

Enquête sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois en 2008

Convention ADEME n° 08.DOC.0011



Observ'ER

Observatoire des énergies renouvelables

146, rue de l'Université 75007 - Paris

E-mail : observ.er@energies-renouvelables.org

Juillet 2009

SOMMAIRE

<u>I - PARTIE QUANTITATIVE</u>	4
1 Synthèse des résultats quantitatifs	4
2 Méthodologie utilisée	6
2.1 Détail de la collecte	
2.2 Le suivi des volumes de ventes	
2.3 Le suivi des canaux de distribution des acteurs du marché	
2.4 Le suivi des types d'opérations réalisées en 2007	
2.5 Le suivi du chiffre d'affaires du secteur	
3 Les chiffres de marché : une croissance de 13 % en 2008	9
3.1 Les foyers et inserts : une croissance portée par les foyers fermés	
3.2 Les poêles : une croissance moyenne pour un segment d'appareils très plébiscités par les consommateurs	
3.3 Les chaudières : une hausse spectaculaire de 53 % pour ce segment du marché qui atteint quasiment son maximum historique de ventes	
3.4 Les cuisinières : une croissance nulle pour un segment qui est peu concerné par les conjonctures qui touchent le marché du chauffage domestique au bois	
4 Les importations : stabilité générale avec un léger renforcement pour les segment des poêles et chaudières	26
5 Les exportations : une diminution nette des exportations	27
6 Les canaux de distributions : une égalisation des canaux de distribution	29
7 Les types d'opération : la part des installations réalisées dans l'habitat neuf est en diminution	31
8 Chiffres d'affaires du secteur : un volume largement tiré par les ventes de poêles	32
9 Lecture des tendances par segment de marché	35
9.1 Les foyers fermés et inserts	
9.2 Les poêles	
9.3 Les chaudières	
9.4 Les cuisinières	
<u>II - PARTIE QUALITATIVE</u>	39
1 Synthèse de la partie qualitative	39
2 Méthodologie utilisée	40
3 Analyse	41
3.1 Les principales évolutions perçues au cours de 2008 et au début 2009	
3.2 L'importance de la R&D	
3.3 L'action des pouvoirs publics par le biais du crédit d'impôt	
<u>III - CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS</u>	53
<u>IV - FICHES DE PRESENTATIONS DES ENTREPRISES</u>	57

Annexes

Enquête sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois en 2008

Ce document présente le détail de l'enquête sur le marché 2008 des ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois. Les données collectées lors de cette étude ont également été exploitées pour le suivi de l'impact de la mesure de crédit d'impôt sur la filière bois.

Ce dernier travail a fait l'objet d'un rapport distinct du présent document.

Suivi du marché des appareils domestiques de chauffage au bois en 2008

I. Partie quantitative

1. Synthèse des résultats quantitatifs

Ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois : une croissance de 13 %

Total	2007	% Flamme Verte	2008	% Flamme Verte	Croissance 07/08
Foyers	217 502	95 %	237 790	86 %	9,00 %
Poêles	188 406	85 %	217 040	73 %	15,00 %
Chaudières	17 649	56 %	27 070	73 %	53,00 %
Cuisinières	11 299	85 %	11 200	85 %	-1,00 %
Total	434 856	89 %	493 100	79 %	13,00 %

Les importations : une tendance à la stabilité par rapport à 2007

Type d'appareils	Importations 2004	Importations 2005	Importations 2006	Importations 2007	Importations 2008
Foyers et inserts	2 %	1,30 %	1,60 %	3,00 %	1,40 %
Poêles	23 %	23,60 %	22,10 %	25,40 %	30,90 %
Chaudières	27 %	37,20 %	50,20 %	41,20 %	47,70 %
Cuisinières	15 %	21,30 %	19,30 %	13,00 %	12,90 %
Total	8 %	10 %	14,30 %	18,90 %	17,30 %

Les exportations : Une diminution des exportations par rapports aux années passées

Type d'appareils	Rapport export./ventes en France
Foyers et inserts	88 %
Poêles	16 %
Chaudières	16 %
Cuisinières	2 %
Total	49 %

Les canaux de distribution : montée en puissance du canal des GSB pour les foyers et les inserts

Type	Ventes directes	Grossistes - installateurs	Réseau d'installateurs exclusifs	GSB
Foyers et inserts	0 %	22 %	33 %	45 %
Poêles	6 %	40 %	18 %	35 %
Chaudières	1 %	93 %	6 %	0 %
Cuisinières	10 %	84 %	5 %	0 %
Total	4 %	35 %	25 %	36 %

Les types d'opération : la part des installations réalisées dans l'habitat neuf est en diminution. La part des opérations de renouvellement continue à augmenter fortement

Appareils	Habitat neuf	Opérations dans l'habitat ancien	
		Opérations d'équipements	Opérations de renouvellement
Foyers et inserts	26 %	52 %	22 %
Poêles	22 %	54 %	24 %
Chaudières	7 %	25 %	68 %
Cuisinières	0 %	7 %	93 %
Total	17 %	42 %	41 %

Chiffres d'affaires du secteur : un volume très largement tiré par les poêles

Types d'appareils	Marché total 2008	C.A. total en M€
Foyers et inserts	237 790	164,61
Poêles	217 040	242,78
Chaudières	27 070	78,55
Cuisinières	11 200	16,37
Total	499 100	502,31

2. Méthodologie utilisée

2.1. Détail de la collecte

Le champ de collecte d'informations de cette étude a couvert les segments de marché suivants :

- les foyers fermés et inserts ;
- les poêles ;
- les chaudières ;
- les cuisinières.

Le suivi des ventes de ces appareils a reposé sur une collecte d'informations au travers d'un questionnaire¹ envoyé aux 86 acteurs (fabricants/importateurs) présents sur le marché français.

Le questionnaire portait sur les points suivants :

- les ventes en 2008 (sur les appareils vendus sous la propre marque des fabricants ou sous des marques importées ou distribuées) ;
- le détail dans les ventes 2008 des appareils labellisés « *Flamme Verte* » ;
- le détail dans les ventes 2008 des appareils éligibles au crédit d'impôt (d'un point de vue technique, c'est-à-dire les appareils possédant les normes françaises et européennes précisées dans les arrêtés) ;
- les types de canaux de distribution utilisés ;
- les types d'opérations réalisées (opérations dans le neuf ou dans l'existant) ;
- le chiffre d'affaires en 2008.

Le taux de réponse a été plus important que celui de l'an dernier. 46 questionnaires complétés ont été retournés, soit un taux de réponse de 52 % contre 48 % l'an passé. La réalisation de l'enquête plus tôt dans l'année par rapport aux années précédentes joue probablement dans la disponibilité des répondants. Par ailleurs, ces derniers sont maintenant habitués à répondre et connaissent Observ'ER.

¹ Le questionnaire est présenté en annexe 1 de ce rapport.

2.2. Le suivi des volumes de ventes

Pour chaque type d'appareils suivi (foyers fermés, inserts, foyers chaudières, etc.) la méthodologie a consisté à identifier, à partir des questionnaires reçus, un taux de croissance moyen observé sur les volumes vendus en 2007 et 2008. Ces taux de croissance ont ensuite été appliqués aux chiffres de ventes totales d'appareils en 2007 issus de la précédente étude.

Les marchés ont été estimés du point de vue des ventes des fabricants/distributeurs et ne tiennent pas compte d'éventuels phénomènes de stockage/déstockage des grossistes.

Note : certaines entreprises ne suivent pas leur comptabilité de ventes d'appareils avec le même détail que celui qui était demandé dans notre questionnaire. Ainsi, six entreprises (Brisach, Godin, D2I, Dovre, Seguin Duteriez, Supra) ont donné des chiffres de ventes qui portaient sur une famille d'appareils sans détail des types d'appareils (ex. des volumes de ventes portant sur les poêles ou les foyers-inserts sans plus de précisions). Dans ce cas, nous avons estimé les volumes de ventes propres à chaque type d'appareils au prorata des parts de marché moyennes observées auprès de l'ensemble des autres répondants.

2.3. Le suivi des canaux de distribution des acteurs du marché

Sur l'ensemble des questionnaires retournés, 43 comportaient des informations sur les canaux de distribution utilisés en 2008. Les canaux de distribution proposés étaient :

- vente directe (les fabricants possèdent des show rooms qui leur permettent d'écouler tout ou partie de leurs productions) ;
- grossistes-installateurs (les fabricants collaborent avec des réseaux d'installateurs ou de grossistes qui distribuent leurs produits ainsi que ceux d'autres entreprises) ;
- réseau exclusif (les fabricants diffusent tout ou partie de leurs produits à travers des réseaux d'installateurs qui leur sont propres) ;
- GSB (les fabricants diffusent tout ou partie de leurs produits à travers les enseignes de Grandes Surfaces de Bricolage).

Pour cet indicateur, les répondants ont indiqué la répartition en % de leurs ventes suivant les quatre types de canaux de distribution proposés. Les données fournies par les répondants ont été pondérées par leurs chiffres de ventes respectifs afin d'établir des ratios nationaux qui croisent chaque famille d'équipements (foyers et inserts, poêles, chaudières, cuisinières) avec chacun des canaux de distribution.

2.4. Le suivi des types d'opérations réalisées en 2008

Sur l'ensemble des questionnaires retournés, 28 comportaient des données sur la répartition des ventes entre les différents types de résidences.

Les choix proposés étaient les suivants :

- équipement vendu pour une résidence neuve ;
- équipement vendu pour une résidence déjà existante :
 - opérations de renouvellement ;
 - opérations d'équipement.

Pour cet indicateur, les répondants ont indiqué la répartition en % de leurs ventes suivant les types d'opérations proposés.

Ces données sont à considérer comme des ordres de grandeur. Les acteurs n'ayant pas de suivi fin et régulier de cette répartition, ils ont davantage répondu à partir de leur retour de terrain ou suite à des concertations avec leur réseau de distribution.

2.5. Le suivi du chiffre d'affaires du secteur

Sur l'ensemble des questionnaires retournés, 42 comportaient des données sur les chiffres d'affaires réalisés en 2008. Pour cet indicateur, la méthodologie a consisté à identifier des ratios moyens de chiffre d'affaires par unité vendue pour chacun des types d'appareils suivis dans l'étude.

Ces ratios ont ensuite été multipliés par les chiffres de volumes vendus pour obtenir des indicateurs du chiffre d'affaires par type d'appareils en euros H.T.

3. Les chiffres de marché globaux : une croissance de 13 % en 2008

Le tableau ci-dessous présente l'ensemble du marché français, décomposé suivant les différents segments (foyers et inserts, poêles, chaudières et cuisinières) et sous-segments (foyers fermés, etc.) qui le composent.

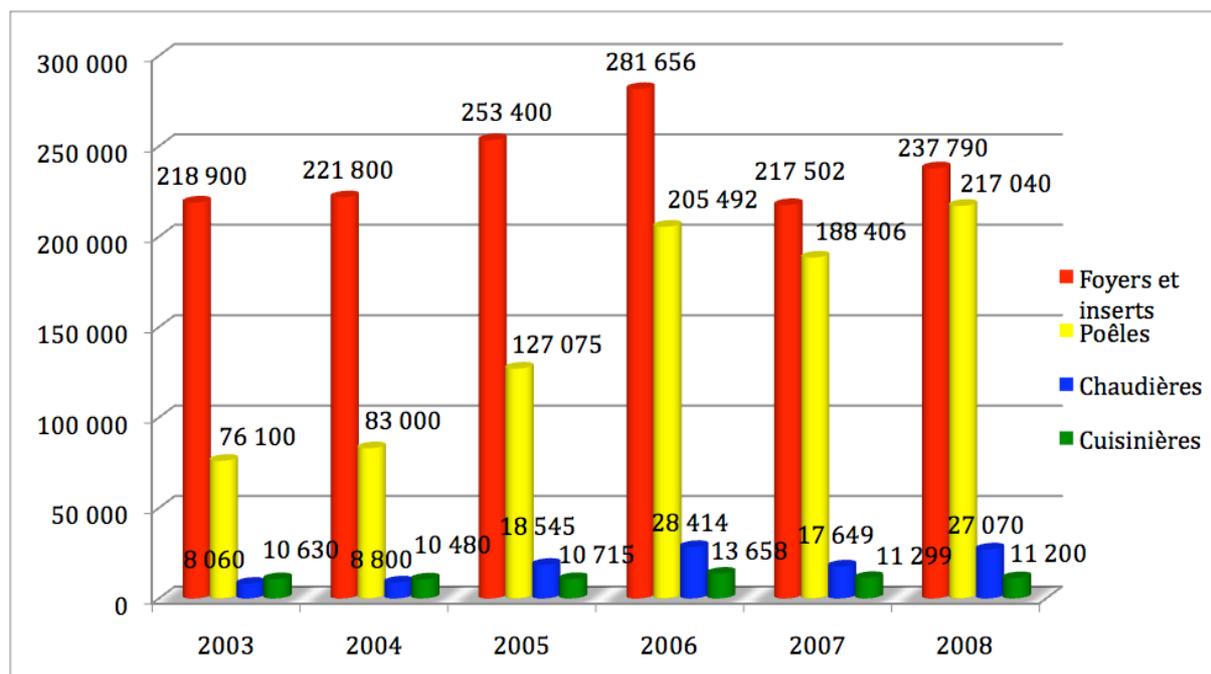
Type	Appareils vendus en 2007		Appareils vendus en 2008		Évolution des ventes 2007-2008
	Marché total	% de labellisés "Flamme Verte"	Marché total	% de labellisés "Flamme Verte"	
Foyers et inserts	217 502	85 %	237 790	86 %	9 %
Foyers fermés	174 541	85 %	200 930	88 %	13 %
Inserts	42 961	84 %	36 860	75 %	-17 %
Poêles	188 406	85 %	217 040	73 %	15 %
Poêles classiques	89 353	97 %	86 190	80 %	-4 %
Poêles contemporains	23 797	86 %	35 695	83 %	50 %
Poêles cheminées	23 919	99 %	31 100	76 %	30 %
Poêles scandinaves	34 389	72 %	42 500	71 %	24 %
Poêles massives	3 161	97 %	4 455	92 %	41 %
Poêles à granulés	13 787	17 %	17 100	13 %	24 %
Chaudières	17 650	56 %	27 070	73 %	53 %
Chaudières tirage naturel	9 475	45 %	13 560	72 %	43 %
Chaudières turbo	4 015	70 %	7 230	66 %	80 %
Chaudières bi-énergie	752	50 %	770	79 %	2 %
Chaudières automatiques à plaquettes	798	82 %	1 020	82 %	28 %
Chaudières automatiques à granulés	2 033	90 %	4 170	92 %	105 %
Chaudières automatiques à céréales	577	0 %	320	0 %	-45 %
Cuisinières	11 299	85 %	11 200	85 %	-1 %
Cuisinières simples	8 543	83 %	8 200	83 %	-4 %
Cuisinières chaudières	2 756	50 %	3 000	50 %	9 %
Total	434 856	89 %	493 100	79 %	13 %

Le tableau ci-dessous rappelle les taux de croissance observés sur chaque segment de marché pour les années 2004, 2005, 2006, 2007 et 2008.

Type d'appareils	% de croissance 2004/2005	% de croissance 2005/2006	% de croissance 2006/2007	% de croissance 2007/2008
Foyers et inserts	14,2 %	11,1 %	-22,8 %	9 %
Poêles	53,1 %	61,7 %	-8,3 %	15 %
Chaudières	105,6 %	53,2 %	-37,9 %	53 %
Cuisinières	2,2 %	27,5 %	-17,3 %	-1 %
Total	26,2 %	29,1 %	-17,8 %	13 %

En 2008, le marché des appareils de chauffage domestique au bois renoue avec la croissance connue jusqu'en 2006, avec une hausse des ventes de 13 %. Le nombre d'équipements vendus s'élève à **493 100 unités**.

Volumes de marché de chaque segment des appareils domestiques de chauffage au bois pour 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 et 2008.



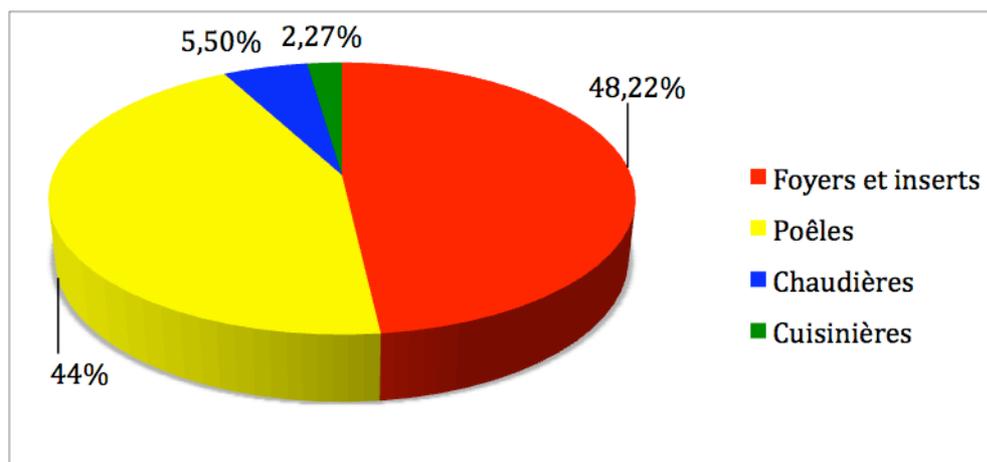
Source : Observ'ER

Alors que le marché du chauffage domestique au bois connaissait une croissance constante depuis 2003, les résultats de vente de l'année 2007 avaient marqué une rupture visible dans l'ensemble des différents segments. En 2008, le marché retrouve une tendance de croissance (+13 %) sans pour autant renouer avec les chiffres de 2006 (+29,1 %) et 2005 (+26,2 %).

En 2008, les principaux segments du marché du chauffage domestique au bois ont connu une progression significative des ventes, respectivement 9 % pour les foyers & inserts, 15 % pour les poêles et 53 % pour les chaudières. Le segment des cuisinières reste à la traîne du marché, avec une croissance presque nulle entre 2007 et 2008.

