



p. 2 Communiqué

p. 3 Les Français et le bois : l'enquête IPSOS

 Une campagne de communication, pour quoi faire ?

p. 4 • Construire et aménager avec du bois

p. 5 • Tordre le cou aux idées reçues

p. 6 • Se mettre en campagne

 "Le saviez-vous ?

 En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !"

p. 7 • La forêt se porte bien en France comme en Europe

p. 8 • Le bois participe à la lutte contre l'effet de serre
 • Le bois est LE matériau du 21ème siècle !

p. 9 • L'économie du bois, une filière pleine d'avenir

p. 10 Le partenariat franco-nordique CNDB/NTC

p. 11 L'essentiel sur la forêt et le bois : faits et chiffres

Contact Presse

Catherine Péguillan - 01 53 17 19 63 - cp@cndb.org
Isabelle Rahé-Journet - 01 41 05 44 36 - isabelle.rahe-journet@hillandknowlton.com



Le bois, c'est essentiel !

La campagne de communication qui combat les idées reçues sur le bois

Comme le sondage IPSOS / CNDB-NTC le révèle, la majorité des Français pense que la forêt régresse partout dans le monde (84 %), en Europe (60 %) et aussi en France à 55 %.

Et pourtant :

Le saviez-vous ? En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts.

Ce premier message sur la forêt marque le coup d'envoi de la campagne sur le bois que le grand public a pu découvrir depuis le 30 octobre 2004, dans la presse (2 mois), sur Internet www.bois.com, puis dès le 13 novembre à la télévision.

La campagne "Le bois, c'est essentiel !" va d'abord s'attaquer à toute une série d'idées reçues dans l'opinion. A commencer par la plus vivace d'entre elles, celle qui veut qu'en France comme en Europe, la forêt régresse et qui sous entend que nos ressources en bois s'épuisent.

Il pousse chaque année en France l'équivalent de 50 000 terrains de football, soit 30 000 hectares de forêts. En Europe, la forêt conquiert, par an, l'équivalent de l'île de Chypre !

En énonçant haut et clair ces faits marquants, toute une filière se mobilise pour dire que consommer du bois, c'est participer à la vie de la forêt et à la lutte contre l'effet de serre et que nos forêts, en France et en Europe, ne sont ni menacées, ni en voie de disparition.

Organisée autour du slogan "Le bois, c'est essentiel !", la campagne de communication se poursuivra en 2005, avec une série de messages consacrés au bois, matériau moderne et performant et avec lequel, quel que soit le projet de chacun, il existe toujours une solution.

Car si un Français sur deux plébiscite le bois en tant que matériau naturel, chaleureux et vivant... le bois n'a pourtant pas la place qu'il mérite dans la consommation des ménages. Bien que le bois ait aujourd'hui le vent en poupe et qu'il soit très "tendance", il souffre encore de beaucoup d'a priori qui limitent son utilisation.

Afin d'inverser la tendance, le CNDB (Comité national pour le développement du bois) et le NTC (Nordic Timber Council¹) ont noué un partenariat pour lancer sur le marché français, une campagne générique de promotion du bois. La campagne "Le bois, c'est essentiel !" est conduite et financée à parts égales par le CNDB et le NTC. En trois ans, les partenaires devraient avoir investi quelque 6 millions d'euros dans cette opération.

Leur objectif commun est d'augmenter la part du bois dans la construction et l'aménagement de l'habitat de 30 % d'ici à 2010. Avec une consommation de bois 0,18 m³ par an et par habitant, la France est loin derrière les Etats-Unis et le Canada utilisant respectivement 0,44 m³ et 0,66 m³ et surtout la Finlande et le Japon, tous deux à 1 m³/an/habitant.

Désormais, grâce à cette campagne, on sera plus nombreux à dire :

"Le saviez-vous ? En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts"

.....
¹ Conseil des bois du Nord



Les Français et le bois :

L'enquête IPSOS

Juste avant le lancement de la campagne, le CNDB et le NTC ont confié à IPSOS, en octobre 2004, la réalisation d'une nouvelle enquête² afin de mesurer les perceptions des Français sur le matériau bois, ses qualités et ses différents types d'utilisation. Des résultats qui en disent long également sur la connaissance et la perception de l'état des forêts dans le monde, en Europe et en France.

