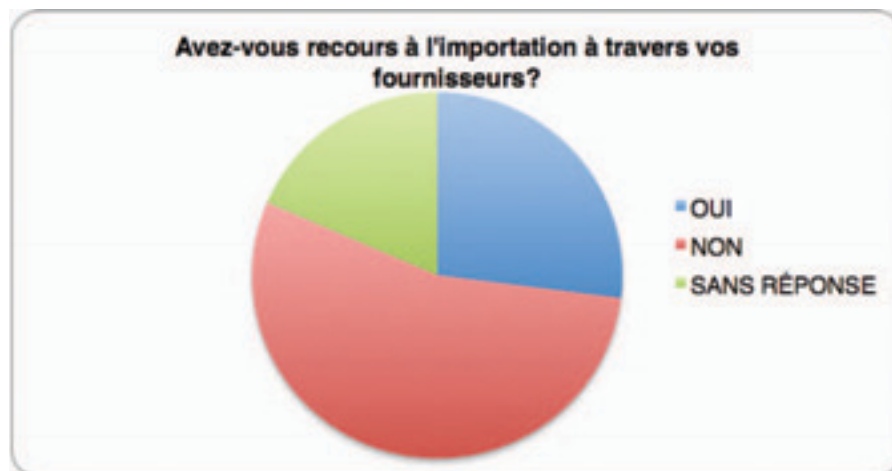
Ils s'adressent aux importateurs uniquement pour des raisons esthétiques dues à la volonté de créer des ambiances, des atmosphères spécifiques avec des matériaux particuliers. L'utilisation de ces essences est très appréciée pour certains projets car elles sont un appel au rêve, à l'exotisme et au voyage.

Lorsque l'on pose la question sur la provenance du bois aux designers, 63% répondent que leur bois est issu des forêts françaises. Un quart des designers ne connaissent pas la provenance du bois et 14% n'arrivent pas à obtenir l'information par leurs fournisseurs.



Les designers ne connaissent pas forcément la provenance exacte du bois, souvent ils doutent sur l'origine française et savent encore moins de quelles régions sont issus les bois. La provenance du bois ne leur est jamais donnée automatiquement, ils doivent en faire la demande.

Lors de certains entretiens avec des designers, il a été constaté que ces derniers pensent spontanément que si leurs fournisseurs sont français, la matière première est française et transformée localement.



54,5 % des designers n'ont pas recours à l'importation, tandis que 27 % d'entre eux importent des essences de bois de pays étrangers.

Parmi les essences importées, la plupart sont des essences exotiques provenant d'Asie, mais l'importation concerne également des essences d'Amérique du Nord et d'Europe.

L'utilisation d'essence de bois exotique est moindre chez les designers, cependant elle est possible et, dans ce cas, elle correspond à une commande privée. Le bois exotique est généralement utilisé en placage ou en massif pour l'extérieur.

Les designers citent régulièrement le bouleau de Scandinavie comme bois importé, ou encore le noyer d'Amérique du Nord.

Les designers se fournissent à l'étranger pour différentes raisons:

- Les essences ne sont pas disponibles en France : certains se fournissent à l'étranger car l'intermédiaire ne peut pas avoir l'essence voulue avec la transformation nécessaire. Par exemple, certaines essences de bois français ne sont pas disponibles en bois de placage en France.
- Les essences n'existent pas dans la forêt française : les designers ont recours à l'importation pour obtenir une essence de bois comme les bois exotiques, le bouleau de Scandinavie ou le Noyer d'Amérique du Nord. Ce dernier a la propriété d'être foncé naturellement.
- Besoin de certaines propriétés : le fournisseur français peut procurer l'essence mais pas dans les qualités esthétiques et mécaniques escomptées, l'alternative qui se présente alors est de chercher ce qui pourrait être disponible à l'étranger.
- Le coût : le prix plus intéressant à l'étranger de certaines essences de bois engage parfois les designers à l'importation.

Les artisans sont très exigeants quant à la provenance des bois achetés. Presque tous se fournissent en bois français et connaissent exactement la région d'origine. Pour le massif, les ébénistes se fournissent essentiellement en Bourgogne, Franche-Comté, Normandie et Picardie selon l'essence souhaitée, par exemple la Normandie pour le chêne et le châtaignier et la Picardie pour le hêtre. La traçabilité de la matière première devient pour eux un argument de plus en plus récurrent auprès de certains de leurs clients. En effet, au travers de l'origine du bois, on peut raconter une histoire. Ce fut le cas pour l'un des projets de Jean Nouvel, une table réalisée par l'ébéniste Monsieur Rouchon. L'un des chênes utilisés pour la réalisation de cette table datait de la Révolution Française et portait donc avec lui une forte histoire dont la table était finalement l'un des derniers vestiges. Les artisans font appel à l'importation dans des cas bien spécifiques. Tout d'abord, les agenceurs se fournissent beaucoup en Europe pour les panneaux car les coûts sont beaucoup plus bas et de bonne



façon. Ensuite, l'importation de bois exotiques est très régulière. Voici quelques exemples d'origine de certains bois, les bois d'Indonésie comme l'ébène, le citronnier, le palissandre, le teck, les bois d'Afrique comme l'Acajou, le wenge, le sapelli. Quelques artisans se fournissent en bois guyanais, pour l'amarante et le palmier par exemple. Un des artisans interrogés dit également procéder à l'importation de bois américains comme le pin d'Oregon, le red cédar ou encore le tulipier. Force est de constater la très grande volonté des artisans à travailler avec le bois français, surtout pour le massif. Le recours à l'importation ne vaut que lorsque qu'ils sont face à une demande très spécifique d'essence que l'on ne trouve pas sur le territoire français.

Les maisons d'édition connaissent, quant à elles, très peu l'origine de la matière première utilisée. Cette question est peu posée à leurs fabricants car leurs préoccupations sont autres, une qualité de matériau, une quantité disponible et le coût le plus compétitif possible pour une meilleure rentabilité. C'est d'ailleurs pour cette dernière raison qu'ils se tournent assez fréquemment vers l'importation et notamment vers les pays européens plus compétitifs, à savoir l'Allemagne, l'Autriche, l'Italie. C'est donc la loi du marché, de l'offre et de la demande qui prime dans leurs commandes.

Les écoles connaissent en grande partie la provenance de leur bois, qui est français et plus précisément de Picardie et de l'Oise. Aucune des écoles interrogées n'a recours à l'importation.

Les personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur connaissent des difficultés pour obtenir l'information de la provenance du bois. Ce manque de transparence est lié aux quantités peu volumineuses commandées par ces professionnels. Certains préconisent le recours à des labels permettant de connaître cette information.

Les décorateurs, les architectes d'intérieur et les maisons de luxe ont le plus souvent recours à une importation due à une importante utilisation des essences de bois exotiques. Les designers et les maisons d'édition importent parfois des essences de bois en provenance de pays européens pour avoir des prix plus attractifs ou une qualité qu'ils ne peuvent obtenir sur le territoire français.

### 2.4.3. Leurs attentes vis-à-vis du fournisseur

Quel est le rôle de leurs fournisseurs par rapport à la spécificité de leurs activités ? Comment appréhendent-ils le marché de la filière bois et ses fluctuations ? Quelle confiance font-ils à leurs fournisseurs quant à leurs achats en matière première ?

La disponibilité et la qualité sont les deux attentes essentielles des architectes d'intérieur envers leurs fournisseurs. Viennent ensuite le prix et le conseil. Cela montre que pour leurs projets, les architectes d'intérieur savent en général ce dont ils ont besoin mais attendent de leurs fournisseurs une réponse rapide et une matière première de grande qualité. Ils leur font largement confiance pour leur bonne connaissance de la filière d'approvisionnement et des traitements mécaniques des bois.

Les décorateurs ont avant tout une attente qualitative vis-à-vis de leurs fournisseurs. Il est important que le rendu esthétique soit réussi, cela dépend donc de la qualité du bois fourni. Ensuite, les décorateurs attendent de leurs fournisseurs la disponibilité du bois escompté, cela leur évitant de longues recherches pour obtenir l'essence voulue. Puis, par ordre d'importance, les décorateurs attendent de leurs fournisseurs la certification, le conseil et le prix.

Les décorateurs ne prennent pas en compte les fluctuations du marché. Les quantités commandées sont modestes et ces derniers sont prêts à supporter ces fluctuations pour obtenir une essence de bois essentielle à la réalisation de leur projet.

Les intermédiaires peuvent ne pas avoir de rôle déterminant dans les achats des décorateurs car le concept est déterminé dès le départ. Une fois les études menées, les choix des matériaux ne peuvent pas être modifiés. En revanche, les intermédiaires peuvent apporter leur aide au début du projet pour fournir les échantillons nécessaires en amont de l'étude.

Selon les décorateurs, les intermédiaires ne sont pas un frein dans leurs intentions, sauf si l'essence de bois n'est pas disponible et son réapprovisionnement impossible.

Le designer attend de son fournisseur :

#### 1. La qualité

Dans les précédentes observations, il apparaît que la qualité est une notion très importante chez le designer. Ils entendent par qualité : esthétique, environnementale, structurelle, fonctionnelle.

#### 2. La disponibilité

Il est très rare que le designer revienne sur l'essence choisie. Lorsque le design est pensé, la matière est esthétiquement et mécaniquement intégrée. Il est donc important que ce dernier puisse obtenir rapidement auprès de son fournisseur l'essence souhaitée.

#### 3. La certification

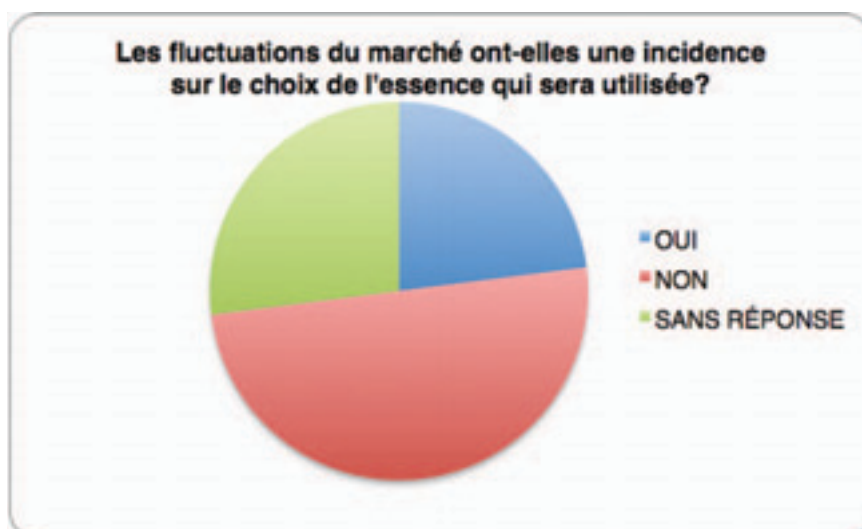
Le designer s'attache de plus en plus à connaître l'origine de sa matière première, mais dans très peu de cas la provenance est définie, ni le pays ou la région dans lesquels le bois a été récolté et/ou transformé. La confiance avec le fournisseur est donc essentielle.

#### 4. Le prix

Il est un élément signifiant qui a un impact sur le budget global du projet, ce dernier étant déterminé par le commanditaire du projet.

#### 5. Le conseil

Paradoxalement, le conseil apparaît comme un élément secondaire même s'il n'en demeure pas moins important. La plupart des designers font appel à leurs ébénistes pour la réalisation de projets en bois et l'œil de ces professionnels du bois est signifiant pour aider à choisir l'essence adaptée.



La moitié des designers ne subissent aucune influence de la part du marché quant au choix de l'essence car les quantités utilisées sont peu volumineuses. Cependant un quart des personnes interrogées ont déjà été confrontées à une inflation des prix de l'essence souhaitée ce qui a engendré un changement de commande. Ils font alors appel à leurs fournisseurs pour qu'ils les conseillent et leur permettent de trouver une essence avec les qualités recherchées.



Selon la moitié des designers interrogés, les intermédiaires n'ont pas de rôle de conseil déterminant dans leurs achats. Ceci s'explique par un processus de création mis en place par les designers : l'objet est pensé pour que la matière soit esthétiquement et mécaniquement intégrée.

Cependant, il arrive que dans des cas particulier, les designers fassent appel à leurs intermédiaires pour obtenir des conseils. Les artisans, fournisseurs principaux des designers, sauront aider et guider le créateur dans ses recherches.

Selon 73% des designers, les intermédiaires ne sont pas un frein dans leurs intentions et considèrent cette relation comme une collaboration. Leur rôle premier est de négocier et d'obtenir le meilleur prix de la matière première recherchée. L'avis technique des transformateurs est également important mais est variable selon les savoir-faire et les capacités de chacun.

Certains designers pensent que les intermédiaires peuvent être un frein lorsqu'ils ne sont pas impliqués dans la qualité du résultat et non-intéressés dans la vente elle-même.

Les ébénistes demandent essentiellement de la qualité à leurs fournisseurs, ainsi qu'une certification des produits proposés. Le prix et la disponibilité sont également deux critères importants pour une bonne relation fournisseur/client. Dans l'ensemble, on ressent chez les artisans un manque de confiance envers leurs fournisseurs qui, selon eux, manquent de connaissance sur la matière première et sont très peu exigeants sur la qualité des produits. Il y a peu de différenciation entre la production intensive et celle de très haute qualité. Néanmoins, ces intermédiaires ayant un catalogue de produits très variés dû à une clientèle vaste sont à même de proposer d'autres possibilités d'essences, de typologies, ou encore de traitements adaptés aux travaux commandés. Les fluctuations du marché de la filière bois n'ont que très peu d'influence car lorsqu'il y a exigence du client sur une essence particulière, par exemple, il est prêt à supporter une hausse des prix. Dans le cas de l'agencement, la fluctuation des prix peut engendrer un autre choix d'essence afin de respecter le budget initial.

Les éditeurs sont, comme précisé précédemment, conseillés avant tout par les designers qui pensent et développent les meubles et objets de la collection. Les artisans, leurs principaux fournisseurs de matière première mais aussi fabricants, ont également un rôle de conseil très important auprès d'eux. Ce conseil porte sur la matière elle-même, mais aussi sur la qualité et le prix. La fluctuation du marché peut avoir un impact selon que l'objet est destiné à production de grande série ou bien manufacturé de façon plus exclusive. En effet, la grande série implique un coût de production maîtrisé car le prix de vente ne doit pas être trop élevé, alors que le produit exclusif peut connaître un prix de production plus élevé. Ainsi, les fluctuations des prix auront un impact sur le choix de l'essence pour la production en grande série, afin d'obtenir une meilleure rentabilité.

Principalement, les écoles attendent de leurs fournisseurs la qualité, puis, par ordre d'importance, le prix, la disponibilité, le conseil et la certification.

Le prix est important pour les écoles car ces dernières ne disposent pas de gros budgets pour se fournir en matériau. Pour certains projets, les fluctuations du marché n'ont pas d'incidence sur le choix de l'essence utilisée pour les écoles car celle-ci est déterminée en amont et le volume acheté peu important. Aussi, les intermédiaires n'ont pas de rôle déterminant dans les achats des écoles et ils ne sont pas un frein dans leurs intentions.

Tous attendent de leurs fournisseurs un produit de grande qualité et une disponibilité de la matière. Les personnalités du design ne ressentent pas les fluctuations du marché et font primer la qualité sur le prix.

Les fournisseurs doivent avant tout offrir un bois aux multiples qualités afin de satisfaire pleinement les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

## 2.5. LEURS BESOINS ET DEMANDES

### 2.5.1. Une offre plus accessible

La question de l'accessibilité de l'offre du secteur bois français a été posée aux professionnels des filières de l'architecture d'intérieur et du design. Ont-ils besoin d'un meilleur accès à l'information, aux ressources, aux professionnels de la filière bois ? Dans le questionnaire, il leur était proposé deux voies d'amélioration, la première en créant un organisme, avec un lieu pouvant accueillir du public et qui serait le représentant de tous les professionnels du secteur bois ou une plateforme web regroupant le référencement de toutes les essences et de leurs propriétés techniques ainsi que la liste des différents interlocuteurs possibles de la filière.

Les architectes d'intérieur souhaitent pour la plupart avoir un accès simplifié à l'information et la solution de la création d'une plateforme web est celle qu'ils retiennent en majorité. Ils reprochent à la filière bois d'être un milieu très fermé. Pour les personnes qui y sont extérieures, il n'est pas évident d'y entrer et de trouver les bons interlocuteurs pour leur parler de la matière et des transformations possibles.

Les décorateurs ont besoin pour la plupart d'avoir un accès facilité à l'offre de bois français. Ils retiennent comme solution la mise en place d'une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés et la liste des différents interlocuteurs du secteur. Ils seraient même très intéressés à ce qu'une publication existe sur les différentes essences de bois français, les produits dérivés, les différentes techniques de transformation le tout étant bien illustré avec de bonnes photographies et des fiches techniques très descriptives.

Les designers souhaitent majoritairement une meilleure accessibilité à l'offre de bois français. 73 % pensent que la proposition d'une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs pourrait leur permettre d'avoir un accès plus facile à l'offre. Ils pensent que cette solution permettrait une meilleure connaissance du bois français mais surtout une facilité dans sa mise en œuvre. Grâce à cette plateforme, les designers connaîtraient les champs des possibles des matériaux c'est-à-dire comment appliquer les essences de bois sur un projet. De plus, cette plateforme permettrait aux designers d'accroître leurs connaissances sur la matière.

Les artisans, malgré leur très bonne connaissance de la matière bois, sont également favorables à un meilleur accès à l'offre et, ce via une plateforme web. Ils soulignent que l'offre ne peut pas se limiter à une simple liste des essences. Il est essentiel de pouvoir identifier l'accès aux matières elles-mêmes. Selon les artisans, une grande partie de l'échantillonnage des essences, des transformations, est inaccessible et les professionnels du bois auraient tout intérêt à ce que l'information soit plus importante et accessible pour des possibilités de développement économique meilleures.

Les maisons d'édition prônent également une meilleure facilité d'accès à cette offre « bois » par la création d'un site internet regroupant tous les éléments d'informations possibles sur la filière bois. Les éditeurs souhaitent que les acteurs du bois se fassent connaître ainsi que leurs capacités à travailler cette matière, leurs techniques de transformation, leurs innovations. Cela permettrait aux maisons d'édition d'être dirigées plus simplement et plus directement vers les bons interlocuteurs. La possibilité d'avoir des échantillons des différentes essences qu'ils souhaiteraient utiliser serait très utile à leurs activités.

Les écoles auraient besoin d'une facilité d'accès à l'offre du secteur du bois par le biais d'une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs du secteur. Ainsi, les écoles pourraient sensibiliser davantage les étudiants à l'utilisation des bois français et leurs applications au sein du design, de l'architecture d'intérieur et de la décoration.

En conclusion, les personnalités sont à l'unanimité favorable à une plateforme web sur laquelle seraient référencées toutes les essences de bois françaises, leurs propriétés techniques et les différents professionnels du bois. Selon elles, les essences de bois françaises devraient être mieux exposées, promues afin de faciliter leurs emplois au sein de leurs activités. Certaines personnalités comme les architectes d'intérieur, les décorateurs, les artisans et les maisons d'édition, aimeraient avoir des échantillons de la part des fournisseurs de la matière première. Il semblerait que cette pratique existe déjà mais qu'elle ne soit que très peu développée. La création de postes de commerciaux, spécialisés dans les secteurs de l'architecture et de l'ameublement, au sein des entreprises de la filière bois favoriserait les relations entre ces deux secteurs.

On remarque un fort manque de communication et d'information de la part des professionnels du bois sur leurs produits auprès des secteurs du design et de l'architecture intérieure.

## 2.5.2. Des matériauthèques, de l'innovation

Une matériauthèque est un lieu de documentation, de conseil et d'activités sur les matériaux et leur mise en œuvre. Elle propose à la consultation des catalogues et des échantillons de matériaux, une banque de données, des revues et des publications sur les matériaux-procédés-produits. Elle peut également organiser des visites d'usines, de salons spécialisés et des conférences techniques. Il est intéressant de savoir si les acteurs ici interrogés connaissent ce type de structure, certaines pouvant même être spécialisées dans le matériau bois. L'innovation qui engendre du développement est primordiale. Peut-on imaginer un travail collaboratif entre les secteurs de l'architecture d'intérieur et du design et celui du bois pour faire avancer cette innovation ? Cette mise en commun des besoins et des développements dynamiserait d'autant plus les relations bois et design.

Les architectes d'intérieur connaissent très peu de matériauthèques et encore moins de structures spécialisées sur le matériau bois. Les quelques personnes connaissant des matériauthèques citent celle de FCBA, spécialisée en bois, ainsi que celle de Matéριο, présentant des matières exceptionnelles, innovantes dans la mise en œuvre ou dans la matière elle-même. Par exemple, pour le bois, on peut y trouver du bois translucide, des bois mousses, des bois cuirs valorisant la matière d'une manière différente.

Sur le développement d'un travail de collaboration avec la filière bois pour favoriser l'innovation, tous sont très positifs à l'annonce d'une telle initiative pour participer, être au fait de ce qui est en train de se développer et pour être dans une démarche éco-responsable.

La majorité des décorateurs interrogés ne connaissent pas de matériauthèques externes à leurs propres structures. Généralement les agences des décorateurs ont leurs propres matériauthèques qu'ils enrichissent sans cesse avec l'arrivée de nouveaux échantillons ou matériaux. S'ils leur arrivent d'avoir des recherches de matériaux à entreprendre, c'est principalement par le biais d'internet.

Ils seraient intéressés à participer aux développements de partenariats entre les professionnels du secteur bois et les différents métiers de l'architecture d'intérieur afin d'apporter de l'innovation à la filière bois. Les décorateurs pensent que beaucoup de choses restent à accomplir dans ce secteur et que l'on peut faire preuve d'imagination pour dynamiser le secteur du bois en général.