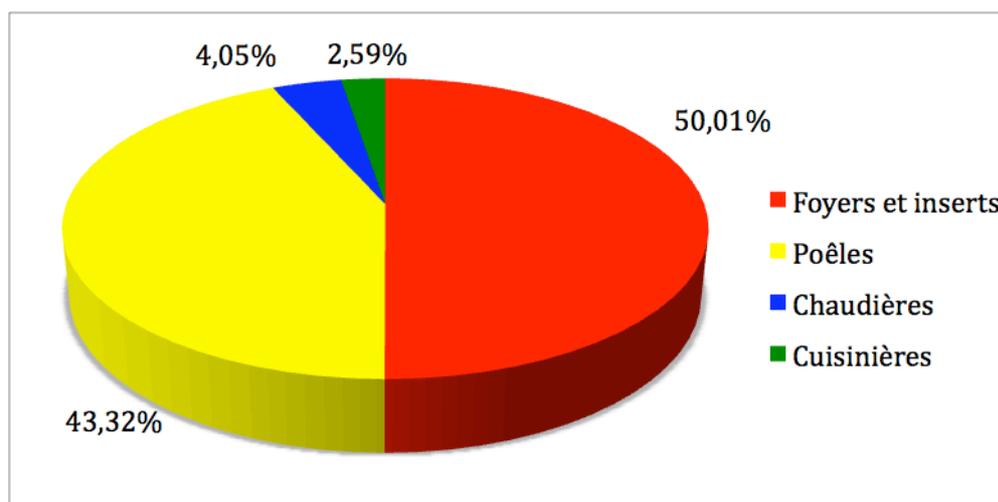
La répartition des ventes par segment confirme la tendance de montée en puissance du segment des poêles par rapport au segment des foyers & inserts. Environ 20 000 unités séparent les volumes de ces deux segments de marché. L'écart n'a jamais été aussi faible entre ces deux segments. Il est probable que les poêles prennent définitivement le dessus dès 2009. Cette situation est tout de même à souligner car, au début des années 2000, les foyers et inserts représentaient quasiment le triple des ventes de poêles.

Répartition des ventes 2008 selon les différents segments de marché



Source : Observ'ER

Répartition des ventes 2007 selon les différents segments du marché



Source : Observ'ER

3.1. Les foyers fermés et inserts : une croissance portée par les foyers fermés

Note 1 : certains fabricants présents sur le marché des foyers et inserts n'ont pas donné de détails quant à la répartition de leurs ventes entre foyers fermés et inserts. Dans ces cas de figure, les chiffres de ventes ont été répartis, entre les deux types d'appareils, selon les parts de marché moyennes observées sur l'ensemble des autres acteurs.

Évolution des ventes de foyers depuis 1985

Foyers	1985	1990	1996	1999	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Foyers fermés	210 000	156 000	130 000	160 000	169 000	176 900	179 200	196 760	228 936	174 541	200 930
Inserts	130 000	70 000	33 000	19 000	29 500	30 700	30 500	43 495	52 629	42 961	36 860
Récup. de chaleur	20 000	15 500	7 500	6 450	8 900	8 700	9 000	8 300	-	-	-
Foyers chaudières	2 000	1 600	1 000	2 200	2 000	2 600	3 100	4 845	-	-	-
Total	362 000	243 100	171 500	187 650	209 400	218 900	221 800	253 400	281 565	217 502	237 790

Note 2 : Depuis 2006, très peu de fabricants/importateurs indiquent le détail de leurs ventes de récupérateurs de chaleur ou de foyers chaudières. La plupart ont inclus les chiffres de ventes relatifs à ces appareils dans la ligne foyers fermés sans donner d'indication pour en estimer la part.

Rappel des taux de croissance des foyers

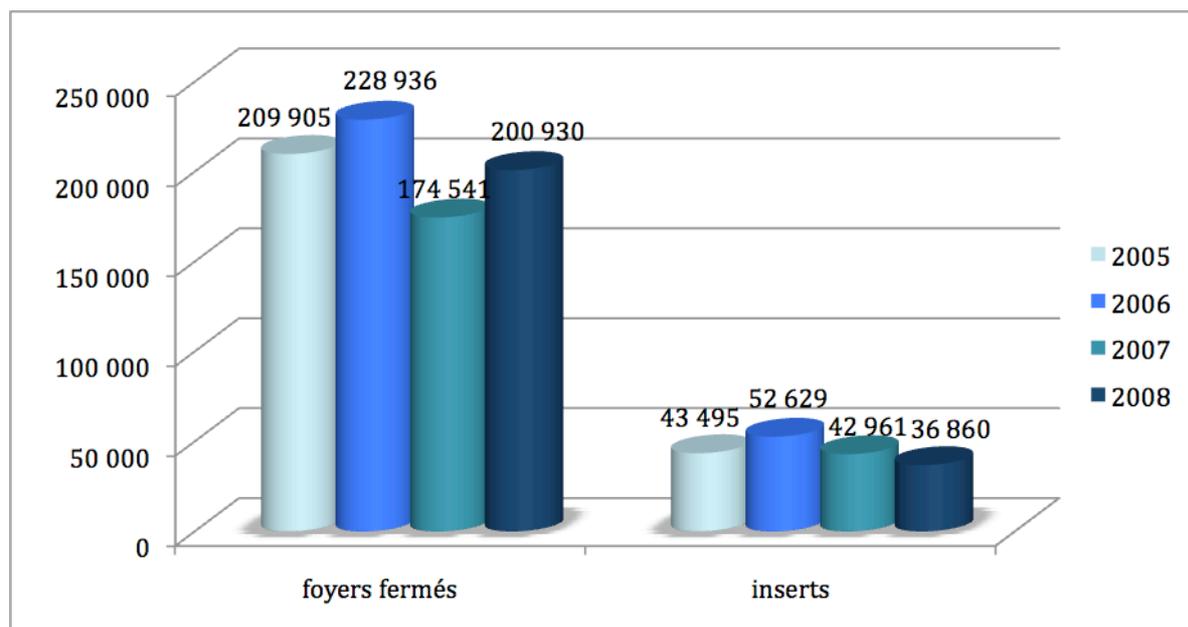
Foyers	Croiss. 2003/2004	Croiss. 2004/2005	Croiss. 2006/2007	Croiss. 2006/2007	Croiss. 2007/2008
Foyers fermés	1 %	9,8 %	9,1 %	-23,8 %	13 %
Inserts	-1 %	42,6 %	21,0 %	-18,4 %	-17 %
Total	1,4 %	14,2 %	11,1 %	-22,8 %	9 %

En 2008, le retour à la croissance pour ce segment du marché apparaît clairement. Cependant, cette croissance n'est portée que par les foyers fermés dont la croissance en 2008 (+13 %) est supérieure à celle connue en 2005 et 2006 (de l'ordre de 9 %).

Parallèlement, le sous-segment des inserts présente en 2008 un recul (-17 %) proche de celle de 2007 (-18,4 %). Il avait connu une explosion de ses ventes en 2005, année de la mise en place du crédit d'impôt.

La reprise des ventes pour le premier sous-segment en faveur du second est probablement liée à la structure extérieure même de ces appareils. Le foyer fermé peut recevoir différentes formes d'habillage et ressemble davantage à un gros poêle, type d'équipement assez en vogue actuellement sur le marché du chauffage domestique au bois. Alors que l'insert s'encastre dans une cheminée, modèle de chauffage moins plébiscité par les consommateurs aujourd'hui.

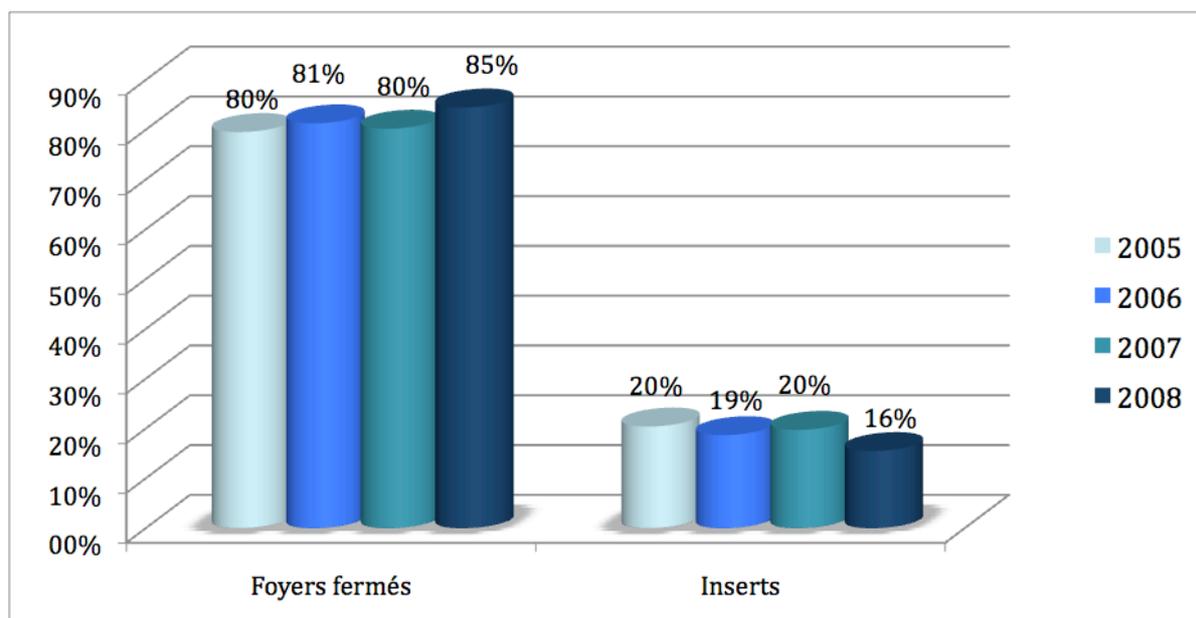
Volumes de vente de chaque type d'appareils dans le segment des foyers et inserts entre 2005 et 2008



Source : Observ'ER

Les foyers fermés continuent à porter ce segment du marché. En 2008, les ventes réalisées par 7 marques françaises représentent 46 % du marché total (Brisach, Chinvest, D2I, Godin, Invicta, Supra, Turbo Fonte).

Part en % de chaque type de foyers dans les ventes entre 2005 et 2008



Source : Observ'ER

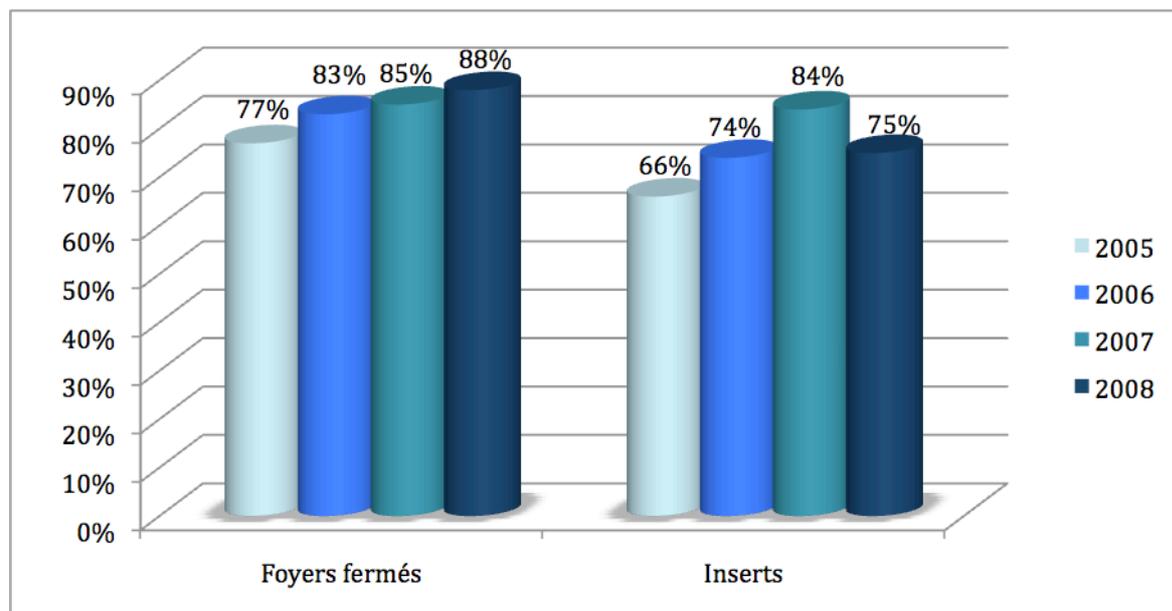
Jusqu'en 2007, le sous-segment des inserts conservait une part de marché stable face aux foyers fermés. En 2008, ils représentent une part décroissante (16 %). En 2001, ils représentaient 14 % des ventes.

Le label Flamme Verte

La part des foyers fermés labellisés *Flamme Verte* est en augmentation en 2008, alors que la part des inserts connaît une forte diminution (passage de 84 % en 2007 à 75 % en 2008). Cette diminution du volume d'inserts labellisés *Flamme Verte* accompagne la diminution du volume de ventes en 2008. Ces équipements du segment des foyers & inserts étant en perte de vitesse par rapport à d'autres équipements du marché, les fabricants portent moins d'attention aux efforts de labellisation.

Le taux de 2008 est proche de celui identifié en 2006.

Part des ventes de foyers labellisés *Flamme Verte* en 2007 et 2008



Source : Observ'ER

3.2. Les poêles : une croissance moyenne pour un segment d'appareils très plébiscités par les consommateurs

Évolution des ventes de poêles depuis 1985

Poêles	1985	1990	1996	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Poêles classiques	142 000	50 700	45 500	38 500	45 300	53 140	45 300	45 600	65 300	107 745	89 353	86 190
Poêles scandinaves	-	-	5 000	5 700	11 700	12 610	12 160	14 020	25 195	36 533	34 389	42 500
Poêles cheminées	2 000	1 000	1 000	2 250	5 215	5 620	7 900	9 150	14 040	24 008	23 919	31 100
Poêles contemporains	-	-	-	-	-	-	6 300	8 400	13 090	21 468	23 797	35 695
Poêles à granulés	-	-	400	500	920	990	2 340	3 180	5 710	10 278	13 787	17 100
Poêles massives	900	1 500	2 000	1 300	1 570	1 700	2 100	2 650	3 740	5 460	3 161	4 455
Total	144 900	53 200	53 900	48 250	64 705	74 060	76 100	83 000	127 075	205 492	188 406	217 040

Source : ADEME - Observ'ER

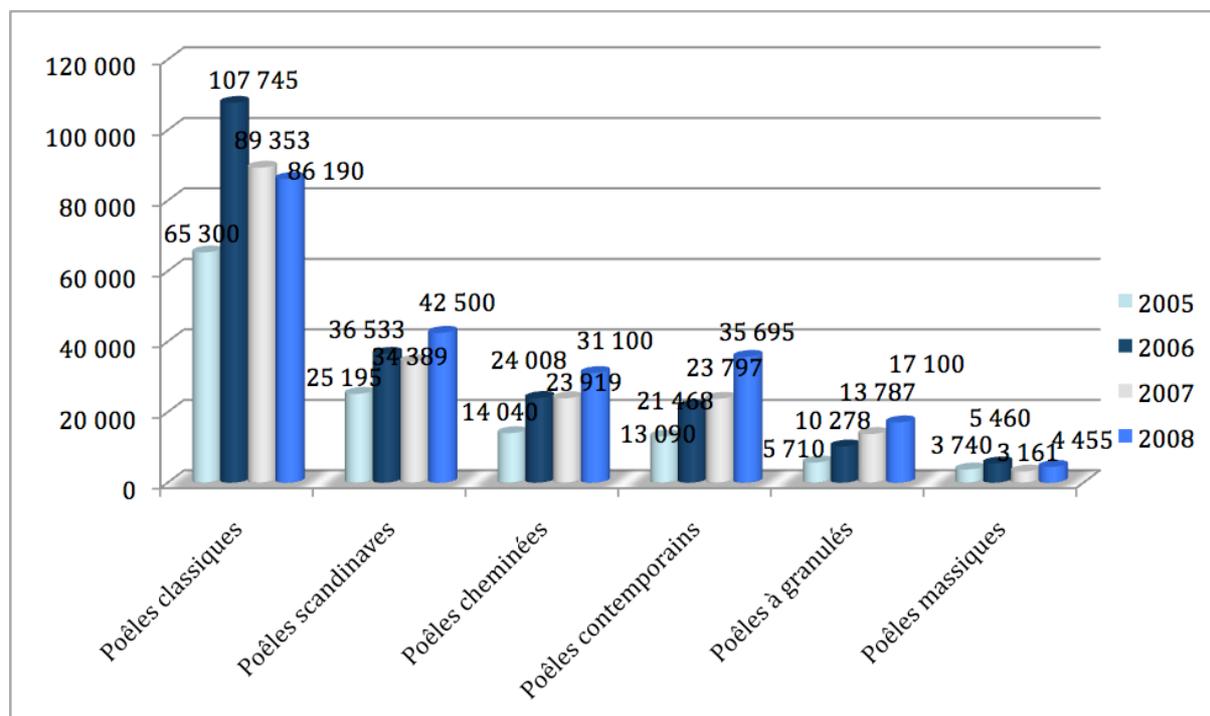
Rappel des taux de croissance des poêles entre 2003 et 2008

Poêles	Croiss. 2004/2003	Croiss. 2005/2004	Croiss. 2006/2005	Croiss. 2007/2006	Croiss. 2008/2007
Poêles classiques	0,70 %	43,20 %	65 %	-17,10 %	-4 %
Poêles scandinaves	15 %	79,70 %	45 %	-5,90 %	24 %
Poêles cheminées	16 %	53,40 %	71 %	-0,40 %	30 %
Poêles contemporains	34 %	55,80 %	64 %	10,90 %	50 %
Poêles à granulés	36 %	79,50 %	80 %	34,10 %	24 %
Poêles massives	26 %	41,10 %	46 %	-42,10 %	41 %
Total	9 %	53,10 %	61,70 %	-8,30 %	15 %

En 2008, le niveau général des ventes a connu une forte augmentation (+15 %) du nombre d'appareils vendus, avec **217 040 unités** recensées. Cette croissance est l'une des plus fortes observée en 2008 au sein du marché du chauffage domestique au bois.

