



Étude qualitative 2021 du marché des appareils domestiques de chauffage au bois

Avec le soutien de :



Juillet 2021

Préambule et méthodologie	p. 3
Partie 1 – Le marché 2020	p. 6
1. Les chiffres de l'ensemble du marché en 2020	p. 7
2. L'activité des différents segments	p. 11
Partie 2 – La structuration de la filière	p. 18
1. Le contexte réglementaire	p. 19
2. L'offre industrielle	p. 31
3. Le profil des consommateurs	p. 39
4. Évolutions des prix et gammes	p. 41
Partie 3 – Les actions de soutien	p. 44
1. Le dispositif MaPrimeRénov'	p. 45
2. L'offre Coup de pouce Chauffage	p. 48
3. Les actions de communication	p. 50
4. Le rôle des Espaces Info Énergie	p. 52
Partie 4 – Perspectives	p. 54
1. Perspectives à court terme	p. 55
2. Perspectives à moyen terme	p. 56
3. Recommandations	p. 57

Préambule

Ce rapport présente les résultats du volet qualitatif de l'étude relative au suivi 2021 du marché français des appareils domestiques de chauffage au bois.

Cette étude est en libre téléchargement sur le site Internet d'Observ'ER :

(<http://www.energies-renouvelables.org>), dans la section « Les études d'Observ'ER ».

Cette étude a été réalisée
par Observ'ER avec le soutien
financier de l'Ademe



L'étude n'engage que la responsabilité d'Observ'ER et ne représente pas l'opinion de l'Ademe. Celle-ci n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y figurent.

Méthodologie de l'étude

Ce rapport s'appuie sur les résultats d'interviews de fabricants, de distributeurs et d'acteurs représentatifs du marché français des appareils domestiques de chauffage au bois. Ces interviews ont été réalisées par téléphone, en suivant un guide d'entretien préétabli. Les principales thématiques abordées dans le guide sont :

- ✓ la perception des acteurs sur l'évolution du marché en 2020 et les premiers mois de 2021 ;
- ✓ la perception des acteurs sur la structuration du marché actuel (acteurs en présence, organisation de la distribution, activités à l'import et à l'export, etc.) ;
- ✓ la perception des acteurs sur les actions de qualification des installateurs et de labellisation du matériel ;
- ✓ la perception des acteurs sur les perspectives d'évolution du marché ;
- ✓ les principaux thèmes de travaux en termes de R&D ;
- ✓ la perception des acteurs sur l'action des pouvoirs publics.

Le choix des acteurs interviewés a été guidé par la représentativité du panel global sur :

- ✓ l'ensemble des segments couverts (foyers fermés, inserts, poêles, chaudières, cuisinières) ;
- ✓ leur origine (entreprises françaises ou étrangères) ;
- ✓ les différents modes de distribution des appareils ;
- ✓ leur spécialisation sur le marché bois (spécialisé dans les appareils bois ou généraliste diversifié dans la filière bois, mais dont le cœur d'activité est davantage sur le segment des appareils à énergies classiques : électricité, gaz, fioul).

Bilan de l'étude qualitative 2021

Thématiques	Avis des acteurs	
Orientation du marché des appareils à bûches		<ul style="list-style-type: none"> • Diminution des ventes de 15,3 % en 2020. • Mais a mieux résisté aux mesures sanitaires.
Orientation du marché des appareils à granulés		<ul style="list-style-type: none"> • Diminution de 17,5 % en 2020. • Première diminution de l'ensemble des appareils à granulés depuis l'introduction des équipements automatiques en France.
Orientation du marché des chaudières	 	<ul style="list-style-type: none"> • Le marché des chaudières automatiques, porté par la mesure Coup de pouce chauffage, résiste et augmente de 2,4 %. • Les chaudières à bûches diminuent fortement (- 28,4 %).
L'offre industrielle		<ul style="list-style-type: none"> • Un poids des importations qui reste prédominant (63 %). • Un ralentissement des nouveaux entrants sur le marché. • Croissance d'une offre d'entrée de gamme.
La demande		<ul style="list-style-type: none"> • Les offres bois se démocratisent auprès des ménages les plus modestes. • Le renouvellement dans l'existant est le type d'installations majoritaire et montre la fidélisation de la clientèle pour le bois.
Contexte réglementaire et label		<ul style="list-style-type: none"> • Les industriels se disent prêts aux normes européennes EcoDesign. • Le label Flamme Verte dans l'incertitude face à l'arrivée d'un potentiel label européen mais soutenu par les fabricants français.
Les actions de soutien	 	<ul style="list-style-type: none"> • La mise en place de MaPrimeRénov' a été très bénéfique pour les ventes, malgré des débuts difficiles sur le plan du traitement des dossiers. • L'offre Coup de pouce apporte un dynamisme supplémentaire aux chaudières. • Une filière encore trop peu visible, et qui a du mal à faire entendre ses arguments.

PARTIE 1 – LE MARCHÉ 2020

1. Les chiffres de l'ensemble du marché en 2020

1.1. Une baisse globale des ventes de 16,4 % en 2020

Ventes en unité	2018	2019	2020	2019-2020
Poêles	291 070	282 640	237 550	-16,0 %
Poêles à granulés	152 960	149 510	121 550	-18,70 %
Poêles à bûches	137 085	132 000	113 910	-13,70 %
Poêles de masse	1 025	1 130	1 060	-6,19 %
Poêles mixtes	-	-	1 030	-
Foyers fermés & inserts	71 360	71 010	56 240	-20,8 %
Inserts à bûches	32 810	34 150	28 650	-16,11 %
Foyers fermés bûches	30 590	29 450	22 060	-25,09 %
Inserts à granulés	4 390	4 700	3 740	-20,43 %
Foyers fermés à granulés	3 570	2 710	1 790	-33,95 %
Chaudières	12 135	18 650	17 800	-4,6 %
Chaudières à granulés	6 900	14 190	14 530	2,40 %
Chaudières à bûches	4 600	3 830	2 720	-28,98 %
Chaudières bi-énergie	455	360	280	-22,22 %
Chaudières à plaquettes	165	270	270	-
Chaudières à céréales	15			
Cuisinières	4 415	4 340	3 275	-24,5 %
Cuisinières simples à bûches	2 520	2 220	1 890	-14,86 %
Cuisinières chaudières à bûches	1 320	1 440	990	-31,25 %
Cuisinières à granulés (simples et chaudières)	575	680	395	-41,91 %
Marché total	378 980	376 640	314 865	-16,4 %

Source : Observ'ER, Suivi du marché 2020 des installations domestiques de chauffage au bois (2021).

1.1. L'orientation de l'activité en 2020

Le marché 2020 en quelques points

- Pour la troisième année consécutive, les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois ont été orientées à la baisse sur le marché français. Cependant, si les baisses observées en 2018 (- 1,5 %) et en 2019 (-0,6 %) avaient été très modérées, celle de 2020 est sévère. Avec 314 865 pièces vendues en 2020, l'activité du secteur est en forte baisse par rapport à 2019 (- 16,4 %, soit 61 775 appareils en moins).
- Sur le segment des appareils indépendants (foyers fermés, inserts, poêles et cuisinières), les ventes d'équipements à bûches sont en forte chute par rapport à 2019. Elles sont passées de 63 600 unités à 50 710 pour les foyers fermés et inserts (- 20 %). Même constat pour les poêles à bois, les ventes passent de 133 130 unités à 116 000 en 2020 (- 13%).
- Du côté des appareils automatiques, le chute des ventes de poêles, qui représentent 95 % des ventes totales d'appareils indépendants automatiques, a été de 19 % (121 550 contre 149 510 en 2019). Ce recul est le plus important jamais observé sur le segment des appareils à granulés.
- Pour la première fois sur le marché français, les appareils à granulés dans leur ensemble (tous types confondus) ont vu leurs ventes baisser en 2020 (- 17,3 %).
- Le seul sous-segment à ne pas connaître de baisse est celui des chaudières automatiques qui croît légèrement à 14 530 unités (+ 2,4 %). Dans le même temps, les chaudières à bûches ont enregistré une très forte réduction de leurs ventes, en passant de 3 830 pièces en 2019 à 2 720 (-29 %).

1.1. L'orientation de l'activité en 2020

Une année 2020 essentiellement marquée par la crise sanitaire liée à la Covid-19.

« De 2020 on retiendra essentiellement la crise sanitaire et l'arrêt de l'activité. Au final, il n'y a pas eu de catastrophe mais il a fallu vite réagir et nous avons adopté, voire inventé durant cette période, des façons de fonctionner qui ont ensuite été intégrées à notre fonctionnement classique. »

« 2020 a été une année très spéciale. Avec la Covid, les magasins ont été fermés de mars à mai. Nous passons par les grandes surfaces de bricolage (GSB) pour une bonne part de notre activité, si nous avons vendu pas mal de stocks aux GSB en tout début d'année. Ensuite, les ventes en sortie de caisse se sont arrêtées. Beaucoup de ventes ont été loupées. »

« Il y a eu un frein sur les ventes liées à la période Covid, surtout le premier confinement. Tous les segments de marché ont été impactés de façon similaire. »

Une activité en baisse mais qui n'a pas été aussi mauvaise qu'on aurait pu le craindre.

« Dans l'ensemble, 2020 n'a pas été une année si mauvaise. Cela n'a pas été la catastrophe à laquelle on aurait pu s'attendre. Nous avons fait un chiffre en baisse de 10 % par rapport à 2019. En fait, les ventes du deuxième semestre ont été très fortes car d'ordinaire nous avons un chiffre d'affaires des foires et salons qui n'est pas négligeable au cours d'une année. En 2020, ce chiffre a été nul. Mais les ventes en magasins ont totalement récupéré les pertes du premier confinement et le CA des salons et foires. »

« Comme tout le monde, le confinement de 2020 a totalement arrêté notre activité. Ensuite, à partir de l'été, un rattrapage s'est opéré et nous avons eu au final une année 2020 presque normale. Les ventes ont été à peine inférieures à celles de 2021, donc plus de peur que de mal. »

« Le premier semestre a été plutôt bon car nous avons fait trois très bons premiers mois. Ce qui nous a surtout ralenti, c'est que sur l'ensemble de l'année 2020, les installateurs ont eu deux mois d'arrêt dans leur activité. Donc, quand ils ont repris l'année, ils ont dû faire en 10 mois ce qu'ils devaient faire en 12 mois d'ordinaire et il a donc manqué des ventes. Donc une année plus courte et finalement on s'en sort plutôt bien. »

« Pour nous, 2020 a été assez compliquée mais nous avons eu une très bonne année en termes de volumes de vente. Peut être parce que les gens étaient coincés chez eux. Tous les segments ont augmenté. »

1.2. L'impact de la crise sanitaire

Une organisation profondément chamboulée de par la crise Covid.

« Il y a eu des enseignements du confinement. Nous avons vu certains de nos revendeurs totalement couler car ils n'ont pas pu s'adapter à la situation et d'autres, qui ont travaillé le référencement des produits, ont trouvé des nouveaux contacts, ont communiqué différemment auprès des clients, et qui ont réussi à redresser leur activité. Cela nous a conduits à essayer de réformer nos méthodes et, à l'avenir, essayer de travailler différemment. Par exemple, nous essayons de trouver de nouveaux fichiers de contacts, travailler avec les réseaux sociaux, etc. »

« La saisonnalité des ventes, qui d'ordinaire rythme notre activité, a été totalement inexistante en 2020. On a vogué au rythme des confinements. Par exemple, nous avons beaucoup travaillé en mai et juin, alors que d'habitude c'est une période calme pour nous. Il a fallu s'adapter mais nous avions des stocks depuis le début d'année et ils ont été écoulés à ce moment. »

« La crise sanitaire nous a poussés à innover à la fois en interne mais également dans notre relation avec les clients. Nous avons développé les webinaires, les capsules vidéo à destination des clients, les assistances SAV en vidéo. Ce sont des outils qui sont désormais dans notre quotidien. »

« Clairement, il y a eu un impact parce que les grandes surfaces de bricolage ont eu des chiffres négatifs avec le second confinement qui est tombé en pleine saison. Normalement à l'automne, les ventes sont très importantes. Nous avons eu entre -7 et -11 % pour nos ventes sur cette période. »

Pour une bonne part des professionnels interrogés, la météo n'a pas eu d'impact sur le marché.