Les designers connaissent peu de matériauthèques ; en effet presque la moitié des personnalités interrogées n'en connaissent pas de spécialisées dans le bois.



Pour ceux qui connaissent des matériauthèques, ils citent principalement celle du FCBA puis Matério. L'innovathèque du FCBA regroupe différents matériaux dont le bois, quant à Matério, elle a un fonctionnement différent à savoir un regroupement par matières exceptionnelles, innovantes dans la mise en œuvre ou dans la matière elle-même.

Lorsque l'on interroge les designers sur la fréquentation de ces lieux et l'utilisation de ces outils, très peu y ont recours. On explique ceci par un manque de connaissance des lieux et de leurs fonctionnements. Les designers connaissent les matériauthèques par les écoles, le VIA, leurs projets avec des maisons d'éditions et internet.

Les designers pensent qu'il serait nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs du secteur bois et les différents métiers du design afin de développer l'innovation. Selon les designers, le secteur du bois français est peu innovant et mériterait d'être davantage développé. En instaurant des collaborations entre designers, transformateurs et fournisseurs, cette dynamique pourraient favoriser le développement de l'innovation au sein de la filière. Actuellement, il existe très peu de collaborations entre les designers et les fournisseurs. Celles-ci pourraient favoriser l'emploi de bois mais aussi valoriser les savoir-faire.

Les artisans sont beaucoup plus au fait de l'existence de ces matériauthèques. Sont de nouveau citées celle du FCBA, Matério, mais également la structure du CNDB (Centre National pour le Développement du Bois), le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement). Ils ont connu ces structures grâce à des confrères, des fournisseurs, au FCBA. Certains ébénistes se sont constitués leur propre matériauthèque en conservant un échantillon de chaque matière achetée.

L'innovation est plus qu'essentielle pour les artisans et ils souhaitent être actifs avec les professionnels de la filière bois sur ce sujet afin de mieux faire connaître la richesse de ce matériau, de pousser ses limites vers des développements technologiques. Au-delà d'un développement « technique » de la matière, cette collaboration pourrait également être pensée sur un plan économique afin de déterminer bien en amont la valorisation des produits innovants.

Les éditeurs ne sont que très peu à connaître une matériauthèque spécialisée ou non. A nouveau, les deux noms qui sont cités sont ceux de l'innovathèque de FCBA et de Materio. C'est, en général, par l'intermédiaire des designers qu'ils ont eu connaissance de ces structures. Néanmoins, ils considèrent que, pour leurs activités, l'existence de telles structures serait essentielle pour une meilleure connaissance des bois français (essences, transformations). En effet, on leur propose toujours les mêmes essences et les mêmes finitions alors qu'il en existe beaucoup d'autres pouvant les intéresser.

L'innovation serait également un bon moyen pour eux de connaître les professionnels du bois, leur travail, leurs techniques et vice versa. Chacun serait alors à l'écoute de l'autre pour la mise en place de développements en adéquation avec le marché.

Peu d'écoles connaissent des matériauthèques spécialisées dans le bois français. On remarque que la plupart des écoles ont leur propre matériauthèque, notamment les écoles de design et d'architecture d'intérieur. Certaines écoles informent qu'elles orientent les étudiants vers l'innovathèque de FCBA.

Les écoles pensent qu'il serait nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs du secteur bois et les différents métiers de l'architecture d'intérieur et du design afin de développer l'innovation dans le secteur bois. Sous forme de veille, de recherche, d'expérimentation, les écoles seraient intéressées à participer à ce genre de projets qui permettraient aux étudiants de développer des savoirs sur le bois, de connaître les champs des possibles de la matière.



Les secteurs du design et de l'architecture intérieure ont pour la plupart peu connaissance des lieux d'informations sur le bois comme les matériauthèques. Celles qui sont principalement citées sont l'Innovathèque de FCBA et Matério.

Certaines structures comme les cabinets de décorateurs et les agences d'architectes d'intérieur se constituent peu à peu leur propre matériauthèque en collectant les échantillons. Quelques écoles ont également leur matériauthèque intégrée. Il apparaît que très peu de designers, fraîchement sortis des écoles, connaissent les lieux de référencements du bois comme l'Innovathèque ou Matério.

Ainsi, les professionnels du bois pourraient davantage sensibiliser ces futurs professionnels à l'utilisation du bois en se rendant directement dans les écoles et en les incitant à découvrir les matériauthèques.

Enfin, l'ensemble des personnalités interrogées seraient toutes intéressées par le développement de partenariats entre les deux secteurs pour favoriser l'innovation.

### 2.5.3. Des événements promotionnels

Localement, régionalement, de nombreuses initiatives autour du bois et du design ont été développées afin de valoriser la ressource locale par l'intervention de designers, d'architectes. On peut citer à ce jour l'événement « Eco Design Bois de Bourgogne », ou encore « Bois Design Châtaignier » dans les Vosges du Nord. Est ce que les professionnels ici interrogés ont eu connaissance de ces événements ? Qu'en pensent-ils ? Aimeraient-ils y participer ?

Très peu d'architectes d'intérieur connaissent l'existence de ce type d'événements mais lorsqu'ils en ont connaissance, c'est grâce à des relais comme le VIA ou des organismes liés. Néanmoins, les personnalités enquêtées déclarent qu'ils répondraient positivement, le cas échéant, à toutes demandes allant dans ce sens.

Les décorateurs n'ont pas connaissance d'évènements du type concours, innovation, recherche, ou autres projets promotionnels liés au bois français. Si une minorité connaît ce type d'événements, c'est par le biais d'écoles d'art liées à l'apprentissage de la menuiserie, de l'ébénisterie et du mobilier ou d'écoles de décoration ou d'architecture intérieure.

Les décorateurs interrogés seraient intéressés à participer à ce type d'évènements pour promouvoir le bois français et permettre des débouchés concrets. On retient ainsi que Christian Liaigre, décorateur français, a été Président du jury du Wood Stock Design Contest en 2011. Ce concours a permis aux écoles de design, d'architecture de présenter des projets en employant les feuillus américains.

Il y a autant de designers qui connaissent des évènements promotionnels liés au bois français, que de designers qui n'ont jamais reçu l'information de ce type d'évènements. Cependant les designers citent des évènements très divers comme Ecodesign Bois de Bourgogne, Ecodesign Rhône-Alpes, Le bois dans tous ses états, Trophées d'Aquitaine de Design Industriel (tadi) Pin des Landes, CRITT.

La plupart des designers interrogés ayant eu connaissance de ce type d'évènements y ont généralement déjà participé. Tous les designers ayant répondu à ce questionnaire seraient intéressés à participer à ce type de projet promotionnel qui favoriserait des rencontres entre fournisseurs, transformateurs et designers.

Les artisans peuvent connaître certains de ces événements pour y avoir parfois participés : « Eco Design Bois de Bourgogne » et « Wood Stock Design Contest ». Ils sont souvent prêts à répéter l'expérience pour l'apport de visibilité, la rencontre avec des acteurs du secteur design pour mieux connaître leurs attentes, leurs besoins.

Les maisons d'édition n'ont pas du tout connaissance de ces actions régionales car elles ne se sentent pas vraiment concernées par celles-ci n'y trouvant aucun intérêt économique. Il faut tout de même citer une exception, celle de la bibliothèque Legend de Christophe Delcourt conçue lors du concours « Eco Design Bois de Bourgogne » en 2007 et qui est aujourd'hui distribuée par l'éditeur Roche Bobois. Cette bibliothèque est réalisée en assemblage de châtaignier massif (sans pièces métalliques) issu de forêts durablement gérées, premier modèle d'une collection éco-conçue.

Une grande partie des écoles connaissent ce type d'évènements et incitent leurs étudiants à y concourir. Différentes écoles ont déjà participé à des concours notamment au « Wood Stock Design Contest ». Ainsi la Strate Collège de Sèvres, le lycée de la Martinière de Lyon, l'école Camondo de Paris, l'école Boule de Paris, le lycée Jean Perrin de Marseille... ont présenté des objets, aménagements d'intérieurs pour participer à ce concours pour la

promotion des feuillus américains. Toutes les écoles interrogées seraient intéressées à participer à ce genre d'événement et de projet afin de promouvoir le bois français.

Beaucoup de designers et d'artisans ont connaissance des événements type concours, expositions, projets autour du bois et du design afin de valoriser une essence locale. Les personnalités du design et de l'architecture intérieure témoignent d'un fort enthousiasme quant à la création d'objets innovants et à la participation à des événements de ce type. Il ressort de ces expériences beaucoup de points positifs comme la découverte d'un nouveau réseau pour se fournir, de nouvelles solutions de transformation de la matière première, la promotion d'une spécificité locale telle qu'une essence de bois ou un savoir-faire.

## 2.5.4. Leurs demandes

A la fin de cette enquête, il a été demandé aux professionnels des filières de l'architecture intérieure et du design quelles seraient les conditions essentielles pour une utilisation optimale du bois français dans leurs activités respectives. De même, ont-ils des demandes particulières sur ce sujet.

Une meilleure disponibilité, diffusion, communication, et peut-être la mise en avant d'une particularité française de cette matière, au travers par exemple d'une marque NF, seraient les conditions optimales pour que les architectes d'intérieur utilisent le bois français. L'idée des bases de données rassemblées a été retenue et semble être pour ces professionnels un outil de travail intéressant.

Les décorateurs ont avant tout des demandes en ce qui concerne la qualité, la certification et la disponibilité. Ainsi, ils aimeraient que le bois soit de manière générale plus régulier c'est-à-dire sans trop d'imperfections, sans nœuds. Cette qualité permettrait que son application soit facilitée. Il apparaît que la certification est importante pour les décorateurs, lesquels souhaitent disposer de davantage d'informations concernant la provenance et la traçabilité de leurs bois. Enfin, les décorateurs souhaiteraient que les essences des bois français soient plus expliquées, montrées, photographiées et mieux commercialisées.

Les designers demandent également une plus grande transparence sur la provenance et la traçabilité du bois. Ils apprécient ce matériau pour ses qualités environnementales. En effet, l'utilisation de ce matériau s'inscrit dans les exigences actuelles du développement durable : essence locale, transformation à proximité, utilisation d'un savoir-faire local... .

Les designers veulent favoriser les rencontres avec les fournisseurs et les transformateurs de la matière. Ils souhaitent disposer d'outils pour accéder plus facilement à des répertoires et listes de contacts de professionnels.

Ils souhaitent également une amélioration de la communication auprès des designers, des écoles en développant des événements, des concours, des expositions et des partenariats.

La création d'une base de données permettrait aux designers de faciliter leurs mises en relation avec les professionnels du bois et d'améliorer leur utilisation du bois français.

Ils pensent enfin qu'une meilleure formation des futurs professionnels du design aux techniques et qualités du bois serait une amélioration en vue d'une utilisation optimale du bois français.

Les artisans souhaitent, quant à eux, une plus grande transparence de la part de la filière bois, que ce soit sur la façon dont sont gérées les forêts françaises mais aussi dans le traitement de cette ressource. Accéder plus facilement à la meilleure qualité avant qu'elle ne parte à l'étranger, avoir des produits semi-finis en plus grand nombre et de haute qualité sont également des demandes récurrentes. Enfin, ils pointent du doigt l'importance de développer la seconde transformation en France afin que la filière française du bois puisse proposer un catalogue de produits plus important. Les possibilités de nouvelles mises en œuvre du matériau, pouvant être développées par l'innovation, permettront une plus grande valorisation des ressources françaises.

Les éditeurs, tout comme les architectes d'intérieur, ont des exigences de qualité, de disponibilité et de coût en ce qui concerne les matériaux. Une meilleure connaissance des activités des uns et des autres rendrait la collaboration meilleure. Les petites quantités de matière et leur transformation posent très souvent problème à la filière bois. Les maisons d'édition souhaiteraient que ce problème de volume travaillé n'en soit plus un et que les développements avec les professionnels du secteur bois puissent se dérouler sur un mode plus collaboratif.

Les écoles aimeraient utiliser davantage de bois français. Pour ce faire, elles souhaiteraient développer des relations avec les fournisseurs de leurs régions.

Les écoles pensent que sensibiliser les étudiants sur les applications et les possibilités du matériau bois et leur permettre un accès facilité à l'offre de bois français permettraient aux étudiants d'utiliser davantage le bois dans leurs projets.

Les attentes de la part des personnalités des secteurs du design et de l'architecture intérieure pour une meilleure utilisation du bois français sont nombreuses.

Beaucoup de ces professionnels ont retenu qu'il serait nécessaire de créer une base de données accessible à tous pour mieux connaître les ressources de la filière bois. Cette solution permettrait une meilleure diffusion, promotion du bois et des fournisseurs.

La qualité reste au centre des préoccupations pour ces professionnels. Tous sont en demande d'innovation, de nouvelles possibilités d'application, ...

La provenance se révèle être un élément important pour une meilleure utilisation du bois. Certaines personnalités aimeraient la création d'un label pour certifier l'origine du bois ce qui permettrait une plus grande transparence.

### 3. SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS

Ces trois mois d'étude auprès des acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design ont permis d'avoir une vue d'ensemble sur leur connaissance du bois français, que ce soit en termes de ressources, de réseaux de professionnels, sur l'utilisation du matériau bois au sein de leurs activités et enfin sur leurs besoins spécifiques quant à une optimisation de l'usage de ce matériau.

Au regard des résultats de l'enquête conduite auprès des professionnels, il semble que le matériau bois est très présent dans ces secteurs d'activité et que tous les acteurs se sentent concernés par le sujet de la valorisation des bois français. Cette prise de conscience permet d'envisager des actions qui ont vocation à être soutenues à la fois par la filière bois mais également par celles du design et de l'architecture d'intérieur.

A l'issue de cette étude, quatre axes porteurs de développements forts pour la filière bois française se dégagent:

- La communication, un enjeu majeur  
A travers cet axe de développement, il est envisagé d'avoir plusieurs pistes pour une meilleure diffusion de l'information sur les ressources, les transformations et le réseau de professionnels.
- L'éco-conception, un enjeu de société  
Préoccupation sociétale, l'éco-conception est un axe majeur à développer en collaboration avec les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.
- Création et innovation, un enjeu économique  
C'est grâce à l'innovation et à la création que la filière trouvera de nouveaux débouchés sur le marché national comme international.
- Une formation optimale  
Il est essentiel que les futurs professionnels des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur reçoivent une formation complète et pointue sur le matériau bois et sa filière.

### 3.1. LA COMMUNICATION, UN ENJEU MAJEUR

Les acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design ne connaissent que très peu d'essences françaises et de ce fait utilisent toujours les mêmes bois pour leurs activités. Il n'y a aucun effort de leurs fournisseurs pour leur faire découvrir de nouvelles possibilités, leur apporter de nouvelles propositions. De même pour ce qui est de la transformation de ces bois. Ils ne sont pas mis au courant des nouveaux produits transformés qui pourraient leur être très utiles dans leurs activités.

La chaîne de la filière bois, du producteur au négociant en passant par la première puis la deuxième transformation, n'est pas bien comprise de tous. Tous les métiers de la filière bois ne sont pas facilement identifiables et il est donc très complexe pour les acteurs des secteurs de l'architecture d'intérieur et du design d'identifier les bons interlocuteurs.

Afin de pallier ces difficultés et d'améliorer la fluidité des relations entre les acteurs, trois pistes de réflexions peuvent être proposées :

- Piste n° 1 : créer des ponts entre les filières
- Piste n° 2 : développer une plateforme web
- Piste n° 3 : avoir une présence forte dans les événements spécialisés

#### **Piste n° 1**

Une bonne connaissance des filières de chacun constitue la base de toute collaboration. Il est essentiel que les professionnels de l'architecture d'intérieur et du design comprennent le fonctionnement de la production et la transformation du bois afin d'identifier au mieux les bons interlocuteurs selon leurs besoins.

Afin que cette connaissance soit optimale, il serait opportun que les principaux organismes du secteur bois mettent en place un document résumant la chaîne de production, de transformation et enfin de distribution. Ce document contiendrait également les principales coordonnées des organismes et professionnels pouvant fournir des informations beaucoup plus complètes à qui souhaiterait approfondir le sujet. Ce document pourrait prendre la forme d'une brochure papier mais également d'un document numérisé et donc téléchargeable à partir de sites internet où il serait hébergé.

La bonne diffusion de ce document est extrêmement importante. Les lieux physiques ou virtuels à définir doivent être des pôles d'informations, de recherches importants pour les acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design. Ces lieux qui seront à la fois institutionnels et privés, sont des centres de ressources connus et reconnus des professionnels. Nous pouvons citer, entre autres, les organismes suivants :

- Le Cnap, Centre national des arts plastiques
- L'Institut National des Métiers d'arts
- L'Apci, Agence pour la promotion du design industriel
- le Lieu du design
- Institut français du design
- Le Via, Valorisation de l'innovation dans l'ameublement
- L'Unifab
- Fnsai, Fédération nationale des syndicats d'architecture d'intérieur
- Unald, Union nationale des architectes d'intérieur-designers

Il ne faut évidemment pas oublier les écoles d'arts appliqués et de design qui ont toutes un centre de ressources pour leurs étudiants où ces derniers créent leurs premiers carnets d'adresses de contacts professionnels, de fournisseurs.

L'objectif de cette action de communication pour la filière bois est d'aller au devant des acteurs des filières de l'architecture d'intérieur et du design pour leur apporter la bonne information sur le réseau de professionnels constituant le secteur du bois français.

## **Piste n°2**

A l'issue de cette étude, il est apparu qu'une grande majorité des personnalités interrogées ont retenu la création d'une plateforme web regroupant un inventaire des essences françaises, des produits issus de transformations et une liste des professionnels du secteur.

Il semble intéressant que la filière bois développe ce projet de plateforme web.

L'objectif de celle-ci serait de créer le premier centre de ressources « bois français » au niveau national et regroupant tous les acteurs de la chaîne de production, transformation et diffusion du bois. Ce centre de ressources virtuel permettra de mettre en relation les fournisseurs, les laboratoires de recherche, les designers, les architectes, les fabricants de mobiliers, et les agences à la recherche permanente de matières premières et de nouvelles solutions technologiques.

Cette plateforme devra permettre l'identification de différents éléments essentiels pour les activités professionnelles du public ciblé :

- une liste précise des essences françaises. Chaque essence sera accompagnée d'une fiche descriptive des spécificités, caractéristiques de l'essence ainsi que de ses possibilités d'application.
- une liste des produits transformés pouvant trouver une application dans le secteur de l'ameublement, de l'architecture intérieure, et du design. Pour chacun des produits, une fiche descriptive et la liste des fournisseurs les proposant.
- une liste des innovations développées par les pôles de recherches et d'innovations ainsi que les coordonnées de ces centres.
- une liste des organismes importants de la filière bois.

Pour un accès facile aux informations, une navigation aisée au sein des nombreuses rubriques doit être privilégiée. La plateforme doit être largement illustrée ; en effet, chaque essence ou produit doit pouvoir être identifié visuellement par le visiteur. Des liens internet vers des sites d'organismes, de professionnels ou autres doivent être mis en place. Cette plateforme sera pour les fabricants et les fournisseurs, un bon moyen de valoriser leurs produits sur le marché de l'habitat et de l'ameublement.

Cette plateforme, pour une visibilité maximale, doit être référencée par d'autres structures qui proposeront un lien sur leur site internet. Ces structures peuvent être les mêmes que celles citées plus haut (cf. piste n°1). Il serait également utile de lancer différentes actions de communication presse pour relayer l'information auprès des professionnels intéressés.

## **Piste n° 3**

Les professionnels des filières de l'architecture d'intérieur et du design ont de nombreux événements spécialisés tout au long de l'année, à savoir des salons, des expositions, etc... . C'est lors de ces temps forts que les acteurs viennent chercher de l'information sur les tendances, les nouveaux produits, les nouvelles technologies, et des contacts de nouveaux fournisseurs. C'est aussi, pour eux, le moment de présenter leurs nouvelles créations. Il serait donc intéressant, pour le secteur bois, d'assurer une présence dans le cadre de ces événements.

Voici une liste non exhaustive des principaux événements lors desquels les professionnels de la filière bois pourraient mener des actions de communication :

- le salon Maison & Objet qui se tient deux fois par an, en janvier et en septembre ;
- Designer's Days, événement regroupant de nombreuses expositions dans différents lieux en Ile-de-France ;
- Paris Design Week, présentant de nombreuses manifestations tournées vers le design dans la ville ;



- Les expositions du Via.

Lors de ces manifestations, la filière bois pourrait réfléchir à différentes actions permettant d'améliorer sa visibilité auprès des acteurs des secteurs de l'architecture d'intérieur et du design. Ces actions pourraient se traduire de la façon suivante :

- obtenir un stand sur le salon Maison & Objet pour promouvoir le bois français dans l'univers de la maison. Ce stand pourrait regrouper certains organismes de professionnels de la filière bois.
- Lors de la manifestation Paris Design Week, il pourrait être envisagé de créer un événement « bois » au travers, par exemple, d'une exposition qui aborderait la thématique de l'innovation dans le bois et son application possible dans les univers de l'ameublement et de l'industrie.
- Un partenariat pourrait être trouvé avec le Via pour l'organisation de conférences, de rencontres, de « rendez-vous » entre les professionnels du bois et les designers.

Toutes ces actions apporteraient une plus grande visibilité au secteur bois et permettraient qu'un réseau se tisse entre toutes les filières concernées. C'est au travers de ces actions que la valorisation des ressources françaises, qu'elles soient matière première ou industrie, pourrait se faire.