Le segment des poêles atteint un niveau de ventes qui est le plus élevé depuis que le suivi du marché des appareils domestiques a été mis en place. Les résultats de 2008 sont supérieurs à ceux de 2006 qui, jusqu'ici, étaient la référence en la matière.

Volumes de ventes de chaque type d'appareils dans le segment des poêles entre 2005 et 2008



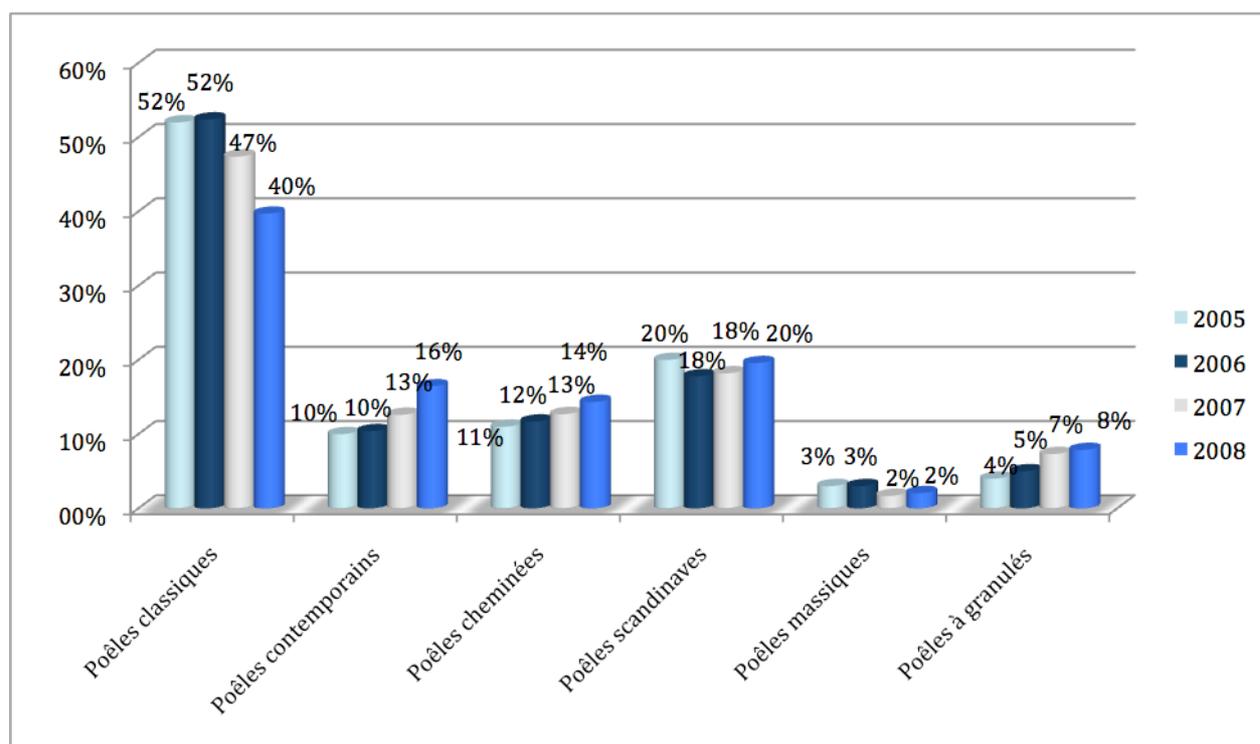
Source : Observ'ER

En 2008, ce segment de marché présente une croissance globale très positive, attendue et estimée à cette mesure par de nombreux professionnels interrogés en 2007. Sur les 6 sous-segments du marché, un seul – celui des poêles classiques – présente une évolution négative (-4 %) en 2008. Pour les autres sous segments, les croissances s'échelonnent de +24 % à +50 %.

La diminution des ventes de poêles classiques profite tout particulièrement aux poêles contemporains et aux poêles cheminées. Seul le sous-segment des poêles massives présente en 2008 une croissance similaire à celle de 2006, avant la rupture de 2007 (-8,3 % pour l'ensemble du segment en 2007).

Ces évolutions tiennent à la diversification de l'offre des poêles, aussi bien en termes de design, de gamme de prix de critères techniques ou de performances. Les poêles appartenant à des segments de niche présentent des croissances importantes. Ces appareils commencent à profiter de la communication autour des énergies renouvelables ainsi que des efforts réalisés en termes de R&D.

Part en % de chaque type de poêles dans les ventes entre 2005 et 2008



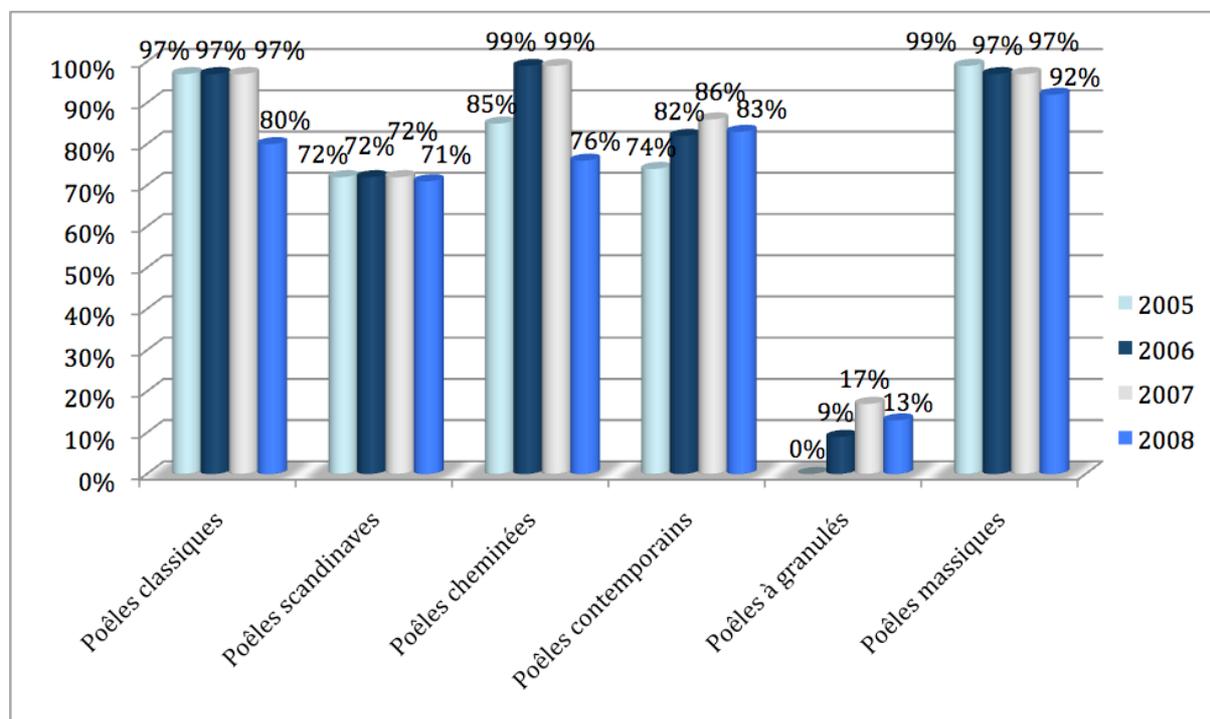
Source : Observ'ER

Globalement, la tendance observée depuis 2005 du déclin des poêles classique au profit des autres technologies se confirme. Seuls les poêles massives restent à des niveaux de ventes faibles sans évoluer de manière significative.

Le label Flamme Verte

En 2008, la tendance présente une baisse générale de la part de poêles labellisés *Flamme Verte* dans les différents sous-segments. Pour l'ensemble du segment, la part des appareils *Flamme Verte* représente 73 %.

Parts des ventes de poêles labellisées *Flamme Verte* entre 2005 et 2008



À l'exception du sous-segment des poêles cheminées, tous les autres sous-segments présentent en 2008 des taux d'éligibilité à FV inférieur à ce qui avait constaté en 2007. Cette diminution a été expliquée par un des acteurs les plus importants du marché : comme les critères d'éligibilité au crédit d'impôt sont plus importants en termes de ventes que ceux de *Flamme Verte*, les fabricants se mettent d'abord en conformité avec les premiers avant de se plier aux seconds.

3.3. Les chaudières : une hausse spectaculaire de 53 % pour ce segment du marché qui atteint quasiment son maximum historique de ventes

Évolution des ventes de chaudières depuis 1985

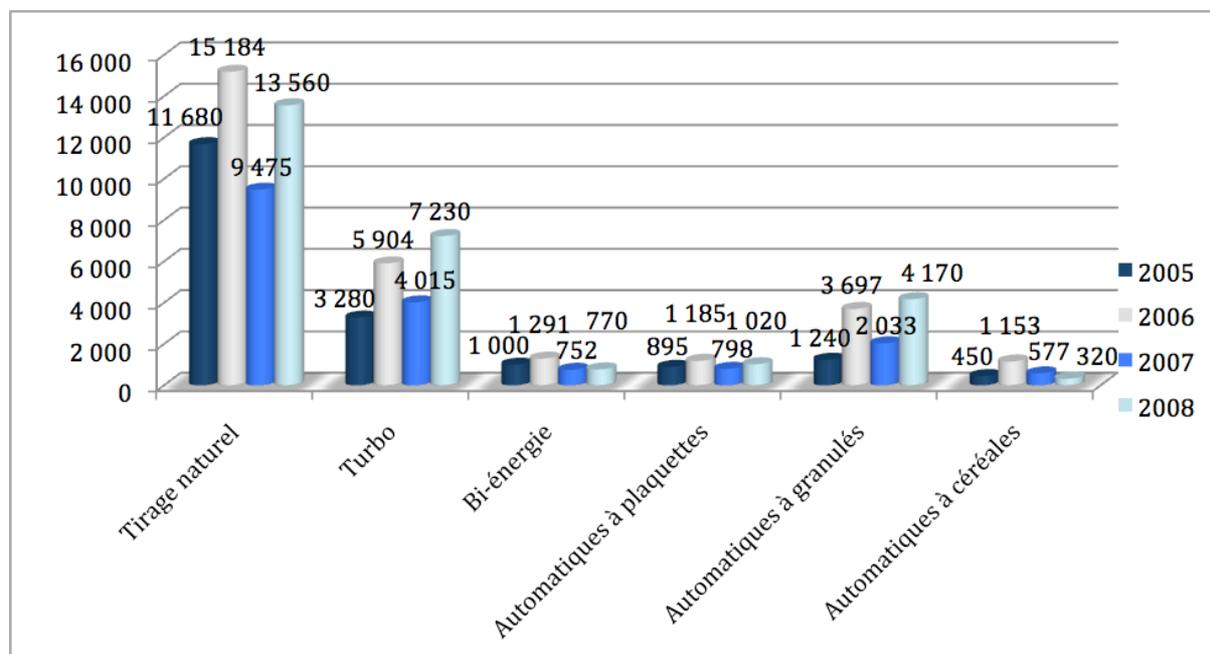
Chaudières	1985	1990	1996	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tirage naturel	25 700	12 700	7 900	6 800	7 025	5 130	6 120	6 540	11 680	15 184	9 475	13 560
Turbo			200	900	815	595	770	870	3 280	5 904	4 015	7 230
Bi-énergie	6 500	2 850	800	600	880	645	610	590	1 000	1 291	752	770
Automatiques à granulés	-	-	20	50	120	90	560	800	1 240	3 697	798	4 170
Automatiques à céréales									450	1 153	2 033	320
Automatiques à plaquettes								210	895	1 185	577	1 020
Total	32 200	15 550	8 920	8 350	8 840	6 460	8 060	9 010	18 545	28 414	17 649	27 070

Rappel des taux de croissance des chaudières entre 2003 et 2007

Chaudières	Croiss. 2003/2004	Croiss. 2004/2005	Croiss. 2005/2006	Croiss. 2006/2007	Croiss. 2007/2008
Tirage naturel	7 %	78,60 %	30 %	-37,6 %	43 %
Turbo	13 %	276,80 %	80 %	-32 %	80 %
Bi-énergie	-3 %	69,80 %	29,10 %	-41,7 %	2 %
Automatiques à granulés	23 %	111 %	198,10 %	-45 %	105 %
Automatiques à céréales			156,20 %	-50 %	-45 %
Automatiques à plaquettes	50 %	326 %	32,40 %	-32,7 %	28 %
Total	9 %	105,80 %	53,20 %	-37,9 %	53 %

Le marché des chaudières est estimé à **27 070 unités** en 2008. Ce chiffre marque une croissance globale de 53 % par rapport à 2007.

Volumes de ventes de chaque type d'appareils dans le segment des chaudières entre 2005 et 2008

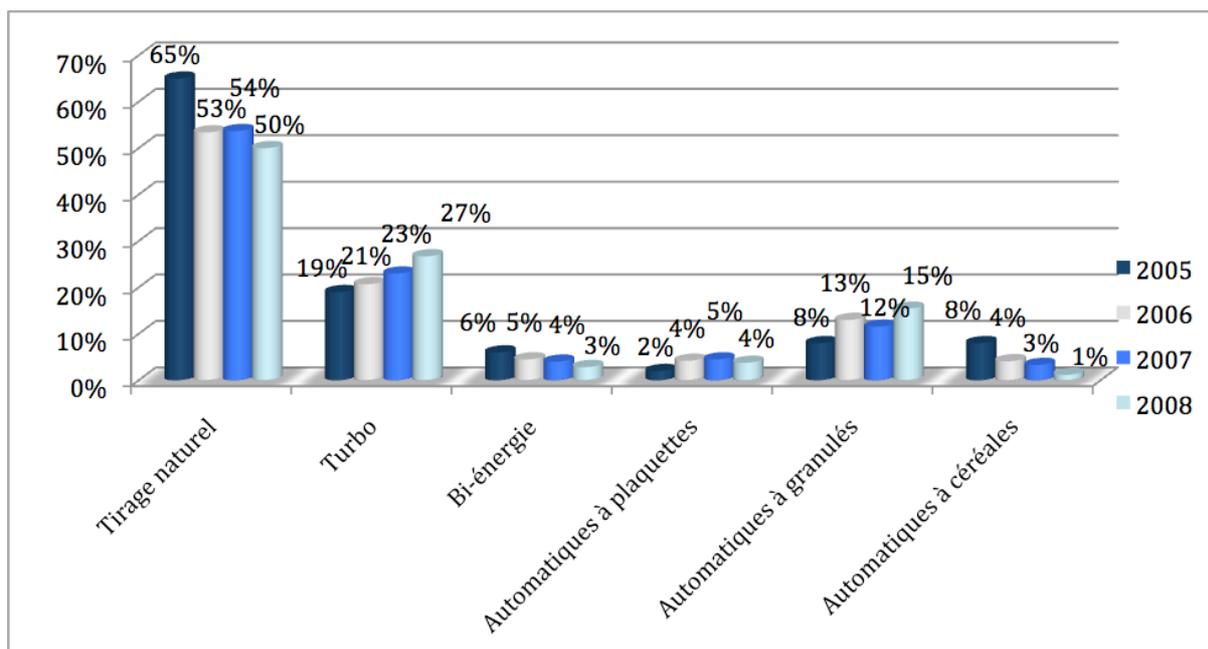


Source : Observ'ER

En 2008, le segment est tiré par les volumes de vente des chaudières à tirage naturel (+43 %), des chaudières turbo (+80 %) ainsi que par celui des chaudières automatiques à granulés (+105 %). Ces croissances viennent compenser les fortes décroissances constatées sur le segment en 2007 (-37,6 % pour les chaudières à tirage naturel, -32 % pour les chaudières turbo et -45 % pour les chaudières à granulés).

La croissance globale de ce segment pour l'année 2008 (+53 %) est équivalente à celle identifiée en 2006 (+53,20 %). Malgré ces fortes croissances, le segment tarde à décoller de manière significative. Ces équipements sont, techniquement, les plus à même de promouvoir un chauffage central individuel écologique. Cependant, si la mesure fiscale du crédit d'impôt a permis aux professionnels de la filière d'investir dans des outils de production, de R&D et d'approvisionnement en bois, les particuliers restent peu attirés par ce type d'équipement qui reste cher et tributaire de la qualité des réseaux locaux d'approvisionnement en combustibles bois.

Part des ventes de chaque type d'appareils dans le segment des chaudières entre 2005 et 2008 en %



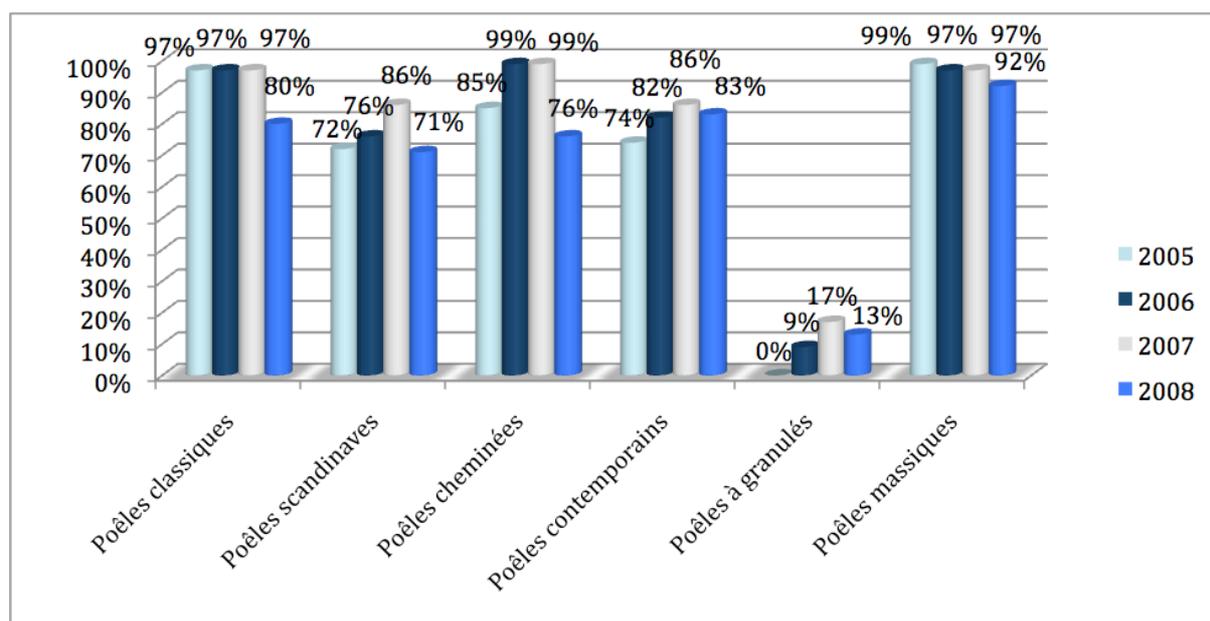
Source : Observ'ER

Le label Flamme Verte

La part globale d'appareils labellisés *Flamme Verte* a augmenté de 17 points entre 2007 et 2008, passant de 56 % à 73 %. Ce sous-segment affiche une tendance de ventes d'appareils labellisés à l'inverse de ce qui est visible dans les autres segments du marché en 2008.