« La météo a très peu joué en 2020. L'année a été particulièrement chaude et on a l'habitude de dire que les années chaudes ne sont pas bonnes pour le secteur mais il ne faut pas surévaluer ce phénomène. Si en début de saison (septembre ou octobre) il y a un coup de froid, il peut y avoir des achats d'impulsion qui permettent de bien commencer les ventes mais c'est rarement plus que ça. En 2020, les gens sont restés chez eux et ils ont pris plus soin de leur résidence, de leur confort. C'est surtout ça qui s'est passé. »

« Il n'y a pas eu d'impact de la météo sur les ventes. 2020 a été une année très chaude mais malgré cela, à partir du moment où les points de vente ont été à nouveau ouverts, l'activité est repartie très fort. »

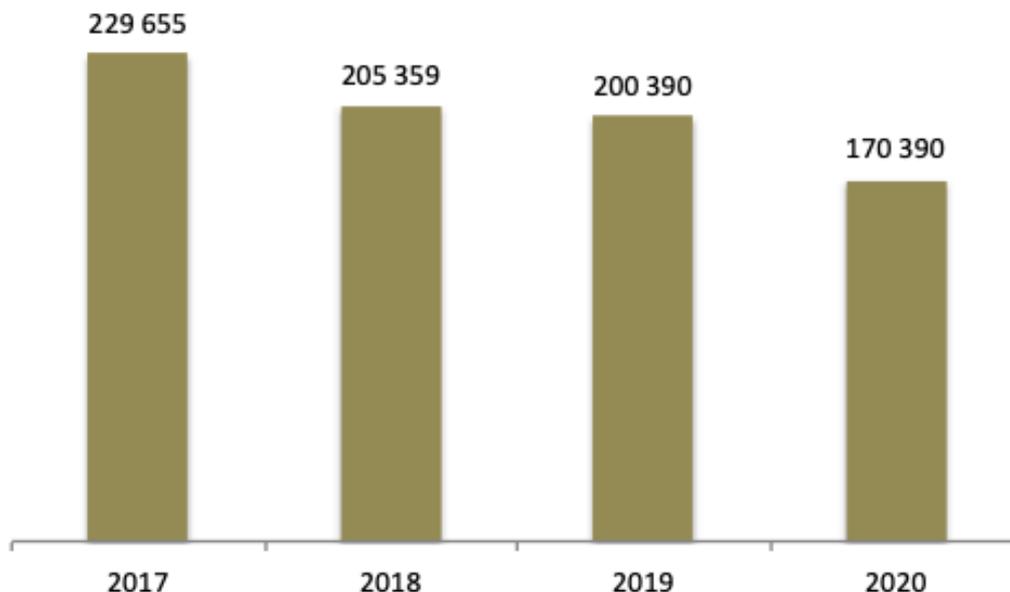
2. L'activité des différents segments

2.1 Les appareils indépendants à bûches

Les appareils indépendants de chauffage désignent les équipements qui ne sont pas reliés à une boucle d'eau chaude pour chauffer différentes pièces d'un logement. Appartiennent à cette catégorie les appareils suivants :

- Les foyers fermés
- Les inserts
- Les poêles
- Les cuisinières

Évolution des ventes d'appareils indépendants à bûches



Source : Observ'ER, Suivi du marché 2020 des installations domestiques de chauffage au bois (2021).

2.1 Les appareils indépendants à bûches

Dans l'ensemble, les ventes sont en recul par rapport à 2019.

« Lorsqu'on fait le bilan de 2020, les appareils à bûches sont une nouvelle fois en repli, notamment sur les foyers fermés et inserts. Mais paradoxalement, le résultat n'est pas aussi rude que les années précédentes. »

« Il n'est pas possible de lutter contre les appareils à granulés. C'est globalement le type d'appareils que demandent la plupart des consommateurs. Mais il reste tout de même des clients attachés à la bûche et au mode de vie que cela implique. »

Cependant, plusieurs professionnels semblent noter un certain retour des consommateurs vers les appareils à bûches.

« On a senti un retour vers les équipements à bûches, même si le mouvement n'est pas flagrant. Pour nous c'est peut-être associé au fait que nous avons sorti des nouvelles gammes. »

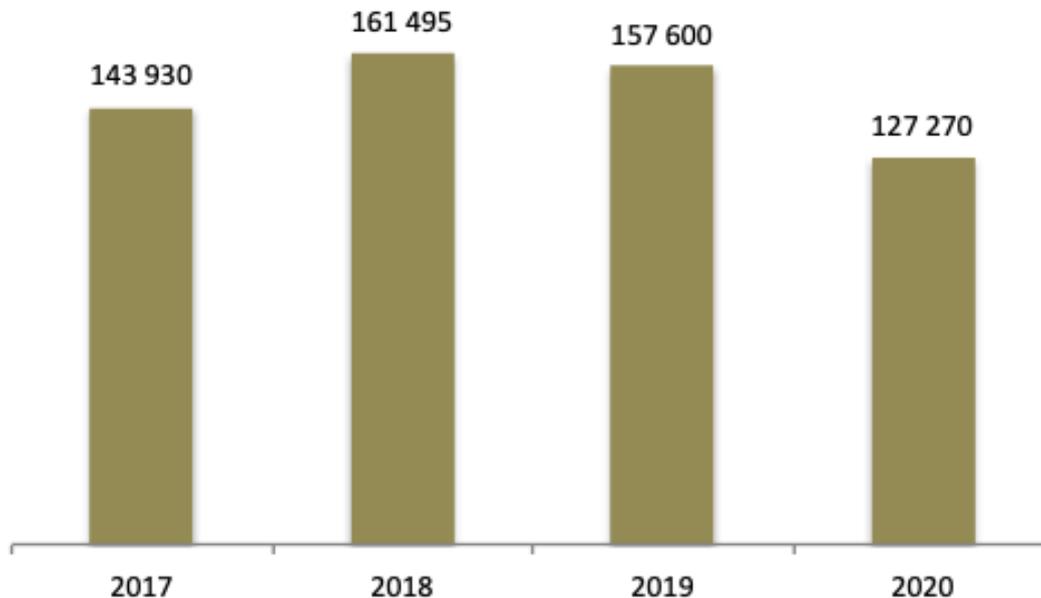
« À mon avis, on propose de bons services commerciaux et après-vente. Le client est bien suivi. Ça peut expliquer nos bons résultats sur les bûches par rapport au marché. »

« Nous avons observé un petit renforcement de la dynamique des appareils à bûches mais pas suffisamment significatif pour le considérer comme notable. »

« On a vu un regain de dynamisme pour les appareils à bûches. Les ventes ont été meilleures qu'au cours des années passées. Je pense que la conversion de foyers ouverts en inserts ou foyers fermés a joué en faveur des appareils à bûches. Les Français sont restés chez eux deux mois et ils ont eu le temps de penser leur intérieur. »

2.2 Les appareils indépendants à granulés

Évolution des ventes d'appareils indépendants automatiques



Source : Observ'ER, Suivi du marché 2020 des installations domestiques de chauffage au bois (2021).

- Pour la première fois sur le marché français, les appareils à granulés dans leur ensemble (tous types confondus) ont vu leurs ventes baisser en 2020 (- 17,3 %).

2.2 Les appareils indépendants à granulés

Les ventes d'appareils à granulés ont été durement impactées en 2020.

« Les appareils à granulés ont nettement reculé en 2020. Nous n'avons pratiquement pas vu de recul de ventes sur les poêles à granulés depuis que nous les avons introduits dans notre catalogue. »

« 2020 aurait dû être exceptionnelle et elle ne l'a pas été. Hormis les chaudières, tous les appareils à granulés ont fait moins bien en 2020 qu'en 2019. La baisse est de l'ordre de 10 ou 15 % et elle a été assez généralisée. »

Plusieurs pistes sont avancées pour expliquer cette baisse.

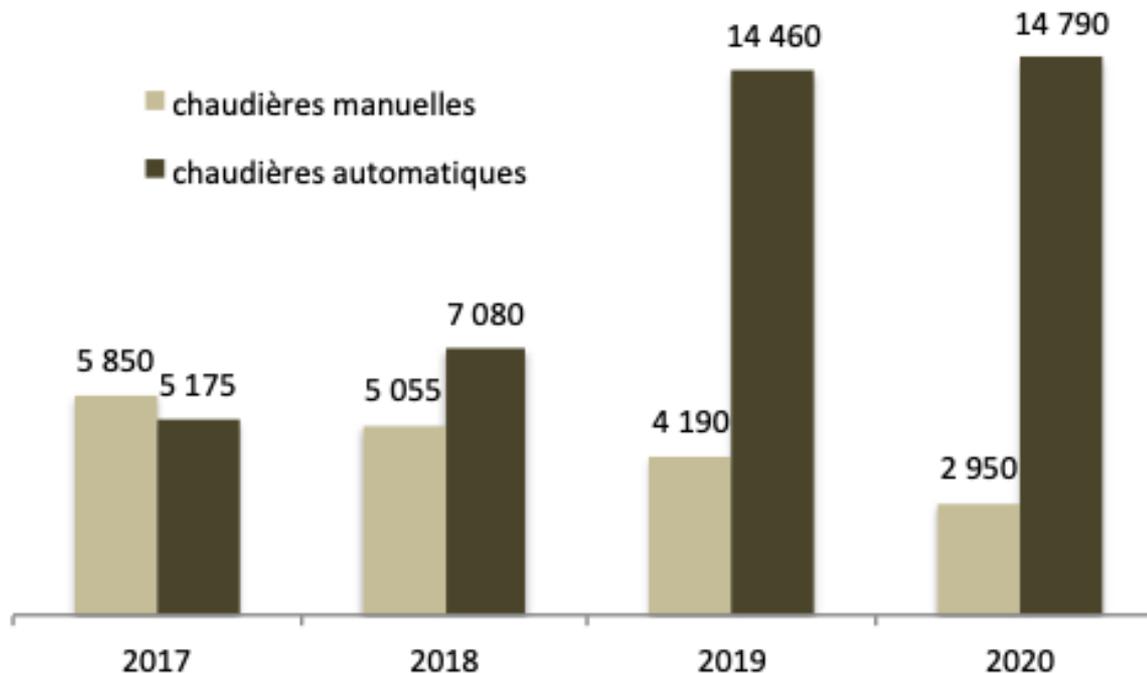
« Les appareils automatiques sont plutôt vendus par des installateurs en direct. Et avec le confinement, les ventes se sont arrêtées. Ce sont des produits plus techniques qui sont plus compliqués à appréhender pour les clients des grandes surfaces de bricolage. Ce type de vente n'est pas mis en avant spécialement en magasin, tout ce qui est nouveau leur fait peur, contrairement aux professionnels qui aiment se démarquer. Globalement, ça prend beaucoup plus de temps de faire intégrer de nouveaux produits sur les réseaux de bricolage. »

Un professionnel tempère toutefois les analyses qui peuvent être faites sur l'activité de 2020.

« 2020 a été une mauvaise année pour les granulés mais ne pense pas qu'il faille beaucoup analyser ce résultat car l'année passée a été trop particulière Il faudra voir comment s'orientent les choses en 2021 pour éventuellement en tirer des analyses. »

2.3. Les chaudières

Évolution des ventes d'appareils de chaudières automatiques et à bûches



Source : Observ'ER, Suivi du marché 2020 des installations domestiques de chauffage au bois (2021).

- Les chaudières automatiques constituent le seul segment de marché, ayant des ventes significatives, qui a réussi à faire progresser son activité en 2020.
- La dynamique du segment dans son ensemble est portée par les chaudières à granulés dont les ventes ont été multipliées par près de 5 depuis 2010.

2.3. Les chaudières

Les chaudières automatiques ont une nouvelle fois tiré leur épingle du jeu.

« Depuis 2016, le secteur des chaudières dans son ensemble était en croissance régulière année après année. 2020 est venue stopper momentanément cette dynamique mais il n'y a rien d'alarmant car c'était le fait d'un événement très particulier qui, je l'espère, n'arrivera plus. En 2021, le secteur des chaudières va repartir de l'avant mais avec toujours les équipements à granulés comme locomotive. »

L'offre Coup de pouce Chauffage comme principal soutien au marché.

« Il y a une tendance très forte depuis deux ans sur les chaudières à granulés en France. L'origine est simple : la mise en place du dispositif Coup de pouce Chauffage avec en ligne de mire : le remplacement de toutes les chaudières fioul. En 2019, les ventes ont doublé. En 2020, l'année partait très bien jusqu'au premier confinement. Après, on s'est adaptés, on a changé nos modes opératoires et on a fini pratiquement au même niveau que 2019. Sans le confinement, on faisait encore +50 %. Coup de pouce Chauffage combiné à MaPrimeRénov', cela a changé le profil du secteur des chaudières en France. »

Pour les chaudières à bûches, les professionnels sont inquiets.

« Les acteurs de ce segment sont inquiets. Les chiffres de 2020 ont été mauvais avec -20 % sur les ventes, comparés à 2019. Les professionnels demandent à ce qu'on remplace aussi les anciennes chaudières à bûches. Il faudrait aussi des aides spécifiques pour mieux aider le remplacement de vieilles chaudières à bûches par de nouveaux équipements manuels qui sont moins chers que celles à granulés et qui pourraient convenir aux foyers les plus modestes. »

Malgré les résultats décevants de 2020, la grande majorité des professionnels interrogés ont le sentiment d'avoir vécu une année particulière, dont il faut se garder d'analyser les différents effets. Après un premier trimestre qui s'était bien engagé pour l'ensemble des segments, le confinement de mars 2020 est venu stopper net la bonne dynamique des ventes. Le rythme irrégulier de l'activité sur les mois suivants a permis de rattraper une partie du retard et de limiter le recul du marché.