Pour les Français, la forêt recule partout !

Non seulement dans le monde (84 %), mais également en Europe (60 %) et en France (55 %).

Cette dramatisation sur les atteintes liées à l'environnement n'est guère étonnante lorsque l'on sait que 8 Français sur 10 se disent "préoccupés" par les problèmes d'environnement et de cadre de vie. Entre une large couverture médiatique, l'appropriation par les politiques d'un nouvel enjeu de société, ... les Français font un amalgame entre régression de surfaces forestières en zone tropicale (forêt amazonienne...) et réalités forestières sous nos latitudes.

Or, en Europe comme en France, la forêt progresse. Mieux, la FAO³ (Food and Agriculture Organization) avance même le chiffre de 4,4 % en terme de progression des forêts européennes (hors ex-URSS +0,1%).

Autre paradoxe : 56 % des Français pensent que la consommation de bois aide à lutter plus efficacement contre l'effet de serre en comparaison à d'autres matériaux, 31 % pensent le contraire et 13 % ne se prononcent pas, faute de connaissance sur le sujet !

Il reste tout de même 44 % des personnes à convaincre du caractère écologique du bois.

Mais les idées reçues concernent surtout les qualités intrinsèques du bois qui l'empêchent d'être perçu comme étant "d'abord" un matériau de construction.

1 Français sur 2 est convaincu que le bois exige plus d'entretien et d'attention que les autres matériaux. Les avis d'experts ou les multiples exemples de constructions anciennes sur pilotis ne semblent pas ébranler ces convictions : le bois aurait une mauvaise résistance aux intempéries et à l'humidité. 53 % des Français l'estiment aussi plus fragile que ses concurrents !

Un a priori qui explique sans doute qu'ils soient à 70 % unanimes pour dire que la meilleure utilisation du bois est la décoration intérieure (meubles, parquets ou autres).

Seulement 15 % considèrent que la meilleure utilisation du matériau est la construction et 12 % pensent qu'il faut d'abord l'utiliser pour l'aménagement extérieur : 6 % pour les vérandas, terrasses et 6 % en bardage et façade.

Idem pour le prix de la maison en bois : **51 % pensent que construire en bois coûte globalement plus cher**, tout âge, catégorie sociale, niveau d'études et revenu confondus.

Seules 4 % des maisons construites en France sont à ossature bois (98 % en Amérique du Nord !). A la lecture de ce sondage, on comprend que si la maison en bois séduit de plus en plus, elle doit encore convaincre en France, que ce soit en termes de solidité, de fiabilité ou de coût.

² Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1015 personnes selon un échantillon national représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus par téléphone et selon la méthode des quotas, les 1er et 2 octobre 2004.

³ Situation des forêts du monde 2003 - FAO



Une campagne de communication, pour quoi faire ?

Construire et aménager avec le bois

D'une durée de trois ans, la campagne "Le bois, c'est essentiel !" est très largement destinée au grand public et a pour objectif d'augmenter la part d'utilisation du bois de 30 % à l'horizon 2010. Pour atteindre cet objectif, la filière forêt / bois entend agir sur les secteurs de la construction et de l'aménagement de l'habitat, là où le potentiel de croissance semble important et les tendances du marché, porteuses.

En effet, la France fait figure de lanterne rouge des pays développés en terme de consommation de bois.

A titre de comparaison⁴, nous consommons 0,18 m³ de bois/an/habitant (à peine moins que l'Allemagne 0,21 m³/an/habitant) alors que les Etats-Unis et le Canada utilisent respectivement 0,44 m³ et 0,66 m³ et surtout la Finlande et le Japon, tous deux à 1 m³/an/habitant. La seule différence culturelle ne peut expliquer un tel frein à la consommation de bois des ménages !

Malgré la valeur affective que les Français portent au bois, la maison bois reste un produit de rêve mais qui souffre d'un déficit d'image et de référent culturel. A tort ou à raison, la maison bois reste inaccessible dans l'esprit de beaucoup de gens. Longtemps, elle est restée marginale sur le marché français de la maison individuelle ; cantonnée au chalet de montagne ou à la "maison d'architecte", de luxe.