Cette augmentation du volume d'équipements labellisés est portée par les chaudières automatiques au tirage naturel et les chaudières bi-énergie.

Parts des ventes de chaudières labellisées *Flamme Verte* en 2005 et 2008



Source : Observ'ER

Note : Il est important de rappeler que certains fabricants de chaudières à céréales déclarent leurs équipements comme labellisés *Flamme Verte* alors que ce type de combustible n'est pas éligible au label. En réalité, ces fabricants proposent des produits qui peuvent accepter à la fois des granulés et des céréales. Ils possèdent le label en tant que chaudières à granulés (norme EN 303.5) mais les fabricants tendent à promouvoir leurs produits sous l'appellation chaudières à céréales. Ce phénomène avait également été observé lors de l'étude de l'an passé.

3.4. Les cuisinières : une croissance nulle pour un segment qui est peu concerné par les conjonctures qui touchent le marché des appareils domestiques

Évolution des ventes de cuisinières depuis 1985

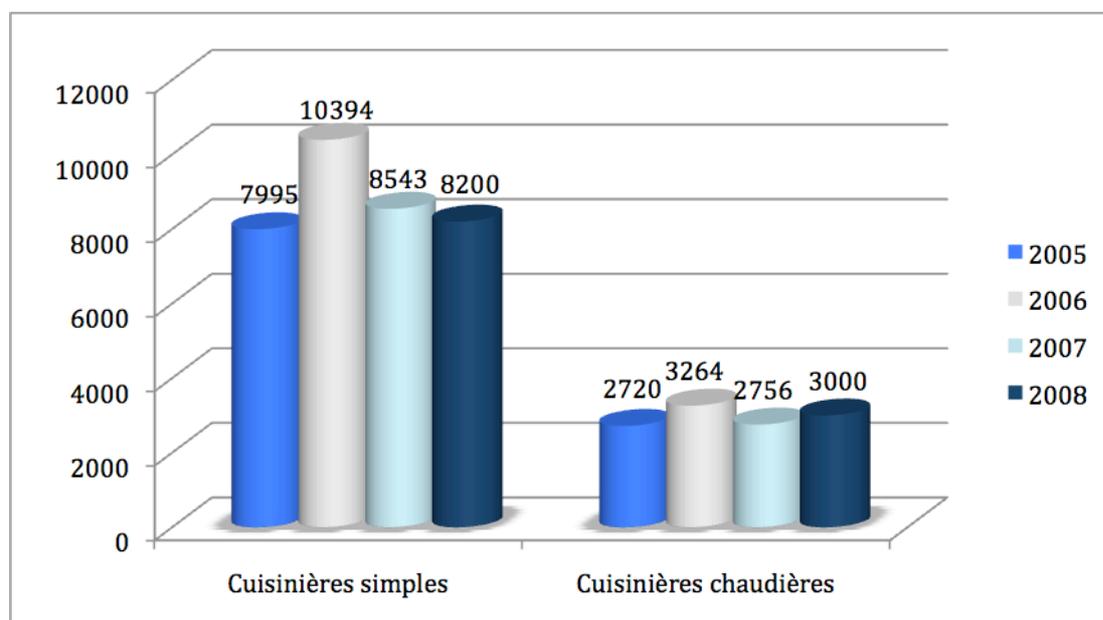
Cuisinières	1985	1990	1996	1999	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Cuisinières simples	70 000	30 000			10 300	8 630	8 520	7 995	10 394	8 543	8 200
Cuisinières chaudières	17 000	4 040	3 100	2 100	2 800	2 000	1 960	2 720	3 264	2 756	3 000
Total	87 000	34 040			13 100	10 630	10 480	10 715	13 658	11 299	11 200

Rappel des taux de croissance des cuisinières entre 2003 et 2008

Cuisinières	Croiss. 2004/2003	Croiss. 2005/2004	Croiss. 2006/2005	Croiss. 2007/2006	Croiss. 2008/2007
Cuisinières simples	-2 %	-6,20 %	30 %	-17,80 %	-4 %
Cuisinières chaudières	-1 %	8,70 %	20 %	-15,60 %	9 %
Total	-1,40 %	2,20 %	27,50 %	-17,30 %	-1 %

En termes de chiffres absolus de vente, les cuisinières sont globalement d'une stabilité notable. Les pourcentages d'évolution observés d'une année à l'autre ont parfois été importants, mais dans l'ensemble le marché de cette technologie se situe, bon an mal an, autour de 11 à 13 000 unités.

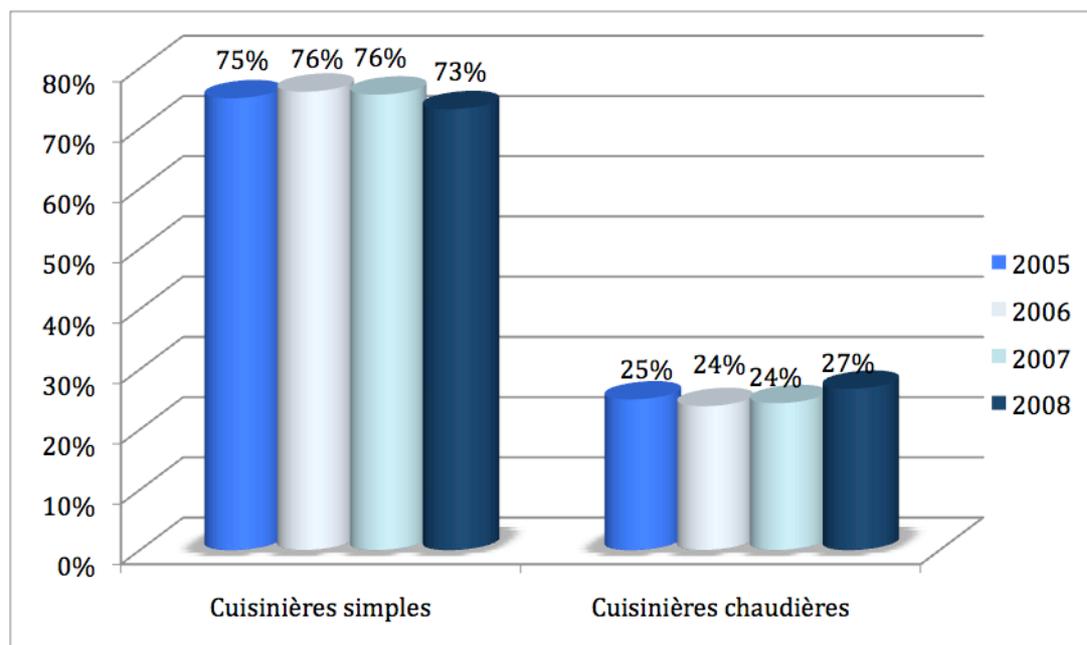
Volumes de ventes de chaque type d'appareils dans le segment des cuisinières entre 2005 et 2008



Source : Observ'ER

La répartition des ventes entre les deux types d'appareils du segment est également stable. On note cependant une légère diminution des ventes de cuisinières simples au profit des cuisinières chaudières.

Part de chaque type de cuisinières dans les ventes entre 2005 et 2008

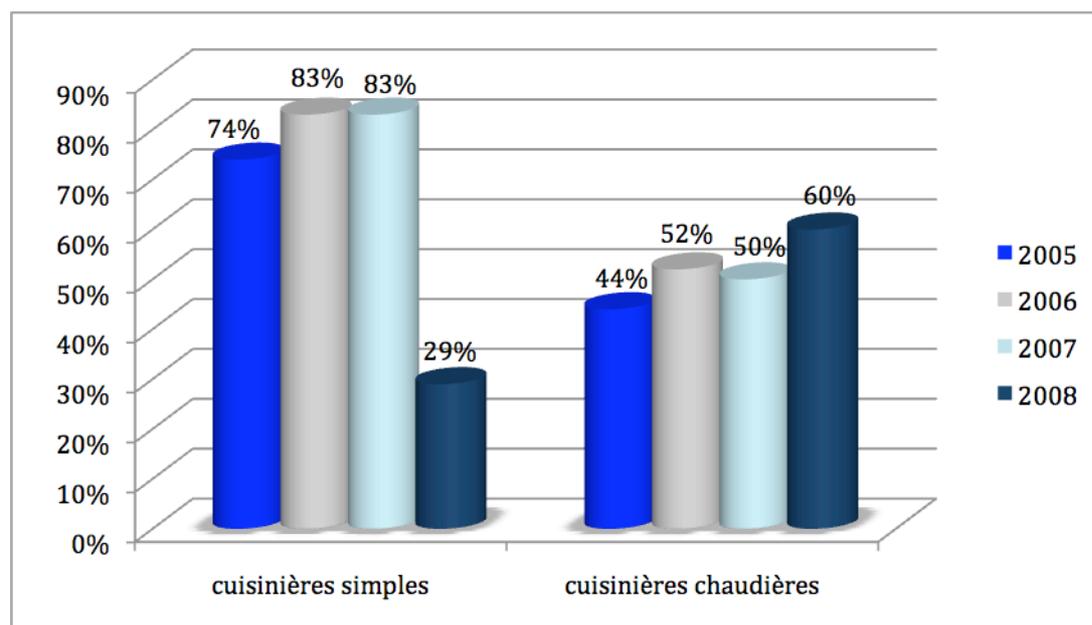


Source : Observ'ER

Le label Flamme Verte

En 2008, la part globale d'appareils labellisés *Flamme Verte* est en forte diminution, passant de 85 % à 37 %. Cette diminution tient à la très forte diminution du nombre de cuisinières simples labellisées *Flamme Verte* (-54 points entre 2007 et 2008). En effet, le fabricant le plus important (Godin) de ce segment du marché a communiqué des résultats de vente où la répartition des ventes *Flamme Verte* et des ventes non *Flamme Verte* a considérablement évolué.

Part des ventes de cuisinières labellisées *Flamme Verte* entre 2005 et 2008 en %



Source : Observ'ER

4. Les importations : stabilité générale avec un léger renforcement pour les segments des poêles et chaudières

Évolution du taux des appareils importés vendus en 2005, 2006, 2007 et 2008

Type d'appareils	Importations 2005	Importations 2006	Importations 2007	Importations 2008
Foyers et inserts	1,3 %	1,6 %	3,0 %	1,4 %
Foyers fermés	1,7 %	1,3 %	2,6 %	1 %
Inserts	1,4 %	2,6 %	3,9 %	3,3 %
Poêles	23,6 %	23,5 %	25,4 %	30,9 %
Poêles classiques	14,9 %	23,7 %	21,0 %	37,8 %
Poêles contemporains	30,0 %	12,3 %	48,3 %	22,6 %
Poêles cheminées	15,0 %	3,0 %	6,3 %	20,2 %
Poêles scandinaves	19,4 %	50,9 %	35,0 %	54,5 %
Poêles massives	41,8 %	24,8 %	25,0 %	44,4 %
Poêles à granulés	52,0 %	52,4 %	45,0 %	16,8 %
Chaudières	37,2 %	50,2 %	41,2 %	47,7 %
Tirage naturel	32,9 %	28,1 %	14,0 %	24,9 %
Turbo	35,4 %	39,8 %	44,0 %	51,6 %
Bi-énergie	34,3 %	45,4 %	36,7 %	30 %
Automatiques à plaquettes	50,3 %	98,8 %	55,0 %	82,0 %
Automatiques à granulés	80,2 %	75,3 %	89,0 %	85,9 %
Automatiques à céréales	17,7 %	81,5 %	97,0 %	100,0 %
Cuisinières	21,3 %	19,3 %	13,0 %	12,9 %
Cuisinières simples	21,6 %	19,5 %	6,2 %	5,9 %
Cuisinières chaudières	19,6 %	17,9 %	15,0 %	15 %
Total	10,0 %	14,3 %	18,9 %	17,3 %

En 2008, la part globale d'importation d'équipements de chauffage domestique au bois (18,9 %) est relativement stable par rapport à celle (17,3 %) de l'année précédente.

En revanche, la part d'importation du segment des foyers & inserts a diminué de moitié passant de 3 % en 2007 à 1,4 % en 2008. Parallèlement, la part de poêles importée a augmenté de 5 points entre 2007 et 2008. Le segment des chaudières affiche la même tendance à la hausse des importations, avec une augmentation d'environ 6 points.

L'évolution des taux d'importation suit la courbe des niveaux de ventes : les segments du marché dont les taux d'importation sont les plus importants sont également ceux qui connaissent les croissances les plus élevées du marché.

Enfin, les importateurs présents sur le marché disent posséder des outils d'anticipation et de veille assez bien rodés pour estimer les besoins du marché en temps réel.

5. Les exportations : une diminution nette des exportations

26 acteurs ont donné des détails sur leurs exportations. Pour exprimer l'importance des exportations, nous avons fait la part entre les appareils exportés et les volumes de ventes collectés à travers notre enquête. Notons que ces derniers chiffres ne sont pas ceux des ventes totales du marché français, mais ceux uniquement issus de notre collecte.

Type d'appareils	Labellisés <i>Flamme Verte</i>	Non labellisés F. Verte	Total exportés	Part export./vente
Foyers et inserts	86 811	21 010	107 821	88 %
Foyers fermés	71 341	11 465	82 806	87 %
Inserts	15 470	9 545	25 015	91 %
Poêles	17 296	1 310	18 606	16 %
Poêles classiques	10 755	673	11 428	25 %
Poêles contemporains	5 573	399	5 972	15 %
Poêles cheminées	698	123	821	7 %
Poêles scandinaves	0	79	79	1 %
Poêles de masse	90	0	90	3 %
Poêles à granulés	180	36	216	3 %
Chaudières	448	1 938	2 386	16 %
Tirage naturel	102	1 788	1 890	35 %
Turbo	330	119	449	9 %
Bi-énergie	10	27	37	5 %
Automatiques à plaquettes	0	0	0	0 %
Automatiques à granulés	6	4	10	0 %
Automatiques à céréales	0	0	0	0 %
Cuisinières	12	190	202	2 %
Cuisinières simples	12	95	107	2 %
Cuisinières chaudières	0	95	95	3 %
Total	104 567	24 448	129 015	49 %

Rappel des chiffres 2006 et 2007

Type d'appareils	Part export./ventes en France en 2006	Part export./ventes en France en 2007
Foyers et inserts	113 %	95 %
Poêles	69 %	11 %
Chaudières	37 %	3 %
Cuisinières	10 %	2 %
Total	103 %	60 %

La part des exportations a considérablement diminué entre 2007 et 2008. Ce constat suit la tendance déjà visible en 2007 par rapport à 2006. Cette diminution est particulièrement marquée pour le segment des foyers & inserts qui enregistrerait déjà l'année dernière une diminution notable. Il semble que le fleuron de l'industrie du chauffage domestique au bois français n'ait plus la même renommée à l'étranger ou qu'elle y soit également concurrencée par les poêles.

Les segments des poêles et des chaudières présentent une hausse des exportations, en particulier pour les équipements chaudières. Cette tendance est nouvelle, il est donc difficile d'en tirer des conclusions pour cette année. Les résultats de l'année prochaine seront intéressants à cet égard.

Les principales régions du monde vers lesquelles sont exportés des appareils français restent inchangées :

- Europe de l'Ouest
- Australie et Japon

6. Les canaux de distribution : une égalisation des canaux de distribution

Le tableau ci-dessous est basé sur les réponses de 43 acteurs ayant communiqué le détail de leur distribution en 2008.