L'impact de la météo n'a été relevé par aucune des personnes interrogées. Pourtant, 2020 a été l'année la plus chaude depuis près d'un siècle en France. C'est uniquement l'impact de la crise sanitaire due au Covid qui a été cité.

En termes d'organisation interne, plusieurs professionnels ont mis en avant les enseignements de cette période qui les a amenés à faire évoluer, souvent au pas de charge, leurs méthodes de management et de vente. Globalement, il a été question d'introduire plus d'actions en distanciel, d'utiliser davantage les réseaux sociaux afin de garder le contact avec les consommateurs. Une bonne part de ces nouvelles méthodes semble perdurer dans l'organisation des entreprises.

Le ralentissement des ventes de granulés sur l'ensemble des appareils indépendants n'inquiète pas outre mesure les professionnels qui pensent que 2021 aura une orientation bien plus positive.

En revanche, sur les appareils à bûches, la situation est plus préoccupante même si quelques professionnels semblent relever un regain d'intérêt pour ce type d'équipements. Cependant, cette observation tient davantage d'un sentiment diffus plus que de réelles observations, les ventes ayant été nettement orientées à la baisse en 2020.

PARTIE 2 – LA STRUCTURATION DE LA FILIÈRE

1. Le contexte réglementaire

1.1. EcoDesign

EcoDesign est une directive européenne dont le but est d'améliorer la performance environnementale de différents produits. Elle met en place des exigences minimales de performance énergétique sur ces produits.

ECODESIGN – Lot 15

Le texte « ECODESIGN – Lot 15 » a été adopté par la Commission européenne, le 28 avril 2016. Celui-ci est entré en application en France le 1^{er} janvier 2020. Il concerne les chaudières.

	Chaudière biomasse à chargement manuel	Chaudière biomasse à chargement automatique
Rendement énergétique	Puissance ≤ 20 kW : rendement saisonnier ≥ 75 % Puissance > 20 kW : rendement saisonnier ≥ 77 %	
Émission de particules fines (PM)	60	40
Émission de composés organiques volatils (COV)	30	20
Émission de monoxyde de carbone (CO)	700	500
Émission d'oxyde d'azote (NOx)	200	

Valeurs exprimées en mg/Nm³ à 10 % d'O₂.

1.1 EcoDesign – Lot 15

La mise en place du lot 15 s'est déroulée sans problème particulier.

« Les chaudières vendues en France viennent de pays (essentiellement l'Autriche) où la réglementation pousse déjà les fabricants à vendre des appareils qui ont des performances énergétiques et environnementales très élevées. La mise en place du lot 15 s'est donc passée de façon fluide. Il y a d'autres sujets qui sont plus préoccupants comme, notamment, la mise en place d'un label européen qui pourrait déclasser Flamme Verte. »

Pour certains professionnels, l'introduction du lot 15 n'aurait pas eu d'effet notable sur le marché.

« Il n'y a eu aucun impact sur le marché en termes de vente ou de question des consommateurs. Rien n'est remonté jusqu'à nous par le biais des installateurs chauffagistes. Nos chaudières répondaient déjà aux seuils et aux critères demandés par la directive. Il n'y a eu aucune difficulté de ce côté-là. Il n'y a eu que des discussions sur la façon de présenter les choses en France par rapport aux autres pays. En plus, l'évolution du label Flamme Verte est aussi un outil important pour faire toujours monter en gamme les équipements proposés. »

ECODESIGN – Lot 20

Le texte « ECODESIGN – Lot 20 » a été adopté par la Commission européenne, le 24 avril 2016. Celui-ci entrera en application en France, le 1^{er} janvier 2022.

Type de produits	Rendement énergétique saisonnier	Émissions de CO (mg/Nm ³)	Émissions de particules (mg/Nm ³)	Émissions de COV (mg/Nm ³)	Émissions de NOx (mg/Nm ³)
Cheminée à foyer ouvert	30 %	2 000, soit 0,16 %	50	120	200
Cuisinière au bois bûches	65 %	1 500, soit 0,12 %	40	120	
Foyer fermé – bois bûches	35 %	1 500, soit 0,12 %	40	120	
Poêle – granulés et bois	79 %	300, soit 0,02 %	20	60	

Valeurs exprimées en mg/Nm³ à 10 % d'O₂.

1.1 EcoDesign – Lot 20

Plusieurs fabricants s'estiment prêts pour la directive.

« Nous sommes prêts depuis longtemps. Notre marque répond déjà aux performances de la norme EcoDesign. Nous sommes globalement prêts pour 2022. On a eu le temps de faire le travail pour mettre à jour nos appareils. Globalement, EcoDesign est assez bien anticipé. »

« Nous sommes prêts depuis longtemps. Notre marque répond déjà aux performances de la norme EcoDesign. »

Mais d'autres s'interrogent sur la réelle portée de la directive.

« L'EcoDesign n'est pas encore bien clair dans le tête des gens, qui se concentrent sur les Certificats d'économie d'énergie (CEE) et MaPrimeRénov'. En effet l'aspect performance mis en avant par la directive EcoDesign semble être un critère moins décisif que le montant d'aide à l'investissement pour les particuliers au moment du choix de l'appareil. »

« Cela est lié à la bataille entre le label Flamme Verte et un potentiel futur label européen. Il faut défendre le label Flamme Verte et faire mieux que ce qui est demandé dans la directive EcoDesign. Un label européen serait très pratique pour ceux qui exportent sur plusieurs marchés en Europe mais cela nous ferait perdre tout le travail fait sur Flamme verte depuis plus de dix ans. »

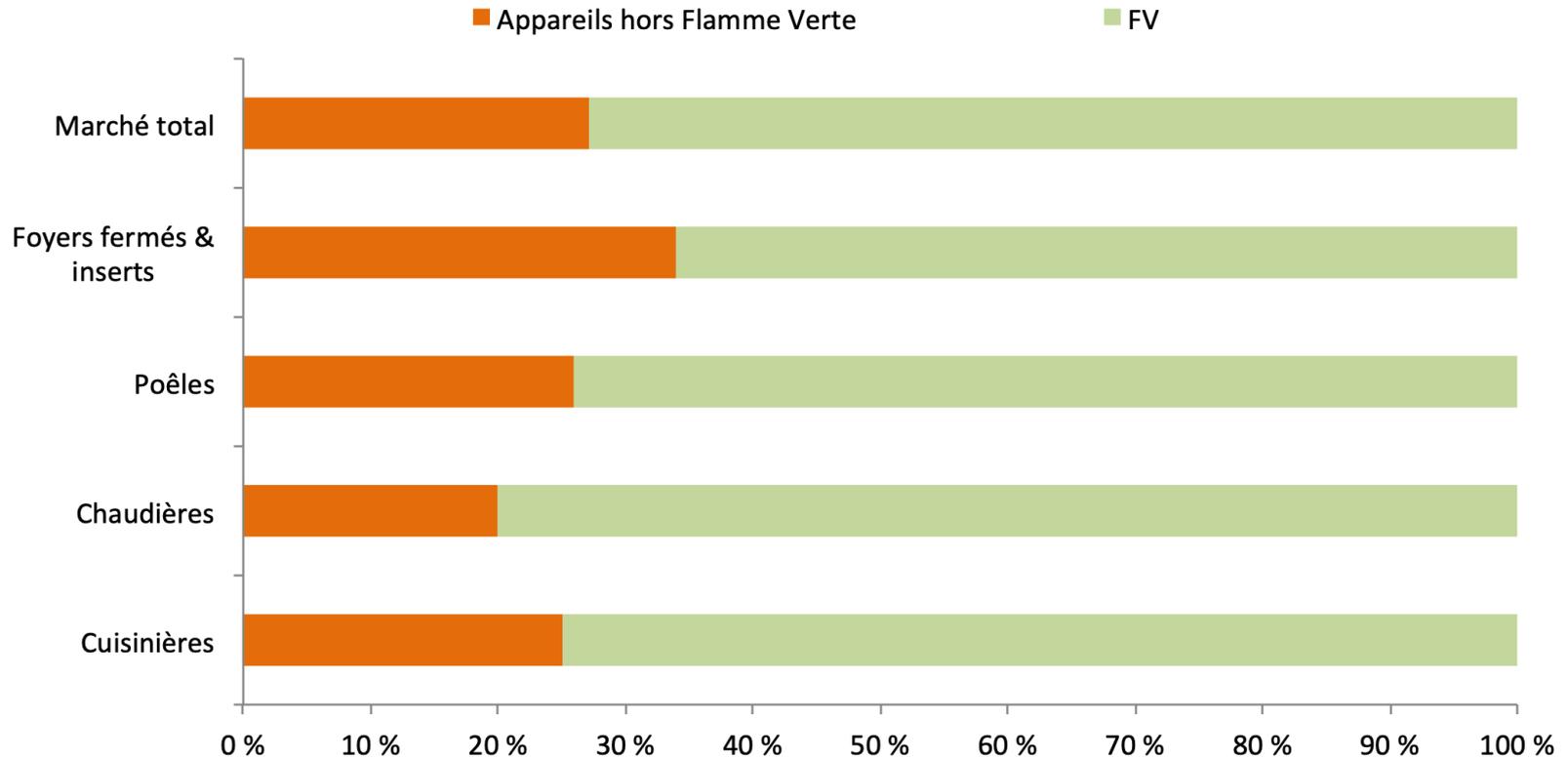
1.2 Quel rôle pour le label Flamme Verte ?

Le label Flamme Verte distingue des appareils de chauffage au bois performants répondant à une charte de qualité précise. Les produits étant labellisés se voient apposer une étiquette indiquant leur « classe » à travers un certain nombre d'étoiles. Dans une perspective d'évolution constante, le label peut supprimer les classes les plus basses et créer des classes plus hautes. Ainsi, les appareils avec un niveau de performance de seulement 4 étoiles ne sont plus labellisés depuis 2012 et ceux avec un niveau équivalent à 5 étoiles ne sont plus labellisés depuis le 1^{er} janvier 2018. Ne restent labellisés actuellement que les produits correspondant aux classes 7 étoiles.

La labellisation est obtenue après un test dans un laboratoire accrédité. Par ailleurs, certains produits peuvent être prélevés sur le marché pour voir si leurs performances correspondent aux résultats obtenus par les tests en laboratoire.

Critères de performance Flamme Verte - 2021	Appareils indépendants	Chaudières
Rendement énergétique	Minimum de 75 % (chargement manuel) Minimum de 87 % (chargement auto.)	Minimum de 77 % (< 20 kW) Minimum de 78 % (> 20 kW)
Monoxyde de carbone (mg/Nm ³)	1 500 soit 0,12 % (chargement manuel) 300 soit 0,24 % (chargement auto.)	Minimum de 600 (chargement manuel) Minimum de 400 (chargement auto.)
Particules fines (PM)	40 mg/Nm ³ à 13 % d'O ₂ (chargement manuel) 30 mg/Nm ³ à 13 % d'O ₂ (chargement auto.)	40 mg/Nm ³ à 10 % d'O ₂ (chargement manuel) 30 mg/Nm ³ à 10% d'O ₂ (chargement auto.)
Oxydes d'azote (NOx)(mg/Nm ³)	200 (chargement manuel) 200 (chargement auto.)	200 (chargement manuel) 200 (chargement auto.)

1.2 Quel rôle pour le label Flamme Verte ?



En 2020, 73 % des appareils du marché français étaient labellisés Flamme Verte.

1.2 Quel rôle pour le label Flamme Verte ?

La majorité des professionnels interrogés reconnaît une pertinence au label.

« Pour le consommateur, il faut éviter la multiplication des référentiels. L'étiquetage énergétique, aujourd'hui, est entré dans les mœurs mais il ne tient pas compte de la partie "émissions de particules". Or, Flamme Verte le fait. C'est l'un de ses points forts. Il faut poursuivre cet objectif car le label a encore une utilité. Il reste pertinent. »

Cependant, beaucoup estiment que le label a besoin d'évoluer.

« À partir de janvier 2022 pour les appareils indépendants, les normes demandées par la directive EcoDesign seront les mêmes que celles de Flamme Verte, donc on peut se demander l'intérêt du label français. S'il n'augmente pas ses performances par rapport à la norme, le label n'aura pas beaucoup de sens. »

« Aujourd'hui, les poêles sont bardés d'étiquettes, et la classe énergétique a tendance à plus parler au client. J'ai le sentiment que la Flamme Verte a tendance à s'essouffler mais on continue à la mettre en avant sur les points de vente. Pour le client final, je ne sais pas si c'est une référence au niveau des poêles à granulés. »

Sur le segment des chaudières, un acteur pense que l'impact du label est faible.

« Je pense que l'impact du label n'a jamais pesé sur le marché des chaudières bois en général. Le consommateur ne nous demande jamais si tel ou tel appareil est flamme Verte ou pas. Au niveau des chaudières, tous les équipements qui peuvent se vendre sont labellisés Flamme Verte, donc il n'y a pas de prime spéciale à être Flamme Verte ou pas. »

1.2 Quel rôle pour le label Flamme Verte ?

Plusieurs pistes d'évolution sont en concertation.