Aujourd'hui, la maison bois représente environ 4,5% du marché, hors résidences légères de loisirs. Son taux de croissance est supérieur de 10% à celui de la moyenne du marché.

Encore loin de ses potentialités, les dernières enquêtes montrent que 18% des ménages accepteraient a priori une maison bois. La croissance du marché de la maison individuelle apparaît donc comme l'une des opportunités majeures de développement du secteur bois-construction.

A cela plusieurs raisons :

- Porté par la vague des préoccupations environnementales, le bois rassemble qualités d'un matériau écologique, naturel et renouvelable. Il répond aux exigences du développement durable.
- De ringard à traditionnel (dont il conserve encore très largement l'image !) le bois est aujourd'hui devenu très tendance, notamment chez les urbains ou péri-urbains. Beaucoup de Français s'entourent d'objets en bois à l'intérieur de leur habitat comme pour son aménagement extérieur.
- Le bois est le matériau ancré dans notre imaginaire. Inconsciemment ou pas, le bois fait partie de notre quotidien. Qui saurait vivre sans ? Un monde sans bois serait par trop déshumanisé tant la présence du matériau évoque l'arbre, et par extension la forêt. C'est elle que nous invitons chez nous lorsque nous construisons et aménageons notre cocon.

Mais pour que la force de ce lien puisse s'exprimer sans complexe et qu'ensuite puissent être levés les différents freins à la consommation du bois, il faut s'attaquer à la première idée reçue : la menace qui plane sur nos forêts européennes.

.....

⁴ "Contribution à la connaissance du marché de la maison individuelle" Etude Caron Marketing commanditée par le CNDB - 2002.



Une campagne de communication, pour quoi faire ?

Tordre le cou aux idées reçues

Les études, conduites en préalable au lancement de la campagne, montrent que pour faire la part belle au bois dans la consommation des ménages, il faut tout d'abord tordre le cou à un certain nombre d'idées reçues. A commencer par la plus vivace d'entre elles. Celle qui, dans la tête de plus d'un Français sur deux, veut que nos forêts - en France et bien sûr en Europe - soient menacées ou disparaissent !

"Nos forêts disparaissent un peu plus chaque année"

"Couper un arbre est un crime"

"Consommer du bois (ou du papier), c'est tuer la forêt !!..."

Qui n'a jamais prononcé ou entendu ces paroles vit probablement hors de la planète Terre.

Trop souvent calquées, par la force de l'émotion, sur une réalité française et européenne fort différente, les images de forêts tropicales dévastées ont très largement contribué à l'ancrage de ces idées reçues dans le public.

Sans nier les menaces de déforestation dans certaines parties du globe, il est aujourd'hui crucial de réaffirmer que :

- **Le bois fait vivre une partie de la population française, notamment dans les zones rurales,**
- **Les forêts qui le produisent façonnent nos paysages et notre environnement,**
- **En France, le bois consommé est majoritairement du bois français (80%), puis du bois européen (15%) !**



Une campagne de communication, pour quoi faire ?

Se mettre en campagne parce que "Le bois, c'est essentiel !"

L'annonce presse :

Depuis le 30 octobre 2004, le grand public a pu découvrir dans la presse un premier message fort : **"Cet enfant fait grandir la forêt... Le saviez-vous ? En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts"**

Pendant deux mois, la campagne presse (15 titres de la presse grand public et professionnelle) sera le visuel d'un enfant, pieds nus sur le parquet, jouant avec une maison de poupée en bois, posée sur une table en bois.

Dès février 2005, de nouvelles annonces, construites selon le même principe, s'attaqueront à d'autres idées reçues, sur le bois cette fois !

La campagne TV :

Dès la mi-novembre, un spot TV "**Le bois, c'est essentiel !**" sera diffusé aux heures de grande écoute sur les chaînes de télévision : France 2, France 3, France 5 et Canal +. Au total, une centaine de passages viendra affirmer calmement mais sûrement au téléspectateur :

"Au fait, saviez-vous qu'en Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts. Le bois, c'est essentiel !"

