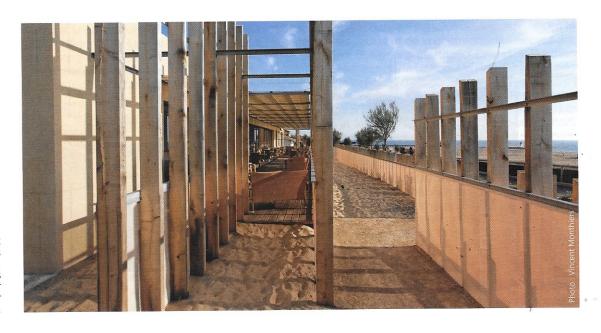
# Les scieurs français structurent leur offre



→ Avec le bois brut sec (BBS) et le bois raboté sec (BRS), les scieurs français mettent l'accent sur la qualité de leur production.





La Fédération nationale du bois vient de publier « Le catalogue des produits bois français ». Une nouvelle étape dans la campagne de promotion menée depuis quatre ans, présentant, cette fois, une offre structurée pour des chantiers de construction, d'aménagement et de rénovation. Marlène Mivielle, chargée de mission seconde transformation et normalisation de la FNB, détaille les particularités de cet ouvrage.

Après avoir lancé en 2014 la marque collective « Préférez le bois français », la Fédération nationale du bois a mis en place différents outils permettant de faire connaître la richesse de l'offre issue de la forêt française, d'abord à travers des essences, puis des réalisations. Aujourd'hui, vous éditez un catalogue de produits. Qui a participé à sa création? Quel est l'objectif de cette publication? Ce catalogue a été élaboré dans le cadre de la commission C2T de la FNB, présidée par Jean Piveteau. Dédiée aux activités de seconde transformation, cette commission regroupe les scieurs ayant une activité de séchage, rabotage, collage, d'aboutage. Son objectif est de promouvoir l'offre produits issue de la ressource française, de la faire connaître, de la fédérer,

de suivre la normalisation, de réaliser une veille technologique et réglementaire. Le catalogue a pour but de structurer, de standardiser et de présenter l'offre des produits en bois français. Il est la preuve que les industriels français de la première et de la seconde transformation savent sécher le bois et le transformer pour mettre sur le marché des produits de qualité pour les secteurs de la construction, de l'aménagement et de la rénovation.

La diversité des produits présentés est possible grâce à la disponibilité de la ressource forestière, à la richesse des essences, aux bonnes pratiques appliquées dans la transformation, à la diversité et aux progrès des techniques de valorisation. En effet, ces dernières années, les scieurs français n'ont cessé d'investir pour améliorer leurs

équipements et leur productivité afin de valoriser au mieux le bois. Si l'offre des produits bois français répond à tous les enjeux actuels dans la construction, l'aménagement ou la décoration, c'est parce que les professionnels se sont engagés dans le repositionnement, dans la caractérisation des produits, dans l'établissement de normes.

# Quelle méthode avez-vous appliquée pour structurer le catalogue?

Les produits y sont classés par grands usages : bois bruts, bois sciés (plots, frises, avivés, pièces équarries); produits de structure (BBS, BRS, BMA, bois d'ossature, bois de fermette, BMR, BL-C, CLT); produits pour enveloppe (lames de bardage et bardeaux); produits pour menuiserie et agencement (bois de menuiserie, carrelets, panneaux lamellé-collé, panneaux 3 plis, éléments de porte); produits de revêtement intérieur (revêtement mural, parquet massif et parquet contrecollé); produits d'aménagement extérieur (lames de terrasse, traverses paysagères). Un travail de fond a été mené pendant pratiquement un an afin de définir collectivement les sections principales disponibles pour chacune des 24 familles de produits présentées. L'objectif était de garantir aux prescripteurs de les trouver chez plusieurs scieurs avec des sections standard.

#### Entre les chapitres structure, enveloppe, menuiserie/agencement, revêtement intérieur, aménagement extérieur, lequel a été le plus difficile à réaliser et pourquoi?