« Ce n'est pas encore finalisé, mais au 1^{er} janvier 2022, le 7 étoiles Flamme Verte va devoir évoluer au-delà de l'EcoDesign. On doit labelliser quelque chose de mieux que la réglementation. On réfléchit aux critères que l'on va choisir. On explore des pistes avec des partenaires européens, comme les labels italiens, pour essayer de converger vers des critères communs. La grosse valeur ajoutée du label c'est d'aller vérifier certains appareils en laboratoire, alors qu'il n'y a pas cette obligation avec l'EcoDesign. Sur les chaudières, on a fait évoluer la classe 7 étoiles, qui va au-delà de l'EcoDesign entré en vigueur le 1^{er} janvier 2020, c'est cette classe qui est prise en compte pour MaPrimeRénov', donc les chaudières aidées aujourd'hui sont déjà meilleures que ce que demande la réglementation européenne. Au niveau de l'installation, pour l'instant on se contente de préconiser des installateurs qualifiés RGE mais on ne fait pas de vérification en fonctionnement réel. Cela dépend trop de la façon dont le client l'utilise, le temps pendant lequel il laisse la porte ouverte pour recharger, etc. »

Un projet de label européen menacerait l'avenir de Flamme Verte.

« Un label européen est en préparation. D'abord sur les appareils indépendants puis ensuite sur les chaudières. Les deux principaux labels en Europe sont Flamme Verte et Aera Pulita, en Italie, et l'idée est de les prendre comme référentiel de base pour un nouveau label européen. »

« Le label Flamme Verte (FV) a besoin de se réformer, c'est une certitude. En parallèle, il y a un projet de label européen pour lequel les industriels allemands et italiens poussent. Flamme Verte est un label sur lequel il y a eu beaucoup d'argent qui a été investi. Il est reconnu par les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Donc partir sur un label européen ce serait partir à zéro, alors que beaucoup de choses ont déjà été faites avec le label français. D'un autre côté, il est important que le label FV demande plus en matière de performance aux équipements labellisés. Il faut évoluer et donner de la visibilité aux pouvoirs publics sur FV, en leur donnant à l'avance l'évolution des normes du label sur les années à venir. Le secteur est dans une situation de stand-by, on ne sait pas vers où aller et j'ai l'impression que la situation n'est pas en faveur de Flamme Verte, malheureusement. À court terme, il faut bouger vite car à partir du 1^{er} janvier 2022 il faudra que les appareils FV soient meilleurs que les appareils répondant à la directive EcoDesign, sinon la balance risque de pencher vers un label européen. »

1.3 Comment la filière appréhende la nouvelle RE2020 ?

Il est prévu l'entrée en vigueur d'une nouvelle réglementation environnementale des bâtiments neufs au 1^{er} janvier 2022, la **RE2020 (Réglementation Environnementale 2020)**. Son objectif est de poursuivre l'amélioration de la performance énergétique et du confort des constructions, tout en diminuant leur impact carbone. Elle s'articule autour de trois principaux axes :

- Poursuivre l'amélioration de la performance énergétique et la baisse des consommations des bâtiments neufs. La RE2020 va au-delà de l'exigence de la RT2012, en insistant en particulier sur la performance de l'isolation, quel que soit le mode de chauffage installé, grâce au renforcement des exigences sur l'indicateur de besoin bioclimatique, Bbio.
- Diminuer l'impact sur le climat des bâtiments neufs, en prenant en compte l'ensemble des émissions du bâtiment sur son cycle de vie, de la phase de construction à la fin de vie (matériaux de construction, équipements), en passant par la phase d'exploitation (chauffage, eau chaude sanitaire, climatisation, éclairage...), via une analyse en cycle de vie.
- Permettre aux occupants de vivre dans un lieu de vie et de travail adapté aux conditions climatiques futures, en poursuivant l'objectif de confort en été. Les bâtiments devront mieux résister aux épisodes de canicule, qui seront plus fréquents et intenses du fait du changement climatique.

La RE2020 repose sur une transformation progressive des techniques de construction, des filières industrielles et des solutions énergétiques, afin de maîtriser les coûts de construction et de garantir la montée en compétence des professionnels. Le champ d'application de la RE2020 est identique à celui de la RT2012, c'est-à-dire qu'elle s'applique en deux temps :

- Dans un premier temps, elle concerne les 4 typologies de bâtiments les plus représentés : les maisons individuelles, les logements collectifs, les bureaux et les bâtiments d'enseignement primaire et secondaire.
- Dans un second temps, elle concerne les bâtiments tertiaires spécifiques : hôtels, commerces, gymnases...

1.3 Comment la filière appréhende la nouvelle RE2020 ?

Plusieurs professionnels ont une bonne appréhension de la future réglementation.

« Je ne suis pas un spécialiste de cette nouvelle réglementation. Elle est en faveur des énergies renouvelables, donc elle ne devrait pas entraver notre activité. »

« On n'a pas assez de détail aujourd'hui. Mais il semble qu'on puisse acquérir une part un peu plus importante dans le marché du neuf avec les appareils bois. Actuellement, le neuf ne représente que 10 % du marché dans notre secteur. »

« On l'appréhende plutôt bien. Nous avons sorti une nouvelle chaudière plutôt dédiée au marché du neuf et la prochaine RE devrait pousser notre marché, même si les chaudières bois ne sont pas les appareils les plus vendus pour équiper le neuf. S'il peut y avoir une diversification de notre activité vers le neuf, ce serait une bonne chose. »

Cependant, certains se sentent peu concernés par les nouvelles réglementations environnementales dans le neuf.

« Cela concerne surtout le neuf et nous sommes très peu présents sur ce marché. »

« Je ne vois pas évoluer la place du chauffage au bois dans le neuf, le neuf est tellement bien isolé que nos gammes sont trop puissantes. »

1.3 Comment la filière appréhende la nouvelle RE2020 ?

La nouvelle réglementation serait plus intéressante pour les appareils automatiques.

« Aujourd'hui, compte tenu du projet de réglementation environnementale en cours, les appareils à granulés passent les seuils d'énergie tout juste, et en termes d'émissions de CO², le bois est bien noté. C'est l'appoint électrique qui risque de plomber un peu la note pour les appareils manuels. En effet, en tant que système utilisé majoritairement en appoint, l'éligibilité des appareils à bûches dépendra du système central auquel il est couplé, à moins peut-être d'un titre V (c'est-à-dire cas particulier du moteur de calcul), avec une distribution hydraulique, ou air, branché à un poêle, par exemple, pour en faire un système de chauffage complet.

Mais, aujourd'hui, pour ce type de solutions on manque de définition des cas dérogatoires (anciennement titre V, c'est-à-dire cas particulier du moteur de calcul), il n'y a pas de procédure titre V pour la RE2020, c'est une demande du Syndicat des énergies renouvelables, d'ailleurs. L'autre solution pour le bois bûche c'est de mieux isoler la maison (un peu plus proche du passif), pour limiter au maximum l'appoint électrique. Pour les chaudières, ça doit passer, surtout qu'il y a aussi l'eau chaude sanitaire (ECS) à prendre en considération. »

Synthèse partie structuration du marché

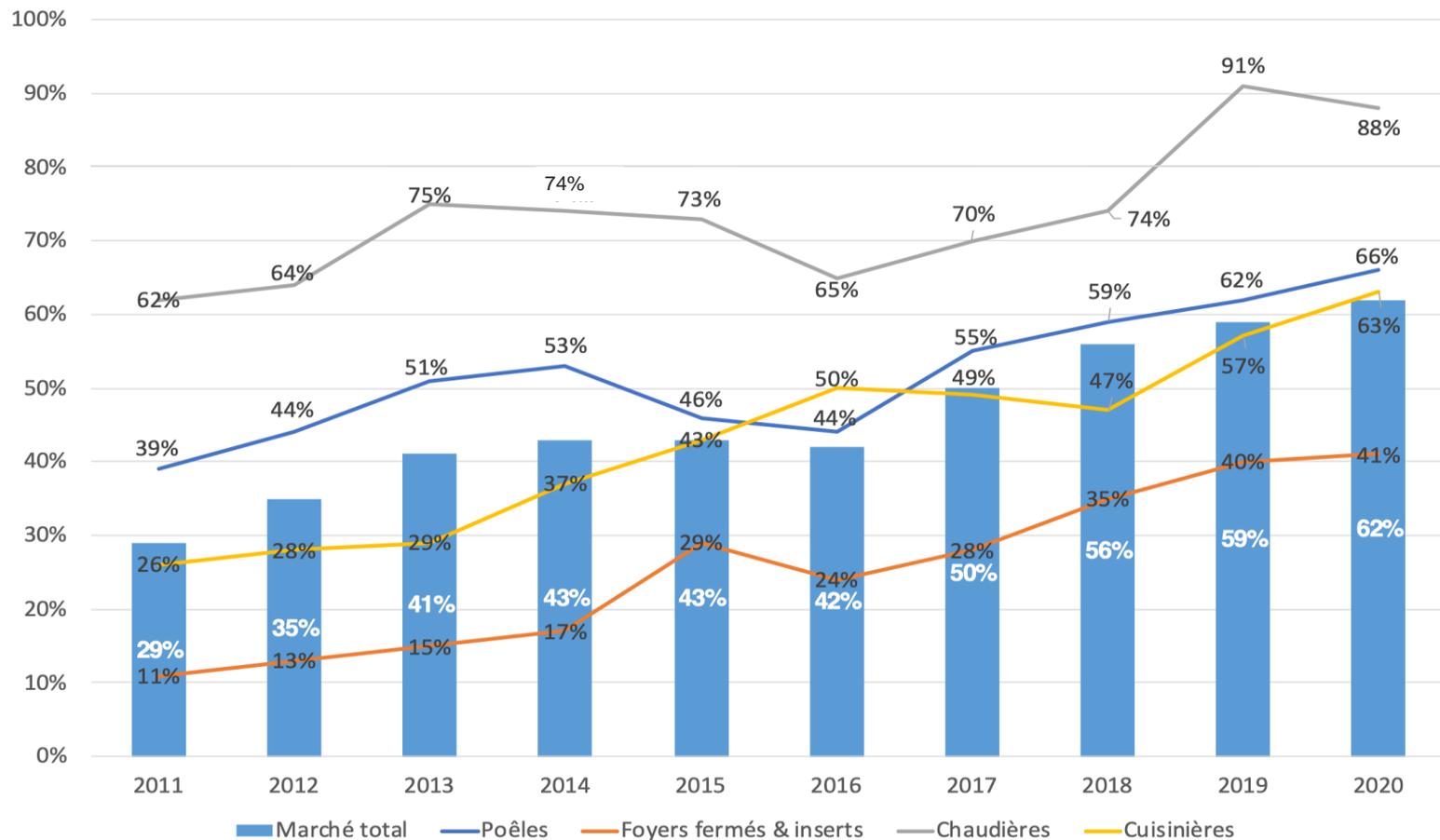
La mise en place du lot 15 de l'EcoDesign (concernant les chaudières) s'est passée sans heurt particulier pour le marché, la majorité des fabricants ayant bien anticipé les seuils demandés par la directive. Il en va de même pour le lot 20 (concernant les appareils indépendants), qui entrera en vigueur en janvier 2022. Certains industriels s'interrogent, cependant, sur l'impact qu'aura la mise en pratique des critères de la directive sur un marché où une grande part des équipements sont adhérents au label Flamme Verte, qui implique déjà des seuils moins égaux à ceux du lot 20.

Le Label Flamme Verte conserve la confiance des professionnels, même si des évolutions sont demandées afin de toujours mieux accompagner la demande et de mettre en avant l'évolution technique des équipements. La réflexion sur l'opportunité de créer un label européen qui se substituerait au label français divise les professionnels. Certains pensent que cela fluidifierait les choses au niveau européen et l'idée semble plaire aux marques présentes sur plusieurs marchés. D'autres craignent que les efforts de reconnaissance et de crédibilité réalisés depuis dix ans autour de la marque Flamme Verte ne soient perdus et que le travail soit à refaire en termes de reconnaissance par les consommateurs.

Dans les bâtiments neufs, le sujet d'actualité est celui de la nouvelle réglementation environnementale (RE2020), dont l'entrée en vigueur a été repoussée à 2022, suite aux pressions exercées par les acteurs du gaz et de la construction sur le gouvernement. Bien que les énergies renouvelables thermiques semblent y prendre une place privilégiée, le détail de la mise en place de cette réglementation n'est à ce jour pas connu. Les professionnels du bois appréhendent positivement la future RE2020 qui ne pourrait qu'améliorer leur positionnement dans le neuf, sans pour autant représenter une révolution pour la filière. Ce sont d'ailleurs les appareils automatiques qui semblent se démarquer positivement dans les moteurs de calcul, contrairement aux appareils manuels considérés comme des systèmes d'appoint.

2. L'offre industrielle

2.1 Un marché très ouvert aux importations



En 2020, 62 % du marché français des appareils de chauffage domestiques au bois portaient sur des équipements fabriqués à l'étranger. En 2011, ce taux était évalué à 29 %.

2.1 Un marché très ouvert aux importations

Sur le marché des appareils indépendants, les fabricants français assument leur choix d'importer des équipements à granulés.