Maison & Objet 2012



Stand de l'éditeur Alki, Maison & Objet 2012

## 3.2. L'ECO-CONCEPTION, UN ENJEU DE SOCIETE

Ecologie et développement durable sont devenus une préoccupation de société autant pour les consommateurs que pour les fabricants. Soucieux de faire valoir une plus-value éthique, les designers, fabricants de meubles, architectes pensent et produisent leurs projets en mode écologique et durable.

Le bois est un matériau qui, par nature, porte en lui des valeurs fortes d'authenticité et est vecteur de notions telles que « *naturel* », « *en harmonie avec l'environnement* », ... . Le bois est une ressource naturelle renouvelable qui stocke le CO2 et répond donc à ces tendances et enjeux très actuels. Son usage en brut, placage ou abouté, pour ses qualités esthétiques ou structurelles, illustre sa grande diversité d'application et sa pertinence.

L'éco-conception est une démarche préventive intégrant aux critères habituels de conception des critères environnementaux qui prennent en compte le cycle de vie du meuble. Il s'agit de fabriquer un produit dont, à fonctions égales, les impacts négatifs sur l'environnement soient réduits.

Dans le cadre d'un meuble en bois, par exemple, il s'agit de garantir que le bois provient d'une forêt durablement gérée, que les matières utilisées pour son traitement sont non polluantes (vernis à l'eau par exemple), et que sa valorisation en fin de vie soit assurée...

Dans ce contexte, la filière bois a tout intérêt à développer les champs des possibles dans cette voie. Pour cela, trois pistes de réflexion doivent être approfondies :

- Piste n°1 : développer la recherche en collaboration avec les créateurs ;
- Piste n°2 : développer l'éco-certification ;
- Piste n°3 : initier des projets éco-conçus comme vitrine du bois français.

### **Piste n°1**

Par éco-conception, on entend également recherche. Cette dernière n'est pas seulement technologique, on peut être innovant en réutilisant et en associant d'anciennes techniques de fabrication pour une application contemporaine.

Associer les entreprises avec les créateurs, qu'ils soient architectes ou designers, permettrait de développer une démarche collaborative visant l'amélioration constante. Chacun, par ses activités propres, serait moteur dans un développement de produits éco-conçus en cohérence avec le marché, la demande, la concurrence.

Les voies de recherches pourraient être, entre autres, les suivantes :

- assemblage des produits sans colle,
- optimisation de l'encombrement lors du transport et du stockage,
- diminution des déchets et du contenu énergétique,
- diminution du nombre de matériaux pour faciliter la réparation, le démontage et le retraitement,

Le but n'est pas d'être parfait sur tous les critères d'éco-conception, mais d'entreprendre des démarches pour progresser.

Le créateur apportera à l'entreprise une réflexion prospective, créative, adaptée à l'activité de chaque entreprise. L'éco-conception vient alors s'ajouter comme un élément porteur de réflexion positive et source de créativité. Ce travail collaboratif devra aboutir à la définition d'un cahier des charges, à la mise en relief des préoccupations de l'utilisateur et l'analyse d'une stratégie pour l'entreprise.

Dans la pratique, il serait intéressant qu'un représentant de la filière bois soit à l'initiative de tels projets par la création d'un programme soutenu par les institutionnels et les organismes professionnels. Ce programme pourrait se formaliser par la publication d'appels d'offres qui

associeraient une entreprise du secteur bois (scierie, transformateur, pôle d'innovation, ...) et un créateur (designer, architecte, ...) sur le sujet de l'éco-conception.

### **Piste n°2**

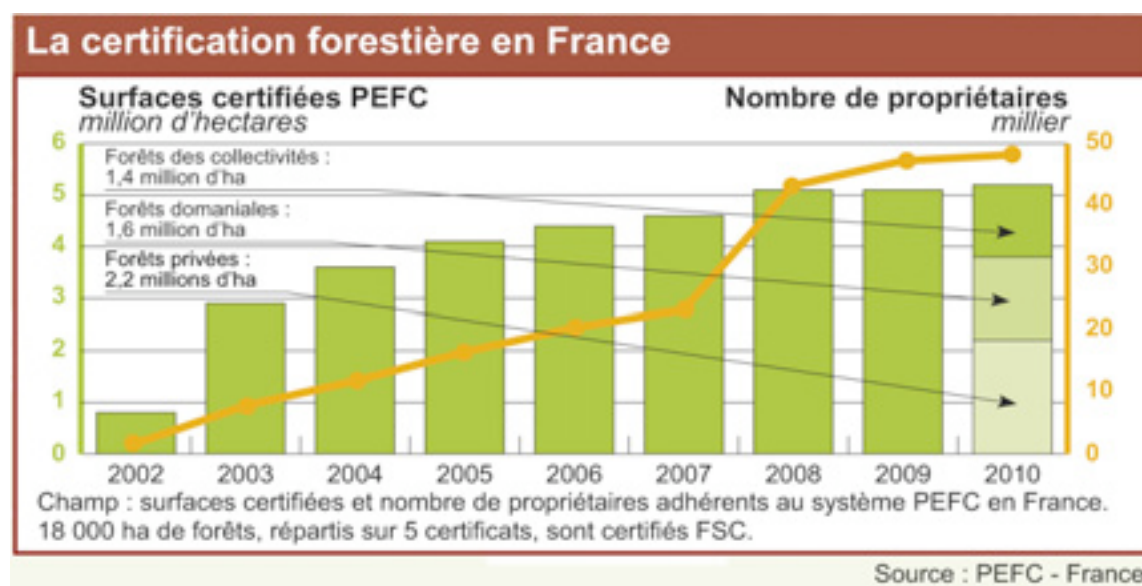
Une certification écologique est spécifique aux produits issus de la forêt (bois, papier...) : elle garantit la provenance des bois et la gestion durable des forêts dont ils sont issus (labels de type FSC, PEFC...).

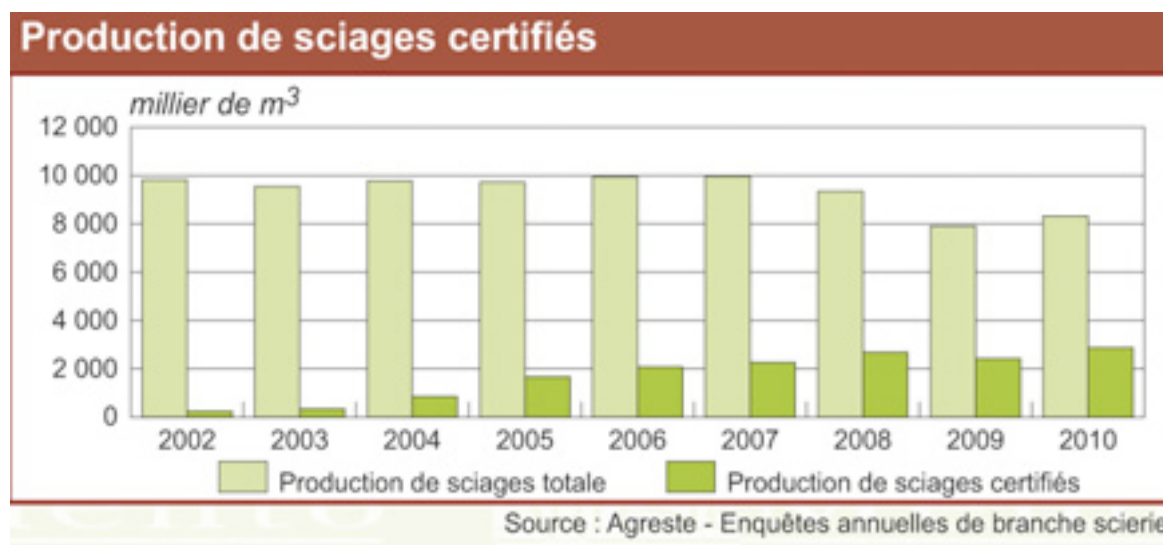
Pour garantir au consommateur qu'il achète du bois sans participer à la déforestation, les démarches de certification se sont développées. A ce jour, deux labels principaux soumettent la gestion forestière à des exigences de gestion durable :

- Le label FSC (Forest Stewardship Council) garantit une gestion durable de la forêt, au niveau économique, environnemental et social, et assure la traçabilité du bois depuis la forêt jusqu'au magasin.
- Le label PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification) connaît à l'origine plus particulièrement les forêts d'Europe, garantit que le bois utilisé provient d'une forêt durablement gérée, il s'est développé dans le monde entier et représente la plus grande surface de forêts certifiées ; il garantit que le bois utilisé provient d'une forêt durablement gérée et que le produit final répond, tout au long de sa chaîne de transformation, aux prescriptions d'un cahier des charges.

Lors de l'enquête, nombreuses sont les personnes à avoir insistées sur le fait de vouloir acquérir une matière première aux critères écologiques bien spécifiés car cela n'est pas toujours visible. Les labels cités, ci-dessus, ne sont que trop peu souvent mis en avant par les producteurs français et le manque de transparence n'est pas un positionnement positif dans le contexte actuel où le consommateur veut avoir des critères écologiques certifiés.

Une réflexion est à mener sur la solution pouvant apporter aux consommateurs une plus grande transparence sur l'origine du matériau. La conscience collective pousse vers une consommation de plus en plus écologique et de nouveaux produits « propres » sont à créer, définir et surtout à certifier. De plus, un travail pédagogique serait à entreprendre auprès des acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur mais aussi auprès des professionnels du bois afin de leur apporter une meilleure compréhension des labels existants.





### **Piste n°3**

Pour positionner la France sur l'éco-conception, il faut créer une vitrine présentant les possibilités techniques et créatives des entreprises françaises. C'est en initiant des projets « expérimentaux » qu'émergeront des prototypes, de nouvelles propositions pour nos intérieurs. C'est par la dynamique engendrée par l'association d'un designer, d'une entreprise et de matières premières locales que la France présentera des caractéristiques attractives dans la voie de l'éco-conception.

Certaines initiatives ont déjà vu le jour et connu un succès. Ces initiatives locales, régionales, ont réuni des créateurs, des entreprises pour mettre en œuvre l'éco-conception en intégrant du bois d'origine certifié. On peut citer par exemple l'opération Eco Design Bois Bourgogne portée par le Conseil Régional de Bourgogne, l'ADEME et Aprovalbois. Cette initiative a permis la création d'un certain nombre de projets lors des deux éditions qui se sont déroulées en 2007 et 2008.

Aujourd'hui, il convient de promouvoir le renouvellement de ce type d'initiatives dans différentes régions françaises. Les Interprofessions Régionales Bois seraient les organismes les mieux placés pour être à l'origine de ces projets car leurs réseaux leur permettent de toucher un maximum de professionnels pouvant être intéressés par ces propositions. On obtiendrait donc une vitrine proposant une gamme complète de produits conçus selon les spécificités régionales (essences, techniques, réseau de professionnels, ...).

Néanmoins, il faut rester vigilant à ce que ces projets ne restent pas régionaux mais qu'ils aient un retentissement national et permettent ainsi des développements inter-régionaux voire internationaux. Pour ce faire, une communication forte autour de ces projets doit être lancée auprès de la presse, des professionnels. De même, envisager une exposition de tous les projets éco-conçus lors de salons spécialisés (français et internationaux) offrirait une plus grande visibilité des possibilités françaises dans le domaine de l'éco-conception et permettrait certainement un développement économique de la filière bois.



Eco Design Bois de Bourgogne, 2008

Projet Peacock

Dessiné par A3STUDIO, Ariane Epstein et Jean-Sébastien Lagrange

Fabriqué par EUROSIT, Thierry Lorrion

Innovation sur le confort pour cette chaise de réunion et d'accueil, dédiée au secteur tertiaire dont le bois est habituellement absent. L'assemblage inventif des panneaux usinés à plat permet d'obtenir galbes et courbes en trois dimensions et d'induire une nouvelle typologie de confort sans l'aide de moule. La coque en bois et le pied métallique sont livrés séparément et se montent à l'aide de 4 vis.

Les avantages environnementaux :

Hêtre et chêne de Bourgogne certifiés • Forme 3D à partir de découpe de panneau plan • Panneaux à faibles émissions de COV (Composés Organiques Volatiles) • Finition huilée réparable (coque). Démontable pour un volume de transport réduit • Montage à l'aide de 4 vis. Séparabilité aisée des matériaux • Nombre de pièces réduit • Valorisation énergétique (coque) et recyclage (acier)

### 3.3. CREATION ET INNOVATION, UN ENJEU ECONOMIQUE

Le secteur du design a déjà permis au travers de plusieurs expériences et projets la valorisation des bois français. C'est grâce à l'innovation et à la créativité de designers, d'éditeurs, d'artisans que de nouvelles formes, de nouvelles propositions en termes de design ont développé une nouvelle image du matériau « bois », résolument plus contemporaine.

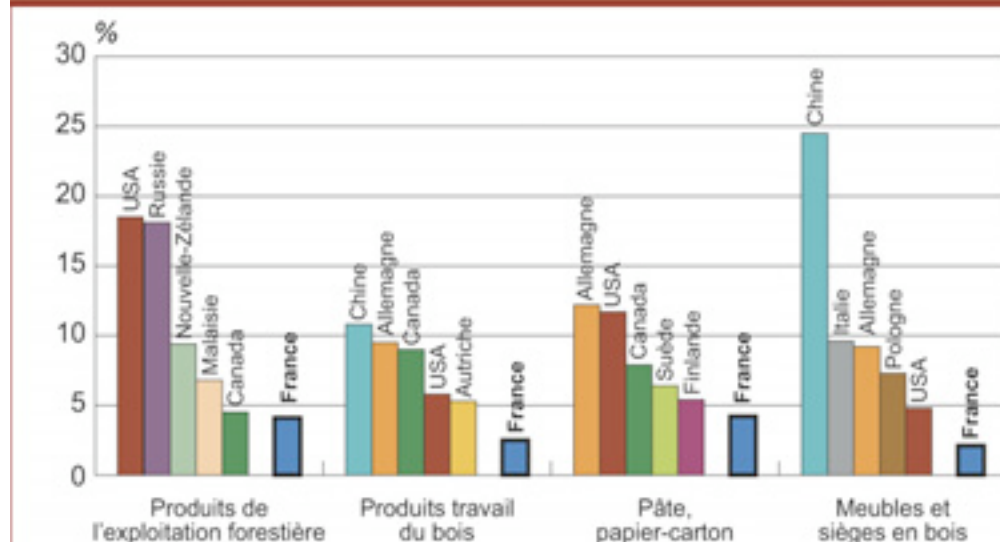
Ces projets ont connu des succès médiatiques mais aussi économiques car ils ont su développer des produits qui ont eu une forte résonance auprès du public, trouvant ainsi leur place sur le marché de l'ameublement.

L'univers de la maison connaît aujourd'hui un fort développement économique, mais la filière bois est très peu positionnée sur cette part de marché mondiale comme le présente le graphisme de FCBA. C'est un développement économique que le secteur bois ne devrait pas négliger car, outre les retours financiers, l'univers de l'ameublement et de la maison sont également très porteurs, notamment pour l'image de « marque » dont pourrait bénéficier la filière française du bois sur le marché international.

Pour définir un positionnement fort de la filière française sur ces parts de marchés, deux pistes de réflexion doivent être approfondies :

- Piste n°1 : donner des solutions créatives aux entreprises.
- Piste n°2 : définir des actions pour une présence forte sur le marché international.

#### Parts de marché mondiales des principaux exportateurs selon les secteurs en 2010



Dans ces graphiques, la filière bois est composée de quatre principaux secteurs :  
 Produits de l'exploitation forestière (bois brut, charbon de bois, etc.).  
 Produits du travail du bois (sciages, panneaux, placages, emballages, charpentes, etc.).  
 Pâte à papier, papiers, cartons.  
 Meubles et sièges en bois (y compris parties de meubles et de sièges en matériaux autres que le bois).

Source : calculs FCBA à partir de UN Comtrade

### **Piste n°1**

Comment les designers peuvent-ils aider les entreprises de la filière bois ? Le design par définition est une activité créative qui, à partir d'une idée ou d'une invention, donne naissance à un produit ou à un service. On pourrait également dire que le design, c'est l'art de répondre de manière innovante à une question ou à un problème posé, avec des réponses différentes selon le style et les codes des designers interrogés. Un designer est la personne à même de réfléchir, en collaboration avec l'entreprise, à de nouvelles solutions, qu'elles soient techniques ou esthétiques. En un mot, le designer pourrait être ici directeur artistique de la marque et créer une stratégie globale d'image de marque.

Le cas de deux sociétés, Pyrénéa et Alki, ayant fait appel à des designers pour renouveler leurs produits mais aussi pour repenser l'image de la société, peut être ici développée.

Ces deux entreprises résultent d'un regroupement de fabricants disposant d'un outil de production bois. Par leur métier, ils sont menuisiers, ébénistes ; leur problématique était avant tout de faire fonctionner cet outil de production. A l'origine, ils étaient dans des techniques de menuiserie et d'ébénisterie classiques, rustiques, très concurrencées par la création contemporaine. Lorsque le design est arrivé à eux, s'est donc présentée la possibilité d'investir d'autres domaines, tels que l'hôtellerie, les salons spécialisés, ... . L'apport du design a été, d'une part, stylistique et, d'autre part, novateur d'un point de vue technique. Le design a permis une retranscription du langage de la marque. Ainsi, avec des éléments qui font référence à des montages traditionnels associés à de l'innovation dans les matériaux, le designer a permis une relecture des codes de la marque tout en créant une nouvelle gamme de produits. Aujourd'hui, Alki est présent sur les grands salons du secteur de l'ameublement et Pyrénéa occupe une place importante dans l'ameublement pour les hôtels et les restaurants, ce qui offre à la filière bois au travers de ces produits une très belle image de marque.



Chaise ZABAL  
Alki traditionnel



Chaise Sasaki - design Jean-Louis Irtzoki pour Alki,  
Fauteuil Xistera - Design J-L Irtzoki et S. Accoceberry pour  
Pyrenea

Pour que ce type de collaborations puisse se renouveler, et afin d'aider des entreprises, il serait intéressant de penser à un système de mise en relations des acteurs des différents secteurs. Ainsi, les rencontres seraient facilitées et de nouveaux projets pourraient être lancés. Cet intermédiaire pourrait être un organisme dont la politique serait d'aider les secteurs de l'ameublement et du bois. Le Codifab (Comité Professionnel de Développement des Industries Françaises de l'Ameublement et du Bois), institué par les pouvoirs publics à la demande des professions de la fabrication de l'ameublement et des industriels et artisans du bois, pourrait remplir cette fonction car sa mission est de collecter la taxe fiscale affectée créée par l'article 71 de la loi de finances rectificative pour 2003 du 30 décembre 2003

(modifiée) et de financer des actions collectives au profit de ces secteurs dans le cadre des missions mentionnées à l'article 2 de la loi du 22 juin 1978. Un pôle, au sein de ce comité, pourrait être créé afin de faciliter les rencontres entreprises / designers.

### **Piste n°2**

Pour valoriser sa matière première, la filière bois doit définir des actions fortes sur le marché international en étant présente aux côtés des entreprises de l'ameublement français lors de salons ou de grands évènements spécialisés.

Cette présence peut se faire au travers des produits eux-mêmes que les designers, éditeurs, ou autres acteurs du secteur valoriseront par leurs discours sur le marché international. Pour cela, les professionnels de la filière bois doivent bien communiquer aux créateurs la valeur ajoutée de leurs matières premières, de leurs techniques, ... .

Plusieurs évènements nationaux et internationaux à forte valeur ajoutée, où les professionnels bois pourraient être présents sous diverses formes, peuvent être cités :

- Le salon Maison & Objet qui se tient à Paris aux mois de janvier et de septembre. Ce salon consacré à l'univers de la maison présente une véritable opportunité de vitrine pour le bois français dans le secteur de l'ameublement. Le public de ce salon est constitué essentiellement d'acheteurs, de distributeurs internationaux. Dans le cadre de ce salon, les professionnels du bois pourraient se rapprocher de fabricants de meubles utilisant du bois français pour leurs produits afin d'en faire la promotion et de mettre en avant les possibilités de transformation et les nouveaux produits et procédés développés.
- Le salon du meuble de Milan qui se tient en avril. Cet événement est le plus important sur la scène internationale de l'ameublement. Tous les designers, éditeurs, distributeurs sont présents pour exposer leurs nouveaux produits, collections, créations. C'est lors de ce salon que les principales tendances de l'année à venir dans l'univers de la maison sont dévoilées. Beaucoup de pays rassemblent en un seul lieu différents acteurs de ce secteur d'activité afin de promouvoir leurs savoir-faire, leurs particularités, ... .  
En 2012, la France avait, elle aussi, ce type d'événement : « France Design », créé à l'initiative entre autres du VIA, qui regroupait des éditeurs français, des écoles de design françaises, des fabricants français, ... pour une valorisation de la création française. C'est dans ce cadre que certains professionnels de la filière bois pourraient par exemple présenter des produits issus d'une collaboration avec un designer.

Toutes ces actions, si elles peuvent être mises en place, permettraient d'offrir à la filière bois une forte mise en valeur de ses ressources sur le marché international.

La forte valeur ajoutée de l'ensemble de ces manifestations internationales permettrait par une présence forte des professionnels du bois français d'enrichir l'image du secteur en termes de qualité, d'innovation et d'adéquation avec les besoins et désirs de l'ensemble des acteurs internationaux.



### 3.4. UNE FORMATION OPTIMALE

L'enquête et les entretiens menés ces derniers mois ont permis de constater que les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur manquaient d'informations et de connaissances sur le matériau bois lui-même ainsi que sur la filière et son mode de fonctionnement.