Part des différents canaux de distribution pour le marché 2008

Type	Ventes directes	Grossistes-installateurs	Réseau d'installateurs exclusifs	GSB
Foyers et inserts	0 %	22 %	33 %	45 %
Foyers fermés	0 %	22 %	37 %	41 %
Inserts	0 %	23 %	14 %	63 %
Poêles	6 %	40 %	18 %	35 %
Poêles classiques	3 %	45 %	22 %	30 %
Poêles contemporains	1 %	37 %	10 %	52 %
Poêles cheminées	13 %	29 %	11 %	48 %
Poêles scandinaves	17 %	51 %	13 %	19 %
Poêles massives	46 %	7 %	47 %	0 %
Poêles à granulés	0 %	49 %	48 %	3 %
Chaudières	1 %	93 %	6 %	0 %
Tirage naturel	1 %	98 %	2 %	0 %
Turbo	1 %	92 %	7 %	0 %
Bi-énergie	0 %	94 %	6 %	0 %
Automatiques à plaquettes	14 %	70 %	16 %	0 %
Automatiques à granulés	0 %	92 %	8 %	0 %
Automatiques à céréales	0 %	100 %	0 %	0 %
Cuisinières	10 %	84 %	5 %	0 %
Cuisinières simples	17 %	73 %	9 %	0 %
Cuisinières chaudières	0 %	100 %	0 %	0 %
Total	4 %	35 %	25 %	36 %

Rappel des tableaux 2006 et 2007 par segment

	Ventes directes		Grossistes		Réseau d'installateurs exclusifs		GSB	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Foyers et inserts	1 %	1 %	33 %	14 %	21 %	26 %	45 %	58 %
Poêles	10 %	8 %	40 %	42 %	22 %	20 %	28 %	30 %
Chaudières	1 %	4 %	93 %	93 %	5 %	3 %	2 %	0 %
Cuisinières	3 %	1 %	68 %	76 %	28 %	22 %	1 %	1 %
Total	5 %	3 %	34 %	31 %	21 %	23 %	40 %	43 %

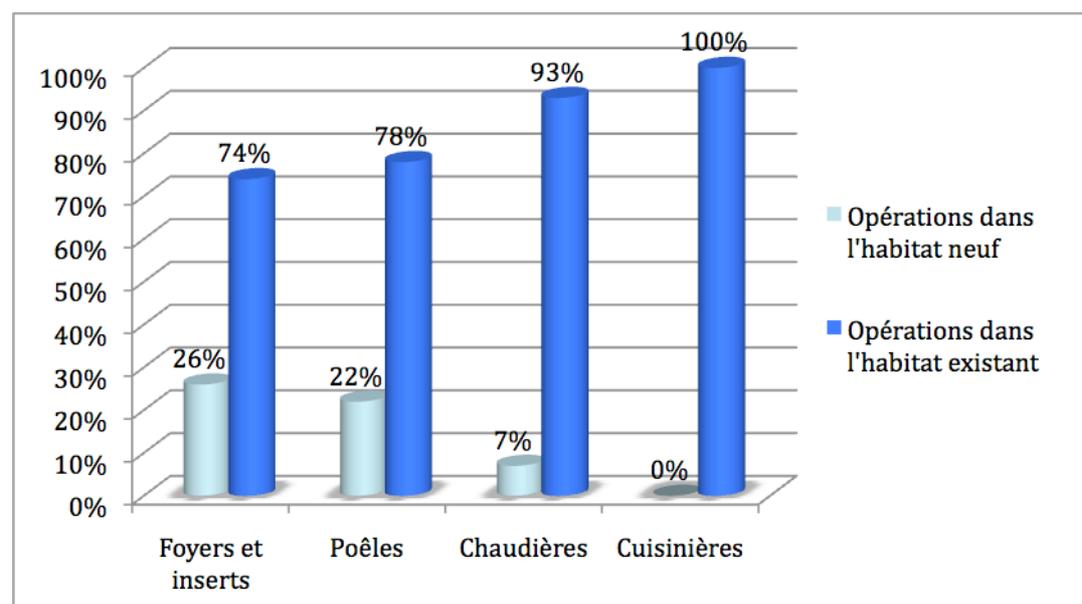
7. Les types d'opération : la part des installations réalisée dans l'habitat neuf continue à diminuer dans le prolongement de l'année dernière

Part de chaque type d'opération dans le marché 2008

Appareils	Habitat neuf	Opérations dans l'existant	
		Opérations d'équipements	Opérations de renouvellement
Foyers et inserts	26 %	52 %	22 %
Poêles	22 %	54 %	24 %
Chaudières	7 %	25 %	68 %
Cuisinières	0 %	7 %	93 %
Total	17 %	42 %	41 %

Pour le marché 2008, on estime que 17 % des opérations ont été réalisées dans l'habitat neuf et 83 % dans l'existant.

Part en 2008 pour chaque segment entre les opérations réalisées dans le neuf et celles réalisées dans l'existant



La part d'installations réalisées dans l'habitat neuf a donc perdu un point par rapport à 2007. Elle avait perdu 4 points entre 2006 et 2007.

Le segment des foyers & inserts est celui qui enregistre les résultats les plus importants sur le marché du neuf. Cependant, la part des poêles installés dans l'habitat neuf a considérablement augmenté (+5 points) entre 2007 et 2008. Le pourcentage de chaudières installées dans l'habitat neuf/ancien s'est maintenu en 2008 alors qu'aucune cuisinière n'a été installée dans l'habitat neuf, contre 5 % en 2007.

8. Chiffres d'affaires du secteur : un volume largement tiré par les ventes de poêles

Dans les questionnaires soumis aux acteurs du marché, une question portait sur les chiffres d'affaires réalisés en 2008 pour chaque type d'appareils. Le traitement des réponses a permis d'établir des ratios de CA par unités d'appareil vendus, ratios qui ont été appliqués aux chiffres totaux de ventes par segment. Les résultats sont présentés dans le tableau suivant.

Chiffres d'affaires par type d'appareils en 2008 (en millions de € H.T.)

Type	Marché total	C.A. total en M€ en 2008
Foyers et Inserts	237 790	164,61
Foyers fermés	200 930	140,65
Inserts	36 860	23,96
Poêles	217 040	242,78
Poêles classiques	86 190	64,55
Poêles contemporains	35 695	30,66
Poêles cheminées	31 100	30,70
Poêles scandinaves	42 500	68,80
Poêles massives	4 455	16,53
Poêles à granulés	17 100	31,53
Chaudières	27 070	78,55
Tirage naturel	13 560	26,37
Turbo	7 230	20,82
Bi-énergie	770	1,47
Automatiques à plaquettes	1 020	5,95
Automatiques à granulés	4 170	22,48
Automatiques à céréales	320	1,45
Cuisinières	11 200	16,37
Cuisinières simples	8 200	8,99
Cuisinières chaudières	3 000	7,37
Total	499 100	502,31

En 2008, le chiffre d'affaires de l'ensemble du marché est estimé à 502,31 millions d'euros. Le marché individuel du chauffage au bois a connu une progression de 13 %. Parallèlement, le chiffre d'affaires a, lui, progressé de 26 %.

Il faut noter que les réponses des industriels sur la question de leur chiffre d'affaires ne sont pas toujours faites sur les mêmes bases de calcul. Certains y intègrent d'autres éléments que les seules ventes d'équipements : des appareils produits et non vendus (donc détenus en stock) peuvent notamment y être intégrés, etc. De plus, pour un même sous-segment, il arrive que les répondants d'une année sur la question du chiffre d'affaires ne soient pas les mêmes que l'année précédente.

Tous ces éléments concourent au fait qu'à la différence des évolutions de chiffres de ventes ou des prix, il est difficile de comparer directement les résultats en termes de chiffres d'affaires d'une année à l'autre.

Chiffres d'affaires à l'exportation par type d'appareils en 2008 (en millions d'euros H.T.)

Type	Exportations en 2008	C.A. en M d'euros
Foyers et Inserts	107 821	74,64
Foyers fermés	82 806	57,96
Inserts	25 015	16,26
Poêles	18 606	208,13
Poêles classiques	11 428	8,56
Poêles contemporains	5 972	5,13
Poêles cheminées	821	0,81
Poêles scandinaves	79	0,13
Poêles massives	90	0,33
Poêles à granulés	216	0,39
Chaudières	2 386	6,92
Tirage naturel	1 890	0,37
Turbo	449	1,29
Bi-énergie	37	0,07
Automatiques à plaquettes	0	0
Automatiques à granulés	10	0,05
Automatiques à céréales	0	0
Cuisinières	202	0,29
Cuisinières simples	107	0,12
Cuisinières chaudières	95	0,23
Total	129 015	131,14

Le chiffre d'affaires total des exportations de la filière 2008 est estimé à **131,14 millions d'euros**. Ce montant représente 26 % du chiffre d'affaires réalisé sur le marché national.

9. Lecture des tendances par segment de marché

9.1. Les foyers fermés et inserts

- Ce segment du marché a connu une croissance de 9 % par rapport à l'année précédente (en 2007, il présentait une décroissance de -22,8 %) pour un volume global de 493 100 unités vendues. Ce chiffre marque une augmentation notable par rapport aux résultats affichés par ce segment en 2007.
- Les foyers fermés restent les appareils les plus vendus du marché français des équipements individuels du chauffage au bois (200 930 unités contre 36 860 unités).
- La part des équipements *Flamme Verte* a diminué d'un point entre 2007 et 2008 pour atteindre 86 % des ventes. Ce niveau de labellisation est le plus élevé du marché, malgré la tendance générale à la baisse du pourcentage de labellisation en 2008.
- En 2008, la part des importations a diminué de moitié entre 2007 et 2008.
- La part des exportations a diminué, passant de 95 % en 2007 à 88 % en 2008.
- Le principal canal de diffusion reste les GSB (Grandes Surfaces de Bricolage) bien que la part des ventes réalisées par ce canal a diminué par rapport à celle identifiée l'année précédente, passant de 58 % en 2007 à 45 % en 2008. Ce canal a diminué au profit des réseaux d'installateurs exclusifs et des grossistes-installateurs.
- Les foyers fermés & inserts restent les appareils qui s'installent le mieux dans l'habitat neuf (26 %). Par ailleurs, la part de foyers & inserts installés en opération d'équipement a augmenté à hauteur de 52 %.
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 366,91 millions d'euros. Soit une augmentation de 26 % du CA par rapport à l'année dernière.

9.2. Les poêles

- Ce segment connaît une croissance de 15 % en 2008 avec un volume de ventes total de 217 040 unités. Ce segment continue à gagner des parts de marché sur les foyers et inserts (44 % du marché en 2008 contre 42,2 % en 2007).
- En 2008, le sous-segment des poêles classiques (-4 %) est le seul à présenter une croissance négative dans l'ensemble du segment, et ce, pour la première année depuis 2003. Le sous-segment des poêles contemporains connaît la plus forte croissance (+50 %).
- La part des équipements labellisés *Flamme Verte* a diminué de 12 points, passant de 85 % en 2007 à 73 % en 2008.
- La part des importations de poêles est en légère augmentation (+5points) par rapport à 2007.
- La part des exportations de chaudières a légèrement augmenté entre 2007 et 2008.

- Le principal canal de diffusion des poêles reste celui des grossistes-installateurs pour 40 % des ventes. La part des ventes par ce canal de distribution a diminué par rapport à 2007 (67 %).
- La part de poêles installée pour des opérations d'équipement a diminué de 11 points en 2008 au profit des opérations de renouvellement, qui ont augmenté de 6 points (24 % en 2008), et des opérations dans l'habitat neuf, qui ont augmenté de 5 points (22 % en 2008).
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 242,78 millions d'euros en 2008.

9.3. Les chaudières

- Ce segment connaît une croissance de 53 % avec un volume de 27 070 unités vendues. Alors que ce segment avait présenté la plus forte diminution des volumes de ventes en 2007 (-37,9 %), il présente en 2008 la plus forte augmentation des volumes de ventes de l'ensemble du marché (53 %).
- Les chaudières automatiques à granulés connaissent la plus forte croissance (+105 %) de ce segment du marché. À l'opposé, les chaudières automatiques à céréales affichent la seule décroissance du segment (-45 %).
- La part des équipements labellisés a fortement augmenté, passant de 56 % en 2007 à 73 % en 2008. Cette évolution est essentiellement due à l'augmentation de la labellisation *Flamme Verte* des chaudières au tirage naturel (+27 points) et des chaudières bi-énergie (+29 %).
- Les importations de chaudières sont en augmentation entre 2007 et 2008, passant de 41 % à 48 %.
- On constate une très forte augmentation de la part d'exportation des chaudières, passant de 3 % en 2007 à 16 % en 2008.
- Le principal canal de diffusion des chaudières est celui des grossistes-installateurs pour 93 % des équipements vendus.
- La répartition des opérations est stable par rapport à 2007. 7 % des opérations sont réalisées dans l'habitat neuf et 68 % sont des opérations de renouvellement.
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 78,55 millions d'euros en 2008.

9.4. Les cuisinières

- Ce segment connaît une décroissance de -1 %, avec un volume de ventes de 11 200 unités en 2008. Ce segment avait connu une très forte décroissance (-17,3 %) entre 2006 et 2007.
- La part des équipements vendus et labellisés *Flamme Verte* est restée stable en 2008 par rapport à 2007. Soit 85 % des équipements vendus de ce sous-segment sont labellisés *Flamme Verte*.
- La part d'importation des cuisinières est stable par rapport à l'année dernière.
- La part d'exportation est également restée stable par rapport à l'année dernière.

- Le principal canal de distribution est celui des grossistes-installateurs pour 84 % des cuisinières vendues en 2008. Il représentait 72 % des ventes en 2007.
- 100 % des opérations sont réalisées dans l'existant, 7 % sont des opérations d'équipements et 93 % des opérations de renouvellement.
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 16,37 millions d'euros en 2008.

II. Partie qualitative

1. Synthèse de la partie qualitative

- Le marché du chauffage domestique au bois présente en 2008 une double progression ; au niveau des volumes et de la structuration interne des ventes au sein des segments.
- Afin de répondre à la demande des consommateurs qui évolue vers une plus grande attention portée à un rapport qualité/prix, les professionnels ajustent leur stratégie de ventes et renforcent la qualité de leurs prestations.
- Les professionnels sont plutôt confiants concernant les perspectives de ventes de 2009. Pour eux, le potentiel du marché français repose sur plusieurs types d'opportunités dont ils doivent se saisir afin de pérenniser le niveau d'activité de la filière.
- La R&D est fortement liée à la recherche de performance en vue d'optimiser le rapport qualité/prix.
- Les professionnels ont conscience du rôle de la mesure du crédit d'impôt dans la structuration de la filière. Si certains acteurs craignent sa progressive disparition, d'autres attendent de voir comment le marché pourra se maintenir sans incitation fiscale.

2. Méthodologie utilisée

La partie qualitative de cette étude repose sur des interviews réalisées auprès de fabricants/importateurs ayant répondu au questionnaire quantitatif.

Ces interviews ont été réalisées par téléphone suivant un guide d'entretien préétabli (voir annexe 1).

Ce guide d'entretien portait sur :

- la perception de l'évolution du marché français depuis début 2008 (année 2008, 1^{er} semestre 2009) ;
- l'organisation de la recherche et développement dans les entreprises ainsi que l'impact du crédit d'impôt sur cette activité ;
- l'impact du crédit d'impôt sur le marché.

Les interlocuteurs ne sont pas les mêmes que ceux que nous avons interviewés en 2007, à l'exception des entreprises D2I, Brisach, Nibe Foyers France, Oligier France.

En 2009, ont été interviewés :

- BRISACH, M. Rodriguez, Directeur technique du chauffage au bois
- D2I, M. Postel, Responsable R&D

- DE DIETRICH, M. Cermak, Responsable Etudes de marché
- DOVRE, Mme Avaro, Responsable Marketing et Communication
- FROLING Sarl, M. Baldaufe, Directeur France
- HS France, M. Trendel, Directeur Général
- JOTUL, M. Galea, Directeur Général
- NIBE Foyers France, M. Fernandez, Directeur Général
- OLIGER France, M. Lantz, PDG de l'entreprise
- TÛLIKIVI, M. Schindler, Responsable Vente et Marketing

Les contacts ont été sélectionnés parmi le panel des fabricants ayant participé à la première partie de l'enquête. Une deuxième sélection a été effectuée à partir des types d'appareils vendus, de manière à ce que les différents sous-segments du marché soient représentés dans l'analyse qualitative.

3. Analyse qualitative

3.1. Les principales perceptions du marché français au cours de l'année 2008 et du premier trimestre 2009

Les évolutions majeures perçues par les fabricants en 2008 et au début 2009

Le marché 2008 présente une double évolution par rapport à l'année 2007 : au niveau quantitatif et au niveau structurel. Même si les chiffres ne renouent pas avec les croissances de 2005 et 2006 et malgré le contexte de la crise économique, les professionnels affichent une certaine satisfaction par rapport à l'évolution du marché en 2008. *« C'était très chaud après une année 2005 et une année 2006 exceptionnelles. En 2007, le marché s'est cassé la figure. » (Jotul)*

Au niveau **quantitatif**, les remarques des professionnels se font le miroir des tendances quantitatives identifiées dans la partie étude du marché.

- Pour le segment des poêles, les fabricants confirment une hausse significative du niveau des ventes (+15 %) : *« Le marché est assez bon, avec une progression à deux chiffres. » (D2I)*

« L'année 2008 présente une très bonne évolution, environ 15 % par rapport à 2007. » (Oliger)

- Pour le segment des chaudières également : *« 2008 est une année porteuse, les six premiers mois ont été mauvais, et les six derniers exceptionnellement bons. » (HS France)*

Même si les fabricants « multicatégorie » nuancent selon les sous-segments : *« En 2008 : le marché a fortement augmenté par rapport à 2007, et c'est pas mal. On pense que le marché du bois a subi des variations annuelles extérieures, mais le marché est assez stable quand même. On pense que le marché chaudières/bois devrait être autour de 30 000 pièces en France en 2008. En 2007, on a pris une grosse claque, le marché total a diminué. En 2008, le marché a repris (augmentation de 35 %), on revient au niveau proche des 30 000 pièces. » (De Dietrich)*

« En 2008, les chaudières à tirage forcé se sont développées de manière conséquente, de même que les automatiques à granulés, mais c'est moins sensible. Pour le bois déchiqueté, cela se fait plus tranquillement. » (Froling)

Cette année, les professionnels du segment des chaudières font état de leur inquiétude par rapport à l'irrégularité du marché. Ils ont conscience de la sensibilité de leur marché à de nombreux facteurs externes. *« Le marché des chaudières est en dents de scie. Ce n'est pas un marché stable, il fonctionne avec des hauts et des bas. On ne sait pas si on va faire une autre année correcte. » (HS France)*

Au niveau **structurel**, les tendances identifiées dès 2006 se confirment largement.

- Une importante diminution des ventes de foyers & inserts au profit du segment des poêles : « En 2008, on renoue avec une belle croissance, une croissance en volume de 25 % pour les poêles par rapport à 2007. Il y a une légère érosion au niveau des foyers (-1 %). Le marché est très porteur surtout au niveau des poêles à bois. » (Jotul)

« Le marché est orienté vers les poêles, les foyers fermés & inserts sont stables, voire en légère régression, et les ventes de poêles sont en augmentation. » (D2I)

« Une tendance à la répartition entre les foyers et les poêles. Il y a une grosse mutation pour l'achat de poêles en 2008. » (Nibe)

« En 2008, les ventes de poêles sont égales aux ventes de foyers. » (Nibe)

- Au sein du segment des poêles, la part des ventes de poêles classiques est en décroissance par rapport aux poêles contemporains : « Très clairement, on voit une poussée de la gamme des contemporains et une diminution en ratio des gammes classiques (pertes de parts de marchés). On assiste à un basculement vers le design et le contemporain, c'est la confirmation de ce qui était visible depuis deux ans. » (Jotul)

« Une forte tendance du poêle contemporain est visible, cela s'est confirmé par rapport à avant. On a proposé des nouveautés à la Foire de Paris, beaucoup de poêles contemporains, et cela a été l'explosion, même si les rustiques restent la plus grosse part de marché pour nous. » (Dovre)

Ces évolutions entraînent **une modification dans les stratégies de ventes des professionnels**. Ce phénomène est visible dans différents segments du marché.