« Nous importons une bonne part de nos produits à granulés vendus en France. Ils sont fabriqués en Europe selon nos propres cahiers des charges et ce sont des appareils de qualité. Ce choix nous permet de maîtriser nos coûts de production pour rester compétitifs. »

« Le fait d'importer des appareils automatiques revendus sous des marques françaises n'est pas une mauvaise stratégie. Les entreprises françaises restent leaders sur le secteur des appareils à bûches et achètent des appareils à granulés à l'étranger qu'ils intègrent dans leur catalogue. Si 100 % de l'offre française d'appareils automatiques était produite en France, cela ne changerait pas fondamentalement les choses. Certes, une partie plus importante du chiffre d'affaires du secteur se ferait en France mais les équipements des marques sérieuses n'en seraient pas bien meilleurs. »

Sur le marché des chaudières, l'offre française se limite aux équipements à bûches.

« Il y a très peu d'offres françaises de chaudières automatiques à granulés. Les entreprises nationales n'ont pas travaillé ce sujet et sont restées sur le segment de la bûche. Tant mieux pour nous (en tant qu'entreprise étrangère NDA). Aujourd'hui, le train est déjà loin. Il faudrait beaucoup d'investissements à une marque française pour mettre sur le marché un produit compétitif et fiable en face de la concurrence étrangère hyper rodée. Sur ce segment (chaudières à granulés NDA), il n'y a pratiquement que des marques étrangères et les meilleures sont autrichiennes. »

2.1 Un marché très ouvert aux importations

Sur le marché des appareils indépendants, les acteurs observent toujours une forte diversification des acteurs mais il y aurait peu de nouveaux arrivants.

« Quelques nouveaux acteurs arrivent mais ce n'est pas violent. Il y a surtout les acteurs en place qui essayent de faire grossir l'activité actuelle en se diversifiant. »

« Il y a toujours des nouvelles entreprises qui arrivent et d'autres qui quittent le marché. Mais de notre point de vue, ce n'est pas un souci. Nous avons continué à augmenter notre chiffre d'affaires en France. »

« Je crois que le mouvement s'est calmé ces dernières années. Toutes les grandes marques étrangères (allemandes, autrichiennes, italiennes ou belges) sont désormais sur le marché français et il y a peu de nouveaux entrants majeurs. »

Sur le marché des chaudières, des nouveaux arrivants se placeraient sur le segment des appareils d'entrée de gamme.

« 2020 et 2021 ont été des années sans salons ou foires, donc c'est plus difficile de voir les éventuels nouveaux entrants mais j'ai le sentiment qu'il y a toujours des nouvelles marques sur le créneau low cost qui arrivent sur le marché français. La mise en place des aides MaPrimeRénov' et du Coup de pouce Chauffage ont eu un impact sur les ventes, notamment en 2019, et l'information a circulé à travers l'Europe. Le marché français des chaudières reste l'un des plus attractifs d'Europe. »

Un acteur voit un mouvement de concentration des marques sur le segment des chaudières.

« J'ai le sentiment que l'on observe un mouvement de concentration. Les plus gros fabricants de chaudières connaissent les plus belles croissances ces deux dernières années, alors qu'à côté de cela il y a plusieurs industriels, plus petits, pour lesquels c'est plus difficile et qui perdent du terrain. J'ai l'impression que nous allons vers un resserrement du nombre d'acteurs pour les années à venir. L'organisation du marché est en train de changer. »

2.2 Des exportations qui ne se développent pas

Part des exportations dans les ventes des fabricants français

Types d'appareils	2018	2019	2020
Poêles	5 %	6 %	7 %
Poêles à granulés	1 %	1 %	3 %
Poêles manuels	15 %	15 %	14 %
Poêles de masse	0 %	0 %	0 %
Foyers fermés & inserts	49 %	43 %	46 %
Foyers fermés à bûches	72 %	62 %	68 %
Inserts à bûches	25 %	27 %	29 %
Foyers fermés à granulés	0 %	0 %	0 %
Inserts à granulés	0 %	1 %	0 %
Chaudières	0 %	0 %	0 %
Chaudières bois	0 %	0 %	0 %
Chaudières bi-énergie	0 %	0 %	0 %
Chaudières automatiques à granulés	0 %	0 %	0 %
Chaudières automatiques à plaquettes	0 %	0 %	0 %
Chaudières automatiques à céréales	0 %		
Cuisinières	0 %	< 0,5 %	< 0,5 %
Cuisinières simples	0 %	< 0,5 %	< 0,5 %
Cuisinières chaudières	0 %	0 %	0 %
Cuisinières à granulés (simples et chaudières)	0 %	0 %	0 %
Marché total	14 %	13 %	13 %

- Le segment des foyers fermés et inserts est le principal sur lequel des exportations sont recensées. La part est relativement stable depuis 2018.
- Sur les poêles, un segment où plus de 65% des appareils vendus viennent de l'étranger, seule une part significative de 14% d'exportation est observée pour les équipements manuels.
- Sur les segments chaudières et cuisinières, il n'y a pratiquement aucune exportation observée de la part d'entreprises françaises.

Les fabricants français restent très majoritairement concentrés sur leur marché national.

« Le développement de l'exportation, on y songe mais on est surtout concentré sur le développement de notre réseau en France. Notre marque n'est pas assez connue à l'étranger pour que des clients veuillent expressément nos produits. »

2.3 L'image des entreprises françaises vue par les étrangers

L'industrie française conserve une bonne image mais elle reste très attachée aux équipements à bûches.

« Les acteurs français sont reconnus sur le segment des appareils à bûches. Il y a moins de concurrence étrangère sur ce segment. Sur les granulés, les marques françaises ont toutes des appareils automatiques dans leur catalogue mais elles sont restées sur leur stratégie d'importer des corps de chauffe. C'est pas fondamentalement un problème, même si dans ce cas on a moins de marge de manœuvre pour piloter son offre, notamment sur l'évolution des prix. »

« L'offre française conserve toujours un savoir-faire sur les appareils à bûches et il y a encore une demande et un marché pour ses appareils. Les granulés ne sont pas la seule voie pour le développement du chauffage biomasse en France ou en Europe. »

Sur le segment des chaudières automatiques, le retard des entreprises françaises apparaît comme rédhibitoire.

« Il y a très peu d'offres françaises de chaudières automatiques à granulés. Les entreprises nationales n'ont pas travaillé ce sujet et sont restées sur le segment de la bûche. Tant mieux pour nous (en tant que fabricant étranger NDA). Aujourd'hui, le train est déjà loin. Il faudrait beaucoup d'investissements à une marque française pour mettre sur le marché un produit compétitif et fiable en face de la concurrence étrangère hyper rodée. Sur ce segment (chaudières à granulés NDA) il n'y a pratiquement que des marques étrangères et les meilleures sont autrichiennes. »

2.4 Canaux de distribution

Les grandes surfaces de bricolage (GSB) sont plus impactées par la crise sanitaire.

« Clairement, il y a eu un impact fort de la crise parce que les grandes surfaces de bricolage ont fait de très mauvais chiffres lors du second confinement qui est tombé en pleine saison (novembre et décembre). Normalement à l'automne, les ventes sont très importantes. Par rapport à 2019, nous avons eu entre -7 et -11 % pour nos ventes sur cette période. »

« Il y a eu un tassement sur les GSB. Mais nous n'avons pas remarqué de différences sur le reste des autres canaux. »

Le canal des ventes par internet reste peu utilisé et peu envisagé

« Même si nous développons la communication à travers Internet, nous ne pensons pas développer les ventes à travers Internet. Nos produits ont besoin d'un accompagnement et de la pose d'un professionnel. Les ventes sur Internet sont plutôt pour de l'entrée de gamme. Des appareils que l'on peut installer soi-même, même si, dans ce cas, on se coupe des aides. »

« Personnellement, nous ne pouvons pas juridiquement vendre directement nos produits sur Internet. Nous avons des contrats d'exclusivité avec nos revendeurs. De leur côté, je ne pense pas qu'ils songent actuellement à développer les ventes sur Internet. Nous sommes sur le créneau plutôt du moyen-haut de gamme et le conseil, l'accompagnement du client lors du choix restent importants. »

« On trouve de tout sur Amazon, Cdiscount, etc. Avoir un prix bas pour un appareil c'est une chose mais avoir du conseil c'est autre chose. »

Un acteur dit observer une croissance des ventes sur Internet.

« De plus en plus de magasins font de la livraison directe aux clients par commande à partir de leur site Internet. Globalement, ce type de ventes augmente et les habitudes d'achat des clients ont changé avec la Covid. »

2.5 Qualification RGE des installateurs

Créée en 2011, la mention « reconnu garant de l'environnement » (ou RGE) est accordée par les pouvoirs publics aux professionnels du bâtiment engagés dans une démarche de qualité. Ce label s'adresse uniquement aux artisans et entreprises spécialisés dans les travaux de rénovation énergétique, l'installation d'équipements utilisant des énergies renouvelables ou encore les études liées aux performances énergétiques (diagnostic thermique, audit énergétique, projets d'architecture avec conception bioclimatique...).

Ce sigle permet aux professionnels de valoriser leur savoir-faire et d'être référencés sur différents sites destinés aux particuliers. Côté clients, le label RGE représente un gage de qualité et la possibilité de bénéficier d'aides pour leurs travaux de rénovation énergétique, comme MaPrimeRénov' ou Coup de pouce Chauffage.

La qualification des installateurs RGE reste appréciée.

« Globalement, la qualification RGE des installateurs est une très bonne chose. C'est un critère reconnu par les consommateurs et la gestion du label est sérieuse. »

« Il y a de plus en plus d'installateurs Qualibois. Le réseau se développe bien sur le territoire. »

« Le réseau RGE est très bon. Le maillage du territoire est bon. Nous sommes satisfaits du dispositif qui est une vraie réussite française. On parle souvent de ce qui ne marche pas en France mais là il y a un exemple d'une idée qui a fonctionné. C'est un bon outil pour faire monter en gamme les professionnels, filtrer les bandits (même s'il y en a toujours qui arrivent à passer entre les mailles) et le label RGE est reconnu par les consommateurs. »

Un acteur s'inquiète de l'effet d'aubaine sur le marché français.

« Le dispositif ne protège pas des entreprises qui vont arriver sur le marché français uniquement pour profiter des aides existantes (MaPrimeRénov' et Coup de pouce Chauffage) et qui, derrière, feront des installations de mauvaises qualité. Les critères demandés, les qualifications RGE, ils les auront et ensuite ils feront du mal à l'image de la filière. »

Synthèse partie structuration du marché

La structuration du marché français reste sur la même tendance que celle observée les années passées : les importations représentent en moyenne près de deux appareils vendus sur trois et ce taux peut être nettement plus élevé sur les segments des appareils automatiques à granulés.

A contrario, les exportations françaises stagnent à un niveau faible (13 % des ventes faites par des entreprises françaises se font à l'étranger). Seul le segment des foyers fermés & inserts à bûches continue d'exporter de façon significative. Sur ces appareils, les entreprises françaises sont très reconnues à l'étranger pour leur savoir-faire (46 % des ventes de foyers fermés et inserts faites par des entreprises françaises se font à l'étranger).

Les industriels français assument leur choix d'importer des appareils automatiques plutôt que de les fabriquer eux-mêmes. Du point de vue des marques étrangères, les industriels français pourraient difficilement faire autrement, étant donné le retard pris sur leurs principaux concurrents.

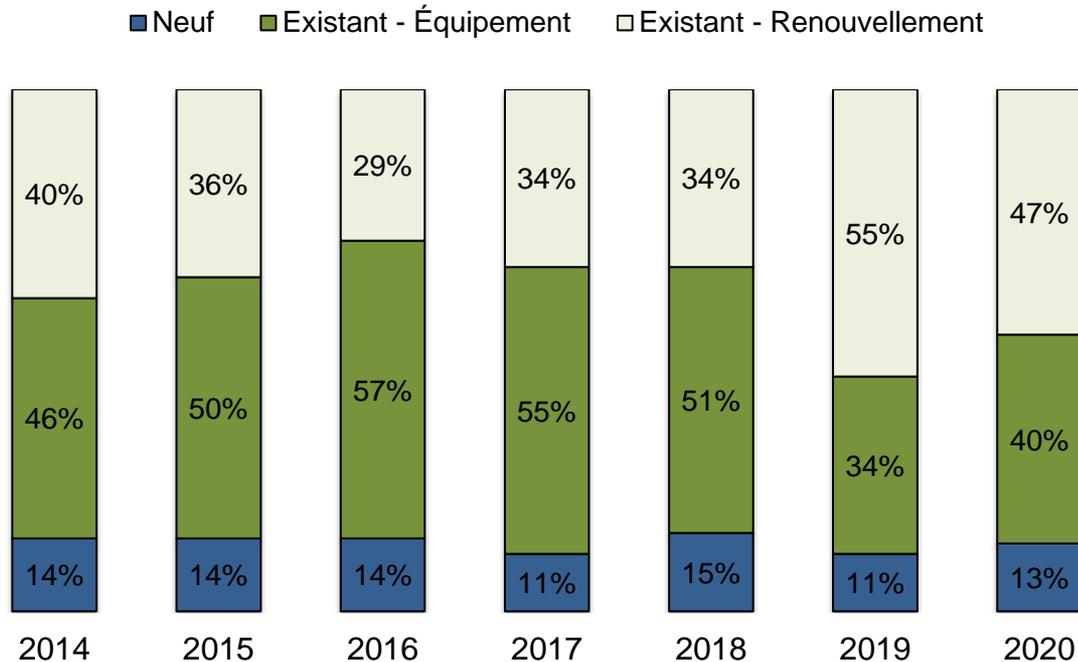
Bien que le taux d'importation augmente, le nombre d'acteurs étrangers présents sur le marché français ne semblent plus évoluer massivement. Cependant il est observé une forte diversification des offres chez les grandes marques, notamment sur les appareils d'entrée de gamme, de plus en plus aidés financièrement par les dispositifs gouvernementaux.