Aussi, il convient de s'interroger sur la formation des designers et architectes d'intérieur. Comment les futurs professionnels sont-ils formés aujourd'hui sur la question de ce matériau au sein des écoles ? Il apparaît que ce sujet est traité d'une façon globale comme pour tout autre matériau. Les possibilités d'application sont enseignées, mais la connaissance de la filière française et de ses spécificités n'est que peu intégrée dans ces enseignements.

Néanmoins, ces trois dernières années, il convient de constater au travers d'expositions de travaux d'étudiants, que le matériau bois est très fortement utilisé par ces jeunes créateurs. Une bonne connaissance des ressources françaises de cette matière première est donc essentielle pour qu'au travers de leurs recherches et travaux ils favorisent l'utilisation du bois français.

Il paraît donc essentiel de préconiser quelques pistes de réflexion pour valoriser le secteur du bois français au sein des écoles mais aussi dans le cadre de formations pour les professionnels :

- Piste n°1 : Permettre aux écoles spécialisées de fournir à leurs étudiants une formation pointue sur le matériau bois
- Piste n°2 : Créer des collaborations entre les secteurs afin de permettre à tous de participer à la recherche et au développement du matériau et d'obtenir ainsi une plus grande maîtrise d'application de ce dernier.



Exposition des projets de diplôme DSAA 2012,  
Ecole Duperré - Paris

#### **Piste n°1**

Une formation optimale des futurs professionnels des secteurs du design et de l'architecture intérieure permettrait de leur offrir une bonne connaissance de la filière française du bois. Ce savoir obtenu, leurs applications en seraient enrichies.

Plusieurs points doivent être abordés afin que la formation soit la plus complète possible :

- présenter les ressources françaises (taille de la forêt française, les essences la composant, les ressources exploitables, ...)

- déterminer les particularités des essences de bois français (teintes, dureté, applications, traitements / finitions possibles, ...)
- présenter l'ensemble des corps de métiers de la filière bois, de la production à la seconde transformation afin d'obtenir une vision globale de la chaîne de production.
- présenter les développements et les recherches en cours (activités, études réalisées par des pôles de recherche).

Comment transmettre ces connaissances ? Les écoles n'ont pas forcément les moyens humains et financiers pour porter ce type de formation. C'est pourquoi il semble intéressant que ce soit des structures de la filière bois qui viennent à la rencontre des étudiants afin de leur présenter le secteur. Le pôle ameublement de FCBA pourrait être l'un de ces acteurs, tout comme la Fédération Nationale du Bois, France Bois Forêts ou encore l'ONF.

Au cours de l'étude, le concours « Wood Stock Design Contest » créé par L'American Hardwood Export Council, principale organisation professionnelle internationale pour l'industrie des bois feuillus américains, a été évoqué à plusieurs reprises. Pour ce premier concours de design en France et en Belgique, l'AHEC a proposé aux étudiants en école de design ou d'architecture d'intérieur de travailler sur le matériau bois, et plus particulièrement sur les feuillus américains. Wood Stock Design Contest a couvert plusieurs champs d'intervention compris dans les cursus des écoles tels que design produit et élément structurant de l'espace intérieur. Les projets devaient répondre aux attentes de la société actuelle, urbanisée, qui souhaite intégrer des matériaux naturels à condition qu'ils s'adaptent aux contraintes d'espace et de temps. De nombreux projets de grande qualité ont été réalisés et exposés dans différentes manifestations comme Maison & Objet.

Ce concours a permis aux étudiants d'appréhender un matériau en toute connaissance de ses particularités. Cette expérience leur a apporté une culture, un savoir, et de nombreuses applications possibles.

Il serait très valorisant pour la filière bois française qu'une telle initiative puisse voir le jour car ces expériences apportent des visibilité, de la créativité, une valorisation d'un matériau et de ses applications.

## **Piste n°2**

Créer des ponts entre les secteurs afin de permettre à tous de participer à la recherche et au développement du matériau s'avère essentiel. C'est aussi au contact des professionnels que la formation est possible. Cette mise en relation peut exister au sein des écoles mais également entre ingénieurs et créateurs, ou encore entre transformateurs et créateurs.

Ces collaborations seront riches d'informations pour les uns et les autres mais aussi permettront d'innover dans les procédés de fabrication, dans le développement d'applications, et dans beaucoup d'autres domaines de recherches.

Les écoles françaises sur les métiers de la filière bois pourraient avoir un rôle à jouer dans cette ambition d'apporter aux futurs professionnels des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur une meilleure connaissance du bois. A ce jour, des liens ont été tissés entre les écoles de Nantes (l'école du bois et l'école de design) pour créer des collaborations entre les étudiants. Ces échanges ont permis un partage des connaissances de chacun et le dynamisme du travail collectif a motivé et facilité la recherche, le développement, l'innovation dans leurs projets. D'autres écoles pourraient créer ce type de collaboration et permettre aux étudiants de participer à cette valorisation du bois français au sein même des pratiques des écoles.

Les designers comme les architectes d'intérieur sont très demandeurs d'une recherche collective pour l'innovation. C'est au travers de séances de travail, de réflexions que ces derniers pourraient avoir une meilleure connaissance de la matière et, de fait, de pouvoir

proposer aux ingénieurs des pistes de recherches quant à la création de nouvelles applications pour les secteurs de l'ameublement et de l'architecture d'intérieur.

Il serait, par exemple, très intéressant que le pôle de recherche et d'innovation de FCBA crée des séances de travail sur des thématiques définies au préalable et ouvertes aux designers afin d'impliquer ces derniers sur la création de futures applications du matériau bois.

Toutes ces actions permettraient aux professionnels des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur d'acquérir une meilleure connaissance du matériau mais également des acteurs de la filière, ce qui, de facto, participerait à la valorisation du bois français dans la création contemporaine en design et en architecture d'intérieur.

## 4. CONCLUSION

Les opportunités de développements pour la filière bois auprès des personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur sont réelles. Les besoins manifestés par ces professionnels témoignent d'une volonté de mieux connaître le matériau bois d'une part, et d'une forte attente en termes d'innovation et d'éco-conception, d'autre part.

Le bois bénéficie d'une image « écologique » auprès des consommateurs, ce qui en fait un matériau naturel de plus en plus prisé et très tendance pour nos intérieurs. Ses qualités esthétiques et singulières offrent des possibilités créatives inédites pour les personnalités du design et de l'architecture d'intérieur. Elles permettent de réaliser des meubles et des agencements intérieurs qui font référence au naturel, à la convivialité, ... . Dans un contexte de crise économique, les consommateurs privilégient leurs intérieurs pour y trouver bien-être et confort / réconfort.

Près d'une soixantaine de personnalités interrogées ont fait parvenir leurs réponses ce qui a permis de déterminer leurs connaissances de la filière bois ainsi que leurs attentes.

### - Les connaissances de la filière bois

Globalement, les personnalités du design et de l'architecture d'intérieur disposent d'une connaissance relative de la forêt française. Il apparaît néanmoins que les étudiants des écoles spécialisées ont, quant à eux, une mauvaise compréhension de la typologie des bois français. Les formations semblent insuffisantes sur ces sujets et il faut réfléchir à la création de modules d'enseignement plus poussés pour les futurs acteurs de ces secteurs.

Malgré leur connaissance relative du paysage forestier français, les professionnels interrogés ont une image très « floue » des professionnels de la filière bois. La connaissance de la chaîne de production n'étant pas maîtrisée, les entreprises sont donc difficilement identifiables.

### - Les essences et les formes prisées

Les personnalités des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur ont pour habitude de favoriser l'emploi d'essences de bois que l'on trouve dans les forêts européennes. Les bois d'ouvrage les plus appréciés par ces professionnels sont des feuillus tels que le chêne, le hêtre, le frêne, le châtaigner, le bouleau, le noyer ou encore le sycomore. Ils ont également recours à des essences de bois résineux comme le pin. Il existe de nombreuses essences méconnues qui permettraient d'élargir la palette des choix disponibles.

Même si ces professionnels emploient le bois sous toutes ses formes, le recours au bois massif reste très favorisé pour leurs projets, tout comme le placage. L'utilisation des dérivés du bois comme les contreplaqués, les panneaux de particules, les panneaux de fibres, est aussi assez importante mais le plus souvent pour le travail de prototypage, ou alors de structure qui sera par la suite masquée par un travail de placage en massif.

Ce matériau est largement utilisé pour la création de mobilier avec certaines nuances selon les activités professionnelles. En effet, les architectes d'intérieur et les décorateurs ont une application de la matière orientée vers les aménagements et les boiseries, tandis que les designers, artisans et éditeurs mettent en œuvre le bois plus facilement sous forme de meubles et d'objets.

### - Le choix et son accès

Le bois offre des possibilités d'application importantes à travers lesquelles ses qualités esthétiques inédites sont explorées. Ces propriétés sont très appréciées par les professionnels des secteurs du design et de l'architecture intérieure qui le choisissent principalement pour son rendu esthétique. Le bois peut être associé à d'autres matériaux afin de le sublimer ou bien de renforcer la structure, de simplifier la fonctionnalité ou enfin pour baisser les coûts.

L'accessibilité et la disponibilité des essences de bois restent un problème. Les fournisseurs sont connus grâce au bouche à oreille et les relations entre les deux secteurs restent très fragiles car les liens entre eux sont très peu nombreux. Les personnalités du design et de l'architecture d'intérieur éprouvent quelques difficultés à renouveler leurs contacts de fournisseurs.

#### - Les moyens

Peu d'actions sont mises en place par la filière bois pour séduire les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur. Il existe néanmoins des événements et des concours promotionnels auxquels les personnalités du design et de l'architecture d'intérieur peuvent participer afin de valoriser des essences de bois françaises. Malheureusement, peu de ces acteurs ont connaissance de ce type d'événements qui restent très locaux. Il en est de même pour les lieux d'informations tels que les matériauuthèques qui sont très peu fréquentées alors que leurs ressources, d'une grande richesse, permettraient à ces professionnels d'acquérir une meilleure connaissance du matériau et de sa filière.

Cette analyse a permis d'identifier différents axes de développements que la filière bois pourrait approfondir afin de mettre en œuvre des actions auprès des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

- La communication est un enjeu réel pour la filière française du bois. Eclairé de ce constat d'une forte méconnaissance des entreprises et professionnels du bois qu'ont les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur, il est important de tisser un réseau entre ces secteurs. Pour ce faire, différents outils à diffuser auprès des professionnels du design et de l'architecture d'intérieur sont à concevoir. Il serait tout d'abord très favorable, pour la bonne compréhension de la filière bois, d'identifier les chaînes de production, de transformation et de distribution au travers d'un document pouvant être distribué dans les lieux fréquentés par les acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur et lors de manifestations spécialisées.

La création d'une plateforme web regroupant les essences de bois françaises et leurs propriétés, leurs applications possibles, les produits issus de transformation et enfin un annuaire des professionnels du bois a été une idée largement retenue par les personnes interrogées. Cette base de données leur permettrait d'avoir un accès simple à une information la plus large possible.

Les actions fortes de communication de la filière bois lors d'événements spécialisés favoriseraient également la valorisation des ressources françaises et de son réseau de professionnels.

- L'éco-conception est un sujet fort de société. Le bois peut y trouver sa place de façon très naturelle. Des actions fortes pourraient être menées en développant des « ateliers » de recherches impliquant professionnels des filières bois et design et ayant pour but de favoriser l'innovation. Il serait également intéressant de créer un label pour les bois issus de la forêt française, garantissant ainsi une plus grande transparence quant à la provenance du bois. Les professionnels du bois, du design et de l'architecture d'intérieur pourraient également travailler ensemble afin de créer une vitrine de produits éco-conçus présentant les possibilités techniques et créatives des entreprises françaises.

- La création et l'innovation sont des notions porteuses de développements économiques. Un designer, un architecte peuvent apporter à une entreprise de la filière bois de nouveaux produits, mais, au-delà de la création d'un simple catalogue, c'est une nouvelle façon de travailler, de concevoir que les entreprises peuvent acquérir. C'est au travers des nouvelles applications pouvant être développées avec ces créatifs que l'entreprise pourra y trouver un intérêt en les proposant à d'autres clients et ainsi développer leur économie propre.

Les architectes d'intérieur, les designers ont aussi par leurs activités une visibilité importante sur les scènes nationales et internationales grâce à la presse spécialisée très en demande sur ces sujets et par les nombreux salons et événements amenant un public large et international. S'appuyer sur leurs actualités, notoriétés, offrirait au bois français une image non négligeable sur la scène internationale.

- Enfin, il est essentiel de réfléchir à la formation des futurs professionnels mais aussi des actifs n'ayant pu recevoir un « bon » enseignement. Des pistes sont actuellement en voie d'approfondissement mais seraient à multiplier au sein de nombreux établissements (scolaires et de formations continues) afin de mettre en place une formation optimale autour du matériau bois et ainsi valoriser cette matière première auprès des acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

Au regard de ces éléments, analyses et recommandations, il est essentiel que les organismes publics et privés de la filière bois travaillent de concert sur ces objectifs, car l'impact sur les développements envisageables pour la filière n'en sera que plus important. La filière bois a aujourd'hui des représentants très actifs quant à la valorisation des ressources et des professionnels sur lesquels elle doit s'appuyer. Riche d'un savoir-faire séculaire et innovant, elle doit s'attacher aujourd'hui auprès de l'ensemble des acteurs des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur à le faire savoir.



## 5. ANNEXES

### 5.1. LISTE DES PERSONNALITES INTERROGEEES

#### Architectes d'intérieur

---

Christian Biecher, CBA, Paris  
Sylvain Dubuisson, Paris  
Patrick Gilles, Gilles & Boissier, Paris  
Anne-Cécile Gautier, Nantes  
Sébastien Grandin, Studio Putman, Directeur exécutif, Paris  
Hélène & Olivier Lempereur, Paris  
Julia Mac-Farlace Capp, RDAI, architecte – responsable du département Design et de la communication, Paris  
India Mahdavi, Paris  
Erwan Mevel, Rennes  
Bruno Moinard, 4BI, Paris  
Carole Petitjean, RDAI, responsable de la matériauthèque et de la documentation, Paris  
Charles Zana, Paris

#### Artisans

---

Les fils de J. Georges, Bagnolet  
Artis SA, Paris  
Fabrice Poncet, La Fabrique, Francheville  
Saga Agencement, Dargoire  
Savouret, Le Cellier  
René Allot, Les frères Allot, Loudeac  
Patrick Blanchard, Enghien Les Bains  
Xavier Bonsergent, Prototype Concept, Mordelles  
Till Breiffuss, Breiffuss-Guérin, Villandry  
Cyril Delage, Enkidoo, Le Chalard  
François Ferreira Da Silva, ADF Agencement, Argenteuil  
Bruno Guillon, Fourniture, Orly  
Hubert Weinzierl, Fontenay-sous-bois  
Pierre Jousot, Ebenisterie Jousot & Fils, Champforgueil  
M. Mauffret, Atelier du meuble contemporain, Paris  
Nicolas Mohy, Fourniture, Orly  
M. Péchenart, Atelier Arabesque, Montreuil-sous-bois  
Fabien Richard, Arc ébénisterie, Mantes la Ville  
Alain Rotté-Capet, Mobilier National, Directeur de l'atelier de recherche et de la création, Paris  
Barthélémy Thomas, Atelier Arabesque, Montreuil-sous-bois

#### Décorateurs

---

Astrid Anrep, Christian Liaigre, chargée de la communication, Paris  
Laurent Buttazoni, Agence Buttazoni & Associé, Paris  
Joseph Dirand, Paris  
Jacques Grange, Paris  
Thierry Lemaire, Paris  
Florence Lopez, Florence Lopez Antiquaire, Paris  
Chahan Minassian, Paris  
Alberto Pinto, Paris  
Alexander Ressler, Peter Marino, Paris



Richard Langlois, Pierre-Yves Rochon, coordinateur technique Paris  
Roxane Rodriguez, Paris  
Caroline Sarkozy, Paris  
Pierre Yovanovitch, Paris  
Tino Zervudachi, MHZ, Paris

## **Designers**

---

Samuel Accoceberry, Paris  
François Azambourg, Paris  
Sam Baron, Milan  
Eric Benqué, Paris  
Sarah Blondé, HAPP'ID\_ indépendant, Nantes  
Mattia Bonetti, Paris  
Erwan & Ronan Bouroullec, ERB, Paris  
Aki & Arnaud Cooren, A + A COOREN, Paris  
Matali Crasset, Paris  
Godefroy de Virieu, Hopkins & de Virieu, Paris  
Marie Dessuant, Paris  
Franck Divay, Inoow Design, Landavan  
Noé Duchaufour-Lawrance, Néonata, Paris  
Benjamin Graindorge, Paris  
Margaux Keller, Margaux Keller Studio Design Paris  
Sebastien Kieffer, Pool, Paris  
Alban Le Henry, Paris  
Juan Pablo Naranjo, Nocc, Paris  
Philippe Nigro, arch.Michele De Lucchi S.R.L., Milan  
Jean-Christophe Ortlieb, Nocc, Paris  
Lea Padovani, Pool, Paris  
Fabien Petiot, Paris  
Adrien Rovero, Adrien Rovero Studio, Paris  
Inga Sempé, Paris  
Martin Szekely, Paris  
Hervé Van der Straeten, Paris  
Ionna Vautrin, Paris

## **Ecoles**

---

Académie Charpentier, Paris  
Ecole Boule, Paris  
Ecole Camondo, Paris  
Ecole de Design, Nantes  
Ecole des Beaux-Arts, Rennes  
Ecole ESAG Penninghsen, Paris Strate College, Sèvres  
Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs, Paris  
Ecole Supérieure d'Art Appliqué – Duperré, Paris  
Ecole Supérieure d'Art et de Design, Saint-Etienne  
Ecole Supérieure des Arts Décoratifs, Strasbourg  
ENSAAMA Olivier de Serre, Paris  
ENSCI – Les Ateliers, Paris  
IAV – ESAD, Orléans  
Institut des métiers artistique LIMA, Bordeaux  
Lycée Lamartinière, Lyon  
Lycée Vauban, Brest

## **Editeurs**

---

Jacques Barret, Triode, Paris  
Marie-Bérengère Gosserez, Galerie Gosserez, Paris  
Samuel Accoceberry, Pyrénéa, Paris  
Pierre Roset, Ligne Roset, Briord  
Loïc Bigot, Tools Galerie, Paris  
Fabien Bonillo, Corbeille, Le Pré Saint Gervais  
Amélie du Passage, Petite Friture, Paris  
Pierre Favresse, Habitat, Paris, Directeur artistique  
Mathieu Galard, ENO, Paris  
Jean-Louis Irtzoki, Alki, Itxassou  
Stéphane Lanez, Marcel By, Paris  
Stéphane Arriubergé, Moustache, Paris  
Alaric Miaume, Spécimen, Paris  
Guillaume Petit, Made in Design, responsable production, Echirolles  
Philippe Péres, Domeau & Pérès, La Garenne Colombes  
Nicolas Roche, Roche-Bobois, Paris  
Stéphanie Rollin, Super-ette, Luxembourg  
Pierre Romanet, Sentou, Paris  
Marie Thurnauer, Petites Productions, Paris

## **Maisons de luxe**

---

Sophie Champion, Louis Vuitton, Chef de projet développement nouvelles activités, Paris  
Hélène Dubrule, Hermès, Directrice générale de Hermès Maison, Paris  
Maison E. Goyard, Paris  
Stéphanie Schlemer, Pleyel, Paris, En charge des commandes spéciales et des relations avec les prescripteurs

## 5.2. MODELE DU QUESTIONNAIRE

### 1 – Le bois français : généralités

---

Pour les questions à choix multiples, nous vous remercions de bien vouloir entourer distinctement la ou les réponses envisagées.

1.1 Pourriez-vous nous citer spontanément les 5 premières essences de bois français qui vous viennent à l'esprit ?

.....  
.....  
.....

1.2 Pour vous, à l'heure actuelle, laquelle de ces populations est la plus présente en France ?

- Les feuillus
- Les résineux

### 2 – Votre utilisation du bois

---

2.1 Quelle est la place du bois dans vos créations ?

- Meubles
- Objets
- Boiseries, aménagement intérieur

2.2 Sous quelle forme utilisez-vous le bois et ses dérivés pour l'objet finalisé?

- Massif
- Contreplaqués 3 familles :
  - CP marines (okoumé)
  - CP résineux
  - CP feuillus tempérés
- Panneaux de particules (contrecollés)
- Panneaux de particules (mélaminés, stratifiés)
- Panneaux de fibre (MDF)
- Placage
- Autres

2.3 Avez-vous des besoins spécifiques dans votre utilisation de ce matériau ?

.....  
.....  
.....

2.4 Pourquoi choisissez-vous le bois plutôt que d'autres matériaux? (Veuillez cocher et expliquer les raisons)

Pour ses qualités esthétiques

.....  
.....  
.....

Pour ses qualités environnementales

.....  
.....  
.....

Pour ses qualités fonctionnelles

.....  
.....  
.....

Pour ses qualités structurelles

.....  
.....  
.....

Pour son coût













































.....  
.....  
.....










































2.5 Quelles essences de bois utilisez-vous?

(Voir tableau, pages suivantes)

→ Dans un premier temps, veuillez cocher les 6 essences de bois que vous utilisez en massif / structure?

→ Dans un second temps, veuillez cocher les 6 essences de bois que vous utilisez en placage / apparent?