Le site www.bois.com :

Depuis le 29 octobre 2004, www.bois.com, le site Internet de la campagne est en ligne. Chaque mois, il proposera aux internautes d'en savoir plus sur nos forêts, sur les vertus environnementales du bois et les multiples atouts du bois. Des actualités, des paroles d'experts, des exemples de réalisation, des idées pratiques, des conseils et astuces... seront autant de rubriques qui devraient permettre de lever les freins à la consommation du bois.

A partir de novembre 2004, on pourra se délecter d'un petit dictionnaire des idées reçues et découvrir un dossier sur "**le bois dans la lutte contre l'effet de serre**".

Dès février 2005, de nouvelles annonces, construites selon le même principe, s'attaqueront à d'autres idées reçues, sur le bois cette fois-ci !



En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !

En France, la forêt se porte bien ...

Autant le dire tout de suite, la forêt française se porte même très bien puisqu'elle progresse d'année en année de 30 000 nouveaux hectares. Soit l'équivalent de 50 000 terrains de football !

Les espaces boisés (la forêt en représente 93 % !) couvrent près d'un quart du territoire.

Jusqu'à la fin du 18ème siècle, le développement économique et le rayonnement culturel de la France reposèrent sur sa production de bois. Pour se chauffer et se nourrir, pour construire fermes et châteaux, églises et cathédrales, bateaux de commerce et navires de guerre... notre pays dépendait du bois. Largement mises à contribution donc pour le bois, les forêts furent aussi longtemps en concurrence avec les surfaces agricoles.

A partir du milieu du 19ème siècle, la tendance s'inverse. Le boisement des zones humides (Landes et Sologne), la modernisation de l'agriculture en même temps que l'exode rural, la révolution industrielle avec le charbon, puis l'apparition de nouveaux matériaux de construction entraînent une extension des espaces boisés.

Avec moins de 10 millions d'hectares **en 1900**, la forêt s'est accrue de 60 % en cent ans pour atteindre actuellement 16 millions d'hectares.

Peu étendue dans le nord et l'ouest du pays, la forêt occupe une place importante dans le Sud-Ouest et les massifs montagneux. Les arbres qui peuplent les forêts sont très variés puisqu'on dénombre 136 essences différentes. Les feuillus (le chêne et le hêtre surtout) dominent largement en occupant 63 % du territoire boisé.

Pour autant, la forêt n'appartient pas à tout le monde. Près de 11 millions d'hectares relèvent du domaine privé. La forêt française se caractérise par un fort morcellement (3,1 ha en moyenne). Sur les 3,5 millions propriétaires privés, les 2/3 en possèdent moins d'un hectare et 11 000 propriétaires disposent de surfaces supérieures ou égales à 100 ha.

Le reste, soit près de 4 millions d'hectares, appartient à l'Etat (forêts domaniales) ou aux collectivités publiques. Gérées par l'ONF (Office national des forêts), ces forêts dominent dans le Nord-Est, les Alpes et les Pyrénées (hors Dom-Tom 7,5 M ha principalement en Guyane).

En France, la récolte du bois (52 millions de m³) est inférieure à la production biologique de la forêt (environ 84 millions de m³). Le prélèvement de bois ne représente que 60 % de la croissance annuelle de bois sur pied.

Rare matériau vraiment naturel, le bois se renouvelle rapidement grâce au cycle de croissance des arbres. La bonne gestion forestière qui prédomine en France depuis le 17ème siècle rend ce matériau toujours disponible. La récolte du bois provient d'arbres matures et de coupes d'éclaircie réalisées par les forestiers pour dégager l'espace nécessaire aux jeunes arbres, parmi les plus beaux et les plus prometteurs, pour se développer.

⁵ Soit 35 millions m³ de bois commercialisé hors tempête 99 + 17 millions de m³ réservés à l'auto consommation (principalement bois de chauffe)
Source IFN (Inventaire forestier national).



En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !

Les forêts de l'Union européenne (avant élargissement) représentent seulement 4 % de la surface forestière de la planète mais produisent près de 15 % du volume de bois commercialisé.

