

Market development in France, promotion activities and Bois.com

Otto Bosch & Jan Söderlind
Skogsindustrierna

November 24
Trämarknaden 2011, Karlstad

Index

- Market development in France
- bois.com
- Glulam
- Timber Frame Curtain Walls and Exterior Thermal Insulation (ITE)

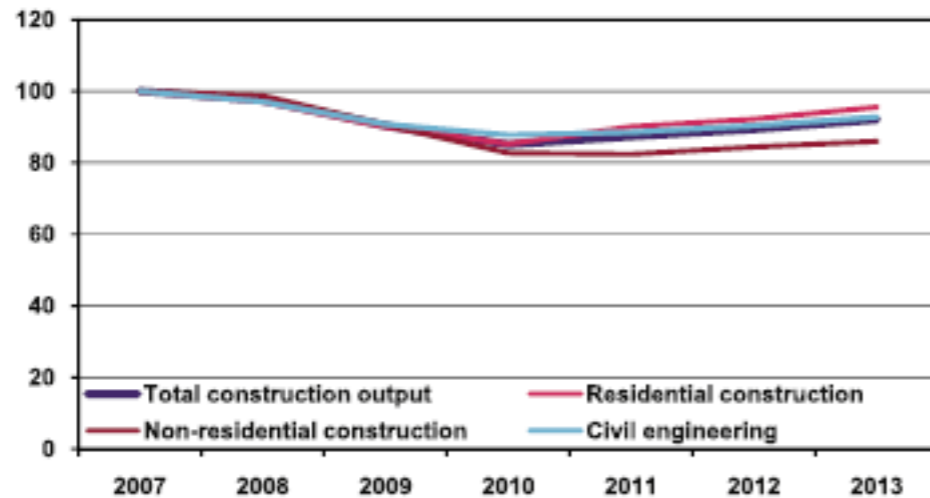
Residential and non residential market France

France - construction market

General market development 2007-2013

Total Construction Output by Sector from 2007 to 2013

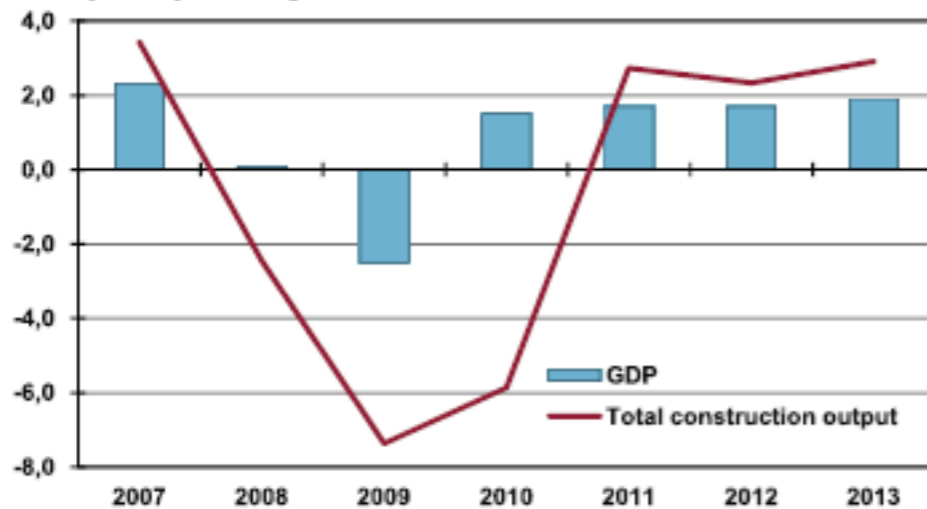
Index 2007=100



Source: Euroconstruct (71th Conference)

GDP and Total Construction Output from 2007 to 2013

year to year change in %



Source: Euroconstruct (71th Conference)

General comments

- The fall in the number of housing starts was very significant in 2009 i.e. -16.3% after -14.6% in 2008
- Non residential buildings starts fall by nearly 19.6% in 2010 after -23.2% in 2009
- New housing: Construction starts back up in 2010 and 2011 and strong growth in production in 2011
- New non residential: Construction starts to start increasing again in 2011, recovery of production not expected before 2012
- Risks: The post electoral period (2012) will probably freeze main public investments and slow down the recovery



