



INTÉRÊT ET LIMITES DES LABELS POUR LE BOIS LOCAL

VERS D'AUTRES FORMES DE COMPÉTITIVITÉ ?

Jonathan Lenglet

AgroParisTech, Centre de Nancy

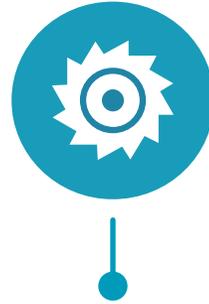
UMR Silva, Université de Lorraine, AgroParisTech, INRA; UMR Ladyss, Université Paris 1

Pourquoi poser la question du **local** aujourd'hui ?



Mondialisation

- Hypermobilité des biens, des capitaux, des informations et des personnes.
- Perte de contrôle au profit de marchés mondialisés



Filière bois en crise

- Déficit structurel
- Diminution du nombre d'entreprises 1^{ere} et 2nd transformation
- Concurrence
- Formation



Développement local et responsabilité individuelle

- Perte de compétences et de moyens de l'Etat
- Évolution des missions déléguées aux collectivités
- Prise de conscience écologique et sociale

Principales initiatives de valorisation territoriale



Processus de labellisation

MARQUES DE SCIAGES

Certifications de standards de qualité

Initiative de groupements de scieurs, création de Sélection Vosges et Jura Supérieur - un cahier des charges pour certifier la qualité de la transformation et la présentation du produit



Sélection Vosges



Promotion des circuits-courts et de proximité

Les Français consomment désormais «made in région»

Une grande majorité des Français privilégie régulièrement l'achat de produits locaux, pour soutenir l'économie locale et l'emploi en région, selon une étude d'Opinion Way.

Par Mathilde Golla

Publié le 27/04/2016 à 06:00



Une femme fabrique un panier, crédit photo: flickr sous licence creative commons

Le Figaro, 27 avril 2016

Les Français prêts à payer plus cher des produits locaux

Selon une étude Opinion Way, 61% des Français seraient prêts à payer plus cher des produits s'ils sont fabriqués dans leur région.

[Lire plus tard](#) [Avril 2016](#) [Partager](#) [Commenter](#)



Les Echos, 30 avril 2016

Les consommateurs sont prêts à payer 20% de plus pour un produit régional

Les produits régionaux représentent 1,3 milliard de chiffre d'affaires, soit 4% du total de l'alimentation. C'est un moteur de croissance de l'industrie alimentaire suisse, selon une étude de l'Université de Saint-Gall



Le Temps, 21 mars 2017

Bonnal, Ferru & Charles (2019) « Perceptions et comportements d'achat des produits alimentaires locaux » *Economie Rurale* n° 370.

« Une perception positive des produits alimentaires locaux, en termes de **bénéfices individuels** (qualité des produits, c'est-à-dire goût et fraîcheur) et **altruistes** (soutien de l'emploi local et respect de l'environnement) »

« **Les ménages, qu'ils soient ou non consommateurs de produits locaux, sont convaincus des bienfaits de ces produits pour l'économie du territoire** mais les personnes interrogées (en particulier celles qui déclarent ne pas consommer de produits locaux) émettent des doutes sur l'accessibilité et le prix de ces produits »

Promotion des **circuits-courts**



Article 6 du Code des marchés publics :

« Les spécifications techniques ne peuvent pas faire mention d'un mode ou procédé de fabrication particulier ou d'une provenance ou origine déterminée ».

1_ **Mettre à disposition** de la matière première

- Revenu des bois
- Disponibilité de la ressource et qualité
- Maitrise des approvisionnements est un sujet sensible (garantie décennale)

2_ **Certification** dans l'appel d'offre

Marques collectives de certification intégrant (indirectement) des spécifications de provenance

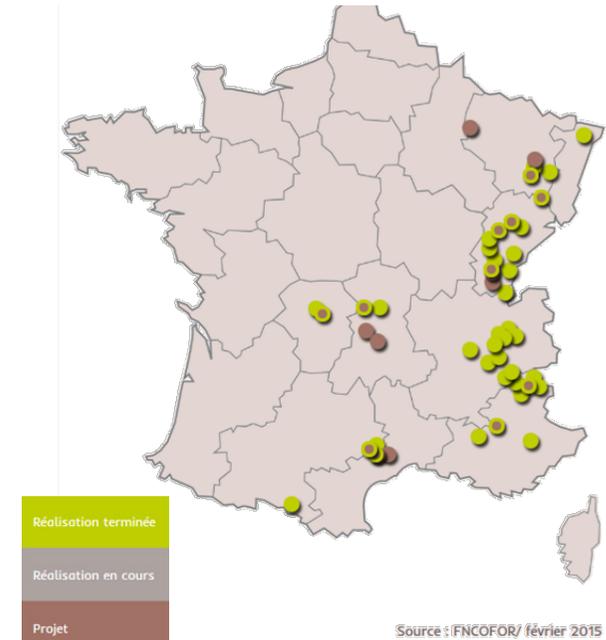
Réoriente les appels d'offre vers les ressources et les entreprises d'un territoire particulier