	ESSENCES	NOMS	BOIS UTILISE EN MASSIF /STRUCTURE	BOIS UTILISE EN PLACAGE / APPARENT		ESSENCE	NOMS	BOIS UTILISE EN MASSIF /STRUCTURE	BOIS UTILISE EN PLACAGE / APPARENT
1		ABRICOTIER			23		DOUGLAS		
2		ACACIA			24		EPICEA		
3		ALISIER			25		ERABLE		
4		AMANDIER			26		EUCALYPTUS		
5		ARBOUSIER			27		FIGUIER		
6		AUBEPINE			28		FRENE		
7		AULNE			29		GENEVRIER		
8		BOULEAU			30		HÊTRE		
9		BRUYERE			31		IF		
10		BUIS			32		LAURIER		
11		CADE			33		MARRONNIER		
12		CAMPHRIER			34		MELEZE		
13		CEDRE			35		MERISIER		
14		CERISIER			36		NEFLIER		
15		CHARME			37		NOISETIER		
16		CHATAIGNIER			38		NOYER		
17		CHÊNE			39		OLIVIER		
18		CHÊNE VERT			40		ORME		
19		COGNASSIER			41		PEUPLIER		
20		CORMIER			42		PIN		
21		CYPRÈS			43		PISTACHIER		
22		CYTISE			44		PLATANE		

	ESSENCE	NOMS	BOIS UTILISE EN MASSIF /STRUCTURE	BOIS UTILISE EN PLACAGE / APPARENT		ESSENCE	NOMS	BOIS UTILISE EN MASSIF /STRUCTURE	BOIS UTILISE EN PLACAGE / APPARENT
45		POIRIER			67		BOIS CANON		
46		POIRIER FONCÉ			68		BOIS DE CARAPA		
47		POMMIER			69		BOIS FONTAINE		
48		PRUNIER			70		BOIS FLECHE		
49		ROBINIER			71		BOIS GRACE ROUGE		
50		SAPIN			72		BOIS DE ROSE		
51		SAULE			73		BOIS ROUGE		
52		SORBIER			74		BOIS DE SERPENT		
53		SYCOMORE			75		COURBARIL		
54		THUYA			76		ENCENS		
55		ACAJOU			80		FROMAGER		
56		ALIMAO			81		GOFOLO		
57		AMARANTE			82		GOUPI		
58		AMOURETTE			83		MAHO CIGARE		
59		ANAGOSI			84		PATAWA		
60		ANGÉLIQUE			85		ST MARTIN ROUGE		
61		AROUNA			86		SATINE-RUBANE		
62		ASSAO			87		TOSSOPASSA		
63		BAGASSE			88		WACAPOU		
64		BALATA BLANC							
65		BALATA FRANC							
66		BOCO							

2.6 Si vous êtes designer / décorateur / architecte d'intérieur / école :

Dans l'ensemble de vos créations, quelle est la proportion des réalisations utilisant du bois ?

2.6 Si vous êtes artisans / ébénistes / agenceurs :

Quel volume de bois utilisez-vous ? Pouvez-vous le quantifier ?

.....  
.....  
.....

2.7 Au sein de vos chantiers, de vos créations, lorsque se pose la question du matériau, quels sont les critères de sélection déterminant votre choix final ?

.....  
.....  
.....

2.8 Dans le cas où la réalisation de l'objet, du meuble ou autre aurait pu être en bois, vous avez eu recours à d'autres matériaux, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

2.9 Dans vos réalisations avez-vous eu recours à la mixité des matériaux, comme par exemple, bois + métal ? Si oui, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

### **3 – Vos fournisseurs**

---

3.1 Quels sont vos fournisseurs pour le bois ?

- Scieurs
- Distributeurs / intermédiaires / Négociants
- Artisans (ébénistes – menuisiers – agenceurs)
- Autres.....

3.2 Est-ce que vos fournisseurs sont français?

Oui

Non

Comment les avez-vous connus ?

.....  
.....  
.....

3.3 Connaissez-vous la provenance du bois de votre fournisseur? Si oui de quels pays ou quelles régions?

.....  
.....  
.....

3.4 Avez-vous recours à l'importation au travers de vos fournisseurs ?

Oui

Non

Quelles sont les essences de bois importées et de quels pays proviennent-elles ?

.....  
.....  
.....

3.5 Dans ce cas, pourquoi vous fournissez-vous à l'étranger ?

.....  
.....  
.....

3.6 Qu'attendez-vous de votre fournisseur ? (Ordonnez les réponses dans l'ordre de vos priorités, par exemple : le prix 1, la disponibilité 2, etc)

La disponibilité

La certification

Le prix

La qualité

Le conseil

Autres



## 4 – Questions économiques

---

4.1 Les fluctuations du marché ont-elles une incidence sur le choix de l'essence qui sera utilisée ? Si oui, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

4.2 Les intermédiaires ont-ils selon vous, un rôle de conseil déterminant dans vos achats ?

Oui

Non

Dans ce cas, veuillez pourquoi.

.....  
.....  
.....

4.3 Les intermédiaires sont-ils un frein dans vos intentions ?

Oui

Non

Dans ce cas, veuillez pourquoi.

.....  
.....  
.....

## 5 – Les développements

---

5.1 Auriez-vous besoin d'une facilité d'accès à l'offre du secteur du bois français?

Oui

Non

Si oui, quelle solution vous paraîtrait la meilleure ?

Mutualisation des organismes en un représentant

Une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs du secteur

Autres, veuillez préciser

5.2 Connaissez-vous des matériaux spécialisés dans le bois français?

Oui

Non

Si oui pouvez-vous nous donner son nom ?

.....  
.....  
.....

5.3 Si vous avez déjà eu recours à ce type de base de données, pouvez-vous nous dire par quels moyens vous l'avez trouvée ?

.....  
.....  
.....

5.4 Avez-vous connaissance d'évènements du type concours, innovations, recherches ou autres événements promotionnels liés au bois français ?

Oui

Non

Si oui, pouvez-vous nous citer quelques exemples ?

.....  
.....  
.....

5.5 Seriez-vous intéressé à participer à ce genre d'événement, de projet ?

Oui

Non

Si oui, lesquels et pourquoi ?

.....  
.....  
.....

5.6 Pensez-vous qu'il soit nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs du secteur bois et les différents métiers de l'architecture d'intérieure et du design afin de développer l'innovation dans le secteur bois ?

Oui

Non

Pourquoi ?

.....  
.....  
.....

5.7 Quelles seraient pour vous les conditions essentielles pour une utilisation du bois français dans votre activité ?

.....  
.....  
.....

5.8 Avez-vous des demandes particulières en ce qui concerne une possible utilisation du bois français ?

.....  
.....  
.....

## 5.3. RETRANSCRIPTION DES ENTRETIENS

### 5.3.1. Entretien avec Samuel Acoceberry, designer et directeur artistique pour Pyrénéa – le 09 mai 2012

*Sophie Mainier-Jullerot :*

Les initiatives d'Alki et de Pyrénéa nous intéressent, car elles sont de bons exemples de ce qu'on aimerait promouvoir auprès du secteur bois.

Tu n'es pas éditeur mais tu fais partie de ce type de structure notamment au travers de Pyrénéa dont tu es directeur artistique avec Jean-Louis Iratzoki et de la société d'édition Alki où tu dessines de nouveaux modèles pour les collections. Ce sont des éditeurs qui ont un fort rapport à la matière bois et dont la façon de travailler est nouvelle dans le paysage français. Comment les éditeurs cherchent-ils la matière, où la trouvent-ils ?

Raconte-nous tes expériences auprès d'Alki, Pyrénéa et Marcel by, même si avec ce dernier tu as moins travaillé le bois...

*Samuel Accoceberry :*

Chez Alki et Pyrénéa, on part à la base de fabricants qui ont un outil de production bois. Par leur métier, ils sont menuisiers, ébénistes, leur problématique était avant tout de faire fonctionner cet outil de production. A l'origine, ils étaient dans la menuiserie et l'ébénisterie classiques, rustiques, mis en difficultés sur un marché classique en déclin. Lorsque le design est arrivé à eux, s'est donc présentée la possibilité d'investir d'autres domaines. L'apport du design est d'une part stylistique et d'autre part novateur d'un point de vue technique. Le design permet une retranscription du langage de la marque, en un sens de l'essence même de la marque. Ainsi avec des éléments qui font référence à des montages traditionnels associés à de l'innovation dans les matériaux, le designer permet une relecture des codes de la marque. Le bois est utilisé comme acteur principal, on le met ensuite en binôme avec d'autres matériaux afin de le valoriser. Vient ensuite le développement des techniques de fabrication en jouant sur l'association de pratiques d'ébénisterie traditionnelles et de techniques plus innovantes.

SMJ : Lorsque tu parles d'innovation, c'est dans le montage, dans l'assemblage. Mais est-ce qu'il y a de l'innovation dans la matière ?

SA : Oui, par exemple dans les finitions. L'an dernier, pour un produit chez Alki, nous avons associé plusieurs techniques classiques pour un rendu nouveau : une feuille de bois a été sablée, puis traitée et rendue usée, enfin une lasure a été appliquée et poncée. On réinterprète ainsi des éléments déjà existants et c'est donc dans le rendu que la nouveauté apparaît. En terme de communication, ces finitions sont mises en avant tout comme le fait que le bois utilisé provient des forêts françaises. Ces éléments font également partie de l'argumentaire commercial.

SMJ : Quelles sont les principales essences travaillées chez Alki, Pyrénéa ?

SA : C'est essentiellement du chêne car c'est une essence bien ancrée dans la région (le pays basque). Malheureusement l'offre n'est pas assez abondante et les clients pensent que nos produits sont authentifiés « Sud-Ouest / Pays Basque » ce qui n'est pas totalement vrai car le bois vient également d'autres régions de France. Notre volonté est d'avoir un bois de bel aspect et continu, c'est pourquoi nous travaillons avec des fournisseurs pouvant nous apporter la qualité et la quantité, où qu'ils soient en France.

SMJ : Donc vous n'utilisez pas d'autres essences pour vos collections ?

SA : Essentiellement du chêne, et du noyer sur un projet en particulier. Ou bien du placage de châtaigner dans des projets de décoration. J'ai aussi travaillé, plus rarement, le bois exotique mais avec d'autres sociétés.

SMJ : Les éditeurs Alki et Pyrénéa sont un peu particuliers car ce sont des collectifs d'artisans qui, en se regroupant, sont devenus éditeurs. Pour Marcel by, qui a un profil plus classique, comment s'est passée ta collaboration ? Même si tu n'as pas travaillé le bois avec eux, est-ce l'éditeur qui propose la matière première ou est-ce que tu peux amener un projet déjà bien défini ?

SA : On a plusieurs cas, on peut avoir une charte établie par l'éditeur qui définit les matériaux à utiliser pour le projet. On peut également être dans un langage, un style ou une ambiance, on définit alors les différents matériaux pouvant fonctionner. Les attentes du public aujourd'hui vont plus vers des matières naturelles, comme le métal, le bois, les textiles.

SMJ : Est-ce que les notions de naturel et d'écologie sont très fortes pour les éditeurs ?

SA : Oui, particulièrement, c'est une problématique qui est déjà intégrée en amont même du projet. Même si Alki était déjà inscrit dans cette initiative avant que cela ne soit une tendance générale du marché, elle continue de poursuivre et d'améliorer cette démarche. Les clients de plus sensibles à cela vont vers les marques qui ont une démarche cohérente par rapport à cela.

Cependant, on peut avoir un plastique dont la production est plus propre qu'un bois dans certains cas car il peut être issu du plastique recyclé, mais l'acheteur lambda se dit que le bois est bien mieux que le plastique de ce point de vue.

Avec Marcel by, on part d'une problématique d'usage et de choix des matériaux. La production doit être en phase avec les caractéristiques définies. Par exemple, la chaise dessinée par Stephan Lanez est partie de la problématique de faire quelque chose en bois qui semble simple et naturel, tout en l'exaltant avec un process technique assez pointu. Dans ce cas, on est à la fois dans le traditionnel, naturel mais aussi dans l'innovation. C'est alors très intéressant de voir les possibilités de transformation du matériau.

SMJ : Ce qui est intéressant de montrer au secteur bois, c'est que le design est également de la production en série et peut donc apporter de l'innovation dans la fabrication pour une meilleure valorisation de la matière.

SA : C'est effectivement un des avantages du bois. On peut en effet l'utiliser autant pour de la réalisation singulière que pour sa capacité à la mise en série. Avec les autres éditeurs, on utilise le bois de manière très traditionnelle, et donc pour des raisons de coûts et de techniques, on va commander des produits un peu plus transformés. Par exemple, chez Alki, pour un maintien dimensionnel des plateaux, le bois est fait dans une technique mixte de panneaux de bois transformé, tel que le contreplaqué, et d'un placage chêne pour la finition extérieure. C'est une économie de la matière, c'est plus stable et ça dure dans le temps.

SMJ : Tu parles beaucoup d'innovations, est-ce que tu as envisagé avec les éditeurs des échanges avec des pôles d'innovation spécialisés dans le bois comme par ex. Xylofutur ?

SA : Malheureusement, nous ne faisons pas suffisamment appel à ce type de centres de recherches. Il y a un domaine technique qu'il faudrait développer en France, le cintrage du bois ou le laminé collé (qui sont très présents dans les pays scandinaves et en Italie). En France, il y a Cardineau que je viens de découvrir depuis peu car mal référencé sur internet. Alors que certaines sont plus faciles à trouver à l'étranger. Quand on est dans la problématique de devoir chercher, au niveau national puis à l'étranger, c'est grâce à l'expérience et au réseau interne que nous pouvons trouver les entreprises à même de développer nos besoins. Il n'y a pas en France de visibilité efficace quant aux techniques et aux transformations possibles.

SMJ : Est-ce que les éditeurs ont un réseau de fournisseurs pour les matériaux ? Sont-ils démarchés par des scieries, des négociants ?

SA : Quand on est éditeur ou designer, le lien se fait plutôt avec le transformateur de la matière que le producteur. Nos fournisseurs sont généralement les artisans connus par le

bouche à oreille, réseaux un peu laborieux à obtenir.

SMJ : Les éditeurs comme Alki ou Pyrénéa se fournissent-ils auprès de scieries ou bien même en amont auprès d'exploitants forestiers ?

SA : Tout dépend des produits souhaités. Pour les parties en massif, ils achètent du bois brut auprès d'exploitants faisant partie du réseau PEFC. Ensuite, ils le font sécher chez eux pour que le bois soit stable, ce qui nécessite un espace de stockage. Pour les autres produits, déjà transformés, ils se fournissent auprès de petites structures. Il y a un peu de tout...

Il y a aussi des techniques qui pour des raisons de coûts sont sous-traitées. Alki comme Pyrénéa ont des outils de production mais ont aussi des réseaux d'artisans pour la réalisation de certaines techniques.

SMJ : Au delà du bois, ce sont des maisons d'édition qui travaillent avec des matières premières locales et cette force de communiquer sur ces produits, fait que Alki a un stand au salon Maison & Objet. L'association de la valorisation des matériaux, de leurs provenances et des savoir-faire donnent-elles une valeur ajoutée au produit ?

SA : Oui, cela donne une force au produit et une crédibilité sur le marché surtout à l'international. En fait, ce qui importe est d'arriver à raconter une histoire, établir un lien entre les créateurs et les artisans. Lorsque l'on est sur un outil de production ancré dans le local et ayant une activité qui tourne à plein régime, source d'économie et d'emploi, comme c'est le cas pour Alki, le design permet de redonner vie à cette économie localement mais aussi de l'étendre au niveau international.

SMJ : En ce qui concerne les exportations, quel est le bilan pour Pyrénéa ou pour Alki ?

SA : L'argument fort est le « made in France ». L'idée de se développer en local, que se soit en terme de moyens techniques comme de moyens humains, séduit les clients qui ont l'impression d'acheter un peu de patrimoine. Et c'est d'autant plus le cas pour Alki, où la revendication Made in Basque est encore plus sensible à l'étranger par exemple.

CG : Votre identité étant très forte, le choix d'utiliser du bois d'une autre région française est-il fait par dépit ?

SA : En fait, il y a eu une exploitation massive du bois dans le sud-ouest par le passé et donc la ressource est aujourd'hui protégée car ça fait partie du paysage. Certaines parties montagneuses et régions ont été déforestées au siècle précédent pour faire des bateaux et surtout par rapport aux besoins de trouver des terrains pour les besoins de développement de l'homme, qu'ils soient agricoles et autres. Ce que l'on peut exploiter en local est donc très restreint et de plus le chêne de ces régions est assez nouveau. Le chêne que l'on utilise vient de Touraine.

SMJ : Penses-tu que les éditeurs comme Alki, Pyrénéa ou Marcel by seraient intéressés d'intégrer un programme de revalorisation du bois français en relation avec les acteurs de la filière pour promouvoir cette matière première au travers d'événements ou de projets de concours ?

SA : Oui, ça fait partie de la dynamique de partage de technicité et d'échange pour faire avancer le milieu. C'est intéressant au-delà de la problématique nationale, cela permet de valoriser l'industrie à l'étranger.

SMJ : As-tu entendu parler de Wood Stock Design Contest ? As-tu été sollicité, ou les éditeurs avec qui tu travailles, par la filière bois afin de développer avec eux ce type d'événement ?

SA : Pour l'instant, ces éditeurs sont dans une problématique économique de rentabilité et n'ont que peu de temps pour le développement de tels projets. Mais si le service peut être mis à disposition, cela deviendrait une évidence, en termes d'échanges, de technicités. A ce jour, les éditeurs n'en voient pas l'utilité car ils n'ont pas d'exemples concrets.

### 5.3.2. Entretien avec Carole Petitjean, responsable de la matériauthèque chez RDAI – le 03 mai 2012

*Sophie Mainier-Jullerot :*

Cette étude a pour objectif la promotion et la valorisation du bois français à travers les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

Aujourd'hui nous venons pour savoir comment vous utilisez cette matière.

Quelles sont les cinq premières essences de bois françaises qui vous viennent à l'esprit?

*Carole Petitjean:*

Chêne, frêne, hêtre, merisier et pin.

SMJ: Savez-vous laquelle de ces familles est la population la plus importante en France? Feuillus ou résineux?

CP: Il ne s'agit pas des mêmes applications selon les deux classifications. Les résineux sont très utilisés par les industries et les fabricants de mobilier. Les feuillus sont perçus de manière plus noble et sont généralement plus chers. Je pense que ce sont les résineux qui sont plus nombreux en France

SMJ: Ici, au sein de l'agence, quelle est la place du bois dans les créations?

CP: En architecture d'intérieur le bois a une place très importante, notamment dans le concept des boutiques Hermès. A priori je dirai que c'est le matériau le plus fréquemment utilisé. Les applications sont différentes selon les projets. Pour les boutiques par exemple, on utilise du placage de merisier, et parfois du frêne et du chêne. Les parquets sont généralement massifs.

En mobilier, on utilise beaucoup de bois massifs et de multiplis. Chez RDAI, on aime aussi employer des bois pas forcément « nobles », comme l'Okoumé, et les sublimer.

SMJ: Et vous les sublimez avec des vernis, des transformations particulières?

CP: Non, ce sont généralement des traitements comme des huiles naturelles. Nous ne sommes jamais dans le brillant ou dans ce cas c'est un véritable parti pris.

Progressivement, on glisse vers une tendance au clair, en gardant toujours les mêmes essences, mais avec des traitements plus naturels et proches de la couleur d'origine de l'essence.

SMJ: D'après ce que vous dites, vous utilisez beaucoup de massifs?

CP: Peu dans les boutiques, excepté pour les parquets. Le mobilier est plus souvent en placage, sélectionné de manière très rigoureuse. Nous avons beaucoup de difficultés à trouver des fournisseurs.

Je me suis récemment rendue chez Danzer à Dôle, des trancheurs de bois qui nous ont avoué qu'ils n'étaient pas capables de nous fournir la qualité de merisier que l'on recherche. Car s'ils parvenaient à produire cette essence de bois, il leur serait ensuite très difficile d'écouler le reste de la bille.

SMJ: Auprès des designers que l'on interroge, on se rend compte qu'ils ont beaucoup de difficultés à trouver la matière qu'ils recherchent.

CP: Il existe un paradoxe : vouloir trouver du bois le plus uniforme possible alors qu'il s'agit d'un matériau vivant. Cette recherche d'uniformisation est paradoxale à la matière bois.

SMJ: Quels sont vos besoins spécifiques pour l'utilisation de ce matériau?

CP: Une belle qualité. On recherche des choses construites et homogènes.

SMJ: Lorsque vous choisissez le bois, c'est pour ses qualités esthétiques, environnementales, fonctionnelles, structurelles?

CP: Le premier critère est esthétique, ensuite structurel dans certains cas comme pour les cabanes de la boutique Hermès rue de Sèvres, par exemple.

Concernant le critère environnemental, il est prédominant sur le reste. Tout est très contrôlé et cela devient systématique comme critère de sélection.

SMJ: Voici un tableau avec des essences, quelles sont les 5 essences que vous utilisez le plus en massif et celles en placage?

CP: En placage : merisier et frêne. En massif : chêne, okoumé, noyer...

SMJ: Quelle est la proportion des créations qui utilisent le bois?

CP: Environ 95 % dans les projets d'architecture intérieure. Nous avons récemment répondu à un concours qui n'utilisait pas ce matériau et c'est plutôt inhabituel.

Le bois a cette faculté naturelle d'apporter de la chaleur et du « vivant ».

SMJ: Mixez-vous les matériaux, par exemple, utiliser du bois avec une autre matière?

CP: Oui souvent.

SMJ: Quels sont vos fournisseurs pour le bois?

CP: Scieurs, négociants, intermédiaires, propriétaires exploitants et artisans. S'ils ont une bille de bois très belle, ils vont la proposer aux revendeurs de placage, aux agences ou même à nous. Le réseau est au courant de nos besoins en la matière.

SMJ: Tous vos fournisseurs sont-ils français?

CP: Il se peut que l'on ait des fournisseurs étrangers, pour les projets internationaux lorsque l'on souhaite travailler en local.