La forêt européenne couvre près de 140 millions d'hectares soit près du tiers des terres émergées, dont plus du tiers est situé en Suède (27 M ha) et en Finlande (22 M ha). Avec ses 16 millions d'hectares, la France arrive en 3ème position en termes de surface globale. En termes de surface par habitant, avec 0,33 hectare de forêt en moyenne, la France occupe la sixième place après la Finlande (4,5) et la Suède (3,1) mais aussi l'Espagne (0,66), la Grèce (0,62) et l'Autriche (0,48).

On peut tracer une ligne imaginaire où en gros, les résineux occuperaient l'Europe du Nord et les feuillus, celle du Sud avec une France qui trancherait par la variété de ses paysages forestiers : forêts vosgiennes, massif landais, domaine de Chambord ou châtaigneraies corses...

En Europe, les forêts ont été façonnées par la main de l'homme pour lequel elles ont été de tous temps, une ressource essentielle : gibier, bois de chauffage, de cuisson, de construction, mais aussi lieux de l'imaginaire, source d'inspiration. Et aujourd'hui, espace de détente et de loisirs pour de nombreux citadins.

Gérées durablement, les forêts européennes gagnent du terrain chaque année. Comme en France, les forêts privées dominent et occupent, en moyenne, les deux tiers des surfaces forestières.



En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !

Le bois participe à la lutte contre l'effet de serre

Une forêt régulièrement entretenue et exploitée est un bon moyen de lutte contre l'effet de serre. Pour pousser, les arbres absorbent du gaz carbonique et rejettent de l'oxygène dans l'atmosphère. Ainsi, plus les arbres sont jeunes et en pleine croissance, plus ils absorbent de gaz carbonique pour pousser. Une tonne de bois représente 1 tonne de gaz carbonique (CO₂) absorbé par photosynthèse par les arbres.

Le bois est parmi les rares matériaux entièrement naturels.

Il est surtout le plus rapidement renouvelable grâce au cycle de croissance des arbres (de 30 ans pour un pin à 120 ans pour un chêne). Produit d'une gestion forestière intelligente, il est LE matériau inépuisable.

Une fois coupé, le bois continue de "piéger" le gaz carbonique dont l'arbre a eu besoin pour pousser. Lorsqu'on prélève les jeunes arbres (coupes d'éclaircies) et surtout ceux arrivés à maturité et qu'on met en œuvre ce bois dans des constructions pérennes, on accroît doublement l'efficacité du piège à CO₂ créé par la photosynthèse.

Ainsi, une maison construite avec 20m³ de bois stocke 20 tonnes de gaz carbonique.

Le bois est LE matériau du 21ème siècle !

Naturellement et rapidement renouvelable, le bois est le matériau du 21ème siècle. Contrairement aux idées reçues, le bois est le matériau technologique par excellence tant par ses qualités mécaniques que sa rapidité de montage. A travers trois techniques de construction : ossature panneaux, poteaux-poutres, bois massif (panneaux, empilé, madrier) il concilie choix esthétique, style de vie, contraintes économiques et de terrain. Par exemple, le bardage (ou revêtement de façade) d'une maison à ossature bois agit comme une "double peau" qui protège des intempéries la structure porteuse grâce à une couche d'air qui assure la ventilation.

Traditionnelle ou contemporaine, la maison en bois possède des qualités architecturales qui s'intègrent à tous les styles d'espace urbain, s'adaptent à toutes sortes de terrains et s'harmonisent avec d'autres matériaux tels que le verre, l'acier, la pierre...

Une autre idée très répandue veut que la maison en bois soit plus vulnérable au feu et aux attaques biologiques que les autres types de construction. Or, le bois offre une excellente tenue au feu car il en propage moins vite la chaleur et la croûte carbonisée qui se forme, devient une couche isolante ! De même, une maison à ossature bois doit respecter quelques règles de protection contre les insectes à larves xylophages et ce dès sa conception : choix des bois, traitements certifiés, mise en œuvre de qualité etc. La construction en bois, comme celle en acier, appartient à la filière sèche. Elle présente plusieurs avantages par rapport à la filière humide. Elle ne nécessite pas d'eau (comme le béton), la durée de chantier est réduite, les travaux de fondation et de second œuvre sur une maison à ossature bois sont moins coûteux... avec à la clé, des emprunts et des frais financiers plus faibles.