- Les cheministes diversifient leurs activités en direction du segment des poêles : « L'année 2008 a été à peu près égale par rapport à 2007, avec un peu moins de foyers et un peu plus de poêles. On a suivi la tendance comme tout le monde sauf que cela ne reflète pas la tendance générale : on reste connu pour les ventes de foyers et cheminées. On va lancer une grosse action de communication pour se faire connaître en tant que fabricant de poêles. » (Brisach)

« Aujourd'hui tous les grands fabricants se sont lancés dans la fabrication de poêles. Les appareils ont été réfléchis, pensés. » (Oliger)

- Les fabricants sont entrés dans une logique de communication et de promotion de leurs produits : « Je pense qu'il faut que l'on soit très inventif par rapport à nos modèles pour que les gens aient envie de renouveler leur parc. » (Brisach)

« Il faut user en priorité d'arguments de vente pour les appareils non polluants. » (Brisach)

« Au niveau de la communication, nous faisons de la publicité dans le métro. » (D2I)

- Cette logique doit valoriser les bénéfices environnementaux de leurs produits : « *Le message commence a passé, et la communication porte sur des aspects économiques et écologiques.* » (Dovre)
- Le design reste un élément important dans le choix des particuliers en ce qui concerne l'ensemble des appareils à l'exception des chaudières : « *On a volontairement réorienté la démarche vers des produits avec plus de design.* » (D2I)

« Le poêle reste un élément de chauffage, c'est également un élément d'ameublement et d'agrément. Cela fait les deux. Une chaudière dans le garage... La dimension esthétique est primordiale : ce la passe en premier dans le choix du client. Il entre dans le magasin et regarde à droite « classique » et à gauche « contemporain ». Il entre avec l'idée d'acheter un chauffage d'appoint et après il choisit au look dans le magasin. Le premier critère de discussion : c'est l'esthétique. » (Jotul)

« La chaudière est une des applications bois, mais pas la plus porteuse. On est en train de réfléchir, car une chaudière est un produit moche, alors que d'autres applications sont plus nobles, plus esthétiques. » (De Dietrich)

Par ailleurs, les professionnels confirment **une évolution de la motivation des consommateurs** vers une plus grande attention portée au rendement des appareils, en parallèle au souci de l'esthétique. Cette évolution tend à se renforcer du fait du contexte économique défavorable. « *Alors qu'avant c'était surtout de la décoration, on perçoit maintenant une motivation économique grandissante.* » (Nibe)

« On relève un souci d'économie à l'utilisation, un souci d'économie à l'achat et dans la maison. Tout change. » (Nibe)

« La demande veut coupler moyens de chauffage, auxquels s'ajoutent le beau et l'écologique. Les demandes de chauffage sont très approfondies. La crise y est pour quelque chose : les gens rationalisent leurs achats. » (Dovre)

Les fabricants répondent en s'adaptant à la demande par un **renforcement de la professionnalisation** de la filière et des prestations clients. Cette démarche est particulièrement visible pour le segment des poêles et des chaudières.

« Nous sommes en train de faire des efforts de formation et de support aux poseurs pour un meilleur service aux clients. Des audits au sein de notre réseau sont en cours. Notre objectif est de sauvegarder la sécurité des consommateurs, et vendre des produits les moins chers possible. » (Brisach)

L'approvisionnement au bois en 2008, un sujet peu abordé par les professionnels interrogés, alors même que cette question avait occupé beaucoup de place dans le discours des professionnels interrogés l'année dernière. Cette année, ils restent critiques mais reconnaissent une évolution positive dans le réseau français. « *Il y a des filières en place pour la distribution de bois bûche ; pour la distribution de granulés, ce n'est pas encore en place. Le bois déchiqueté reste sectoriel, se transporte peu, est moins flexible que les énergies fossiles, car le coût financier est important.* » (Froling)

Certains problèmes sur la qualité du combustible bois persistent : « Les systèmes d'approvisionnement ne suivent pas toujours. Il y a une perte de la culture du bois en France. Pourtant, c'est basique, en plus il y a du bois, mais je trouve que les prix sont décalés par rapport à la qualité. Les gens achètent du bois mouillé au lieu du bois sec. » (Nibe)

« Maintenant, on peut acheter du bois sec. De gros efforts ont été réalisés, mais il en reste à faire dans certaines régions. Il y a aussi une grande quantité de clients qui font le bois eux-mêmes. Chez nous, $\frac{3}{4}$ des clients font le bois eux-mêmes. » (Oliger)

Perspectives et tendances de développement pour 2009 et 2010

Pour l'année 2009, un peu plus de la moitié des professionnels interrogés au cours de cette enquête (6/10) identifient **une perspective de développement stable, avec une tendance à la hausse** par rapport aux résultats de l'année 2008.

Ces professionnels sont aussi bien des fabricants spécialisés dans les segments des poêles que des foyers fermés & inserts ou encore des chaudières. Ces professionnels sont : Nibe, Dovre, Brisach, D2I, De Dietrich et Jotul. « On a vu un léger fléchissement dans la fréquentation des magasins, mais pas dans les commandes. On n'est pas pessimistes pour 2009 : on continue à sortir de nouveaux produits jolis, efficaces à des coûts compétitifs. » (Brisach)

« 2009 est encore une année bénéfique avec 40 % de crédit d'impôt, mais les consommateurs savent qu'en 2010 ce sera 25 %. On maintient pour le moment nos objectifs de vente. » (Jotul)

« On a une incertitude sur la partie enregistrement des commandes à venir. Mais nous maintiendrons notre avance sur 2009 en participant à saisir les autorités avec le SER pour des actions de promotion du chauffage au bois. » (Brisach)

« On s'apprête à boucler la fin du premier trimestre : c'est favorable, en légère progression par rapport à l'année dernière. C'est un bon début d'année, car la saison est bonne. Le niveau est légèrement supérieur à 2008, ce sont de meilleures bases en ce qui nous concerne. Fin 2009 devrait être excellente. » (Jotul)

« Le marché équivaut à 2008, c'est une très belle année. » (Dovre)

Les fabricants Tulikivi, Froling, Oliger, et HS France (4/10) identifient **une tendance de ventes à la baisse pour l'année 2009**. « En 2009, on sera peut-être au même niveau (que 2008) si tout va bien, sinon peut-être 5 à 10 % en dessous de 2008. » (Tulikivi)

« Si l'on fait pareil qu'en 2008, on sera content, c'est-à-dire que cela pourrait être négatif. La tendance générale se présente bien pour nous, mais c'est vrai que l'environnement n'est pas favorable. » (D2I)

« On sent actuellement un ralentissement, un retour à l'année 2007. 2007 était en évolution par rapport à 2006. » (Oliger)

« En général, à cette période de l'année (juin/juillet), on peut prévoir comment l'année va se finir. Cette année, c'est loin d'être le cas. On voit les gens faire des devis, mais rien ne se réalise. » (HS France)

« Un petit retard de 3 % par rapport à l'année dernière. Bois déchiqueté et granulés en diminution. » (Froling)

- La baisse du crédit d'impôt de 50 % à 40 % peut avoir un impact psychologique négatif sur les consommateurs. « À cause du contexte économique, on commence à ressentir une très forte incidence sur les prix. Jusqu'à présent, le prix n'était pas une demande prioritaire. Le crédit d'impôt à 40 % a un impact psychologique négatif. En ce moment, on est sur un nouveau salon et on sent que c'est difficile de passer à l'acte d'achat pour les gens. Il y a le souci du devenir. » (Dovre)
- Par ailleurs, les professionnels constatent pour l'année 2009 une évolution du **panier du prix moyen par foyer**. « Il semble que l'on ait baissé le panier moyen pour les poêles en 2009. Avant, il était en hausse, plus élevé. » (Jotul)

« Le panier moyen est légèrement en baisse au 1^{er} trimestre 2009. » (Dovre)

« On se prépare au fait que le client a moins d'argent à mettre là-dedans. On fait plus d'efforts pour sortir des appareils faciles à poser, hybrides comme le « foyer poêle. » (Brisach)

« Oui, on peut se chauffer avec des poêles peu chers. Ceux qui vendent du haut de gamme vont souffrir, il va falloir courber l'échine et laisser passer. » (Jotul)

Deux facteurs importants ont des impacts difficilement prévisibles et peuvent aussi bien favoriser que pénaliser le marché :

- La météo. « Un hiver très froid est favorable au chauffage au bois. Un hiver froid auquel s'ajoute l'augmentation du prix du fioul favorise le développement du marché. Si c'est un hiver plat et que le fioul n'est pas cher, alors c'est l'effondrement du marché ! » (HS France)
- Le prix de l'énergie. « En 2009 : le marché est fortement lié au prix du fioul. Tant que le fioul reste bas, le marché sera stable. Si le fioul augmente, les ventes repartiront même malgré le crédit d'impôt. Cette année, on attend que le marché se stabilise, car le crédit d'impôt a baissé. » (De Dietrich)

Concernant l'année 2010, les acteurs sont moins nombreux à répondre et plus évasifs dans leurs réponses. Certains ont donné des estimations sur le marché, d'un point de vue **macroéconomique**, pour l'ensemble de la profession. « Il y a la baisse du crédit d'impôt en 2010, donc moins d'attractivité, cela va jouer, pas d'une façon énorme, cela ne met pas les entreprises en danger. On risque quand même d'avoir du mal à faire du chiffre comme avant. » (Froling)

« Pour 2010, c'est une grosse interrogation. Tout ce qui aura été anticipé n'aura plus lieu. Il faut prévoir -25 à -30 % sur le marché. Les plus faibles, ceux qui n'auront pas les reins solides, feront moins 50 %. » (Jotul)

« Le crédit d'impôt va jouer beaucoup. On va connaître ce que l'on a connu il y a environ 15 ans lors de la baisse du crédit d'impôt. Les ventes avaient chuté. La profession avait chuté très sévèrement, en tout cas pour le 1^{er} semestre. » (Dovre)

D'autres ont un point de vue plus **microéconomique**, au regard de l'évolution de leur activité au cours de ces dernières années et de l'intérêt des consommateurs pour leurs équipements. Si les tendances annoncées sont à la baisse, elles s'accompagnent d'actions pour essayer d'anticiper la baisse des ventes. « On se prépare, on pense que le budget communication va être un peu en diminution. » (Oliger)

« Nous sentons un début d'année difficile pour 2010, sauf à proposer des produits extrêmement compétitifs. Notre offre : vous choisirez la carrosserie, vous choisirez le modèle. » (Brisach)

Potentiel et pérennité du marché français pour les années à venir.

Les professionnels de la filière identifient des opportunités dont il faut profiter pour pérenniser le niveau d'activité de la filière.

- Encourager l'amorce de **regroupement** des professionnels en les fédérant, aussi bien pour des actions de lobbying que de communication. Déjà l'année dernière, certains acteurs étaient demandeurs de regroupement pour fédérer la profession et agir collectivement. « Le levier, ce serait de se regrouper. La profession n'est pas une profession fédérée et notre pérennité passera par là. » (Dovre)

« La crise nous pousse à fédérer la profession : plus de regroupements, des actions conjointes, pousser le développement. » (Jotul)

« On tente d'agir par le biais de l'Ademe et du SER. Mais c'est long. C'est une petite révolution sur le terrain. Il n'y a pas de campagne sur le chauffage au bois et pourtant on gagnerait à se positionner par ce biais. » (Dovre)

« La concurrence étrangère est importante, mais les fabricants français ont les moyens pour faire face. » (Oliger)

- Les **politiques** mises en place par les pouvoirs publics en parallèle de cette mesure fiscale. « Le potentiel est effectivement énorme, on va respecter le Grenelle de l'environnement : il est énorme. » (Froling)
- La concurrence avec les autres énergies, qui suscite une émulation chez les fabricants. « Pour amener le client au chauffage au bois, c'est difficile, car il y a beaucoup de concurrence avec les autres énergies, traditionnelles et renouvelables. Le bois est moins sollicité qu'en 07/08. Nos poêles haut de gamme coûtent un certain prix et sont en concurrence avec les pompes à chaleur géothermiques. » (Oliger)
- Le renouvellement du parc des appareils anciens. « Je sais que le potentiel de croissance est là, car on a répondu à la demande pour les nouvelles installations. Il y a tout le potentiel du renouvellement qui n'a pas été exploité (foyers fermés & inserts et poêles). » (Dovre)

- Les atouts de ce mode de chauffage. « *Je reste optimiste pour 2009 et 2010, même si je sais que cela va être plus difficile surtout au niveau de la force de vente, mais le potentiel est là, car on reste sur un achat primordial : se chauffer. Et cela reste économique et écologique. Ces deux thèmes comptent beaucoup aujourd'hui ainsi que l'autonomie par le bois.* » (Jotul)

Un marché qui continue à attirer de nouveaux venus

Un marché encore décrit comme regroupant une multitude d'acteurs.

« *Ce marché reste incroyablement dispersé avec des petits et des très gros.* » (D2I)

« *Beaucoup d'acteurs sont présents... trop !* » (Jotul)

« *Il y a de multiples acteurs, j'ai compté et me suis arrêté à 70.* » (Dovre)

3.2 - L'importance de la R&D

Les enquêtes des deux dernières années ont mis à jour deux tendances sur le marché du chauffage domestique au bois. Tout d'abord, la prise de conscience des professionnels de la nécessité de mettre en place un service dédié à la R&D. Puis les professionnels interviewés avaient mis en avant l'affectation de moyens humains supplémentaires, mais également de moyens technologiques et techniques. « *Notre investissement de ces 3 dernières années est équivalent à celui des 38 années passées. En 2008, sur un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros, 2 ont été consacrés à la R&D pour 2008 et 2009. Pour nous, c'est énorme.* » (HS France)

« *Pour Atra (Atra est une des marques commercialisées par Jotul en France), l'arrivée du crédit d'impôt a été catastrophique : pas de produits conçus pour faire du rendement, juste de l'ambiance et de l'esthétique. L'année 2005 a été catastrophique, on a dû mettre les bouchées doubles.* » (Jotul)

En 2008, la R&D est devenue une **activité incontournable**, intégrée dans une stratégie de vente liée au crédit d'impôt. « *Le crédit d'impôt a entraîné la R&D au-delà de ce qui était demandé. Cela nous a permis de développer des connaissances de fond en termes de développement en recherche appliquée.* » (Brisach)

« *La R&D se traduit chez nous par le nombre de projets/produits nouveaux aboutis/an. Environ 10 par an. C'est beaucoup dans la profession, plus que ce que font nos confrères, je pense. On était sur des produits qui mouraient doucement. On a d'abord joué la carte du design. Avec une pression de plus en plus forte sur les performances. Avant, il n'y avait aucune sensibilité sur les performances en France. Le crédit d'impôt a fait exploser cet aspect-là ; il existe vraiment une envie que cela marche bien.* » (D2I)

En termes d'équipements, les fabricants sont de mieux en mieux équipés pour mener leurs activités de R&D. Ce constat qui était valable pour les acteurs importants l'année dernière commence également à l'être pour des acteurs de taille moyenne. « *Nous avons un laboratoire officiel réalisé à partir des normes obligatoires. Il est très bien équipé. Cette installation est régulièrement mise aux normes depuis 3 ans.* » (Oliger)

« *On fait de la veille technologique, des formations (800 à 1 000 installateurs, grossistes et commerciaux qui défilent dans nos locaux chaque année). Nous envisageons d'engager des partenariats dans le temps à venir.* » (HS France)

La R&D est fortement liée à la **recherche de performances** en vue d'optimiser le **rapport qualité/prix** des appareils vendus. « *C'est une activité très importante aujourd'hui, on a des chaudières aux alentours de 94 % de rendement. On est toujours à l'affût d'un développement plus important et plus économique en termes de fonctionnement et de conception.* » (Froling)

« À la fin de l'année 2007, nous avons fait une mise à niveau essentielle de la gamme, elle nous a coûté cher. On n'a pas sorti un nouveau produit, car on était occupé à améliorer le produit. Le crédit d'impôt nous a obligés à tout revoir dans l'urgence, c'était une question de survie. » (Jotul)

Jugeant les fondamentaux de l'activité acquis ou en cours d'acquisition, les professionnels de la filière misent également sur les **innovations** pour continuer à attirer une nouvelle clientèle et compenser les effets négatifs de la crise. « On a misé sur des innovations : les efforts de R&D ont été multipliés par 2,5 entre 2006 et aujourd'hui. » (Brisach)

« On va essayer de travailler sur ces aspects : en 2009, on lance un poêle à pellets branché sur un circuit d'eau pour les radiateurs. C'est plus esthétique, un appoint d'environ 6 kW qui peut aller dans le salon. Il doit être greffé sur le circuit du radiateur » (De Dietrich)

« Bonne introduction de produits nouveaux avec des analyses de la valeur : on cherche des produits qui collent bien au marché par la "recherche de la juste matière" (utilisation d'un système de conception numérique). » (Brisach)

Les politiques de R&D varient selon le positionnement et le développement de l'entreprise sur le marché.