SMJ: Comment avez-vous connu ces fournisseurs?

CP : Par le bouche à oreille. Ou par des personnes qui viennent spontanément nous présenter leurs produits. C'est assez divers.

SMJ: Vous avez vraiment des gens qui viennent vous démarcher?

CP: Les producteurs beaucoup moins, par contre nous avons beaucoup de propositions de la part de fabricants de parquets ou de placages. Botra, un scieur spécialisé dans les essences très précieuses, est venu également nous présenter sa gamme.

SMJ: Concernant la provenance, est-ce que vous la connaissez à chaque fois?

CP: Normalement oui, on pose systématiquement la question. C'est plutôt à mes collaborateurs du pôle technique que revient cette lourde tâche. Pendant ma démarche de prospection, de recherche sur les matières, je me renseigne évidemment sur le circuit des produits. Puis l'affinage des essences et la sélection des teintes dépendent de la validation de mes collaborateurs.

SMJ : Avez-vous recours à l'importation ?

CP : Oui, le Merisier que l'on utilise est européen, et il n'y a pas qu'en France que l'on en trouve.

SMJ : Les bois importés sont d'Europe mais y-a-t-il aussi d'autres pays ?

CP : Oui, dès que l'on utilise des essences un peu particulières, des essences exotiques.



SMJ : Qu'est-ce que vous attendez de votre fournisseur ? La disponibilité, la certification, le prix, la qualité, le conseil...

CP : Tout !

SMJ : Le plus important serait quoi ? Le conseil, la disponibilité ?

CP : La qualité avant tout.

SMJ : Lorsque vous faites des chantiers à l'étranger, est-ce que vous vous attachez à utiliser des essences locales ou bien vous avez recours à l'importation ?

CP : De plus en plus, nous avons recours aux essences locales, c'est une demande des clients, d'Hermès en l'occurrence, où au-delà de la spécificité culturelle que l'on a envie de mettre en valeur, le critère « développement durable » joue un rôle important.

SMJ : Est-ce que les fluctuations du marché ont une influence sur votre choix de l'essence ?

CP : Non, le merisier est un bois de plus en plus rare et cher mais nous ne l'abandonnons pas. On reste fidèle à un concept, on recherche la rareté, la plus qualitative possible.

SMJ : Est-ce que votre fournisseur peut vous conseiller un autre bois ?

CP : Nous suivons un concept établi, donc non, à moins d'être dans un renouvellement de concept.

SMJ : Est-ce que vous auriez besoin d'une facilité d'accès à l'offre du secteur du bois français ?

CP : C'est un univers assez fermé et pour les personnes qui ne sont pas issues de ce milieu, il n'est pas évident d'entrer et de trouver les bons contacts dans ce secteur.

SMJ : Quelle solution vous paraîtrait la meilleure ? La mutualisation des organismes en un représentant, une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs...

CP : Cela serait très intéressant d'avoir une plateforme web regroupant les différentes essences et leurs propriétés.

Par exemple, en ce moment, nous recherchons des bois japonais, sublimes mais très peu utilisés hors de la culture japonaise. C'est très compliqué à trouver, je ne trouve pas l'interlocuteur qui soit capable de me parler non pas de bois végétal mais en terme de transformations et de matière. C'est valable aussi pour les bois français.

SMJ : Il y a un projet autour du bois feuillus américain, The Wood Stock Design Contest. Ils ont un site internet extrêmement bien fait où tous les feuillus américains sont répertoriés et surtout des fiches techniques avec les possibilités des utilisations de chaque essence de bois. Est-ce que vous connaissez des matériauuthèques spécialisées dans le bois français ?

CP : Il y a celle du FCBA. J'en connais plusieurs mais pas nécessairement axées sur le bois spécifiquement. Je suis moi-même issue d'une matériauuthèque et donc j'ai ma petite préférence pour Matério. J'y ai travaillé pendant deux ans.

SMJ : Mais y a-t-il du bois à Matério ?

CP : Beaucoup. Ils ne référencent que des « moutons à cinq pattes », c'est-à-dire des matières exceptionnelles que l'on ne va pas trouver partout. Innovantes dans la mise en œuvre comme dans la matière elle-même. Vous allez trouver du bois translucide, des mousses de bois, des bois cuirs qui valorisent la matière d'une manière différente.

Le bon terme n'est pas forcément « nouveau » mais « atypique ». Il y a un échantillon qui est assez parlant, il s'agit d'un chiffon de bois, une écorce de ficus géant que l'on utilisait dans l'antiquité comme linceuls.

Les matières peuvent s'adresser à tous les secteurs de la création. Chez Matério, la classification est construite autour de différentes familles : il y a les composites, les textiles, les céramiques, les verres, les papiers & cartons et les autres qui rassemblent les technologies et les matières « inclassables ».

SMJ : Est-ce que vous avez connaissance des événements du type concours, innovations, recherches dans les secteurs bois français ?

CP : Je me souviens d'une exposition autour du bois sur le salon architect@work l'année dernière.

SMJ : Est-ce que vous avez vu à Milan ce projet sur le bois au Japon ?

CP : Japan creative ?

SMJ : Oui c'est ça ! C'était merveilleux ce banc en bois déchiré.

CP : Les japonais ont cette incroyable faculté de perpétuer leurs savoir-faire ancestraux et traditionnels, tout en apportant de la modernité pour les remettre au goût du jour. C'est une alliance qui fonctionne très bien, qui est maîtrisée.

Pour notre part, en France, nous délaissions parfois nos savoir-faire traditionnels. On ne sait pas forcément les réactualiser. Atelier d'Art de France a ce mérite de valoriser les métiers d'art mais aussi l'innovation et les gens qui vont essayer de pousser les champs du possible. Je prends l'exemple d'ARCA, atelier d'ébénisterie, qui a poussé l'aspect technologique et innovant d'une matière mais pour vivre et être rentable, la réalité leur demande de répondre d'avantage à des commandes classiques. Seuls les grands groupes et les grandes industries peuvent-elles se payer le luxe de l'innovation et du développement ?

SMJ : Pour en revenir aux événements du bois, seriez-vous intéressé pour vous associer à des projets menés par une région française ou des écoles ?

CP : Oui, notre département Design, pourrait en effet être intéressé par ce genre d'initiatives.

SMJ : Pensez-vous qu'il soit nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs de bois et les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur afin de développer l'innovation dans le secteur bois ?

CP : Oui, c'est indispensable.

SMJ : Quelles seraient pour vous les conditions essentielles pour une utilisation du bois français ?

CP : Une meilleure disponibilité, diffusion, communication, et peut-être la mise en avant d'une particularité française de cette matière si noble !

SMJ : Est-ce que vous avez des demandes concernant ce secteur ?

CP : L'idée des bases de données rassemblées seraient une très bonne chose. Je pense au secteur du béton qui est très fédéré et organise beaucoup d'activités et d'événements autour du béton.

Axée sur la recherche, je suis preneuse de tous les outils à ma disposition pour me procurer des données accessibles.

### **5.3.3. Entretien avec Alain Rotté-Capet, directeur de l'atelier de recherche et de création du Mobilier National – le 05 juin 2012**

*Sophie Mainier-Jullerot :*

Le but de cette étude est d'essayer de développer des niches dans lesquelles on pourrait valoriser le matériau bois, d'autant plus que la forêt française a de nombreuses ressources.

*Alain Rotté-Capet :*

Dans ces secteurs, c'est une petite quantité des bois français qui est utilisée. Au sein de notre département Recherche et Création au Mobilier National, c'est une partie infime qui est utilisée par rapport à ce qu'un industriel pourrait employer. Malheureusement, l'industriel ne va pas forcément se fournir en bois français.

Au sein du département Recherche et Création, nous avons recours au bois français à chaque fois que l'offre correspond à notre demande. De plus, les designers ont cette tendance à vouloir le « mouton à cinq pattes », par exemple la photo du bureau au-dessus de vous, celui de Jack Lang en 1983, c'est du bois brésilien.

L'importateur est français. Notre consommation de bois français est limitée.

SMJ : Nous voulons également passer un message dans le cadre de ce rapport : le secteur design peut-être un formidable promoteur pour le bois.

ARC : C'est évident, mais il faut que le matériau soit à la hauteur de l'application.

SMJ : Le travail collectif de ces deux secteurs peut amener à des recherches, des développements et des innovations sur la matière bois.

Aujourd'hui nous venons vous voir pour savoir comment vous travaillez le bois et donc quels seraient vos demandes ou besoins ?

ARC : Les besoins et demandes sont très variables, tout dépend du projet et du designer. Comme je vous l'expliquais, si le designer vient avec une idée de faire un meuble en ébène de Macassar, nous sommes hors de la filière française. Par ailleurs, nous avons travaillé avec un designer dernièrement, François Bauchet, qui voulait un ensemble en poirier, donc nous sommes allés à la recherche de scierie française qui pouvait nous fournir du poirier français.

SMJ : Comment ressentez-vous la culture du bois chez les designers ?

ARC : Il y en a une mais ils n'ont pas forcément la connaissance et le savoir sur le choix du bois, la localisation des essences. Certains bois sont à la mode, au siècle dernier nous avons vu des ensembles en merisier. Les effets de mode sont un cercle vicieux qui peuvent porter un secteur ou bien l'enterrer. Je pense que dans le design, nous sommes dans le même cas de figure.

SMJ : Vous pouvez constater que le matériau bois a le « vent en poupe » aujourd'hui.

ARC : En effet, mais je trouve que c'est un peu marginal. Sous la dénomination bois aujourd'hui, cela veut tout dire et rien dire. On vous vend le MDF comme du bois. Bizarrement en France, nous avons une forêt immense sur le territoire mais on n'en tire pas le profit que l'on pourrait obtenir. La transformation n'est pas toujours française et il y a beaucoup à faire avant de s'interroger sur l'utilisation du bois chez les designers.

SMJ : Est-ce que vous sentez une envie de tendre vers l'éco-conception chez les designers ?

ARC : Complètement, l'envie d'écologie de la part de certains designers est très forte voire plus que l'on pouvait l'imaginer. Nous allons travailler avec certains qui nous emmènent sur des techniques, des matériaux que l'on ne connaissait pas, par exemple la fibre de lin.

CG : Quand vous dites que certains designers utilisent du bois exotique, selon votre rôle et celui du Mobilier National, n'auriez-vous pas intérêt à les orienter vers d'autres essences ?

ARC : On le fait quand le bois n'est pas disponible ou bien interdit à la vente, mais le choix du designer reste la priorité par rapport à son projet. Nous n'avons pas d'avis à émettre sur la réalisation finale et l'aspect. Il est vrai que l'on oriente souvent le designer pour des raisons techniques. Malheureusement, nous échappons la plupart du temps à la filière du bois français. Je crois que parfois l'offre n'est pas assez adaptée à la demande pour ce secteur.

SMJ : Quelle est la place du bois dans vos créations ? Meubles, objets ?

ARC : La place du bois dans nos créations est toujours du mobilier.

SMJ : Sous quelle forme utilisez-vous le bois et ses dérivés pour l'objet finalisé? Massif, contreplaqués, panneaux de particules (contrecollés), panneaux de particules (mélaminés, stratifiés), panneaux de fibre (MDF), placage, autres ?

ARC : Il y a de toutes sortes. Nous évitons le MDF. La plupart du temps, la fabrication est en massif, en placage ou en contreplaqué.

SMJ : Pourquoi choisissez-vous le bois plutôt que d'autres matériaux? Pour ses qualités esthétiques, pour ses qualités environnementales, pour ses qualités fonctionnelles, pour ses qualités structurelles, pour son coût ?

ARC : Principalement esthétique Il peut également être choisi pour des qualités structurelles, notamment la solidité. Nous essayons de privilégier la culture de l'objet plutôt que le côté fonctionnel de l'objet, avant tout l'esthétique prime.

SMJ : Dans l'ensemble de vos créations, quelle est la proportion des réalisations utilisant du bois ?

ARC : Au moins 80%. L'atelier a deux secteurs, une partie bois, une partie en métal, il nous arrive de faire des simulations en bois de pièces qui vont être fondues. Le bois est très présent.

SMJ : Au sein des créations de l'atelier, est-ce que les designers savent déjà quels matériaux ils vont utiliser ?

ARC : Plusieurs cas de figures existent, le designer très pointu qui va apporter des plans très précis, le choix du bois et autres matériaux. L'autre cas de figure, c'est le designer qui arrive avec son croquis et peu de précisions donc on lui apporte tous les matériaux possibles. Ou bien celui qui apporte des nouveaux matériaux, comme la fibre de lin par exemple.

SMJ : Dans vos réalisations avez-vous eu recours à la mixité des matériaux, comme par exemple, bois + métal ? Si oui, pourquoi ?

ARC : Oui beaucoup, nous avons même fait des superpositions de bois et d'inox, bois et aluminium, bois et composites.

SMJ : Quels sont vos fournisseurs pour le bois ? Scieurs, Distributeurs / intermédiaires / Négociants, Artisans (ébénistes, menuisiers, agenceurs) ou autres ?

ARC : Les deux, scieurs et négociants. Quand je veux du bois de pays, beau et pas trop nouveau (merisier, poirier), je vais dans les scieries. Ou alors je fais confiance à mon revendeur, cela dépend si la quantité commandée est plus ou moins importante .

SMJ : Est-ce que vos fournisseurs sont français ?

ARC : Oui. Sauf pour certaines essences où l'on n'a pas le choix, par exemple le bouleau de Finlande.

SMJ : Comment les avez-vous connus ?

ARC : J'en ai recherché certains, d'autres par connaissance lors de visites de salons professionnels.

SMJ : Connaissez-vous la provenance du bois de votre fournisseur ?

ARC : Je suis en bon terme avec le fournisseur principal alors je connais la provenance du bois, il a la délicatesse de me dire si celui ci vient de France ou non. Il m'oriente, il me propose et m'informe de la localisation même si c'est hors territoire. Après c'est à moi que revient la décision.

SMJ : Avez-vous recours à l'importation au travers de vos fournisseurs ? Quelles sont les essences de bois importées et de quels pays proviennent-elles ?

ARC : Oui, Louro Faia, Louro Preto d'Amérique du Sud. Le bouleau de Norvège ou de Finlande. Nous avons recours à un importateur français en relation avec le pays concerné.

SMJ : Qu'attendez-vous de votre fournisseur ? Disponibilité, certification, prix, qualité ou conseil ?

ARC : D'abord la qualité puisque la maison Mobilier National fait dans l'excellence. Ensuite, nous accordons de l'importance au conseil de nos fournisseurs.

SMJ : Les fluctuations du marché ont-elles une incidence sur le choix de l'essence qui sera utilisée ? Si oui, pourquoi ?

ARC : Non, pour faire un meuble, nous avons besoin de petites quantités donc très peu d'incidences sur nous.

SMJ : Les intermédiaires ont-ils selon vous, un rôle de conseil déterminant dans vos achats ?

ARC : Oui, ils ont un rôle de conseil dans nos achats notamment par rapport à la qualité. Nous nous sommes déjà retrouvés dans des cas de figures inverses où le fournisseur ne proposait pas une essence car il n'arrivait pas à la vendre, à cause du coût d'achat et du stockage. Les petites quantités sont difficiles à trouver dans des essences particulières.

SMJ : Auriez-vous besoin d'une facilité d'accès à l'offre du secteur du bois français ?

ARC : Oui. Nous avons la chance d'avoir un bon contact avec notre fournisseur mais ce n'est pas toujours facile à trouver et à établir.

SMJ : Quelle solution vous paraîtrait la meilleure ? Mutualisation des organismes en un représentant, une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs du secteur...

ARC : La plateforme web est une bonne idée.

SMJ : Connaissez-vous des matériauthèques spécialisées dans le bois français ? Pouvez-vous nous donner leur nom ?

ARC : Uniquement le FCBA. Nous nous sommes constitués notre propre matériauthèque car nous conservons un échantillon de chaque matière que nous achetons.

SMJ : Est-ce que les designers utilisent beaucoup cette matériauthèque ?

ARC : Lorsqu'ils sont hésitants, ils l'utilisent beaucoup et nous sommes là pour les aider dans leur recherche.

SMJ : Avez-vous connaissance d'événements du type concours, innovations, recherches ou autres événements promotionnels liés au bois français ?

ARC : Non, hormis Expobois mais qui n'est pas très intéressante à notre niveau.

SMJ : Seriez-vous intéressé pour participer à ce genre d'événement, de projet ?

ARC : Non.

SMJ : Pensez-vous qu'il soit nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs du secteur bois et les différents métiers de l'architecture d'intérieur et du design afin de développer l'innovation dans le secteur bois ?

ARC : Absolument, pour découvrir de nouvelles applications, matériaux.

SMJ : Quelles seraient pour vous les conditions essentielles pour une utilisation du bois français dans votre activité ?

ARC : Nous ne sommes pas fabricants, au contraire on nous apporte une image que l'on doit faire vivre. Je n'ai pas le choix à ce niveau là.

SMJ : Comment sont sélectionnés les designers qui travaillent avec vous ?

ARC : Par une commission, et on achète leur projet qui devient propriété de l'état, du ministère de la culture. Ce projet est appelé à enrichir les collections et à aménager les bureaux de nos dirigeants.

### 5.3.4. Entretien avec Godefroy de Virieu, designer – le 10 mai 2012

*Sophie Mainier-Jullerot :*

Nous avons été mandaté par la sous-direction des forêts et bois français du ministère de l'Agriculture, de l'agroalimentaire et de la Forêt pour faire une étude ayant pour objectif la valorisation du bois français auprès des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur.

*Godefroy de Virieu :*

Est-ce qu'il y a des débouchés industriels viables aujourd'hui sur la filière ?

SMJ : Oui, il y a des actions intéressantes. Vous connaissez certainement les éditeurs Alki ou Pyrénéa qui utilisent, entre autres matériaux, du bois français et qui ont centré leur communication sur ce «made in France » que ce soit au travers de la fabrication comme des matériaux.

SMJ : Quelles sont les essences de bois français qui vous viennent à l'esprit ?

GDV : Dans la catégorie ébénisterie et travail fin, il y a le chêne, le hêtre et le frêne. Et ensuite, comme matériau plus industriel, le pin, le peuplier.

SMJ : Pour vous, à l'heure actuelle, laquelle de ces populations est la plus présente en France ? Feuillus ou résineux ?

GDV : Les feuillus.

SMJ : Quelle est la place du bois dans vos créations ? Meubles, objets, boiseries ou aménagement intérieur ?

GDV : Essentiellement l'objet et un peu de meubles. Le bois m'intéresse parce qu'il y a un rapport direct entre un dessin et une réalisation. On peut très vite aborder une forme en choisissant la matière et on peut la travailler. Cela me permet d'approcher d'un point de vue pratique le matériau, d'en tirer la meilleure partie. J'utilise le bois pour ses valeurs structurelles et techniques. Généralement quand le bois est bien adapté à la technique et utilisé en fonction de ses capacités techniques, l'esthétique apparaît. Il a été magnifié par une technique et utilisé à bon escient.

SMJ : Sous quelle forme utilisez-vous le bois et ses dérivés pour l'objet finalisé? Massif, Contreplaqués, panneaux de particules, panneaux de fibre, placage ou autres ?

GDV : Le massif et les placages. J'aime beaucoup le contreplaqué de bouleau et la tranche des contreplaqués. C'est intéressant d'utiliser du contreplaqué car ils ont des valeurs structurelles. Le massif a parfois le défaut de l'instabilité. J'aime les mélanges de massifs et contreplaqués.

SMJ : Qu'est-ce qui vous a amené au matériau bois ? Votre formation ?

GDV : J'ai fait l'ENSCI et j'ai toujours été au contact du bois pour la fabrication d'objet. L'assemblage à travers cette matière m'intéresse beaucoup.

SMJ : Avez-vous des besoins spécifiques dans votre utilisation de ce matériau ?

GDV : Cela dépend des projets. J'ai des besoins en ce qui concerne les applications du bois à l'extérieur. Il n'y a pas encore d'évidence pour le bois qui tient à l'extérieur, en terme de stabilité. Il existe des techniques comme le bois brûlé, le bois rétifé, malheureusement très difficile à trouver dans le commerce. Le FCBA n'a pas assez de fournitures et manque de visibilité quant à la mise à disposition d'un réseau de professionnels à qui nous pourrions nous adresser pour se fournir en matière.

SMJ : L'un des buts de cette étude est de faciliter la mise en relation entre les personnalités des secteurs bois et celles du design, pour connaître les champs du possible et pour une

meilleure utilisation des bois français. Les Américains l'ont très bien compris en mettant en place un concours sur l'utilisation des feuillus américains auprès des écoles mais aussi un site qui liste chaque essence.

SMJ : Pourquoi choisissez-vous le bois plutôt que d'autres matériaux? Pour ses qualités esthétiques, pour ses qualités environnementales, pour ses qualités fonctionnelles, pour ses qualités structurelles, pour son coût ?

GDV : J'ai fait un petit tabouret pour un petit éditeur suisse et j'ai décidé de revoir le tabouret d'horloger 1830. Le problème du modèle d'origine est la déformation de la vis au centre qui porte l'assise. L'intérêt dans ce projet était de remplacer la partie vis par une pièce en plastique. Cet assemblage de la matière n'a pas été possible à cause du bois car trop instable, je trouve que c'est très intéressant de faire des mélanges bois / matière industrielle. Le côté environnemental m'intéresse évidemment, j'ai un atelier en Bourgogne et dès qu'il y a une chute, je la mets dans le feu pour me chauffer l'hiver.

SMJ : Est-ce que le transport, le traitement, la provenance du bois que vous achetez vous intéresse ?

GDV : Oui, c'est important. Je remarque tout de même un gros problème de traçabilité et on s'y perd.