A l'usage, la maison bois permet de réaliser des économies non négligeables. Naturellement plus isolante qu'une maison maçonnée, la maison bois apporte facilement 20% d'économie en chauffage, voire plus.

Si les traitements protecteurs (insecticides et fongicides) sont appliqués avant la construction et selon les normes en vigueur, les coûts d'entretien se limitent à la seule rénovation des peintures et lasures extérieures.



En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !

L'économie du bois, une filière pleine d'avenir

Plus de 40 000 professionnels contribuent chaque jour à l'entretien des forêts. La vente de bois est une ressource économique essentielle et contribue au financement de la gestion durable des forêts.

35 M m³ (hors bois de chauffe) sont récoltés et commercialisés chaque année.

Constituée par 3 grands secteurs que sont le travail du bois, les meubles et le papier carton, l'industrie du bois participe au dynamisme de secteurs très divers : construction, ameublement, emballage, jouet, papeterie et imprimerie....Le bâtiment reste le principal débouché du bois.

Le bois et ses produits dérivés génère près de **500 000 emplois** directs ou indirects en France, soit presque **2 % de la population active**.

Près de **70 milliards d'euros**, c'est le chiffre d'affaires total réalisé par la filière bois, voisin de celui de l'industrie automobile ou de la céréaliculture.

Très hétérogène, la filière bois est composée de grands groupes internationaux – concernant principalement l'industrie papetière et l'industrie des panneaux – et d'une multitude de petites entreprises aux performances disparates et contrastées.

Ces PME / PMI de moins de 20 salariés constituent pourtant un poids économique non négligeable : leurs effectifs, répartis quasi uniformément sur tout le territoire, représentent près de 23 % de l'ensemble de l'industrie du bois.

40 % appartiennent à l'activité des charpentes et menuiseries et la moitié au meuble .

Malgré cet ancrage régional et un investissement financier et technologique permanent, la filière bois souffre d'un déficit de main d'œuvre puisque 2/3 des petites entreprises déclarent rencontrer des difficultés à l'embauche des jeunes.

Rester compétitive malgré leur petite taille, telle est la préoccupation constante de ces entreprises. Elles portent leurs efforts sur l'informatisation, l'accès à l'information via l'Internet, ou encore la certification et l'innovation technologique.



Le partenariat franco-nordique

CNDB / NTC

En octobre 2003, le CNDB (Comité national pour le développement du bois) a noué un partenariat avec le NTC (Nordic Timber Council) pour conduire une campagne commune et générique de promotion du bois en France. En trois ans, les partenaires devraient avoir investi quelque 6 millions d'euros dans cette opération.

La campagne "Le bois, c'est essentiel !" est conduite et financée à parts égales par le CNDB et le NTC.

Les décisions sont prises conjointement sous le double contrôle de Jean-Claude Seve, président du CNDB et par Jan Söderlind, directeur général du NTC (Suède).

Ils sont respectivement entourés des représentants des principales organisations professionnelles de la filière forêt/bois française : la Fédération nationale des propriétaires forestiers et sylviculteurs (FNSPFS), La Fédération nationale du bois (FNB), Le Commerce du bois, l'Union des industries du bois (UIB) et Confédération de artisanat et petites entreprises du bâtiment (CAPEB) et des responsables des grandes entreprises scandinaves implantées dans l'Hexagone : Les Bois de la Baltique, Finnforest, UPM Kymmene, Setra Group, Stora Enso...

A propos du CNDB

Le CNDB assure la promotion et la valorisation du matériau bois et contribue à une plus grande notoriété de l'ensemble de la filière bois. Pour les professionnels, le CNDB prospecte, forme et informe les partenaires et prescripteurs en matière de construction et d'aménagement bois.

Les moyens mis en œuvre sont :

- Un centre de ressources : documentation, éditions - Séquences Bois, Détails Bois, CD-Rom -, outils de formation.
- Une équipe de délégués régionaux pour prospecter, informer et accompagner les maîtres d'ouvrage et les maîtres d'oeuvre.
- Un programme complet de formation professionnelle "Maisons Bois-Outils/Concept".
- Un département formation tourné vers les architectes et ingénieurs bois.
- Un département communication.

