

**Qui va faire les Maisons Bois de Demain ?
Synthèse de l'étude Caron Marketing 2007**

Le marché de la Maison Bois ne cesse de se développer et de croître rapidement. Face à cette évolution, l'offre et la demande ne semblent plus être exactement en adéquation. D'un côté, une demande de plus en plus importante, exigeante, qualifiée, mais qui ne s'y retrouve plus tant le marché est atomisé et offre de possibilités. De l'autre, une offre bien présente, mais qui par manque de structuration favorise l'arrivée de professionnels peu compétents sur le marché.

La maison individuelle (230 800 ouvertures de chantiers sur avril 2006 – avril 2007) est le principal marché du logement en France. Il le restera sur les deux prochaines décennies avec un besoin de logements neufs estimé à 400 000 – 450 000 /an et une préférence à 70% des ménages pour l'individuel.

Le marché de la maison bois, malgré une forte croissance, de l'ordre de 50% depuis le début des années 2000, reste marginal : 4% à 5%. Ceci malgré une forte poussée des préoccupations CO2 et des enquêtes qui montrent qu'environ 20% des ménages accepteraient une maison bois ... C'est donc l'offre qui doit être mise en cause.



C'est dans ce contexte qu'AFCOBOIS a confié au Cabinet Caron Marketing une Etude, « Qui va faire les Maisons Bois de demain ? Scénarios prospectifs ». Financée par AFCOBOIS et les Etats Généraux du Bois dans la Construction, cette étude a été présentée en avant-première lors de la 4ème Edition des Etats Généraux du Bois dans la Construction, le 18 octobre dernier à Angers.

Le but de l'étude a été d'établir des scénarios prospectifs sur l'évolution possible du marché de la maison bois au sein du marché de la maison individuelle : quels acteurs de l'offre pourront développer le marché de la MOB? Avec quels types de produits et de services ? Sur quelles cibles de la demande? A partir de quelles mobilisations de ressources financières et humaines?

Ces scénarios sont le résultat de « réflexions créatives » menées par Caron Marketing à partir de nombreuses données financières, techniques et culturelles sur les acteurs actuels et potentiels de l'offre de maisons bois.

Si l'adhésion potentielle des ménages est forte et l'évolution des réglementations thermiques en faveur du développement de la MOB, le marché de la maison bois bénéficiera en plus de la volonté des gros constructeurs en traditionnel de développer une gamme bois dans leurs lignes de produits.

Toutefois il est important de bien prendre en compte le fait que la demande des ménages est conditionnée par un certain nombre de critères : à une véritable offre commerciale, à la proposition de produits consensuels de goûts standards et à des prix qui restent au niveau du traditionnel. Cependant, l'offre est actuellement défaillante sur chacun de ces trois points.

Par ailleurs le développement de l'offre des acteurs actuels de la MOB est limité et les gros constructeurs « traditionalistes » ne s'adaptent pas facilement au produit bois.

Ainsi il semble que l'offre actuelle continuera sa croissance sur ses cibles habituelles mais que ce développement ne pourra correspondre aux potentialités du marché.

Le développement d'une offre « grand public » compétitive en termes de prix ne peut être envisageable que si la production industrielle de panneaux multifonctionnels se standardise et permet ainsi une baisse considérable des heures de main d'œuvre

de chantier.

Cinq scénarios ont ainsi été établis en fonction de ces analyses.

Scénario 1 : les acteurs de l'offre suivent simplement l'évolution de la demande ciblée des maisons bois sur la période à venir 2006-2010, comme sur la période précédente.

Scénario 2 : les acteurs actuels adaptent leur offre à la demande non ciblée jusqu'à ce jour. La réussite de ce scénario suppose que les constructeurs offrent véritablement des services commerciaux adaptés (force de vente formée, CCMI,...), et qu'ils développent un produit basé sur des modèles grand public (catalogues, modèles standards) à un prix au niveau du « traditionnel ». Ils doivent enfin opter pour un positionnement sur le Développement Durable : la maison bois se doit d'être encore plus « écologique » qu'une maison traditionnelle. Ca ne peut être le cas que si elle fait appel aux « équipements du développement durable ».

Scénario 3 : Les « gros » constructeurs de maisons individuelles en traditionnel possèdent une force commerciale d'environ 200 constructeurs structurés. Ils réalisent plus de 100 maisons/an, représentant 55 000 maisons et plus de 3000 vendeurs. Ces acteurs nouveaux sous traitent à 80% leur production. Ils constituent les acteurs nouveaux du marché de la maison bois puisqu'ils cherchent à développer, pour deux raisons essentiellement, une gamme bois. C'est l'anticipation d'une orientation de la demande vers le développement durable, d'une réglementation thermique durcie et la compensation des problèmes posés par le manque de main d'œuvre de chantier, qui poussent ces nouveaux acteurs à évaluer le potentiel d'une fabrication industrielle des panneaux pré usinés. Leur objectif n'est pas de devenir constructeur bois à court ou moyen termes mais de rajouter une offre produit pouvant correspondre à 20% de leurs ventes. Trouver des partenaires pour la fabrication et la mise en œuvre du hors d'eau / hors d'air reste ainsi essentiel. Le fonctionnement d'un tel marché implique donc une collaboration organisée entre les constructeurs de maisons individuelles et les industriels-entrepreneurs de la construction bois.

Scénario 4 : il existe environ 800 constructeurs régionaux qui ont de vraies forces commerciales et vendent de 20 à 100 maisons par an. Ils correspondent à un marché total de 32 000 maisons et ont un ciblage moins populaire que les gros constructeurs donc plus favorable au produit MOB. Ce sont les « petits » constructeurs de maisons individuelles en traditionnel.

Si dans le scénario 3 l'initiative doit venir d'acteurs extérieurs au « monde du bois » mais s'articuler autour des capacités technologiques des industriels en place, dans ce scénario 4, l'initiative devrait venir des professionnels de la construction bois. Le trio Concept + Marque + Catalogue serait ainsi créé par le professionnel de la construction bois et exploité en concession par les constructeurs, de la simple fourniture d'un package constructif à une véritable franchise de marque commerciale.

Scénario 5 : si les constructeurs et industriels étrangers ont trop de difficultés liées à la normalisation de leurs produits, à la réglementation et au CCMI pour se développer rapidement sur le marché français, ils constituent toutefois une autre partie des acteurs nouveaux du marché. Des solutions existent pour leur permettre de se développer : le rachat de constructeurs traditionnels français, la création de réseaux de franchises avec des CMI français qui continueraient en parallèle leur activité traditionnelle sous leur propre marque...

L'ouverture réelle de la MOB en produit grand public passe certainement par l'arrivée de nouveaux acteurs sur ce marché et implique des évolutions techniques et économiques :

Baisse des coûts par standardisation des composants et par diminution des temps de main d'œuvre de chantier.

Utilisation de panneaux extérieurs d'enveloppe qui permettent l'utilisation d'enduits monocouches minéraux (bétons fibrés - fibres de bois polymérisées - ...)

Solutions pour le confort d'été.

Engagements contractuels sécurisants pour les ménages : contrats CCMI, garanties de 20 ans sur la structure, ...



L'étude complète est disponible auprès d'AFCOBOIS au prix de 300€ HT. Renseignements complémentaires : AFCOBOIS : 01.40.69.57.23 - aj@afcobois.fr