SMJ : Voici un petit tableau sur les essences que vous utilisez en massif / structure et celles que vous utilisez en placage / apparent.

GDV : J'utilise les essences suivantes en massif, acacia, buis, peuplier, douglas. En bois de placage, j'aime utiliser le châtaigner, le bouleau, le peuplier, le douglas et le sycomore.

SMJ : Dans l'ensemble de vos créations, quelle est la proportion des réalisations utilisant du bois ?

GDV : C'est assez important, 40 %

SMJ : Au sein de vos chantiers, de vos créations, lorsque se pose la question du matériau, quels sont les critères de sélection déterminant votre choix final ?

GDV : Elle se pose dès le départ. Globalement, je choisis mon bois en fonction de mon projet. Et je préfère le bois au plastique.

SMJ : Quand vous travaillez avec les éditeurs, comment le choix se fait-il ?

GDV : J'ai une démarche un peu particulière car je prospecte les éditeurs ou des entreprises artisanales, et je les choisis en fonction de leur savoir-faire, de leur utilisation des matériaux. J'ai toujours adoré le secteur du Jura car il y a encore un réseau d'artisans qui transforment, les tourneurs, les tabletiers, etc... c'est assez rare de trouver en France des régions où il y a une réelle activité autour du bois. Typiquement, par rapport à la demande, je vais les voir pour y développer un projet ensemble, ensuite je vais le proposer à un éditeur.

SMJ : Quels sont vos fournisseurs pour le bois ? Scieurs, distributeurs / Intermédiaires / Négociants / Les artisans ?

GDV : Cela dépend d'où je me trouve. Si je suis en Bourgogne, je vais voir mon fournisseur de bois et je choisis l'arbre, ensuite il me le fait sécher. Autrement, je vais voir des négociants comme Placage André.

SMJ : Avez-vous déjà travaillé directement avec des scieries ?

GDV : Oui, toujours dans le Jura, parce que les scieries étaient associées à la transformation.

SMJ : Est-ce que vos fournisseurs sont français ?

GDV : Ils sont tous français.



SMJ : Connaissez-vous la provenance du bois de votre fournisseur ? Si oui de quels pays ou quelles régions ?

GDV : Non, pas tout le temps et c'est assez désagréable.

SMJ : Avez-vous recours à l'importation au travers de vos fournisseurs ?

GDV : Non

SMJ : Qu'attendez-vous de votre fournisseur ? La disponibilité, la certification, le prix, la qualité, le conseil ou autre ?

GDV : La qualité, La disponibilité, la certification, le conseil et le prix.

SMJ : Les fluctuations du marché ont-elles une incidence sur le choix de l'essence qui sera utilisée ? Si oui, pourquoi ?

GDV : Non, pas à mon niveau.

SMJ : Les intermédiaires ont-ils selon vous, un rôle de conseil déterminant dans vos achats?

GDV : Oui, ils disent qu'Ikea rafle tout le bois et ils font gonfler les prix surtout sur le frêne. Du coup, je suis obligé de me rediriger vers d'autres essences et ils me conseillent aussi. Par exemple, je suis passé du frêne au charme. En France, dans le secteur forestier, est ce que l'on est plus dans une phase d'expansion ou diminution?

SMJ : La forêt est très importante en France, et elle est correctement gérée. Le problème est clairement les outils de transformations de la matière première pour les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur. Il existe de nombreuses organisations régionales, nationales pour défendre les professionnels de ce secteur, que ce soit les propriétaires privés, publics. Tout est assez bien cadré. Au niveau économique, les secteurs du design et de l'architecture d'intérieur n'ont pas la prétention de sauver le secteur bois mais ils peuvent apporter à la filière bois de jolies initiatives très porteuses en terme de communication.

GDV : Cela fait une dizaine d'années que je me balade en France et certains professionnels du bois sont dans des situations très délicates. Par exemple depuis quelques années j'essaie de motiver Enkidoo pour qu'il se développe, mais il ne veut pas. J'ai réussi à l'emmener au salon Maison & Objet, et c'est après qu'il a monté son catalogue Enkidoo éditions pour lequel il a eu beaucoup de presse. Il est entré dans ce milieu en travaillant avec des designers stars comme Matali Crasset.

SMJ : Auriez-vous besoin d'une facilité d'accès à l'offre du secteur du bois français?

GDV : Oui, par une mutualisation des organismes en un représentant et une plateforme web regroupant un référencement des essences ainsi que leurs propriétés, et la liste des différents interlocuteurs du secteur.

SMJ : Connaissez-vous des matériaux spécialisés dans le bois français?

GDV : Oui, le FCBA.

SMJ : Avez-vous connaissance d'événements du type concours, innovations, recherches ou autres événements promotionnels liés au bois français ? Lesquels ?

GDV : Typiquement ce genre d'opération est sympathique mais je n'ai pas l'impression que beaucoup de projets aient trouvé un développement économique.

SMJ : L'un de ces projets a connu du succès, EcoDesign Bois de Bourgogne, et la bibliothèque de Christophe Delcourt, créée pour cette occasion est aujourd'hui éditée par Roche-Bobois. Est-ce que ça vous intéresserait de participer à ce genre d'initiative ?

GDV : Oui, bien sûr.

SMJ : Est-ce que ça vous intéresserait aussi de travailler avec les pôles d'innovation spécialisés sur le bois ?

GDV : Oui, ça serait très intéressant. Le bois soudé, vous connaissez ? Un homme avait mis ça au point et c'était au FCBA. Mais je n'ai jamais réussi à retrouver cette technique.

### 5.3.5. Entretien avec Hubert Weinzierl, ébéniste – le 24 avril 2012

*Sophie Mainier-Jullerot :*

Cette étude a pour objectif la promotion et la valorisation du bois français auprès des secteurs du design et de l'architecture d'intérieur. Aujourd'hui nous venons pour savoir comment vous utilisez cette matière.

*Hubert Weinzierl :*

Vous devriez aussi vous adresser à Séquence Bois. Je connais beaucoup d'architectes et d'architectes d'intérieur qui sont abandonnés à cette revue. C'est le lieu où il faut aller lorsque vous êtes architectes ou designers. Quand vous avez des doutes sur l'utilisation ou la provenance des bois français ou des bois tropicaux. C'est aussi un mensuel, beaucoup de thèmes y sont abordés, notamment l'ossature bois, mais aussi sur des sujets autour du design, on a déjà eu des articles.

SMJ : Nous vous avons choisi dans la catégorie ébénisterie, agencement pour mener cet entretien. Vous travaillez avec des designers, des éditeurs, et vous faites également de l'agencement. Pourriez-vous nous citer spontanément les 5 premières essences de bois français qui vous viennent à l'esprit ?

HW : Chêne, noyer, frêne, hêtre et l'ensemble de la famille des résineux.

SMJ : Selon vous, à l'heure actuelle, laquelle de ces populations est la plus présente en France ? Les feuillus ou les résineux ?

HW : les feuillus.

SMJ : Quelle est la place du bois dans vos créations ?

HW : On utilise le bois pour tout, autant le mobilier, les objets que les aménagements intérieurs. Mais aussi le bois et ses dérivés.

SMJ : Sous quelle forme utilisez-vous le bois et ses dérivés pour l'objet finalisé ? Massif, contreplaqués, panneaux de particules contrecollés, panneaux de particules mélaminés, stratifiés, panneaux de fibres, placage...

HW : Tout, inévitablement.

SMJ : Est-ce qu'il y a autre chose que vous utilisez ?

HW : Beaucoup de résines de synthèse comme le corian.

SMJ : Que vous associez au bois ?

HW : Oui, tout à fait. L'utilisation du bois massif est une utilisation relativement restreinte dans la fabrication de l'objet et du meuble, pour la simple raison que ce n'est pas un matériau stable. Une table en bois massif n'est pas possible. C'est le principe même de l'ébénisterie, avoir plusieurs essences, plusieurs couches de placages pour un même meuble, ce qui le stabilisera.

SMJ : Est ce qu'il vous arrive d'utiliser du massif pour certaines réalisations ?

HW : Oui. Nous utilisons du multipli de bois massif, trois tranches de bois massifs contrecollés, avec ce type de matériau nous arrivons à stabiliser les ouvrages.

SMJ : De plus, vous arrivez à obtenir des jeux graphiques et c'est très intéressant au niveau esthétique.

HW : Ce multipli existe dans différentes essences et c'est une très bonne alternative au massif pour la qualité.

SMJ : Est-ce que vous avez des demandes ou des besoins spécifiques, d'un point de vue technique, dans votre utilisation de ce matériau ?

HW : Non, on ne s'est jamais heurté à des problèmes de développement avec ce matériau car nous avons une culture et une connaissance des champs du possible de ce matériau.

SMJ : Depuis combien de temps avez-vous votre atelier ?

HW : Il y a plus de trente ans.

SMJ : Depuis quand travaillez-vous avec des designers, éditeurs ?

HW : Depuis 1987, avec le commencement de Néotu.

SMJ : Vous avez travaillé avec Pierre Staudenmeyer.

HW : Oui, c'est avec nous qu'il a commencé l'édition. J'ai commencé avec la fabrication des pièces de Martin Szekely, François Bauchet, Kristian Gavaille et Garouste & Bonetti pour Néotu.

SMJ : Vous travaillez aujourd'hui avec la galerie Kréo mais aussi avec des jeunes éditeurs comme Marcel by mais aussi Ecart International

HW : Marcel by, c'est tout jeune et ça commence très fort. Ecart International nous avons commencé en même temps que Néotu dans les années 80 en rééditant le Transat d'Eileen Gray. On a lancé la fabrication en série avec ces rééditions et ça reprend depuis 6 mois.

SMJ : En pourcentage, dans vos activités, que représente le travail pour un designer, l'édition très limitée de galerie, la réédition de classique, et l'agencement ?

HW : Dans 70% des cas, on est dans l'édition.

SMJ : Combien faites-vous de chantiers d'agencement par an ?

HW : On fait deux chantiers par an relativement importants. Je préfère rester à l'atelier plutôt que de faire des chantiers d'agencement. Nous avons pris le parti de développer l'atelier en investissant dans de l'outillage numérique.

SMJ : En effet, j'ai vu sur votre site internet que vous avez beaucoup investi.

HW : On a en effet investi dans un centre d'usinage numérique. Cette année nous allons remplacer une de nos machines par un centre d'usinage numérique à découpe en 5 axes et dans ce cadre de développement, des éditeurs comme Marcel by nous intéressent énormément.

SMJ : Oui, maintenant vous avez une facilité de production...

HW : Tout à fait et de nouvelles possibilités que nous ne pouvions pas développer par un travail manuel d'ébénisterie.

SMJ : Est-ce que vous avez en interne un pôle de recherche et de développement ou bien est-ce quelque chose que vous faites quotidiennement ?

HW : Pas spécialement.

SMJ : Est-ce seulement lorsque les projets arrivent que vous poussez la matière ? Je pense à Martin Szekely qui aime pousser le champ des possibles à son maximum.

HW : Oui, Martin Szekely aime les moutons à cinq pattes, le mariage des matériaux qui ne se marient pas.

SMJ : Pourquoi choisissez-vous le bois plutôt que d'autres matériaux ? Pour ses qualités esthétiques, pour ses qualités environnementales, pour ses qualités fonctionnelles, pour ses qualités structurelles ou pour son coût ?

HW : J'utilise le bois car c'est mon métier. Le bois est esthétique, environnemental,

structurel... Dans la philosophie de l'entreprise, on est résolument fabricant, c'est-à-dire que nous avons la retenue nécessaire pour nous voir confier un projet que je dois interpréter. L'exercice de notre profession est de trouver une solution d'un désir, d'une volonté, d'une forme conçue par d'autre. Nous n'avons pas de bureau d'étude, ni de création. L'entreprise a toujours travaillé sur la culture de l'objet.

SMJ : Quelles essences utilisez-vous en massif ou en structure ? Et celles que vous utilisez en placage ou en apparent pour le côté esthétique?

HW : Alisier en apparent, Bouleau ... Chêne. Amourette, bois de décoration, tellement cher.

SMJ : Est ce que vous connaissez le volume de bois que vous utilisez ?

HW : Par an, entre 10m<sup>3</sup> et 15m<sup>3</sup>, pas plus. Quand vous achetez le bois sous forme de placage, ça ne représente rien en volume.

SMJ : Comment choisissez-vous les bois ?

HW : Idéalement, pour le bois massif on se déplace. Avec le temps, c'est tout de même instauré une confiance avec certaines personnes avec qui nous avons la chance de travailler donc on peut se permettre de ne plus se déplacer systématiquement. Cela dépend aussi du type d'essence. Pour acheter du chêne, je me déplace rarement. Pour du bois d'importation, je me déplace pour vérifier que tout corresponde à mes souhaits. Sur le principe, lorsque l'on achète du massif il faut se déplacer.

SMJ : Et pour les panneaux...

HW : Les panneaux de bois appartiennent à trois grands groupes qui possèdent le marché. Que ce soit l'un ou l'autre, ce n'est qu'une question de prix. Mais il y a une baisse de qualité au niveau de certains panneaux comme le medium. Par exemple avec le bouleau, aujourd'hui les couches sont tellement fines que le simple fait de le toucher peut percer la feuille de placage. On est obligé systématiquement de le re-plaquer. On ne peut que constater la perte de qualité. On trouve ça dans les grands groupes qui ont monopolisé les marchés. Une perte de qualité.

Nous sommes pratiquement des consommateurs finaux. Si vous voulez, je vous donnerai des contacts de marchands de bois. Par exemple, on a fait un projet en frêne et on voulait du frêne français. On n'a même pas pu l'acheter en France car les distributeurs à ce moment ne pouvaient pas se fournir en France. Nous avons dû l'acheter en Suisse parce que Ikea a ratiboisé tout le frêne français et les grossistes de bois refusent de vendre au petit marchand de bois.

SMJ : Au sein de vos chantiers, de vos créations, lorsque se pose la question du matériau, quels sont les critères de sélection déterminant votre choix final ?

HW : Il nous arrive de proposer du bois à un designer alors qu'il avait prévu de faire le projet en métal. Tout comme le contraire. Mais nous sommes dans l'interprétation d'un dessin, d'un désir. Les projets sont généralement finalisés ici notamment pour le choix des matériaux pour savoir si cela est réalisable.

SMJ : On revient sur vos fournisseurs. Qui sont-ils ? Des scieurs, des distributeurs, des négociants, des intermédiaires ?

HW : Des négociants.

SMJ : Et les scieurs ?

HW : J'ai dû les contacter deux fois dans ma vie. A Paris, nous avons de très bons marchands de bois. Je présume que cela se passe différemment en province. Les marchands de bois sont des très bons relais, ils stockent pour que l'on puisse puiser dans leurs ressources.

SMJ : Vos fournisseurs, sont-ils français ? Comment les avez-vous connus ?

HW : Oui, ils sont français. Et je les ai connus par le bouche à oreille et par des confrères.

SMJ : Est-ce que vous connaissez la provenance du bois de vos fournisseurs ?

HW : Sur demande et pas toujours. C'est déplaisant.

SMJ : Est-ce que ça arrive d'avoir des demandes précises ? Par exemple un bois de telle région ?

HW : Non, je préfère voir d'abord en fonction de l'essence. Par exemple, pour les hêtres je vais préciser que je le veux blanc. La provenance est seulement le critère suivant. Mais la couleur du bois dépend aussi de l'endroit où il a poussé.

SMJ : Avez-vous recours à l'importation ?

HW : Indirectement. Il y a des fournisseurs au Luxembourg et c'est à peu près tout.

SMJ : Qu'attendez-vous de votre fournisseur ? La disponibilité, la certification, le prix, la qualité et le conseil ?

HW : En premier, la confiance et le conseil. C'est très important de s'asseoir sur des années de collaboration. De temps en temps, il y a de la bagarre car il faut négocier. Cela dépend également de la quantité, si nous avons besoin d'une quantité importante ou pas. Il faut tout de même regarder le prix. On ne veut pas forcément le meilleur prix mais un prix juste.

SMJ : Avez-vous un regard sur le marché du bois ? La fluctuation des prix notamment ?

HW : Pas spécialement, mais on se prend des claques parfois car on ne se rend pas compte de l'évolution du prix. Il y a cinq ans le frêne était un bois qualitatif et avec un prix correct et maintenant c'est devenu un bois de luxe et on ne sait pas pourquoi. Sur les 5 dernières années, nous ne pouvons pas répercuter sur nos frais de fabrication l'évolution du coût de la matière première. Cela nous pousse aussi à aller voir d'autres matériaux mais aussi à gagner en productivité ne serait-ce que par l'investissement dans des machines performantes et de jouer à tous les niveaux. On ne peut pas avoir tout le temps les yeux rivés sur les marchés.

SMJ : En effet, et c'est le rôle de votre intermédiaire de vous alerter. Au niveau des développements, auriez-vous besoin d'une facilité d'accès à l'offre du bois français ? Apparemment vous avez ce qu'il faut. Est-ce que vous auriez besoin d'un interlocuteur qui regrouperait un peu toutes les informations ?

HW : Oui, pourquoi pas.

SMJ : Des gens comme Séquence Bois vous suffisent pour avoir le maximum des informations de ce secteur ?

HW : Aujourd'hui internet est un outil de travail.

SMJ : Trouvez-vous tout sur internet ?

HW : Oui tout en ce qui concerne le bois et le matériau : qualité, origine. Il y a une manque de données inépuisables

SMJ : Connaissez-vous des matériauthèques spécialisées dans le bois ?

HW : Oui, complètement. Séquence Bois. Je ne connais pas d'autre matériauthèque à part celle du CNDB. Depuis longtemps, au cœur du XIIème arrondissement de Paris, tous les ébénistes étaient réunis dans ces quartiers et nous l'avons connue comme ça lorsque l'on était apprenti ou à l'école Boule.

SMJ : Est-ce que vous avez eu connaissance des événements du type concours, innovations, recherches ou autres événements promotionnels liés au bois français ?

HW : Non, rien de très spécifique. C'est un tort de ma part. Ce serait intéressant de connaître les événements et avoir une communication autour de tout ça.

SMJ : Pensez-vous qu'il soit nécessaire de créer des partenariats entre les fournisseurs du secteur bois et les différents métiers de l'architecture d'intérieure et de design afin de développer l'innovation dans le secteur bois ?

HW : Aujourd'hui on a la démarche inverse, on fait des salons comme Expo Bois pour rechercher des innovations, ne serait-ce qu'au niveau des matériaux. Si aujourd'hui on pouvait arrêter d'utiliser du mélaminé ou de l'aggloméré, ça ne serait pas plus mal. Je ne l'exclus pas automatiquement, je propose à mes clients d'autres matériaux comme les multiplis de bois massif qui ont des colles propres, mais cela augmente le prix de 35 %. La plupart des clients refusent à cause du coût.

SMJ : Vous êtes à la recherche de ce qui peut se passer, mais est-ce que vous voudriez être impliqué dans cette recherche ?

HW : Pourquoi pas. Je ne sais pas si on peut être d'une grande utilité. Néanmoins, s'il y a une demande sur laquelle je serai imputrescible, c'est la propreté des matériaux. Ainsi, l'interdiction de certaines colles a déjà été appliquée en raison de leur émanation. On peut dire qu'un certain progrès a été fait au niveau des matériaux mais il faut continuer, jusqu'à interdire des mélaminés et de l'aggloméré, comme c'est le cas en Autriche où tout le monde est passé à l'utilisation de panneau d'épicéa.

SMJ : En Autriche, ils sont très dynamiques, et dans les pays scandinaves ?

HW : Les pays scandinaves font des ravages. L'Autriche est un exemple au point de vue écologique et environnemental. Même le consommateur moyen ne veut pas avoir des panneaux pleins de colle.

SMJ : C'est venu de la part des négociants, des fabricants ?

HW : Ce sont des pays conformistes et avec des industries très dynamiques. Ils ont 25 ans d'avance sur l'écologie car ils ont des industries qui poussent les développements et le progrès. Le pays a aussi poussé pour une propreté environnementale.

SMJ : Quelles seraient pour vous les conditions idéales pour une bonne utilisation du bois français ? Dans votre activité, une meilleure communication, une meilleure traçabilité du bois, une meilleure relation commerciale ...

HW : Beaucoup plus de vigilance sur l'utilisation des dérivés du bois sous toutes ses formes.

## 5.4. LISTE DES ORGANISMES DE LA FILIERE DESIGN

Voici une liste, non exhaustive, des principaux organismes des filières de l'architecture d'intérieur et du design pouvant être de bons relais pour la promotion du bois français auprès des professionnels.

### **Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI)**

24, rue du Charolais - 75012Paris

Téléphone 01 43 45 04 50 / Télécopie 01 43 45 10 76

Courriel [info@apci.asso.fr](mailto:info@apci.asso.fr)

Site internet <http://www.apci.asso.fr>

L'objectif : faire exister le design français en France et à l'étranger.

L'approche : depuis 1983, l'APCI valorise une approche du design centrée sur les utilisateurs, avec la conviction que c'est une clef d'innovation pour les entreprises, un facteur essentiel de développement de notre qualité de vie et de notre environnement.

La cible : Si elle contribue à la promotion des designers, l'APCI s'adresse surtout aux entreprises implantées en France pour les accompagner dans leur stratégie de design, valoriser leurs produits et services dans l'Observateur du Design, les accompagner dans des manifestations à l'étranger.

Le mode d'action : L'APCI agit en synergie avec les réseaux des acteurs les plus importants du design et de l'innovation.

Elle est membre de l'international council of societies of industrial design (ICSID) et du Bureau of European design associations (BEDA).