Rôle démonstrateur et commande publique

- Démonstrateurs et vitrine de faisabilité
- Monté en compétence collective

Réalisation dans le cadre du projet
« 100 constructions publiques en bois local »
de la FNCOFOR



C'est pas ça qui va changer grand-chose au niveau mondial. Par contre je peux vous dire qu'au niveau territorial ça change la donne ! [...] Et au-delà des compétences individuelles, c'est des compétences collectives. Chacun apprend à bosser ensemble

- Commande publique est essentielle
- Rôle majeur des collectivités territoriales
- Attentes faibles vis-à-vis du rôle de l'Etat dans les entreprises et du point de vue des CT

VITRINE TERRITORIALE ET
TECHNOLOGIQUE

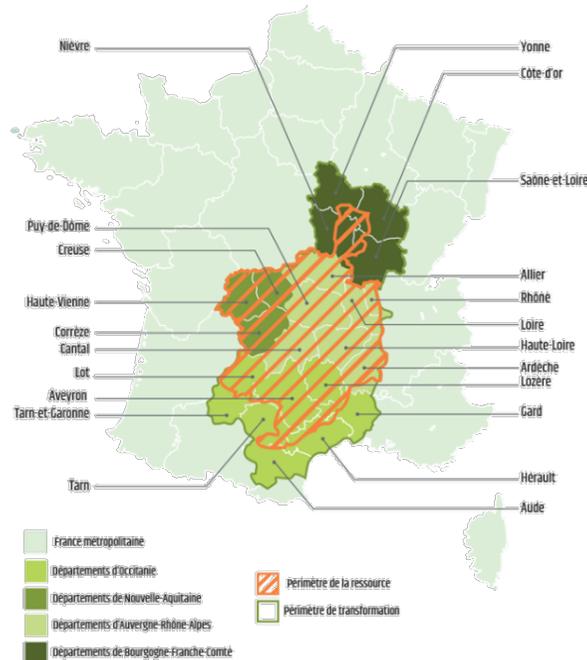
(RÉ-)APPROPRIATION

Processus de labellisation

LABELS TERRITORIAUX

Ancrer les labellisations dans le territoire

Bois des Alpes et Bois Qualité Savoie revendiquent la promotion des réseaux d'acteurs locaux. Valoriser une ressource locale de bois de montagne ainsi que les savoir-faire de transformation associés



Origine Massif Central *stricto sensu*
Transformation en interne ou départements limitrophes

« L'association pour la valorisation du bois des territoires du Massif central regroupe des acteurs de la forêt et du bois construction. Les engagements de l'association sont : favoriser les circuits courts, l'économie locale et l'emploi dans les territoires, et ceci à travers un outil : la certification « Bois des territoires du Massif central™ »

- le collège Élus
- le collège Entreprises : scieurs, charpentiers, menuisiers, négociants, etc
- le collège Prescripteurs : architectes et bureaux d'études techniques, etc
- le collège Partenaires et institutions

Processus de labellisation

AOC

Valoriser et garantir l'origine comme spécificité

Les AOC bois de Chartreuse et Bois du Jura font valoir les qualités de la ressource, les savoir-faire hérités, un véritable terroir et une notoriété attestée et associent de façon étroite la valorisation des savoir-faire sylvicoles et ceux de la transformation



LesEchos

À la une Idées Économie Politique Monde Tech-Médias Entreprises Bourse Finance-Marchés Régions

Après 14 ans d'instruction, l'AOC bois du Jura est décrétée

L'appellation d'origine contrôlée certifie les bois de sapin et d'épicéa répondant à un cahier des charges négocié depuis 2005 avec l'Inao. Elle permet à ces bois poussés en montagne de se distinguer des résineux à croissance plus forte.

[Lire plus tard](#) | Bourgogne-Franche-Comté | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#)



Opportunités et limites de la labellisation

De la coordination pour la valorisation...



1.



Conflictualité ou complémentarité ?

Les deux approches reposent sur des logiques différentes mais sont-elles incompatibles ?

Un nouveau rapport à la ressource ?

Construction d'une spécificité (ressource territoriale)

Recherche d'une compétitivité hors-coût

2.

...à la territorialisation des marques et labels



Les labels sont un outil, mais il existe de nombreux leviers d'action pour le bois local (actions, CFT, mise à disposition)

Opportunités et limites de la labellisation



Un instrument qui n'a pas trouvé sa cible ?

- La filière forêt-bois n'est pas l'agriculture
- Approches très différentes du marché entre petite et grande entreprise, entre feuillu et résineux...
- Pas d'effet prix observable aujourd'hui
- Problème de définition du local
- Générateur de tensions secteur-territoire

Un activateur efficace de proximités

- Outil de coordination entre des acteurs variés
- Outil de développement territorial pour les collectivités
- Un outil de mise en visibilité et de sensibilisation
- Un levier d'action social en environnemental (à qualifier)



Traçabilité

Prod. et conso.
responsables

Circuits courts