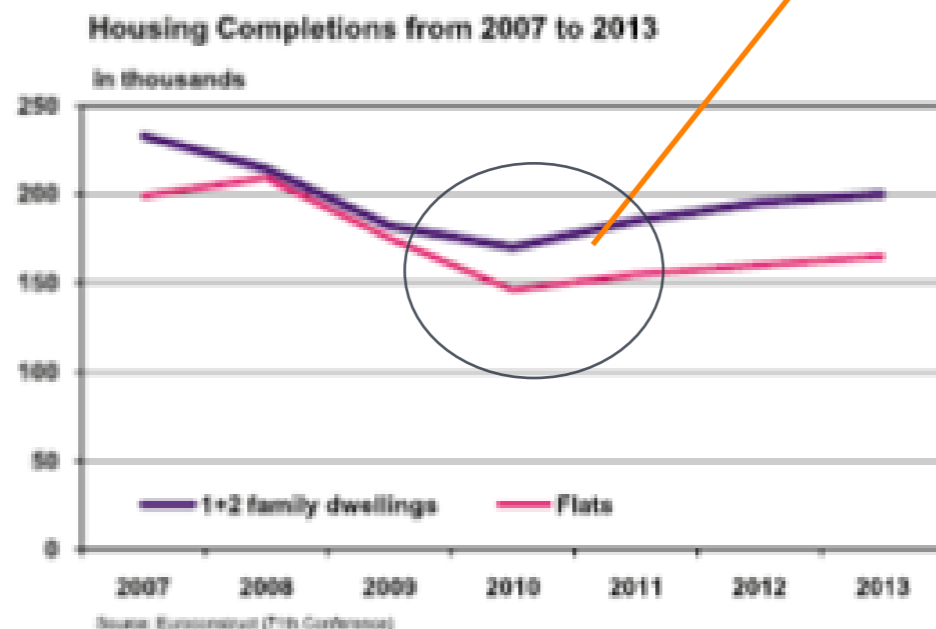
France - residential market

Housing market development 2007-2013

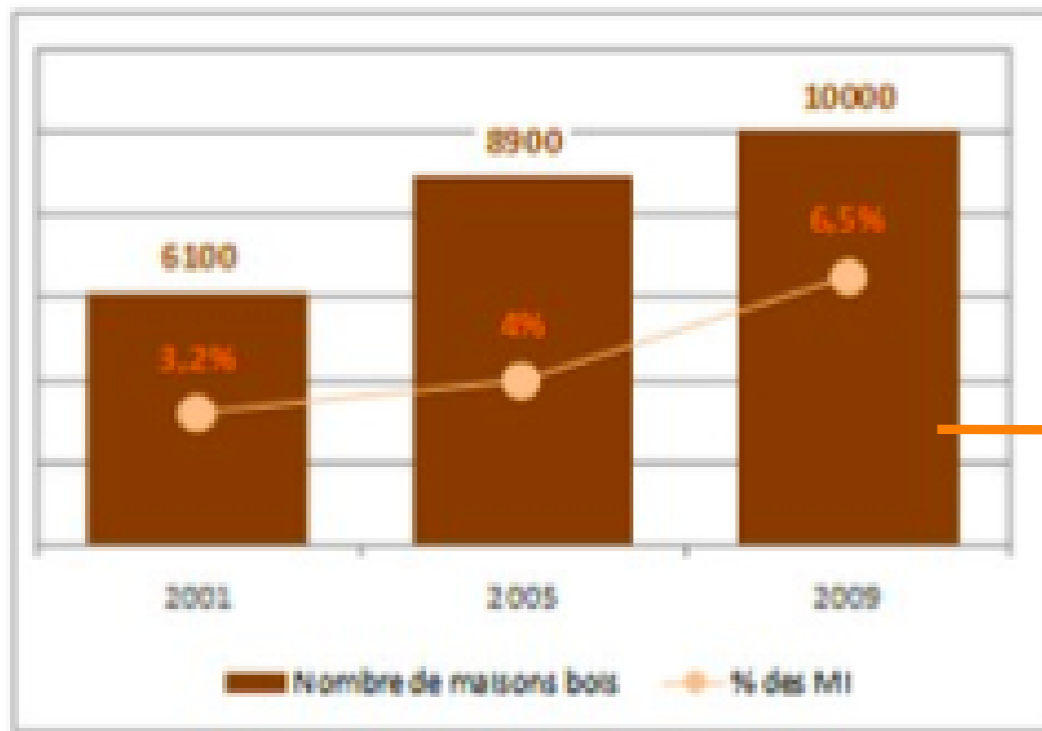
		Thousands dwellings							
						Forecast		Outlook	
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Residential construction Construction de logements Wohnungsbau	Building permits Logements autorisés Baugenehmigungen	1+2 family dwellings Individuels 1+2-Familienhäuser	268,6	227,8	195,9	229,3	230,0	235,0	245,0
	Flats Collectifs Mehrfamilienhäuser	281,8	233,2	176,6	203,4	215,0	220,0	225,0	
	TOTAL	550,4	461,0	372,4	432,7	445,0	455,0	470,0	
Housing starts Logements commencés Baubeginne	1+2 family dwellings Individuels 1+2-Familienhäuser	236,5	205,5	172,5	174,6	195,0	200,0	210,0	
	Flats Collectifs Mehrfamilienhäuser	215,2	180,2	150,3	158,3	165,0	170,0	175,0	
	TOTAL	451,7	385,7	322,8	332,9	360,0	370,0	385,0	