Toutes ces actions, pour être efficaces, s'inscrivent nécessairement dans la durée.

A propos du NTC

Le Nordic Timber Council (Conseil des bois du Nord) est un organisme de promotion du bois, financé par les industries du bois finlandaises, suédoises et norvégiennes. Le NTC poursuit une stratégie de promotion générique du bois, basée entre autres, sur ses propriétés environnementales et sur la gestion durable des forêts. Son objectif est d'augmenter la consommation du bois en Europe à 0,25 m³/par habitant d'ici 2010. Le NTC focalise ses efforts sur le marché européen, grâce à des partenariats avec ses homologues dans les différents pays de l'Union. Sa mission principale est de promouvoir les produits à base de bois vers les consommateurs, le négoce, l'industrie, les prescripteurs, les marchés publics et les autres décideurs. Le NTC centre son action sur trois domaines stratégiques : la construction, l'aménagement intérieur des bâtiments ainsi que le transport et l'emballage.



En Europe, consommer du bois fait du bien à nos forêts !

L'essentiel sur la forêt et le bois : faits et chiffres⁶

Dans le monde,

Les forêts couvrent un peu plus de 4 milliards d'hectares, soit environ 1/3 des terres émergées. Les forêts des pays du Nord couvrent 1,9 milliard d'hectares et celles des pays du Sud 2,4 milliards d'hectares mais les forêts y sont moins riches.

En Europe,

La Suède et la Finlande puis la France sont les pays les plus boisés d'Europe. **140 millions d'hectares** de forêts, soit près du 1/3 des terres est boisé.

En France,

16 millions d'hectares, soit près du tiers du territoire, telle est la surface actuelle de la forêt française, soit 2 fois plus qu'au début du 19e siècle.

Déjà plus de **3,5 M ha** de forêts certifiées gérées durablement en France.

136 espèces d'arbres sont recensées dans la forêt française dont 2/3 de feuillus et 1/3 de résineux.

74 % des forêts sont **privées**, 26 % des forêts sont publiques. **3,5 millions**, c'est le nombre de propriétaires forestiers privés.

11 000 communes sont propriétaires de forêts, soit près d'une commune sur trois. L'Etat possède **1 514 forêts domaniales**.

2 milliards de m³, c'est le volume total de bois sur pied en France métropolitaine.

Le Massif Central avec 2,8 millions d'hectares et les Landes (1 million d'hectares) sont les plus grands massifs forestiers majoritairement privés.

Les Landes, la Gironde, les Vosges et la Dordogne fournissent, au total, le quart de la récolte nationale.

Près de **70 milliards d'euros**, c'est le chiffre d'affaires généré par la filière bois. **2,6 milliards d'euros**, c'est le chiffre d'affaires de la filière bois en Aquitaine équivalent à celui des vins de Bordeaux.

Les régions Ile de France, Rhône Alpes, Pays de la Loire et Aquitaine arrivent en tête des implantations des entreprises du bois.

10 millions de tonnes produites par l'industrie française des papiers et cartons, la placent à la 8ème place au rang mondial derrière la Finlande et la Suède.

65 % du bois français est utilisé pour la construction.

Sur les **52 millions de m³** de bois récoltés en forêt pour les besoins économiques, **17 millions de m³** sont destinés à l'autoconsommation (bois de chauffage).

Près de 500 000, c'est le nombre d'emplois générés par la filière bois/forêt soit plus de 2 % de la population active.

Ce chiffre est à comparer aux 285 000 emplois dans l'automobile.

1 m³ de bois stocke 1 tonne de gaz carbonique quelle que soit l'essence.

Le bois est 12 fois plus isolant que le béton, 350 plus que l'acier et 1500 fois plus que l'aluminium.

⁶ Sources : Le bois en chiffres édition 2004 - SESSI (Ministère de l'économie et des finances), L'essentiel sur le bois - CTBA (1998), La forêt - par Gérard Buttoud - les études de La documentation Française 2003. Chiffres IFN comparés et à paraître dans "Forêts de France" décembre 2004.