Il y en a eu deux de particulièrement complexes. La partie bois de structure a nécessité la création de la nouvelle nomenclature pour certains produits, par exemple BBS (bois brut sec) et BRS (bois raboté sec), ce qui, par ailleurs, met l'accent sur les progrès réalisés par les scieurs français. La validation collective sur les sections, évoquée précédemment, était aussi un défi important. Pour la partie menuiserie/agencement, nous avons énormément travaillé sur la définition des produits qui devaient figurer dans le catalogue. Leur qualification est difficile, car, par exemple, il faut préciser que les sections sont différentes en fonction des essences utilisées.

## Quels critères sont pris en compte dans la présentation des produits?

On a décidé que l'ouvrage devait être homogène. Chaque produit est présenté sur une double page contenant sa photo et les informations



← Le nouveau catalogue présente, pour la première fois, une offre structurée de produits bois standardisés pouvant répondre à tous les usages.

♦ Les bois collés constituent une grande partie de l'offre, aussi bien dans la partie structure que dans la partie menuiserie/ agencement.





### bois français / publication





↑ Les panneaux en bois lamellé-croisé « made in France » sont disponibles en épicéa, sapin, pin et Douglas. Ils sont proposés en trois-versions: 3, 5 ou 7 plis. permettant de valoriser ses caractéristiques techniques : précisions concernant les domaines d'utilisation, les essences, les sections disponibles, les choix d'aspect, le taux d'humidité, les performances (collage, usinage, durabilité)... Cela permet de déterminer les exigences essentielles pour choisir un produit. Le catalogue présente aussi les services complémentaires pouvant être apportés par les scieurs : réalisation de sections sur mesure pour des projets spécifiques, traitements après usinage, finitions...

Y a-t-il une interaction entre ce catalogue et les outils de promotion mis en place auparavant?
Sur les doubles pages de présentation, on trouve des photos de produits, mais également une photo de réalisation pour voir le rendu une fois la solution mise en œuvre. Cela permet de faire le lien avec le guide des réalisations édité en 2016 « Avec le bois français, vous avez le choix! » Dans la description de chaque produit, l'annotation « Pour aller plus loin » renvoie le lecteur aux fiches

### CIB: la FNB en mode digital

Au Carrefour international du bois à Nantes, la FNB présentera la nouvelle offre de produits bois français via un parcours digital inédit. Les visiteurs pourront notamment, grâce à la technique de réalité augmentée, découvrir des réalisations bois en mode virtuel ou encore accéder à la matériauthèque. Ce sera aussi l'occasion de mettre en avant la présence du bois français sur les réseaux sociaux.

Rendez-vous sur le stand GP A18

pratiques « Comprendre » et « Produits » éditées par la FNB. Elles sont utiles pour mieux connaître le matériau, les procédés ou les caractéristiques du produit, ainsi que les normes associées. Quant à l'annuaire élaboré en 2016, il permet de trouver facilement les entreprises qui fabriquent les produits présentés dans le catalogue. Ces deux ouvrages sont donc complémentaires. De plus, dans ce catalogue, vous trouverez aussi un argumentaire sur le bois français, une présentation des essences françaises, des illustrations de parties d'ouvrages pour faire un lien entre le vocabulaire des scieurs et celui des charpentiers, une présentation schématique des différents DTU ainsi que des éléments techniques sur les classes d'emploi, la durabilité et la préservation du bois.

#### À qui s'adresse cet ouvrage? Comment est-il diffusé?

Ce catalogue est destiné aux architectes, bureaux d'études, aménageurs, constructeurs, prescripteurs, entreprises de mise en œuvre, négoces... soit à toute personne ayant un projet de construction, d'aménagement ou de rénovation. C'est l'outil indispensable pour choisir les produits bois issus de la ressource nationale et transformés en France. Il est diffusé lors des salons professionnels. Il va être présenté notamment lors de la prochaine édition du Carrefour international du bois à Nantes. Vous pouvez également vous le procurer sur simple demande auprès de la FNB ou télécharger gratuitement sa version numérique sur le site www.preferezleboisfrancais.fr

Propos recueillis par Anna Ader