- Par exemple, pour des généralistes du chauffage : « C'est une activité (la R&D) qui est assez importante. Moins sur le bois, même si on a un projet de pellets nouvelle génération "CF 230" avec un décentrage automatique et un filtre à particules permettant de limiter les émissions de particules. Non, il n'y a pas d'évolutions spécifiques notées sur le marché des chaudières au bois. On n'investit pas dans la recherche. » (De Dietrich)
- Pour des spécialistes, le positionnement est un peu différent : « Développement de produits, contrats de recherche à l'extérieur, il y a aujourd'hui autant de gens à l'extérieur qu'à l'intérieur (bureaux d'études). De plus, nous avons un laboratoire ISO 17025 qui est un laboratoire accrédité. Et nous avons aussi un laboratoire clone des laboratoires normatifs. » (Brisach)

Pour les filiales d'entreprises étrangères implantées en France, les activités de la R&D ont lieu dans la maison mère. « Elle se fait en Finlande entièrement. Dans notre entreprise, il y a environ 600 salariés, et 5 à 6 personnes pour la R&D. » (Tulikivi)

« Comme ce sont des produits fabriqués par notre fonderie en Belgique, ils ont un bureau de R&D intégré. C'est la maison mère qui s'en occupe. Ce sont des produits Dovre. » (Dovre)

Elles ont généralement mis en place un système de veille assez pointu soutenu par un système d'information rodé. « Ce n'est pas moi qui la mène en France. La R&D se fait en Suède et en Norvège. C'est en place depuis longtemps, avec une stratégie de veille et de suivi des évolutions. » (Nibe)

« Sinon, nous sommes en contact avec les importateurs et les revendeurs et nous leur demandons leur avis. On discute avec eux, car ils vendent aussi d'autres marques. » (Jotul)

Ces acteurs, par leur positionnement international, sont souvent en avance sur les acteurs français. « La fonderie raisonne au niveau de l'international, ce sont des gens du Nord, le souci de l'environnement est une culture d'entreprise. Donc on sait qu'automatiquement, on va répondre aux normes du crédit d'impôt. » (Dovre)

« Ce qui est le plus important : design et adaptabilité à la législation. Mais je ne suis pas dans une phase d'investissement pour la R&D, c'est mes concurrents, car chez nous, c'est en place depuis longtemps. » (Nibe)

Les acteurs mettent en place des stratégies de développement pour s'adapter à l'évolution du marché du chauffage domestique au bois français :

- Le design toujours au cœur de la stratégie de R&D de certains acteurs. « La maison mère fait des choses très classiques et nous on développe l'habillage, on fait de la R&D sur l'habillage novateur d'un produit Dovre qui correspond au marché français, qui répond à la tendance. On a un bureau de design depuis un an. On veut étoffer la gamme. On peut répondre à presque toutes les demandes. L'objectif est de sortir entre 4 et 5 nouveaux appareils pour la France en 2009. » (Dovre)
- La diversification des activités de recherche pour les poêliers. « On essaie de rattraper la clientèle des cheminées, secteur en déclin. On part des poêles et inserts Dovre et on crée des poêles cheminées. On va essayer de concilier attrait des cheminées et qualité des poêles pour créer des coups de cœur à partir du look de l'appareil. » (Dovre)

Ou enfin une stratégie qui repose sur la délocalisation des moyens de R&D pour optimiser l'utilisation des compétences existantes aujourd'hui à l'étranger. Un importateur a développé une activité de R&D spécifique sur une marque de produit. « La R&D porte sur les émissions, nous avons un laboratoire en France et un en Scandinavie. Nous avons misé sur les lieux où il y a les compétences, là où ils sont en avance. » (HS France)

Mais certains professionnels rencontrent une difficulté liée à la mise en place inégale des **protocoles de tests de performance** au sein de l'Union européenne. « On est un peu pénalisés, car c'est n'importe quoi en Europe. On a le sentiment que les autres pays n'appliquent pas le même protocole. Dans les faits, la norme européenne c'est n'importe quoi, les marges d'erreur dans les mesures des taux sont parfois énormes selon les pays. » (Brisach)

3.3 – L'action des pouvoirs publics et le rôle du crédit d'impôt

Des effets positifs visibles dans différentes composantes du marché : ventes, emplois, communication, etc.

Une politique publique qui **valorise** l'industrie domestique du bois par le biais même de cette mesure fiscale. « *Les ventes se sont bien passées. Le crédit d'impôt a beaucoup aidé. Cela fait 3 ans que je m'occupe de la France. Il y a une très forte présence dans les médias des énergies renouvelables et de l'écologie, cela aide. Les gens sont conscients. On en parle beaucoup.* » (Tulikivi)

« *Il y a aussi une sensibilité des gens au réchauffement climatique, cela a été un ingrédient formidable, un mélange détonnant et le crédit d'impôt n'est pas le plus faible des trois, car dans le crédit d'impôt il y a 2 choses : l'argent et le crédit du système bois (crédibilise le chauffage bois). Le crédit d'impôt nous désigne comme un acteur de premier plan dans cette démarche écologique.* » (D2I)

« *L'impact est excellent. S'il n'y a plus de crédit d'impôt, je crains de faire 40 % en moins.* » (Jotul)

Plusieurs acteurs reviennent sur le **contexte énergétique** dans lequel le crédit d'impôt a été mis en place. « *Le crédit d'impôt est peut-être arrivé un peu trop tôt car le prix du fioul était bas. En 2008, il y a eu des fluctuations importantes du prix du fioul, et par conséquent l'engouement pour d'autres solutions que le fioul.* » (Froling)

« *Qu'est-ce qui a le plus tiré le marché, le crédit d'impôt ou le prix de l'énergie fossile ? Probablement un peu tout cela.* » (Jotul)

« *Oui, le crédit d'impôt a eu un impact important, on le sent par le biais du passage à 40 %, les gens achètent moins.* » (Froling)

D'autres comptabilisent les **effets positifs** du crédit d'impôt sur le développement de la filière.

- **Accroissement des ventes.** « *Le crédit d'impôt, c'est 40 % de nos ventes, c'est mieux de le diminuer progressivement, car cela crée toujours une demande. Le fait qu'on le baisse, ce n'est pas bien dans l'absolu.* » (Tulikivi)

« *Le crédit d'impôt est très important, il a été un gros bénéfice pour nous. Il permet de faire passer facilement les ventes.* » Dovre

« *Ce qui est sûr c'est que la moitié des décisions d'investir qui ont été prises en 2007 l'ont été par le biais du crédit d'impôt.* » (Brisach)

« *Il a entraîné l'augmentation du CA, de l'activité de l'entreprise, l'augmentation de la communication.* » (Oliger)

« *Le marché aurait progressé quoiqu'il arrive. Ce qui est une excellente chose. C'est un moyen de valoriser les bois qui ne servent à rien. Je suis un archi convaincu. En tant*

qu'industrie, c'est bien. En tant que contribuable, ce n'est pas étonnant que ce soit en déficit : -50 % d'un appareil pour un poêle à 10 000 euros qui chauffe aussi bien qu'à 2 000 euros ! » (Jotul)

- **Développement de l'emploi.** *« Le crédit d'impôt est très favorable, y compris dans la découverte de produits, cela a permis de faire arriver beaucoup de nouveaux produits, de nombreux distributeurs : l'offre est plus visible, les magasins, créateurs d'emplois. La fin du crédit d'impôt peut être anticipée. » (Nibe)*

« Nous sommes en phase avec les chiffres du SER au niveau de l'emploi et de l'activité. Cela a amené beaucoup plus d'activité à l'État que ce que cela ne lui a coûté. » (Brisach)

Un marché qui se structure autour du crédit d'impôt et à partir des critères techniques d'éligibilité définis pour la mise en œuvre de la mesure.

- **Le crédit d'impôt perçu comme un levier de la structuration de la filière et un régulateur** des acteurs du marché. Si le crédit d'impôt a largement contribué à la naissance de nombreux acteurs aujourd'hui présents sur le marché, il devrait également contribuer à le nettoyer des acteurs qui n'arriveront pas à maintenir un volume de vente équivalent avec un taux de crédit à 40 % puis 25 %. *« Des regroupements sont à venir dans 2-3 ans. Certains n'auront pas les reins assez solides, surtout avec la baisse du crédit d'impôt. La diminution de l'aide fiscale fait que certains fabricants se regroupent ou disparaissent. » (Nibe)*

« J'ai le sentiment que c'est un marché très fragmenté qui va se consolider, cela me paraît inévitable. Le crédit d'impôt a probablement artificiellement maintenu cela : les petits s'en sortent aujourd'hui, car le marché a été florissant, mais ceux qui sont trop dépendants vont dégager, être rachetés. » (Brisach)

« L'assainissement du marché va avoir lieu. Il y a de nombreux petits acteurs : trop, et qui sont dans l'impasse : mono produits, chiffre d'affaires inférieur à 10 000 euros uniquement sur le marché français. Le jour où le marché des poêles diminue de 30 % et celui des cheminées de 50 %, ça va faire mal. » (Brisach)

« À la suppression du crédit d'impôt, de nombreux acteurs pourraient disparaître. » (D2I)

« Il y a aussi de nombreux importateurs. Cela va aussi faire le ménage : les petits qui n'ont pas un réseau bien établi, et pas de répartition locale. » (Brisach)

- **Le crédit d'impôt comme facteur d'organisation de la filière.** Le crédit d'impôt entraîne une nécessité de regroupement des fabricants pour la production. « *On s'est développé dans la période du crédit d'impôt, et on a été obligé de se réorganiser : avant les appareils étaient vendus en kits, aujourd'hui ils sont posés par un professionnel. C'est une évolution dans le sens de l'augmentation du niveau de la pose par un professionnel.* » (Oligier)
- **Le crédit d'impôt façonne les ventes.** Aujourd'hui, le marché du chauffage domestique n'est plus composé que de produits au moins éligibles au crédit d'impôt. « *On ne vend pas de produits non éligibles. C'est un frein même à l'achat.* » (Dovre)

« *Les produits non éligibles ? Ils ont disparu.* » (D2I)

« *Tous nos produits sont éligibles au crédit d'impôt. Je ne sais pas trop pour les produits non éligibles.* » (Tulikivi)

Certains voient d'un œil positif la diminution du crédit d'impôt, comme **un gage de stabilité** du marché. « *C'est bien de revenir à un crédit d'impôt plus modeste. Il ne peut pas demeurer à long terme, donc autant avoir un crédit d'impôt durable, mais moins élevé. Cela permettrait aussi de stabiliser l'activité sur la durée. Je suis beaucoup pour la stabilité, pour une réglementation qui dure.* » (Oligier)

« *Je pense que c'est positif que le crédit d'impôt diminue. Maintenant, il faudra que les coûts de production baissent, pour avoir des coûts attractifs.* » (Dovre)

« *Aujourd'hui, si le crédit d'impôt est un déclencheur ou un catalyseur ? On saura en 2010 si le crédit d'impôt est un effet d'aubaine ou un effet réel de prise de conscience.* » Brisach

Un marché assez mûr pour anticiper une seconde diminution du crédit d'impôt ?

D'autres craignent **les effets négatifs de la diminution** du crédit d'impôt dans un contexte de crise économique. « *On va avoir de gros soucis l'année prochaine, avec le passage à 25 %, sauf si la crise s'arrête.* » (Dovre)

« *Concernant la maturité du marché, je crois qu'il y aura toujours un problème de budget. C'est difficile, il faut faire raisonner les gens sur le long terme. Même si on dit que cela va être rentabilisé, cela ne passe pas toujours auprès des clients. Pendant les 2-3 ans à venir, il va falloir du temps pour que les gens pensent naturellement à en installer chez eux.* » (Dovre)

- Des ventes inégalement réparties sur l'année. « *En plus, le changement du crédit d'impôt : ce n'est pas sûr que les gens se bougent. Ce n'est pas bon pour la profession, car d'un coup les gens achètent et il faut installer des chaudières. Comme il n'y a plus assez d'installateurs, les gens vont se tourner vers des installateurs qui ne sont pas labellisés.* » (Froling)

« *Moi je n'ai pas beaucoup de regrets que le crédit d'impôt diminue. Pour le crédit d'impôt à 50 %, beaucoup de gens ont avancé leurs achats, mais cela peut aussi donner*

un contrecoup à l'activité. Car cela se voit dans l'activité, c'est le rush en fin d'année, ça va être pareil fin 2009, car beaucoup de gens voudront profiter à 40 %. » (Oliger)

« La baisse du crédit d'impôt va avoir un très fort impact. Pour le moment, il y a une forte demande, car tout le monde veut en profiter. L'année dernière, quand il y a eu une baisse de 10 %, nos revendeurs avaient beaucoup de demandes quand les gens se sont réveillés. Tout d'un coup, c'était trop tard. » (Tulikivi)

- **Des difficultés d'ordre pratique** sont soulevées par quelques professionnels.
« Mais pour les clients qui font faire des maisons aujourd'hui, et celles-ci seront livrées en 2010... alors 40 % ou 25 % ? » (Jotul)

Des critiques sont adressées sur le niveau d'éligibilité des critères techniques pour le segment des chaudières

Un fabricant de chaudières explique que les normes européennes actuellement en vigueur sont supérieures (86 %) aux critères techniques d'éligibilité (70%) au crédit d'impôt demandés aux fabricants de chaudières. Il explique que les critères d'éligibilité au crédit d'impôt pour ces appareils auraient pu évoluer à la hausse en janvier 2009 (à 75 %). Cette évolution n'a pas eu lieu, elle serait le fait du lobby des chaudières à bas rendement dont les stocks restent conséquents.

« Une chaudière avec un rendement à 90 % produit moins 20 % de polluants et environ 10 fois moins d'émissions. En 2008, sur 28 000 chaudières vendus, 15 000 étaient du bas de gamme. Le reste du haut de gamme. Il vaudrait mieux garder un crédit d'impôt élevé et ne le donner que pour des chaudières à haut rendement. Concrètement sur le terrain, le crédit d'impôt, on fait tout pour ne pas y arriver en remplaçant par une chaudière bas de gamme. » (HS France)

Il regrette que le rendement minimum exigé comme critère d'éligibilité au crédit d'impôt soit aussi bas en France (70 %), inférieur à celui demandé par l'Union européenne (86 %) « *L'aberration : aujourd'hui pour qu'un appareil soit éligible, il faut qu'il ait 70 % de rendement. Aujourd'hui le crédit d'impôt ne prime pas l'excellence, mais le moyen, le médiocre.* » (HS France)

D'autant plus que, techniquement, la fabrication d'appareils plus performants paraît bien avancée. « *On commence à réduire les volumes de chaudières à rendement modeste pour du haut rendement. À partir de 2008 : les chaudières haut rendement commencent à prendre beaucoup d'importance dans les produits mixtes.* » (Froling)

« Le crédit d'impôt n'a pas eu d'impact sur notre R&D. Aujourd'hui, on participe au niveau européen à l'élaboration des classes 4 et 5. Aujourd'hui, aucun de mes produits n'est plus classe 3. » (HS France)

D'autres critiques sont adressées en lien avec le contexte énergétique actuel.

- Certains évoquent **l'incohérence du système par rapport aux prix des énergies conventionnelles, et suggèrent une indexation du crédit d'impôt sur le prix du fioul** : « *C'est un peu embêtant de mettre un crédit d'impôt de 25 % sur*

des produits qui valent 20 000 euros. Je tiens ces propos par rapport à la situation conjoncturelle d'aujourd'hui : le fioul est moins cher que le granulés, c'était l'inverse l'été dernier. Il n'y a pas de stabilité des prix du fioul. Le marché monte et descend par rapport au cours volatil du fioul. Dans un marché où le fioul n'est pas cher et où le crédit d'impôt descend : c'est une catastrophe. » (HS France)

« Je trouve regrettable et contradictoire de le diminuer, contradictoire avec l'ambiance et les textes actuels (Grenelle). Économiquement, il faut aider les gens. Cela se voit à plusieurs niveaux. 75 % des ventes sont concernées, c'est énorme. Pour l'année prochaine, il faut faire quelque chose. » (Dovre)

Quelques pistes pour prendre le relais du crédit d'impôt

- Étendre les incitations fiscales en faveur du chauffage au bois dans le bâtiment. *« Tout ce qui est incitation à rénovation dans l'existant, l'habitat neuf. Il faut que le chauffage au bois soit pris en compte par des **professionnels du bâtiment** comme pour le solaire thermique. » (Jotul)*

*« Ce qui est important : **la RT 2010**. Il faut que les poêles à bois soient inclus dedans. » (Dovre)*

- Une meilleure coordination des critères d'éligibilité des différentes mesures existantes en faveur des énergies renouvelables. *« Les critères d'éligibilité de l'éco prêt sont pour des appareils de classe 3. Comme le client peut cumuler l'éco prêt et le crédit d'impôt dans certaines conditions, c'est complexe, car ce ne sont pas toujours les mêmes critères d'éligibilité. » (HS France)*

Il va plus loin, expliquant que « Flamme Verte a les mêmes critères que l'éco prêt. Mais pas les mêmes critères que le crédit d'impôt. Il faut pouvoir changer les critères du crédit d'impôt pour les coller à Flamme Verte et l'éco prêt à partir de janvier 2010. Pourquoi simplement ne pas élever le niveau du crédit d'impôt ? » (HS France)

Concernant **le label Qualibois**, la plupart des professionnels interrogés semblent manquer de recul sur le sujet comme d'expérience pratique. *« Je ne connais pas très bien. Je crois que les producteurs de bois se sont unis pour avoir les mêmes standards de vente. Les clients ont du mal à trouver du bois. C'est différent selon les régions. Cela pourrait être mieux. » (Tulikivi)*

« On n'utilise pas Qualibois. Pas assez, certainement. Comme on est une jeune société, on est dans la 5e année, on commence à analyser. On a pris des parts de marché. » (Dovre)

« C'est bien pour des gens qui achètent du bois, c'est l'assurance d'un bois de qualité. » (Oliger)

Pour quelques professionnels plus avertis, Qualibois ne valorise pas la compétence réelle. *« C'est bien, mais cela ne doit pas devenir un outil corporatiste, un outil de promotion de certaines corporations... Par exemple, demander une adhésion à un code NAF du*

bâtiment, c'est peut-être excessif. Il faudrait plutôt œuvrer pour la reconnaissance d'une vraie compétence professionnelle et non pas pour l'imposition d'une fonction juridique. » (Brisach) Qualisol

Par ailleurs, le mode d'attribution du label est critiqué. Aujourd'hui, le label est donné aux installateurs soit sur présentation d'un dossier, soit à l'issue d'une formation théorique. Au début de la création du label, la certification était donnée à l'issue d'une formation pratique chez l'industriel.