Au niveau des canaux de distribution, la structuration des ventes bouge très peu. Les ventes réalisées sur Internet restent notamment à un niveau très faible (1 % des ventes) et la grande majorité des fabricants interrogés disent ne pas envisager de développer leurs ventes sur ce canal. L'achat d'un appareil bois, qu'il soit d'entrée de gamme, de moyenne gamme ou de haut de gamme, est très souvent associé aux conseils d'un professionnel. Cependant, il est possible qu'avec la prolongation de la crise Covid en 2021, les habitudes évoluent et que ce segment prenne plus d'ampleur à moyen terme.

3. Les profils d'acheteurs

3.1 Un marché dominé par l'existant

Répartition des ventes entre neuf et existant



En 2020, 87 % des installations ont lieu dans l'existant, et depuis deux ans on remarque que la tendance est de plus en plus au renouvellement d'anciens systèmes bois, ce qui présume une fidélisation sur ces technologies tout en gagnant en performance (notamment vis-à-vis des émissions de polluant). Malgré la baisse de 7% des constructions neuves en 2020, le taux d'installation dans le neuf s'est maintenu.

3.2 Démocratisation du chauffage au bois

Une clientèle de plus en plus intéressée par l'entrée de gamme, mais aussi plus exigeante.

« En grandes surfaces de bricolage (GSB), notre cœur des ventes ce sont les deux premiers quartiles de prix, c'est-à-dire entre 1 100 € et 1 600 € TTC (appareils indépendants à granulés sans installation). Avec installation par un technicien partenaire, le prix peut doubler, mais aujourd'hui 80 % de nos clients font la pose seuls. Cependant, les clients de GSB s'attendent à bénéficier d'un très bon service après-vente (SAV), si le fabricant n'est pas capable de le fournir, le magasin va mettre moins en avant sa marque. »

« Faire en sorte que le magasin ait le moins de problème de SAV c'est notre force, car le client GSB est difficile et exigeant. Ce n'est pas la même clientèle qu'en magasin spécialisé car pour elle c'est un véritable investissement. Il faut du service téléphonique, du conseil technique, etc. »

Les aides font émerger de nouveaux clients modestes.

« Il y a une nouvelle clientèle depuis que les aides publiques sont en faveur des ménages les plus modestes. Le dispositif Coup de pouce Chauffage a introduit cela et l'aide MaPrimeRénov' a intensifié le mécanisme. »

« Pour les clients, l'élément majeur pour faire un choix, c'est MaPrimeRénov'. »

« Les clients modestes croient parfois qu'ils n'ont pas les moyens d'aller voir un magasin spécialisé, même si c'est parfois à tort car les professionnels pourraient, avec les aides cumulées, proposer un produit adapté (pose comprise) à un prix raisonnable. Dans la tête du client, s'il va en grande surface de bricolage, c'est parce qu'il n'a pas d'autres choix. »

4. Évolution des prix et gammes

4.1 Impact de la crise sanitaire sur les prix

Une année 2020 relativement épargnée.

« En 2020, il n'y a pas eu de croissance sur les prix. »

« Il n'y a pas eu d'évolution notable des prix en 2020. Peut-être 1 ou 2 % sur l'année mais pas plus. Juste l'équivalent à l'inflation. »

« Rien n'a changé depuis 2 ou 3 ans. »

« Évolution liée uniquement à l'inflation, de l'ordre de 1,5 %. »

Des hausses déjà observées en 2021.

« En 2021 c'est différent de l'an dernier, depuis le premier trimestre il y a une forte inflation sur le prix des matières premières comme l'acier (dont le prix a doublé), le bois d'emballage ou certains composants électroniques. Cela s'explique par des problèmes dans les chaînes logistiques d'approvisionnement. Il y a eu des faillites de certains intermédiaires, et avec la reprise de l'activité mondiale (pour tous les secteurs) en 2020, il y a eu des effets de goulot d'étranglement terribles. Cela s'est traduit dans le prix de vente. Nous avons déjà appliqué une augmentation de nos prix en 2021 et il y en aura peut-être une autre. »

« Il y a de fortes tensions sur l'approvisionnement en matière première comme l'acier. Nous avons dû relever nos prix en juin et nous allons probablement le faire en septembre. En 2021, la tension est double car, d'une part, les prix des matières premières augmentent et, en plus, il y a de grosses incertitudes sur les dates de livraison. Ce deuxième problème est d'ailleurs pour moi le principal à gérer en 2021. »

« Les matières premières sont en hausse depuis la période janvier-février. Il y aura des hausses entre 3 et 6 % en fin d'année. Mais tous les ans, on a des négociations sur des éventuelles pénuries, donc la filière a l'habitude d'être confrontée à ce risque. Les fournisseurs jouent là-dessus pour justifier beaucoup d'abus, mais plus personne n'y croit. Malheureusement, on n'a pas d'autres choix que de retranscrire les hausses sur le prix final pour maintenir une marge. »

4.2 Les gammes pour se démarquer

Afin de se démarquer de la concurrence, les fabricants visent davantage des critères tels que la compacité, l'ergonomie ou le design que les performances.

« Les nouveaux thèmes pour nos gammes sont la compacité des équipements, la fumisterie, la facilité d'utilisation ainsi que la vitesse de pose. Ce dernier point est important pour convaincre de plus en plus d'installateurs de proposer nos chaudières à bois, et pour permettre aux chauffagistes de poser davantage de chaudières dans l'année. »

« Notre approche est justement de chercher à nous différencier des autres fabricants avec un modèle qui propose un corps de chauffage qui pivote à 360°. »

Les chaudières à condensation commencent à trouver leur place sur le marché.

« Nous sommes des précurseurs des chaudières à condensation. Au départ, nous avons un condenseur externe. Puis il y a dix ans nous avons évolué vers une chaudière inox avec le condenseur directement intégré dans le corps de chauffe, pour avoir un produit plus compact. Aujourd'hui, on considère cette technologie comme mature économiquement et les prix sont devenus plus intéressants. Avec l'ancienne technologie, les chaudières à condensation représentaient entre 1 et 2 % de nos ventes. Depuis que nous commercialisons cette nouvelle technologie, les ventes sont plus significatives. C'est un quart de nos ventes. »

« D'après certains retours que j'ai, ce n'est pas un marché qui se développe énormément mais cela reste des équipements significativement plus chers qu'une chaudière "classique". Et sur du combustible très bon marché tel que le bois, c'est dur de trouver un intérêt à payer le surcoût d'une chaudière à condensation pour gagner à peine une dizaine de points de rendement. Dans le haut de gamme cependant, ce surcoût est moins flagrant. »

« La condensation était un argument important il y a quelques années. Quand on devait convaincre un client, lui dire qu'elle était à condensation, cela levait tous les doutes. Aujourd'hui nous sommes dans un marché plus mature où les consommateurs savent davantage qu'une chaudière à granulés est une chaudière très performante et la condensation est moins perçue comme un avantage décisif. »

Synthèse partie structuration du marché

Le marché des appareils domestiques de chauffage au bois reste très largement tourné vers l'habitat existant. Cependant, les fabricants ne désespèrent pas d'améliorer leurs parts de marché dans le neuf, notamment à la faveur de la future réglementation énergétique RE2020.

Au niveau de la demande, la tendance à la démocratisation du chauffage au bois se poursuit. Les clients ayant un profil jeune aux revenus modestes sont de plus en plus identifiés par les professionnels. Ce mouvement a notamment été renforcé par la mise en place du dispositif MaPrimeRénov' qui a tout particulièrement ciblé les foyers aux revenus les moins élevés.

Sur l'évolution des prix de vente, l'année n'a pas connu de hausse significative des équipements. En revanche, des contraintes fortes ont été observées début 2021 au niveau de l'approvisionnement en matière première, comme l'acier. Elles ont eu un impact direct sur leur prix de vente, et ont été répercutées sur les équipements vendus dont les prix finaux pourraient connaître jusqu'à 6 % d'augmentation en fin d'année.

Enfin, sur l'évolution des gammes, les constructeurs cherchent davantage à se démarquer en jouant sur les critères tels que la compacité, le design, l'ergonomie ou la vitesse de pose, plutôt que sur les performances techniques des appareils. La simplification du travail de pose est, en effet, un élément essentiel pour convaincre les installateurs de continuer de proposer des appareils bois.

PARTIE 3 – LES ACTIONS DE SOUTIEN

1. Le dispositif MaPrimeRénov'

Depuis le 1^{er} janvier 2020, l'État propose une nouvelle aide, **MaPrimeRénov'**, pour financer les travaux de rénovation énergétique.

MaPrimeRénov' finance des travaux de rénovation énergétique et s'adresse à tous les propriétaires qui occupent leur logement. L'aide est calculée en fonction de deux éléments : les revenus du foyer et le gain écologique apporté par les travaux de chauffage, d'isolation ou de ventilation.

Au 1^{er} octobre 2020, le dispositif a été renforcé et est désormais accessible à toutes les copropriétés. De plus, les ménages les plus aisés, correspondant aux neuvième et dixième déciles de revenu, ont été intégrés au dispositif.

Pour réaliser les travaux, les particuliers doivent faire appel à un artisan Reconnu Garant de l'Environnement (RGE), un label qui atteste de la compétence de l'artisan pour faire des travaux de rénovation énergétique. MaPrimeRénov' est cumulable avec :

- la TVA réduite (5,5 %) sur les travaux d'économie d'énergie ;
- l'écoprêt à taux zéro (éco-PTZ), pour financer le montant qu'il vous reste à payer ;
- les Certificats d'économie d'énergie (CEE), versés directement par les fournisseurs d'énergie (y compris certaines grandes surfaces de distribution) ;
- les aides des collectivités locales.

1. Le dispositif MaPrimeRénov'

Pour une bonne part des professionnels interrogés, le dispositif a eu un impact positif sur le marché en 2020.

« On a observé un impact positif important sur la fin 2020 de la part de MaPrimeRénov'. Quand les clients ont compris qu'ils pouvaient avoir une aide de plus de 3 000 €, ils ont tout de suite été très sensibles à cette mesure. »

« Au début, nous pensions que la nouvelle prime ne serait pas en notre faveur. Nous sommes positionnés sur du moyen-haut de gamme et nous pensions qu'une bonne part de notre clientèle ne serait pas éligible à la prime. Et finalement, ce n'est pas ce qui s'est passé. On a beaucoup de nos clients qui en ont bénéficié. Il y a eu pour nous un vrai bénéfice. Le cumul de plusieurs aides permet d'avoir des niveaux d'aides très intéressants. »

Cependant, plusieurs personnes pointent des difficultés lors de la mise en place du dispositif.

« L'intention était bonne. La nouvelle formule de MaPrimeRénov' était plus simple que le crédit d'impôt. Ensuite dans les faits, la mécanique derrière la nouvelle aide n'a pas fonctionné et pendant 8-10 mois il y a eu une accumulation de dossiers en retard. En fait, la logistique n'était pas prête. »

« Il faudrait des temps de traitement plus courts pour les dossiers. Le problème est administratif. Pour les aider, nous sommes devenus mandataires pour un certain nombre de nos magasins revendeurs. Nous faisons le montage des dossiers à leur place, avec les clients. Seulement, lorsque nous voulons avoir des retours sur le pourquoi du blocage des dossiers, nous contactons l'Anah et nous n'avons jamais de retour. Par exemple sur 10 magasins, j'ai 70 dossiers en attente. J'ai des réponses avec des délais d'attente de l'ordre de 25 à 30 jours par rapport à la date d'envoi. Du coup, il y a de plus en plus de magasins qui ne veulent plus du tout traiter les dossiers MaPrimeRénov'. »

« En plus, la compréhension globale du dispositif n'est pas simple : à quoi ai-je droit ? Pour quels appareils ? Quels critères d'éligibilité ? Au début, c'était très flou. Entre Coup de pouce et MaPrimeRénov', très souvent nos clients avaient droit au deux, sauf que ce n'était pas les mêmes critères, ce n'était pas les mêmes dossiers, pas la même chronologie de demandes... Difficile de ne pas s'y perdre. »

1. Le dispositif *MaPrimeRénov'*

Plusieurs professionnels ont pointé des dysfonctionnements au niveau de l'Anah, organisme en charge de la gestion du dispositif.