General comments

- 2010 likely the lowest point for the housing market
- In the near term, the emergence of the Zero interest Rate "plus" program (PTZ+), the new mechanism for supporting access to property ownership should help to restore household creditworthiness.
- After +5.6% growth in 2011 (new + maintenance-renovation), growth in housing production is expected to be less straightforward in 2012 and 2013, at +2.4% and 3.6% respectively.



France - residential market



Source : Caron marketing

General comments

- 6100 units in 2001 (3.2% of housing market)
- 8900 units in 2005 (4% of housing market)
- 10000 units in 2009 (6.5% of housing market)
- Stabilisation around 10000 units in 2010 / 2011 (crisis)
- Expected growth after 2013 with low energy buildings development

Segments de prix TTC hors terrain	Marché traditionnel	Marché Bois Constructeurs	Marché Bois Architectes
Populaire < 110 000 €	43 %	22 %	7 %
Intermédiaire 110 000 à 175 000 €	39 %	26 %	18 %
Luxe > 175 000 €	18 %	52 %	75 %

Source : Caron marketing

Wooden houses are seen as houses from architects with high value in opposite of bricks with is more traditional and economic.

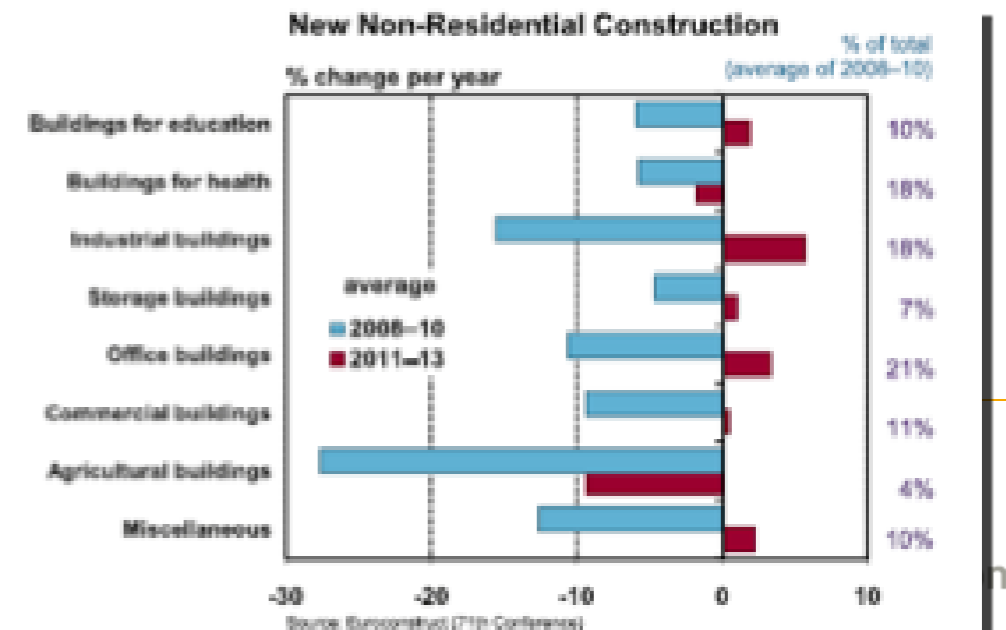
France - Non-residential market

Non-Residential building market development 2007-2013

General comments

- Following the -23.2% figure observed in 2009, the drop in construction starts for non-residential building continued in 2010 (-19.6%)
- Industrial and agricultural buildings fall down heavily and expected recovering not before 2013