*« La formation qui existait à la base : une formation Qualibois chez un industriel. Cela n'a pas bien fonctionné longtemps. Cela coûtait cher et il n'y avait pas de valorisation, dans la mesure où on ne pouvait pas leur donner un diplôme. **Je propose qu'on nous réinvite à la table des négociations.** Là, il nous faut payer pour avoir le label. » (HS France)*

***Pour le prêt « éco PTZ »**, les professionnels attendent de voir comment va évoluer l'utilisation de ce label. « Je ne sais pas trop si cela aura un impact par rapport à l'équipement bois. C'est trop nouveau pour qu'on puisse le dire. » (Oliger)*

« Cela a un impact pour les consommateurs. C'est plus performant pour nous. C'est bien que les appareils à bois puissent bénéficier du taux 0. » (Nibe)

III. Conclusions et recommandations

- En 2008, le marché présente une hausse des ventes d'appareils de chauffage domestique au bois de 13 % par rapport à 2007. Cette hausse est visible dans les trois plus importants segments du marché : foyers & inserts, poêles et chaudières. Elle est due à la convergence de plusieurs facteurs : hausse du prix du pétrole, diversification de l'offre en direction des consommateurs, mesure du crédit d'impôt.
- D'après les commentaires des professionnels interviewés, les ventes ont principalement été réalisées dans la seconde moitié de l'année 2008, et plus particulièrement en fin d'année, lorsque la publication de la diminution du taux du crédit d'impôt à partir du 1^{er} janvier 2009 a été officielle.
- La répartition des ventes entre les différents segments du marché a évolué conformément aux tendances identifiées depuis 4 ans. Avec un volume de ventes de 217 040 pièces, le segment des poêles affiche en 2008 une croissance à deux chiffres (15 %), alors que le segment des foyers & inserts présente une croissance plus faible (9 %). Même si le volume de ventes de ce segment est supérieur à celui des poêles, il subit une forte concurrence de la part de ce dernier. Les chaudières connaissent une croissance de 53 % confirmant l'irrégularité de ce marché après la décroissance des ventes de 37,9 % l'année dernière.
- La part globale des ventes labellisées *Flamme Verte* a diminué, passant de 89 % en 2007 à 79 % en 2008. Ce phénomène est lié au fait que de nombreux fabricants ont concentré leurs efforts sur l'accessibilité aux critères techniques du crédit d'impôt, plus exigeants que ceux de *Flamme Verte*.
- Le volume d'importation reste stable par rapport à celui identifié en 2007, environ 80 % des appareils vendus sont produits sur le territoire français.
- Les GSB ne sont plus le principal canal de distribution d'équipements bois en 2008. À proportion presque égale (35 %), les consommateurs passent par des grossistes-installateurs pour acheter leurs équipements de chauffage au bois.
- Les opérations d'équipements dans l'habitat ancien représentent 83 % du marché. Au sein de ce segment, les opérations d'équipement et de renouvellement s'équilibrent.
- Le rebond des ventes que connaît le marché du chauffage domestique au bois en 2008 a permis à de nombreux industriels de renouer avec des résultats à la hauteur des investissements financiers et techniques mis en œuvre depuis la mise en place du crédit d'impôt en 2005. Par ailleurs, le marché s'est considérablement structuré en interne, en termes de distribution et de développement des équipements les plus plébiscités, mais également de création d'emplois, de progrès techniques.
- Alors que de nombreux fabricants avaient axé le développement de leur marché sur des critères de « séduction » comme le design, la crise économique et financière les encourage à revoir ces critères de développement pour coller au mieux à la demande des consommateurs, aujourd'hui davantage

préoccupés par des impératifs économiques. Ce phénomène a pour effet de recentrer le développement du marché sur des enjeux d'efficacité des appareils.

- Par ailleurs, les fabricants ont conscience de l'impact du crédit d'impôt sur la structuration du marché, aussi bien en termes positifs que négatifs. Les points positifs sont l'augmentation des ventes, le développement de l'emploi, l'augmentation de la performance énergétique des appareils. La mesure fiscale a également joué un rôle de régulateur du marché, permettant à de nombreux acteurs de se positionner sur ce marché, mais a également contribué à le nettoyer des acteurs qui ne seront pas capables de se maintenir après sa disparition.
- Quelques fabricants pensent que la mesure fiscale maintient artificiellement le marché et que sa disparition progressive va constituer un bon test de la structuration de ces 5 dernières années.
- Si certains redoutent la diminution puis la disparition du crédit d'impôt, cela ne les empêche pas d'envisager de manière plutôt optimiste les ventes pour l'année 2009. En revanche, ils anticipent déjà les difficultés à venir pour l'année 2010.
- Les professionnels du segment des chaudières regrettent que le niveau d'éligibilité des critères techniques au crédit d'impôt n'ait pas évolué à la hausse en janvier 2009 (passage de 70 % à 75 %) alors que les normes en vigueur à l'échelle européenne sont supérieures (86 %). Par ailleurs, ils ne comprennent pas que le taux de crédit d'impôt passe de 40 % à 25 % en 2010 pour la filière bois au même titre que d'autres filières énergies renouvelables comme les pompes à chaleur.
- Face à cela et en prévision de l'après crédit d'impôt, les professionnels suggèrent d'étendre les incitations fiscales en faveur du bois dans le bâtiment. Certains espèrent que la RT 2010 inclura une réglementation en faveur du chauffage domestique au bois. Par ailleurs, ils demandent une meilleure coordination des critères d'éligibilité des différentes mesures existantes en faveur des énergies renouvelables : éco prêt, crédit d'impôt, label *Flamme Verte*.

IV. Fiches de présentation des entreprises

Les pages suivantes présentent les fiches de chaque acteur ayant répondu au questionnaire.

Les fiches sont présentées dans le document Excel joint à ce rapport. La version papier du rapport intégrera les fiches de chaque répondant.

ANNEXES

Annexe 1

Questionnaire de collecte



Observatoire des énergies renouvelables
146, rue de l'Université 75007 - Paris

www.energies-renouvelables.org

Enquête 2009 sur le marché des appareils de chauffage domestique au bois

Cette année encore, Observ'ER et l'Ademe collaborent (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) pour réaliser le suivi du marché français des appareils de chauffage au bois destinés aux particuliers.

Cette étude, menée auprès de *l'ensemble des fabricants et importateurs* de matériels de chauffage au bois présents sur le marché français, a *deux objectifs* aussi importants l'un que l'autre :

- suivre l'évolution de ce secteur de marché avec le détail de l'ensemble des types d'appareils qui le composent ;
- suivre, dans l'ensemble de ce marché, l'évolution des ventes d'appareils bénéficiant de la mesure de crédit d'impôt.

L'enquête concerne les types d'appareils suivants :

- les chaudières à bois (bois seul ou polycombustible) ;
- les cuisinières à bois (cuisson seule ou couplée à un chauffage central) ;
- les poêles à bois ;
- les foyers (foyers fermés, inserts, foyers chaudières et récupérateurs de chaleur).

La plus stricte *confidentialité* est garantie concernant les informations recueillies. Celles-ci seront utilisées suivant la règle du secret statistique. Les chiffres collectés ne seront diffusés que sous une forme agrégée. Aucune information individuelle et nominative ne sera rendue publique.

Nous savons combien votre temps est compté. Néanmoins, votre participation est indispensable pour *assurer un suivi au plus près des réalités du marché*. Nous vous remercions par avance pour votre coopération.

Ce questionnaire est à compléter et à retourner pour *le 6 mars* par courrier électronique, télécopie ou par voie postale à

Observ'ER

À l'attention de Marie-Emmanuelle Crozet
146, rue de l'Université, 75007 Paris
Tél. : 01 44 18 00 80 – Fax. : 01 44 18 00 36
E-mail : marie-emmanuelle.crozet@energies-renouvelables.org

Votre société

Nom de l'entreprise :

Nature de l'entreprise (fabricant, distributeur, importateur) :

Nom de la personne ayant répondu au questionnaire :

Sa fonction :

n° de téléphone :

Adresse électronique :

Votre entreprise était-elle adhérente à la charte *Flamme Verte* ?

En 2007 oui non

En 2008 oui non

Quel était l'effectif* total de votre société en 2008 ? :

Quel était l'effectif* uniquement relatif à l'activité bois énergie en 2008 ? :

* En équivalent temps plein

Vos ventes en 2008

Merci d'indiquer vos ventes en France, sous vos propres marques ou sous les marques que vous importez, pour l'année 2008

Type	Nombre d'appareils vendus en 2008			
	Labellisés « <i>Flamme Verte</i> »	Autres	Total 2008 dont nombre d'app. Importés ¹
Foyers et inserts				
Récupérateurs de chaleur				
Foyers fermés				
Inserts				
Foyers chaudières				
Poêles				
Poêles classiques				
Poêles contemporains				
Poêles cheminées				
Poêles scandinaves				
Poêles massiques ²				
Poêles à granulés				
Chaudières				
Tirage naturel				
Turbo				
Bi-énergie				
Automatiques à plaquette				
Automatiques à granulés				
Automatiques à céréales				
Cuisinières				
Cuisinières simples				
Cuisinières chaudières				

¹ Merci d'indiquer la (ou les) marque (s) des appareils importés ainsi que le pays d'origine

Les exportations en 2008

Si vous êtes un fabricant français, merci de préciser le nombre d'appareils que vous avez exportés en 2008

Type	Nombre d'appareils exportés en 2008	
	Labellisés « <i>Flamme Verte</i> »	Non labellisés « <i>Flamme Verte</i> »
Foyers et inserts		
Récupérateurs de chaleur		
Foyers fermés		
Inserts		
Foyers chaudières		
Poêles		
Poêles classiques		
Poêles contemporains		
Poêles cheminées		
Poêles scandinaves		
Poêles massiques		
Poêles à granulés		
Chaudières		
Tirage naturel		
Turbo		
Bi-énergie		
Automatiques à plaquette		
Automatiques à granulés		
Automatiques à céréales		
Cuisinières		
Cuisinières simples		
Cuisinières chaudières		

Merci d'indiquer les pays vers lesquels vous exportez vos produits :

Distribution

Merci d'indiquer, pour chaque type de produit, la part que représente chaque réseau de vente pour votre société (en %)

Type	Ventes directes aux utilisateurs	Grossistes/ installateurs	Réseau d'installateurs exclusifs	Grandes surfaces de bricolage	Total
Foyers et inserts					
Récupérateurs de chaleur					100 %
Foyers fermés					100 %
Inserts					100 %
Foyers chaudières					100 %
Poêles					
Poêles classiques					100 %
Poêles contemporains					100 %
Poêles cheminées					100 %
Poêles scandinaves					100 %
Poêles massives					100 %
Poêles à granulés					100 %
Chaudières					
Tirage naturel					100 %
Turbo					100 %
Bi-énergie					100 %
Automatiques à plaquette					100 %
Automatiques à granulés					100 %
Automatiques à céréales					100 %
Cuisinières					
Cuisinières simples					100 %
Cuisinières chaudières					100 %

Les types d'opérations réalisées

Merci d'indiquer pour chaque catégorie d'appareils la part que représentent les différents types d'opérations suivants en 2008 (en %)

Appareils	Opérations dans l'habitat neuf	Opérations dans l'existant		Total
		Opérations d'équipement	Opérations de renouvellement	
Foyers et inserts¹				100 %
Poêles				100 %
Chaudières				100 %
Cuisinières				100 %

¹ La transformation d'un foyer ouvert en foyer fermé ou en insert est considérée comme une opération d'équipement

Votre activité en 2008

Merci d'indiquer votre chiffre d'affaires hors taxe 2008 par type d'appareils vendus, pour l'ensemble de vos ventes, sur le marché français

Votre activité	C.A. H.T. en 2008
Foyers et inserts	
Récupérateurs de chaleur	
Foyers fermés	
Inserts	
Foyers chaudières	
Poêles	
Poêles classiques	
Poêles contemporains	
Poêles cheminées	
Poêles scandinaves	
Poêles massiques	
Poêles à granulés	
Chaudières	
Tirage naturel	
Turbo	
Bi-énergie	
Automatiques à plaquette	
Automatiques à granulés	
Automatiques à céréales	
Cuisinières	
Cuisinières simples	
Cuisinières chaudières	

Vos ventes d'appareils éligibles au crédit d'impôt en 2008

Merci d'indiquer vos ventes sur le marché français d'appareils éligibles au crédit d'impôt en 2008

Type d'appareils	Nombre d'appareils vendus éligibles au crédit d'impôt
Foyers et inserts¹	
Foyers fermés	
Inserts	
Foyers chaudières	
Poêles²	
Poêles classiques	
Poêles contemporains	
Poêles cheminées	
Poêles scandinaves	
Poêles massiques	
Poêles à granulés	
Chaudières³	
Tirage naturel	
Turbo	
Bi-énergie	
Automatiques à plaquette	
Automatiques à granulés	
Cuisinières⁴	
Cuisinières chaudières	

¹ Sont éligibles au crédit d'impôt, les appareils conformes aux normes NF EN 13229 ou NF D 35376

² Sont éligibles au crédit d'impôt, les appareils conformes aux normes NF EN 13240 ou NF D 35376

³ Sont éligibles au crédit d'impôt, les appareils conformes aux normes NF EN 303.5 ou EN 12809

⁴ Sont éligibles au crédit d'impôt, les appareils conformes aux normes NF EN 12815 ou NF D 32301

Nous vous remercions pour votre participation

Observ'ER

À l'attention de Marie-Emmanuelle CROZET
146, rue de l'Université, 75007 Paris
Tél. : 01 44 18 00 80 – Fax 01 44 18 00 36

E-mail : marie-emmanuelle.crozet@energies-renouvelables.org

Annexe 2

Guide d'entretien fabricant/importateur

Guide d'entretien à destination des fabricants d'appareils domestiques de chauffage au bois

1. Introduction (2 mn)

- Contexte de l'étude : Étude commandée et cofinancée par l'Ademe sous l'égide du ministère de l'Industrie
- **Confidentialité** des informations qui seront données dans l'entretien.
- Présentation du sujet de la discussion : « l'enquête annuelle des ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois pour 2008 & 2009 ». Cette partie qualitative vient compléter la partie quantitative de suivi des volumes vendus en 2008.
- Ancienneté sur le marché français de l'entreprise interviewée.
 - Depuis combien de temps travaillez-vous sur le marché français ? Quand votre entreprise a-t-elle été créée ? Types d'appareils vendus ?

2. Perception du marché français au cours des deux dernières années (2008 et 1^{er} trimestre 2009) (10 mn)

Évolution

- Quelles ont été les principales évolutions que vous avez observées sur le marché des appareils de chauffage domestique au cours de l'année 2008 et du 1^{er} trimestre 2009 ?
- Globalement, quelles sont celles qui ont été les plus importantes pour votre activité :
 - Comment a évolué l'activité de votre entreprise en 2008 par rapport à l'année 2007, en 2009 par rapport à l'année 2008 ?

Perspectives

2.1. Perspectives du marché français

- Comment appréciez-vous le potentiel de croissance du marché français ?
- Comment percevez-vous l'avenir de la filière ? Comment estimez-vous le développement du marché en 2009 ? en 2010 ?
- Quels sont les facteurs de pérennité des entreprises françaises ?
- Quelle est votre perception de la structuration du marché ?

2.2. Perspectives de votre activité

- Comment percevez-vous l'avenir de votre activité ? Comment analysez-vous cet avenir par rapport à la perspective de diminution du taux de crédit d'impôt depuis 2009 ?
- Quelles sont les tendances de vente sur le marché en 2010, concernant vos produits ? Par rapport à la crise économique et financière ?
- Comment estimez-vous le développement du marché en 2010 ?

2.3. GSB

- Quelle part les ventes par les GSB représentent-elles sur ce marché ? Dans quelle mesure pensez-vous qu'aujourd'hui les GSB proposent des conditions d'installations qui respectent les textes du crédit d'impôt (estimation en % des ventes) ?
- Pensez-vous que les ventes d'appareils de chauffage au bois réalisées par le biais des GSB pourraient augmenter, le prix de vente au consommateur final étant souvent inférieur à celui pratiqué par les autres réseaux de vente et d'installation existants ?

Nous allons maintenant aborder quelques thèmes plus spécifiques

3. La recherche et développement (7 mn) (Est-ce que le discours est convenu ou est-ce une réelle démarche industrielle ?)

- Quelle est l'importance de la R&D dans votre activité ? Comment cela a évolué au cours de ces 2 dernières années (*détailler la notion d'importance : en termes financier, en termes d'effectif, de technologie et de formation*).
- Comment s'organise la R&D dans votre entreprise ?
- Sur quels aspects porte la R&D dans votre entreprise ? *ex.: R&D sur les performances, sur le design, rapport qualité/prix (réduction du coût final), etc.*
- Comment s'est illustrée la R&D dans votre activité au cours des 2 dernières années ?
- Pensez-vous que le crédit d'impôt ait aujourd'hui un impact sur votre activité de R&D ?
- Pensez-vous que les réductions demandées en termes d'émissions polluantes influent sur vos activités en matière de R&D ?
- Quelles sont les principales évolutions observées actuellement ?

4. L'action des pouvoirs publics (5 mn)

- Quatre ans après la mise en place du crédit d'impôt, comment jugez-vous l'impact global de la mesure sur votre activité ?

- Quelle est votre appréciation du choix de diminuer progressivement le crédit d'impôt, avec un passage du taux de crédit d'impôt de 50 % à 40 % en 2009 ?
- Le crédit d'impôt a-t-il joué sur la conquête de nouveaux consommateurs ?
- Quels effets la mesure de crédit d'impôt a-t-elle eus sur les produits qui n'étaient pas éligibles ?
- Recommandations pour optimiser l'application de la mesure/recommandations pour optimiser l'efficacité de la mesure.
- Qualibois ? Qu'en pensez-vous ? Comment l'améliorer ?
- Le prêt à taux 0 écologique (« éco PTZ » pour les travaux d'isolation thermique) peut-il avoir un impact sur le choix d'investissement des consommateurs en faveur d'appareils de chauffage domestique au bois ?

Remerciements