« Nous avons fait remonter des choses à l'Anah sur les retards, les difficultés de paiement, etc. Après, objectivement, nous sommes tiraillés car ce sont aussi des aides qui nous sont très favorables, donc nous ne pouvons pas complètement taper dessus non plus. Nous sommes passés par le syndicat SFCB et il y avait un canal d'échange avec le ministère. La communication n'était pas simple. »

« Durant les six premiers mois de 2020, la situation était catastrophique car non seulement cela ne fonctionnait pas mais en plus l'Anah n'avait pas le droit de le dire. Seule la DGEC avait le droit de communiquer et nous avons fini par avoir les informations sur le nombre de dossiers traités tardivement dans l'année (en septembre ou en octobre). »

La communication faite autour de l'aide a irrité les professionnels.

« Il y avait beaucoup de différences entre le discours des politiques, qui communiquaient sur la réussite de l'aide, et la réalité de terrain, où en pratique il y avait des blocages partout, et pas d'informations sur ces blocages. »

« Le ministère s'enorgueillissait du nombre de dossiers reçus, sauf que c'était la moitié de ce qu'il espérait et ils étaient tous bloqués. Cette communication nous a beaucoup énervés. »

Cependant, le dispositif a retrouvé une certaine fluidité fin 2020 qui perdure en 2021.

« La situation au niveau des dossiers est plus fluide. Les choses se sont améliorées fin 2020. »

« Aujourd'hui, la communication avec l'Ana est meilleure. On leur fait remonter des soucis ou problèmes et ils essaient de les résoudre. Il y a aujourd'hui un vrai dialogue. »

2. L'offre *Coup de pouce Chauffage*

Depuis le début de l'année 2019, le ministère de la Transition écologique et solidaire a fait le choix de massifier son dispositif et d'aider désormais tous les particuliers à sortir des énergies fossiles, à isoler leur logement et ainsi à diminuer significativement leurs factures de chauffage. Le dispositif « Coup de pouce » prévoit la mise en place, dans le cadre du dispositif des certificats d'économie d'énergie, de bonification de certaines opérations pour lesquelles le demandeur se sera engagé à travers une charte permettant l'octroi de primes significatives aux ménages diminuant ainsi leur reste à charge lors des travaux. La bonification concerne des opérations engagées jusqu'au 31 décembre 2020, pour lesquelles le demandeur des CEE est signataire de l'une des chartes d'engagement « Coup de pouce Chauffage » ou « Coup de pouce Isolation ».

Le mécanisme est piloté par l'Agence nationale de l'habitat (Anah). Tous les ménages peuvent bénéficier de cette offre. Les montants de primes attribuées seront cependant différenciés en fonction de leurs niveaux de ressources. Les ménages les plus modestes bénéficieront de primes plus importantes.

La charte « Coup de pouce Chauffage » prévoit des primes pour le remplacement d'une chaudière individuelle au charbon, au fioul ou au gaz autre qu'à condensation.

Les primes sont versées, dans le cadre du dispositif des certificats d'économie d'énergie, par les signataires des chartes « Coup de pouce Chauffage » et/ou « Coup de pouce Isolation ». Il s'agit principalement des vendeurs d'énergie.

Le « Coup de pouce Chauffage » et le « Coup de pouce Isolation » sont cumulables avec les offres « Habiter mieux agilité » de l'Anah, et le reste à charge peut bénéficier du crédit d'impôt pour la transition énergétique (30 %) et de l'écoprêt à taux zéro.

Prime selon les ménages	Chaudière biomasse
Prime pour les ménages modestes	4 000 €
Prime pour les autres ménages	2 500 €

2. L'offre *Coup de pouce Chauffage*

Pour les fabricants de chaudières bois, l'impact de l'offre Coup de pouce Chauffage a été très positif.

« Le retour est bon car il y a eu un effet très net en 2019. Les résultats de 2020 ont été également portés par cette aide. Si nous finissons l'année au même niveau que 2019, c'est grâce à Coup de pouce, nous aurions perdu 15 à 20 % comme les autres segments. Jusqu'ici, son introduction a été très positive. Cet outil est très efficace dans son objectif qui est d'aider à remplacer les anciennes chaudières fioul. »

« Coup de pouce a changé la dimension du marché des chaudières bois en 2019. Surtout concernant les appareils automatiques. Les ventes ont doublé en 2019 et elles auraient sans doute fait encore entre 60 % et 80 % en 2020, s'il n'y avait pas eu la crise Covid. »

Des commentaires remontent tout de même sur des aspects réglementaires de l'aide.

« Il y a un point avec la réglementation, c'est le fait que les textes demandent au minimum un silo de 225 litres pour être éligible à Coup de pouce. C'est une contrainte pour nous car nous avons parfois des clients qui veulent des silos avec une contenance plus faible mais cela leur bloquerait les aides. C'est une absurdité qui freine l'innovation. On ne comprend pas ce point du dispositif. »

Un autre acteur relève la différence de niveau d'aide entre les chaudières et les appareils indépendants.

« La transition énergétique au niveau mondial est en marche. Le bois énergie est un moyen de réussir cette transition avec un mix et les autorités l'ont compris. Leurs actions vont dans le bon sens. Mais les efforts sont disproportionnés entre les chaudières à granulés et les appareils indépendants. Il y a trop d'aides pour les chaudières. Aujourd'hui entre MaPrimeRénov', le dispositif Coup de pouce Chauffage ou les CEE, sur une chaudière de 13 000 € de prix vous pouvez avoir 10 000 € d'aide et ne dépenser que 3 000 €. Sur les poêles c'est totalement différent. Ils devraient être mieux aidés. Il faut trouver un meilleur équilibre. »

3. Les actions de communication sur la filière

Une communication institutionnelle qui satisfait une partie des acteurs.

« On a besoin de l'Ademe pour la communication. Avec un regard extérieur je trouve que l'Ademe fait des bonnes choses pour le secteur. L'agence se tourne de plus en plus vers les consommateurs, vers le grand public, avec une communication qui est bien adaptée. Il faut continuer sur cette voie. »

Tandis qu'une autre partie relève le fait qu'elle soit essentiellement issue d'acteurs privés.

« L'État communique peu sur la filière. Il y a surtout des industriels ou des initiatives privées comme Flamme Verte ou des syndicats du type CIBE ou Propellet. »

Des enjeux de mieux en mieux compris par les politiques.

« Je trouve que les opinions changent. Le discours sur l'intérêt des appareils bois commence à porter ses fruits. Notre syndicat à travaillé avec la députée de l'Isère Émilie Chalas, qui a fait un rapport sur la qualité de l'air auquel la majorité des professionnels du bois était associée (le SER, France Bois Forêt, le CIBE, Propellet, FNB, etc.). Les enjeux ont bien été compris par cette politique. En mars 2021 il y a eu deux auditions parlementaires sur le bois granulés. De ce côté-là, les choses avancent. Mais cela n'empêche pas le fait qu'il y a toujours des articles pour dire qu'il faut arrêter le chauffage bois. Les professionnels vont sortir une tribune dans les Échos pour une nouvelle fois défendre la filière. »

3. Les actions de communication sur la filière

La filière reste régulièrement attaquée sur l'aspect de l'émission du parc en place.

« Depuis dix ans, j'ai l'impression de revivre la même histoire tous les hivers. À chaque fois, une communication "anti-bois énergie" sur le thème de la pollution, des émissions de particules, etc. Je n'ai pas l'impression qu'on avance beaucoup. Nous (la profession dans son ensemble) avons la matière, les éléments de langage, le discours est prêt mais on n'arrive pas à toucher le grand public de façon massive. Un des risques de cette situation pourrait être que de cet amalgame vienne l'envie de baisser encore plus les seuils d'émission des nouvelles chaudières qui sont déjà très bas et très performants. On peut toujours faire un peu mieux mais alors le prix des appareils en sera forcément impacté. »

Certains y voient des actions de lobbying.

« Les ennemis du bois proviennent de gros lobbys. Ce sont les compagnies pétrolières et gazières, voire les électriciens, qui financent des ONG pour discréditer le bois. Le secteur s'organise avec ses moyens mais nous n'avons pas les mêmes que ces gros acteurs. Cependant, nous avons le bon sens pour nous, à condition que l'on remplace les anciens appareils par des nouveaux. Il faut garder un message positif. Le bois énergie doit être dans le mix du futur. Les appareils aujourd'hui sont très performants, il faut continuer à le faire savoir. »

« Il y a des problèmes avec des politiques qui veulent interdire le bois sous prétexte que certains vieux appareils à foyer ouvert polluent. Un poêle moderne est largement moins polluant, et le bois fait vivre beaucoup de gens en France, contrairement à des pays comme les Pays-Bas qui importent beaucoup de combustible de l'étranger. »

Plusieurs professionnels relativisent l'impact de ces attaques.

« Pour moi, le grand public ne s'intéresse pas aux niveaux d'émissions dans le détail. Il cherche des appareils pratiques et performants énergétiquement. Quand il y a des attaques faites sur la filière, c'est surtout vis-à-vis des pouvoirs publics que cela rend les choses plus difficiles. C'est plus difficile ensuite pour les convaincre. Par exemple, pour se battre sur le fait que les équipements à bûches aient des aides équivalentes aux granulés. Les attaques sur le bois sont très localisées, surtout à Paris. Dans le reste de la France je pense qu'il n'y a pas ou peu de répercussions. »

« D'un autre côté, il n'y a pas un impact énorme de ces attaques sur le marché. Une fois qu'il y a eu deux ou trois articles qui dénigrent le bois chauffage, on passe à autre chose et le marché n'en pâtit pas pour autant. »

4. Le rôle des Espaces Info Énergie

Un Espace Info Énergie (EIE), anciennement Point Info Énergie (PIE), est un organisme membre du réseau français d'information et de conseil de proximité sur l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables. Le réseau a été développé par l'Ademe depuis 2001, en partenariat étroit avec les collectivités territoriales.

Le réseau des Espaces Info Énergie s'appuie sur des associations et des organismes à but non lucratif, ancrés dans la vie locale et spécialisés dans l'information et le conseil sur la sobriété énergétique, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables.

Depuis 2019, les Espaces Info Énergie sont intégrés au réseau FAIRE (Faciliter, Accompagner et Informer pour la Rénovation Énergétique), également animés par l'Ademe.

Un rôle jugé limité par les professionnels.

« Je n'en entends jamais parler. Le problème c'est que l'organisation de ces réseaux change constamment et nous sommes perdus. Les clients se renseignent directement auprès des professionnels. »

« Aujourd'hui on court-circuite et on parle directement aux clients. À travers nos magasins ou nos concessionnaires nous sommes en prise directe avec le public. Les plus habilités à communiquer sur notre secteur ce sont les fabricants et les installateurs eux-mêmes. »

Synthèse partie actions de soutien

La filière bois reste fortement dépendante des aides publiques à l'investissement à l'attention des consommateurs. Le dispositif MaPrimeRénov', mis en place en 2020, a positivement impacté le marché grâce à des niveaux d'aides très incitatifs, notamment pour les foyers les plus modestes, ainsi que l'avantage de voir l'aide versée rapidement après l'achat. Cependant, des problèmes de traitement des dossiers sont rapidement apparus en 2020, entraînant des critiques de la part des professionnels, en particulier des installateurs). Le dispositif a retrouvé une meilleure fluidité en fin d'année mais les acteurs du secteur ont regretté le manque de transparence des pouvoirs publics sur les difficultés rencontrées.

L'offre Coup de pouce Chauffage, mise en place dans le cadre de dispositif de Certificat d'économie d'énergie (CEE), est quant à elle beaucoup mieux intégrée au marché de par son ancienneté. Le remplacement des chaudières bénéficie d'aides importantes, qui sont à l'origine de la montée en puissance des chaudières à granulés depuis deux ans. D'un autre côté, certains acteurs ne comprennent pas la logique qui justifie les différences jugées disproportionnées entre les niveaux d'aides pour les chaudières et d'autres appareils comme les poêles.

La communication auprès du grand public reste un enjeu majeur pour le futur de la filière qui a mis en place plusieurs stratégies de communication, mais pas toujours coordonnées. Le rôle de l'Ademe est apprécié et les acteurs attendent que l'agence persiste dans cette voie pour être encore plus efficace. Les particuliers continuent tout de même à s'informer principalement auprès des fabricants directement ou à partir d'initiatives privées telles que Flamme Verte, du syndicat des Énergies Renouvelables ou encore de Propellet.

PARTIE 4 – PERSPECTIVES

1. Perspectives à court terme

La demande reste au rendez-vous malgré les mesures sanitaires.