New non-residential construction (public and private) Construction neuve non résidentielle (publique et privée) Neuer Nichtwohnhochbau (öffentlich und privat)									
	Volume mill. euro ¹⁾	m2 x 1000	% change in real terms						
							Forecast		Outlook
			2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Buildings for education Bâtiments de l'éducation et de la recherche Gebäude des Bildungswesens	2 805	1 680	4,5	-3,0	-10,5	-4,0	1,5	1,0	3,0
Buildings for health Bâtiments de santé Gebäude des Gesundheitswesens	4 670	2 630	19,5	-1,5	-8,5	-7,0	-7,0	1,0	1,0
Industrial buildings Bâtiments industriels Industriegebäude	3 977	4 590	3,0	-1,5	-19,0	-24,5	-5,5	18,0	6,0
Storage buildings Bâtiments de stockage Lagergebäude	1 911	3 150	3,5	-8,5	13,0	-16,0	7,0	0,0	-3,5
Office buildings Bureaux Bürogebäude	4 934	2 860	11,0	2,0	-12,5	-20,0	-2,0	8,5	4,0
Commercial buildings Commerces Geschäftsgebäude	2 973	3 790	3,0	-8,0	-12,0	-8,0	9,0	-3,0	-4,0
Agricultural buildings Bâtiments agricoles Landwirtschaftsgebäude	677	1 600	0,5	-5,5	-32,0	-41,0	-32,0	-4,0	14,5
Miscellaneous Autres Sonstiges	2 559	2 030	10,0	-8,0	-19,0	-10,5	1,5	0,5	5,0
Total	24 506	22 330	7,8	-3,1	-13,0	-15,2	-1,5	4,4	2,4