### **Alliance Française des designers (AFD)**

Maison des photographes - 121, rue Vieille du Temple – 75003Paris

Téléphone 06 80 48 62 67

Courriel [f.caspar@alliance-francaise-des-designers.org](mailto:f.caspar@alliance-francaise-des-designers.org)

Site internet <http://www.alliance-francaise-des-designers.org>

### **Centre du design Marseille**

6, avenue de la Corse – 13007Marseille

Téléphone 04 88 90 03 12 / Télécopie 04 91 54 08 88

Courriel [info@designmarseille.org](mailto:info@designmarseille.org)

Site internet <http://www.designmarseille.org>

### **Centre du design Rhône-Alpes**

41, rue Garibaldi – 69006Lyon

Téléphone 04 72 75 94 94 / Télécopie 04 78 52 35 47

Courriel [centredudesign@ardi-rhonealpes.fr](mailto:centredudesign@ardi-rhonealpes.fr)

Site internet <http://www.centredudesign.fr>

### **Cité du design Saint-Etienne**

3, rue Javelin Pagnon – 42000Saint-Étienne

Téléphone 04 77 33 55 60 / Télécopie 04 77 21 37 54

Courriel [infos.cite@citedudesign.com](mailto:infos.cite@citedudesign.com)

Site internet <http://www.citedudesign.com>

La Cité du Design a été créée en 2005, elle est dirigée par Elsa Francès. La Cité du Design passera du statut de syndicat mixte à celui d'un EPCC (établissement public de coopération culturelle) dès janvier 2010. Elle se trouve sur le site emblématique de l'ancienne manufacture d'armes de Saint-Etienne, un emplacement exceptionnel de 16 000 m<sup>2</sup>, intégrant l'École supérieure d'art et design (ESADSE).

La Cité du Design de Saint-Etienne s'intéresse à la fois à la dimension culturelle et



économique du design. Elle les connecte et les rassemble autour de la recherche, des projets de développement économique et du territoire, et autour d'événements à forte notoriété. Elle se différencie des autres institutions françaises du design en renforçant un axe fort et fédérateur : le design, les mutations sociales et les dynamiques économiques.

**CODIFAB - Comité professionnel de développement des industries de l'ameublement et du bois**

28 bis Avenue Daumesnil - 75012 Paris  
Tél : 01 44 68 18 08  
Courriel : [information@codifab.fr](mailto:information@codifab.fr)  
<http://www.codifab.fr>

**Fédération nationale des syndicats d'architecture d'intérieur (FNSAI)**

14, rue Fontaine – 75009 Paris  
Téléphone 01 40 16 16 66 / Télécopie 01 49 70 01 72  
Courriel [concevoir@fnsai](mailto:concevoir@fnsai)  
Site internet <http://www.fnsai.org>

**Institut Français du Design (IFD)**

BP 32 – 75362 - Paris Cedex 08  
Téléphone 01 45 63 90 90 / Télécopie 01 45 63 91 92  
Courriel [contact@institutfrancaisdudesign.com](mailto:contact@institutfrancaisdudesign.com)  
Site internet <http://www.institutfrancaisdudesign.com>

**Institut National des Métiers d'Art (INMA)**

23, avenue Daumesnil – 75012 Paris  
Téléphone 01 55 78 86 14 / Télécopie 01 55 78 86 15  
Site internet <http://www.institut-metiersdart.org>

**Ministère du redressement productif - DGCIS**

Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services  
67, rue Barbès - BP 80001 - 94201 Ivry-sur-Seine Cedex  
Courriel : [dgcis@finances.gouv.fr](mailto:dgcis@finances.gouv.fr)  
[www.industrie.gouv.fr](http://www.industrie.gouv.fr)

**R3ILAB**

36, quai d'Austerlitz – 75013 Paris  
Téléphone 01 40 22 63 19 / Télécopie 01 40 22 63 20  
Site internet <http://www.r2ith.org>

Créé par les Pouvoirs Publics, le R2ITH est piloté par des industriels.

Soutenu par les Unions professionnelles et tous les acteurs de la recherche-innovation-crédation sous toutes ses formes, de la conception à la distribution, le Réseau a élaboré + de 20 programmes concrets avec et pour les entreprises :

Développement durable.

Management des connaissances.

Ingénierie moderne.

Plate-forme technologique.

Fonctionnalisation des textiles.

**SEM Pays de Loire - promotion innovation**

1, place de la Galarne - BP 80221 – 44202 Nantes Cedex 2  
Téléphone 02 40 48 81 50  
Site internet <http://www.designin.paysdelaloire.fr>

**SEM Pays de Loire - promotion innovation**

1, place de la Galarne - BP 80221 – 44202Nantes Cedex 2

Téléphone 02 40 48 81 50

Site internet <http://www.designin.paysdelaloire.fr>

**Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement (UNIFA)**

28 bis, Avenue Daumesnil – 75012Paris

Site internet <http://www.mobilier.com>

L'UNIFA, Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement, est un syndicat créé en 1960. Elle est l'organisation la plus représentative de l'ameublement avec plus de 500 adhérents, 6 délégations régionales et 15 groupements spécialisés.

C'est un lieu de réflexion et d'échanges pour les entreprises de toutes tailles, fabriquant des produits d'ameublement de tous styles et dans tous les matériaux, pour les marchés domestique et professionnel.

**Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement (VIA)**

29-35, avenue Daumesnil – 75012Paris

Téléphone 01 46 28 11 11 / Télécopie 01 46 28 13 13

Courriel [via@mobilier.com](mailto:via@mobilier.com)

Site internet <http://www.via.fr>

## 5.5. LISTE DES ORGANISMES DE LA FILIERE BOIS

### **Le Commerce du Bois**

6, Avenue de Saint-Mandé F-75012 Paris

Téléphone : 01 44 75 58 58

lecommercedubois@wanadoo.fr

<http://www.lecommercedubois.fr/>

Membres (maisons) : 125

Gamme des produits : grumes, sciage, placage, bois raboté, panneaux de fibres, panneaux de particules, portes, fenêtres, bois de construction, parquets, bois de jardin, matériaux isolants.

Structures négoce bois: le commerce en gros, négoce bois et matériaux, importateurs, agents.

Clientèle: menuisiers et charpentiers, décorateurs intérieurs, constructeurs en bois, parqueteurs, industrie, gouvernement, consommateurs.

### **CNDB – Comité national pour le développement du bois**

6 avenue de Saint Mandé – 75012 Paris

Téléphone 01 53 17 19 60

<http://www.cndb.org/>

Depuis 1989, le Comité National pour le Développement du Bois est l'organisme de promotion du bois. Soutenu par le Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, ses missions sont nombreuses et s'articulent autour de trois axes : communiquer, valoriser, développer la formation professionnelle.

### **France Bois Foret**

10 avenue de Saint-Mandé – 75012 PARIS

Téléphone 01 40 19 81 14

<http://www.franceboisforet.fr/>

L'Interprofession Nationale filière Forêt- Bois a été créée le 8 décembre 2004 sous l'égide du Ministère de l'Agriculture en charge des Forêts. Depuis, notre interprofession nationale agit avec les acteurs de la filière en cofinçant des actions collectives de promotion, de progrès techniques, d'éducation à l'Environnement, de mise à disposition des données statistiques, de la R & D, en encourageant l'innovation et l'export de produits transformés.

Aujourd'hui nous regroupons les propriétaires et gestionnaires forestiers publics et privés, les pépiniéristes, grainiers et reboiseurs, les professionnels de la première transformation du bois : récolte, scierie, rabotage, parquet massif et l'emballage en bois caisses palettes et emballages légers.

Les membres associés sont IRB (Inter régions bois) qui regroupent les interprofessions régionales, le CNPF Centre nationale de la propriété forestière, La CNIEFEB la Compagnie Nationale des Ingénieurs et Experts Forestiers et des Experts Bois et depuis le 27 janvier 2012 la FNEDT, Fédération Nationale Entrepreneurs Des Territoires.

### **FBIE**

France Bois Industries Entreprises

10 avenue Saint Mandé

75012 Paris

Téléphone +33(0)1 40 19 49 24

FBIE est ouverte à toutes les entités représentatives au niveau national des secteurs utilisateurs du bois et de ses dérivés, de la pâte à papier, de la construction bois, de l'ameublement dans le but de s'engager volontairement dans une démarche concertée de développement de l'utilisation du bois et de valorisation de la forêt.

### **FCBA**

Institut Technologique Forêt Cellulose Bois-Construction Ameublement

FCBA - Pôle Ameublement

10 avenue de Saint-Mandé - 75012 Paris

Téléphone +33 (0)1 40 19 49 31 / Fax : +33 (0)1 44 74 49 58

Courriel : ameublement@fcba.fr

FCBA - Pôle Industries Bois Construction

Allée de Boutaut - BP 227 - 33028 Bordeaux cedex

Téléphone +33 (0)5 56 43 63 00 / Fax : +33 (0)5 56 43 64 80

Courriel : construction@fcba.fr / www.fcba.fr

### **FNB - Fédération Nationale du Bois**

6, rue François I er - 75008 PARIS

Téléphone 01 56 69 52 00

<http://www.fnbois.com/>

La maîtrise de l'approvisionnement : disponibilité, mise en marché, conditions de vente, cautionnement, clauses techniques.L'analyse des marchés : Grumes, sciages, demande nationale, internationale, mercuriale de prix.

L'accompagnement social : accord et convention collective, salaire, sécurité, formation professionnelle.La politique de qualité : classification, normalisation, certification, statut professionnel, éco-certification.L'environnement technique, juridique et financier : mise en conformité, contrat à l'export, provision pour investissements.

### **FPF – Fédération des forestiers privés de France**

6 rue de la Trémoille - 75008 PARIS

Téléphone 01 47 20 36 32

<http://www.foretpriveefrancaise.com/>

Elle représente et défend les propriétaires forestiers et la forêt privée auprès des pouvoirs publics français et européens, des partenaires de la filière forêt bois et des organismes non gouvernementaux impliqués dans la filière forêt bois. La fédération regroupe : 18 unions régionales, 78 syndicats départementaux ou interdépartementaux soit 40 000 adhérents et 2,5 millions d'hectares (1/5e de la surface des forêts privées).

### **ONF**

2 avenue de Saint-Mandé - 75012 PARIS

Téléphone 01 40 19 59 61

<http://www.onf.fr/>

L'ONF a la responsabilité de 4,6 millions d'hectares de forêts publiques (1,8 Mha de forêts domaniales et 2,8 Mha de forêts communales) en métropole + 8 millions d'hectares dans les départements d'outre mer. Ces espaces bénéficient de la garantie de gestion durable qu'apporte le régime forestier. L'ONF possède un réseau de 10 558 agents, principalement en zone rurale : 10 directions territoriales, 5 directions régionales, 66 agences et plus de 500 unités territoriales ou spécialisées.

### **Pôles Fibres**

Siège social : 27 rue Philippe Séguin - 88000 Epinal

5 rue Jean Antoine Chaptal - 57070 Metz

En Alsace : Maison de l'Entreprise

27 avenue de l'Europe - 67300 Schilitigheim

Téléphone 03 29 29 61 89

E-mail : [contact@polefibres.fr](mailto:contact@polefibres.fr)

[www.polefibres.fr](http://www.polefibres.fr)

**Xylofutur**

31 avenue de la Poterie – 33170 Gradignan  
Téléphone 09 50 85 74 58  
email : xylofutur@xylofutur.fr  
*IRB – Interprofession régionale bois*

**Association des Interprofessions Régionales de la Forêt et du Bois**

Siège social : Arbocentre  
Avenue de la Pomme de Pin- CS 40001 Ardon- 45 075 ORLEANS CEDEX 2

**FRANCILBOIS – Ile de France**

2 rue Vide Gousset 75 002 PARIS  
Téléphone 01 53 17 19 93 / Fax 01 43 41 11 88  
Email : brice.lefranc@francilbois.fr

**ABIBOIS – Bretagne**

4 bis allée du Bâtiment - 35 000 RENNES  
Téléphone 02 99 27 54 27 / Fax 02 99 27 59 27  
Email : info@abibois.com

**ARBOCENTRE – Centre**

2163 avenue de la Pomme de Pin – CS40 001 –Ardon 45075 Orléans cedex 2  
Téléphone 02 38 41 80 00 / Fax : 02 38 41 80 05  
Email : arbocentre@orleans.inra.fr

**PROFESSIONS BOIS - Basse Normandie**

Maison de la forêt  
19 bis rue des Capucins - 61 000 Alençon  
Téléphone 02 33 82 41 80 / Fax 02 33 82 41 81  
Email : cgaron@professionsbois.com

**ANORIBOIS - Haute Normandie**

1 rue Georges Clémenceau - 76 230 BOIS GUILLAUME  
Téléphone 02 35 61 55 59 / Fax 02 35 61 55 52  
Email : anoribois@wanadoo.fr

**ATLANBOIS - Pays de la Loire**

Centre des Salorges  
16 Quai Ernest renaud - BP 70 515 - 44 105 NANTES CEDEX 04  
Téléphone 02 40 73 73 30 / Fax 02 40 73 03 01  
Email : info@atlanbois.com

**FIBOIS - Alsace**

Maison de l'Agriculture  
2 rue de Rome – 67 300 SCHLITIGHEIM  
Téléphone 03 88 19 17 19 / Fax 03 88 19 17 88  
Email : info@fibois-alsace.com

**APROVALBOIS - Bourgogne**

Conseil Régional de Bourgogne  
BP 1602 - 21 035 DIJON CEDEX  
Téléphone 03 80 44 33 78 / Fax 03 80 44 35 40  
Email : a.rochot@aprovalbois.com

**VALEUR BOIS - Champagne Ardennes**

Maison régionale de la forêt et du bois  
Complexe agricole du Mont Bernard 51000 Châlons-en-Champagne  
Téléphone 03 26 26 82 65 / Fax 03 26 26 19 05  
Email : jean-georges.combes@valeur-bois.com

**ADIB - Franche Comté**

Maison de la Forêt et du Bois  
20 rue François Villon - 25 041 BESANCON Cedex  
Téléphone 03 81 51 97 97 / Fax 03 81 51 97 90  
Email : adib@wanadoo.fr

**GIPEBLOR – Lorraine**

11 rue Gabriel Péri CS 40511 - 54519 VANDEOEUVRE LES NANCY Cedex  
Téléphone 03 83 37 54 64 / Fax 03 83 35 38 28  
Email : info@gipeblor.com

**NORD PICARDIE BOIS – Nord Pas de Calais et Picardie**

2 allée de la pépinière Centre Oasis –Dury- 80044 AMIENS Cedex  
Téléphone 03 22 89 38 52 / Fax 03 22 89 36 41  
Email : gaelle.leruse@nord-picardie-bois.com

**INTERBOIS – Périgord**

Pôle Interconsulaire Créavallée Nord Coulounieix Chamiers  
24 060 Périgueux Cedex 9  
Téléphone 05.53.35.80.27  
Email : c.prince@dordogne.cci.fr

**APIB – Limousin**

Maison du Pôle Bois  
Le Puy Pinçon – BP 30 –19 001 Tulle cedex  
Téléphone 05 55 29 22 70 / Fax : 05 55 29 22 69  
Email : contact@apib-limousin.com

**Midi- Pyrénées Bois**

Maison de la coopération Avenue de l'agrobiopole  
31 320 Auzeville Tolosanne  
Téléphone 05 61 75 47 30 / Fax : 05 61 75 41 40  
Email : contact@mpbois.net

**FUTUROBOIS - Poitou Charentes**

Les Ruralies - BP 80004 - 79 231 PRAHECQ  
Téléphone 05 49 77 18 50 / Fax 05 49 77 78 51  
Email : futurobois@wanadoo.fr

**AUVERGNE PROMOBOIS**

Maison de la forêt et du bois  
BP 104 - site de Marmilhat - 63 370 LEMPDES  
Téléphone 04 73 98 71 10 / Fax 04 73 98 71 05  
Email : auvergne.promobois@wanadoo.fr

**ARFOBOIS - Languedoc Roussillon c/o CIRAD**

ZA pole d'activité Sainte Julie

Route de Mende -34980 MONTFERRIER SUR LEZ- Languedoc Roussillon  
Téléphone 04 67 06 95 33  
Email : c.berwick@arfobois.com

**FIBRA - Rhône Alpes**

Arapole  
23, rue Jean Baldassini -69364 Lyon Cedex 07  
Téléphone 04 78 37 09 66 / Fax 04 72 56 36 56  
Email : info@fibra.net

**FIBOIS 04-05**

Maison de l'Entreprise - 04200 SISTERON  
Téléphone 04 92 33 18 03 / Fax 04 92 62 61 81  
Email : fibois@fibois04-05.com

## 5.6. LISTE DES EVENEMENTS, ASSOCIATIONS POUR LA PROMOTION DU BOIS FRANÇAIS A TRAVERS LE DESIGN

### Concours

---

- Concours de Design en Aquitaine, « Le bois dans tous ses états »,
- Concours Bois Design Châtaigner,  
<http://concoursdesignchataignier.blogspot.com/>
- Concours « Shark » Design Bois et Nouvelles Technologies,  
<http://www.design-bois-cobright.com/>
- Design et bois local : conception d'un stand pour Nord Picardie Bois  
<http://bois-et-vous.fr/actualites/decouvrez-les-laureats-du-concours-qdesign-et-bois-local-un-stand-pour-nord-picardie-boisq.html>
- Défi Bois  
<http://www.defisbois.fr/>
- Ecodesign Bois de Bourgogne  
<http://www.aprovalbois.com/ecodesign/>
- Eco-design Massif Central  
<http://www.auvergne-promobois.com>
- Ecodesign Provence  
<http://www.ecodesignprovence.fr/>
- Ecodesign Rhône-Alpes  
<https://www.deco-ra.fr>
- Prix de l'initiative, filière forêt bois Franche Comté, Adib  
[www.adib-franche-comte.com/](http://www.adib-franche-comte.com/)
- Trophées d'Aquitaine de Design Industriel (tadi) Pin des Landes  
<http://www.innovalis-aquitaine.org/Trophees-Aquitains-du-Design.html>
- Wood Stock Design Contest – American Hardwood Export Council  
[www.woodstockdesigncontest.com/en/](http://www.woodstockdesigncontest.com/en/)
- Wood Awards  
<http://www.woodawards.com/>

### Associations

---

- Bois des Alpes, certification des entreprises utilisant le bois des Alpes
- Pôle Lorrain d'Ameublement du Bois  
<http://www.plab.org/>
- Hêtre des Vosges  
<http://www.hetredesvosges.fr/>



## Centre de recherches

---

- Critt bois  
<http://www.cribois.net/>
  
- Eurowood – Centre d’Expérimentation et de Valorisation de la filière bois interrégionale France / Belgique  
<http://www.euro-wood.org>
  
- Cetifab  
<http://www.cetifab-innovationbois.fr/>
  
- FCBA  
[www.fcba.fr](http://www.fcba.fr)
  
- Centre de recherche sur le bois  
<http://www.crb.ulaval.ca/index.php>

## 5.7. BIBLIOGRAPHIE

### Livres

---

D. Kula – E. Ternaux – Q. Hirsinger, *Materiology : matériaux et technologie : l'essentiel à l'usage des créateurs*, Frame Publishers, Amsterdam, 2009

D. Kottas, *Matériaux – Impact & Innovation*, édition Links, Barcelone, 2010

E. Manzini, *La matière de l'invention*, édition du Centre G. Pompidou, Paris, 1989

M. Vercelloni, R. Bianchi, *Le design : l'évolution des formes, des idées et des matières, de la révolution industrielle à nos jours*, Solar, Paris, 2005

A. Zamboni, *Matières et design*, édition de la Martinière, Paris, 2010

*Bois et choix d'essences*, Chambre professionnelle Menuiserie agencement parquets de la région parisienne, 1995

### Périodiques

---

AD collector, *le meilleur du design 2012*, n°7, septembre 2012

AD collector, *le meilleur de la décoration 2012*, n°6, mai 2012

C. Maliszewski, *Gestion de patrimoine*, *Le magazine du monde*, 26 mai 2012, p 77 – 80

Ideat, *100% green 100% design*, n°93, juin 2012

Ideat, *100 % arty*, n°92, avril- mai 2012

Ideat, *100 % brasil*, n°91, mars 2012

Ideat, *Tendance 2012*, n°90, janvier-février 2012

AD collector, *le meilleur du design 2011*, n°5 , septembre 2011

AMC, Hors-série Bois, 2010

O. Damon, *La matière transformée – apparition des nouveaux matériaux, nouvelles possibilités pour les designers*, Bon à Tirer, n°113, Mars 1989, p 42-49

### Site internet

---

<http://www.boisdefrance.fr/essences-bois>

<http://www.codifab.fr/>

<http://www.fcba.fr/ameublement/>

<http://www.fnbois.com/>

<http://www.franceboisforet.fr/>

<http://www.innovathequectba.com/>

<http://www.journal-du-design.fr/>

<http://www.lielieududesign.com/>

<http://www.materio.fr/>

<http://www.unifa.org/>

<http://www.via.fr/>

## **Rapports**

---

*Journée nationale des industries françaises de l'ameublement, Dossier de présentation : atout France pour une meilleure compétitivité de nos industries ?*, 14 juin 2012

*Marché actuel des nouveaux produits issus du bois et évolutions à échéance 2020*, étude prospective du Pipame, février 2012

*Perspectives de valorisation de la ressource de bois d'œuvre feuillus en France*, FCBA, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, Février 2011

*Mobiscope 2011 : L'ameublement en France Indicateurs économiques*, Industries Françaises de l'Ameublement, 2011

*Etude sur les potentialités de développement du Hêtre*, 2011, Capdecision

Georges-Henri Florentin, *Rapport annuel 2011*, FCBA

*Mise en valeur de la forêt française et développement de la filière bois*, Rapport Puech, 6 avril 2009, INRA

*Le meuble en chiffres*, Sessi, 2008.