« Pour 2021, la dynamique est très bonne. En 2020, nous n'avons pas eu d'effet lors du deuxième confinement, et le troisième confinement (celui de 2021), nous ne l'avons pas senti non plus. Je pense que nos revendeurs ont trouvé des méthodes pour s'adapter et qu'elles les aident à traverser l'année 2021. »

« On est plutôt optimiste sur les deux marchés : manuel et automatique. »

« Il y a une très bonne progression des ventes en 2021 et l'ensemble des professionnels de la chaudières sentent que cela va durer toute l'année. »

« L'appel d'air créé par la sortie du fioul entraîne beaucoup le marché des chaudières bois. Je pense que les deux ou trois prochaines années vont être très bonnes. »

Les professionnels demeurent cependant prudents.

« La situation est très tendue en termes de stocks. Actuellement, nous renégocions les prix avec nos distributeurs tous les mois. On essaye d'anticiper, de faire des stocks mais en 2021, les ventes du début d'année ont été très fortes, donc nous avons peu de stocks. Pour le reste de l'année, nous craignons des ruptures d'approvisionnement ou des retards importants. C'est une situation dangereuse. »

« Les matières premières sont en hausse depuis janvier/février. Il y aura des hausses entre 3 et 6 % en fin d'année. Mais on a tous les ans des négociations sur des éventuelles pénuries, donc on a l'habitude de gérer ce risque. Malheureusement, nous n'avons pas d'autres choix que de reporter les hausses sur le prix final. »

« J'ai plutôt une vision positive à court terme, mais quand même une inquiétude liée au niveau d'aide qui est important, ce qui rend le marché opportuniste. Cela peut engendrer l'arrivée de nouveaux acteurs qui ne sont pas spécialisés et qui peuvent entacher la réputation des énergies renouvelables, à qui on ne pardonne rien en ce moment. »

« Pour les appareils indépendants, la tendance est à la baisse avec ou sans Covid, et ce malgré les aides. »

2. Perspectives à moyen terme

Sur le segment des chaudières, certains acteurs espèrent un décollage dans le logement neuf et le tertiaire.

« À moyen terme je suis également positif, je mise sur le développement dans le marché du neuf même si cela ne représentera jamais une grande part de nos ventes. Il peut aussi y avoir de bonnes surprises sur le collectif tertiaire ainsi que sur les bâtiments publics qui doivent être rénovés. »

« Nous avons des perspectives heureuses sur le marché français. 3 000 000 de chaudières fioul à remplacer, c'est une perspective qui ouvre beaucoup d'horizons. La RE2020 peut ouvrir des opportunités mais elles seront petites car c'est un marché sur lequel les prix sont terriblement tirés vers le bas. Il peut aussi y avoir des opportunités dans le petit collectif avec le remplacement de vieilles chaudières dans des gymnases ou des équipements collectifs qui permettront de diversifier un peu l'activité. »

D'après un acteur, l'après-Covid pourrait réduire les investissements dans les logements par les ménages.

« Pour 2022, j'ai peur. Quand nous serons revenus à une vie normale, les gens auront envie de dépenser leur argent dans les loisirs et les voyages. En 2020 ou 2021 ils étaient, par la force des choses, plus centrés sur leur habitat et les dépenses dans les équipements bois se sont bien portées. Mais en 2022 je pense que cela ne sera plus le cas. J'ai peur d'un retour de bâton. En 2021 on a un peu déjà mangé notre pain blanc. »

3. Recommandations principales

Des efforts accrus sur le remplacement des appareils bois les plus anciens par des équipements récents et plus efficaces.

« Les professionnels demandent à ce qu'on remplace aussi les anciennes chaudières bûches. Il faudrait aussi des aides particulières pour mieux aider le remplacement de vieilles chaudières bûches par de nouveaux équipements à bûches qui sont moins chers que ceux à granulés, et qui pourraient convenir aux foyers les plus modestes. »

« il faut convaincre que les appareils bois ne posent pas de problème et que ce sont les équipements anciens (et qu'il faut remplacer) qui peuvent poser des problèmes d'émissions. »

« Les ennemis du bois ce sont des gros lobbys. Ce sont les compagnies pétrolières et gazières, voire les électriciens, qui financent des ONG pour discréditer le bois. Le secteur s'organise comme il peut mais nous n'avons pas les mêmes moyens. Mais nous avons le bon sens pour nous, à condition que l'on remplace les anciens appareils par des nouveaux. Il faut garder un message positif. Le bois énergie doit être dans le mix du futur. »

Renforcer la vigilance contre les acteurs principalement attirés par les aides en place.

« J'ai une vraie inquiétude. Avec les aides qu'il y a en France, nous sommes devenus un marché opportuniste qui peut voir arriver des entreprises, qui aujourd'hui vont vendre des chaudières, savent très bien manier les aides disponibles et qui, demain, vendront autre chose car les aides se seront déplacées. C'est une vraie inquiétude car on pardonne peu de chose dans le monde des énergies renouvelables. L'opinion publique des consommateurs peut se retourner très vite. »

« Le dispositif RGE (Reconnu Garant de l'Environnement) ne protège pas des entreprises qui vont arriver sur le marché français juste pour profiter des aides existantes et qui, derrière, feront des installations de mauvaise qualité. Les critères demandés, les qualifications, ils les auront et ensuite ils feront du mal au marché. »

3. Recommandations principales

Améliorer la communication sur le secteur, notamment auprès du grand public.

« L'État communique peu sur la filière. Il y a surtout des industriels ou des initiatives privées comme Flamme Verte ou des syndicats du type CIBE ou SFCB. »

« Les clients modestes croient parfois qu'ils n'ont pas les moyens d'aller voir un magasin spécialisé, même si c'est souvent à tort car les professionnels pourraient, avec les aides cumulées, proposer un produit adapté (pose comprise) à un prix raisonnable. Dans la tête du client, s'il va en grande surface de bricolage, c'est parce qu'il n'a pas d'autres choix. »

« L'Ademe se tourne de plus en plus vers les consommateurs, vers le grand public, avec une communication qui est bien adaptée. Il faut continuer sur cette voie. »

« Nous (la profession dans son ensemble) avons la matière, les éléments de langage, le discours est prêt mais on n'arrive pas à toucher le grand public de façon massive. »

Relever les ambitions de la RE2020 contre les lobbys.

« Nous sommes confiants car la future réglementation énergétique favorise les énergies renouvelables et elle entérine la sortie du fioul et du gaz dans le neuf. C'est une très bonne nouvelle pour le bois. Cependant, il y a un point sur lequel les autorités devraient aller plus loin car sont interdits les combustibles qui émettent plus de 250 g par kWh, ce seuil a été mis exprès pour garder le gaz pour certaines applications. Ils auraient pu éradiquer totalement le gaz mais ils ne l'ont pas fait, ça aurait été très positif pour notre filière bois. De toute façon, je pense que le lobby du gaz va trouver une porte de sortie. »

« J'ai l'impression qu'en France on ne comprend pas bien qu'il existe autre chose que le béton pour les constructions neuves, et dans les campagne beaucoup de maisons tombent en ruine alors qu'il faudrait les rénover. Je pense qu'il y a beaucoup de lobbys, comme EDF qui pousse pour l'électrification alors qu'il existe des solutions renouvelables thermiques. Par exemple, ce que propose le gouvernement par rapport à ce que demandait initialement la Convention citoyenne pour le climat, ça nous a montré le poids des lobbys industriels, c'est très décevant. »

« Aujourd'hui, on manque de "titre V" (cas particulier du moteur de calcul), il n'y a pas de procédure "titre V" pour la RE2020, c'est une demande du SER d'ailleurs. »

Principales observations qualitatives sur le marché 2020

- Malgré les résultats décevants de 2020, la grande majorité des professionnels interrogés ont le sentiment d'avoir vécu une année particulière dont il faut se garder d'analyser les différents effets. Notamment, le ralentissement des ventes de granulés sur l'ensemble des appareils indépendants n'inquiète pas outre mesure les professionnels qui pensent que 2021 aura une orientation bien plus positive.
- En termes d'organisation interne, plusieurs professionnels ont mis en avant les enseignements de la période de confinement qui les a amenés à faire évoluer leurs méthodes de management et de vente. Une bonne part de ces nouvelles méthodes semble perdurer dans l'organisation des entreprises.
- Malgré une utilisation accrue de l'outil électronique en 2020 par les professionnels pour garder le contact avec les consommateurs pendant les confinements, le volume des ventes fait sur Internet n'évolue pas et reste très marginal.
- Le label Flamme Verte conserve la confiance des professionnels même si des évolutions sont demandées afin de toujours mieux accompagner la demande et de mettre en avant l'évolution technique des équipements. La réflexion sur l'opportunité de créer un label européen qui se substituerait au label français divise les professionnels.
- Bien que le taux d'importation reste haut (63 %), le nombre d'acteurs étrangers présents sur le marché français semble se stabiliser. Cependant, il est observé une forte diversification des offres chez les grandes marques, notamment sur les appareils d'entrée de gamme, de plus en plus aidés financièrement par les dispositifs gouvernementaux.

Principales observations qualitatives sur le marché 2020

- Sur l'évolution des prix de vente, l'année n'a pas connu de hausse significative des équipements. En revanche, des contraintes fortes ont été observées début 2021 au niveau de l'approvisionnement en matière première, comme l'acier. Elles ont eu un impact direct sur leur prix de vente, et ont été répercutées sur les équipements vendus dont les prix finaux pourraient connaître jusqu'à 6 % d'augmentation en fin d'année.
- La filière bois reste fortement dépendante des aides publiques à l'investissement à l'attention des consommateurs. Le dispositif MaPrimeRénov', mis en place en 2020, a positivement impacté le marché grâce à des niveaux d'aides très incitatifs, notamment pour les foyers les plus modestes, ainsi que l'avantage de voir l'aide versée rapidement après l'achat. Cependant, des problèmes de traitement des dossiers sont rapidement apparus en 2020, entraînant des critiques de la part des professionnels (notamment les installateurs). Le dispositif a retrouvé une meilleure fluidité en fin d'année mais les acteurs du secteur ont regretté le manque de transparence de pouvoirs publics sur les difficultés rencontrées.
- La communication auprès du grand public reste un enjeu majeur pour le futur de la filière qui a mis en place plusieurs stratégies de communication, mais pas toujours coordonnées. Le rôle de l'Ademe est apprécié et les acteurs attendent que l'agence persiste dans cette voie pour être encore plus efficace.
- Dans leur ensemble, les professionnels restent optimistes à court et moyen terme mais ils restent prudents notamment quant aux tensions sur les prix de matières premières qui se durcissent depuis le début de l'année 2021.

Trois revendications de la filière

Revendications

Maintenir les aides actuelles

Donner de la visibilité à l'ensemble de la filière en maintenant dans le temps les aides du type *MaPrimeRénov'* et *Coup de pouce Chauffage* avec des montants incitatifs tels que ceux proposés actuellement.

Renforcer les actions de communication

Les professionnels souhaiteraient un renforcement des actions de communication sur la filière et les enjeux autour de son développement. Les actions de communication de l'Ademe sont appréciées mais elles gagneraient à être davantage diffusées.

Être ambitieux

À la veille de la mise en place de la nouvelle Réglementation Environnementale RE2020, les acteurs appellent les pouvoirs publics à être ambitieux concernant la place des énergies renouvelables dans tous les bâtiments neufs.

Enjeux

Élargir la clientèle et accélérer le déploiement

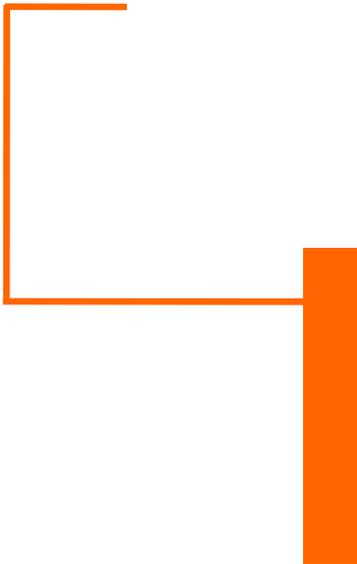
Le soutien apporté par les aides à l'investissement est déterminant pour la filière. La période actuelle de sortie de crise Covid et de relance économique du pays est délicate et le secteur compte sur la pérennité de ces aides pour élargir le scope des consommateurs aux foyers ayant les revenus les plus modestes et continuer l'action de fond qui consiste à remplacer les chaudières fioul du parc de résidences individuelles.

Faire connaître la filière et combattre la désinformation

Relativement bien soutenue financièrement, la filière bois a besoin de plus de visibilité pour renforcer sa dynamique. Les moyens mis en œuvre par les acteurs publics et privés pourraient gagner en efficacité et en efficience s'ils étaient davantage coordonnés. Attaquée sur les émissions des anciens appareils les plus polluants, la filière a besoin de faire du contre-lobbying auprès du personnel politique, afin d'assurer son avenir.

Développer le marché du neuf et la qualité des constructions

Les propositions de la Convention citoyenne pour le climat ont souffert du poids des lobbys. Mettre en place des contraintes fortes à travers la RE2020 pourrait faire gagner des parts de marché aux énergies thermiques renouvelables comme le bois, à l'image de l'interdiction du gaz et du fioul.



Observ'ER

Observatoire des énergies renouvelables

146, rue de l'Université

75007 Paris

Tél. : + 33 (0)1 44 18 00 80

www.energies-renouvelables.org