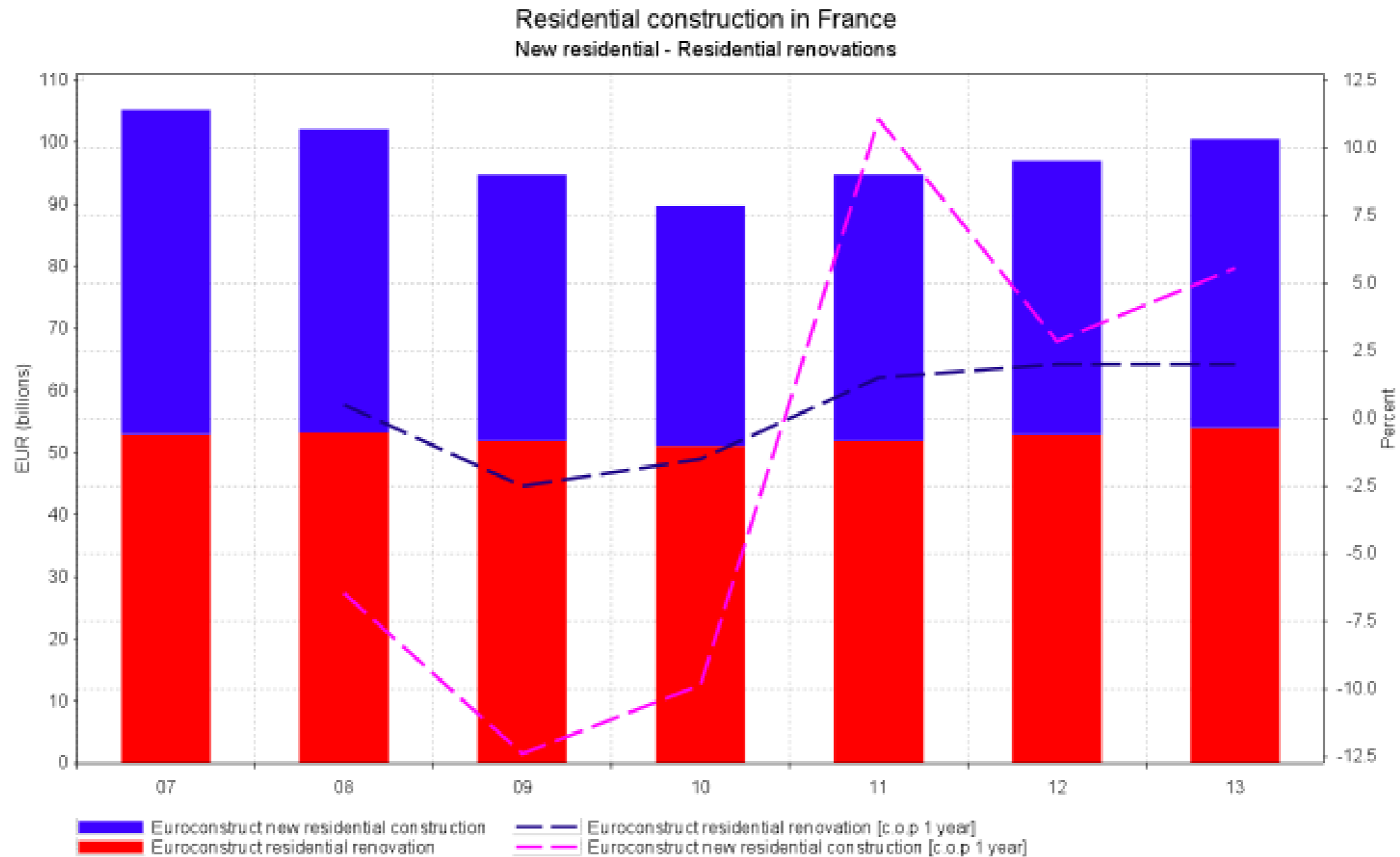


EUROCONSTRUCTION 2011, FRANCE

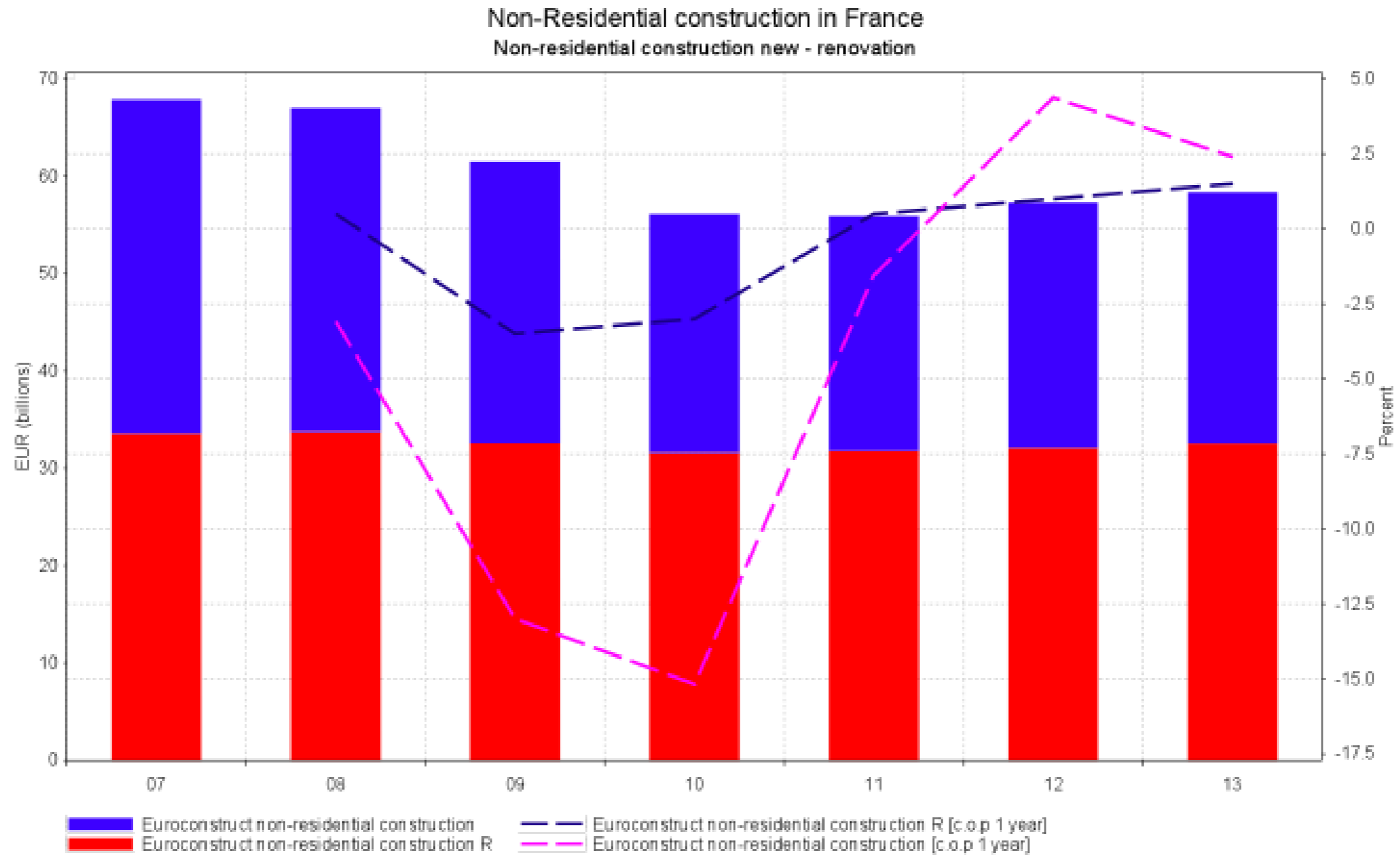
Macroeconomic Trends and Forecasts
for the France Construction Market
to 2013

September 2011 update

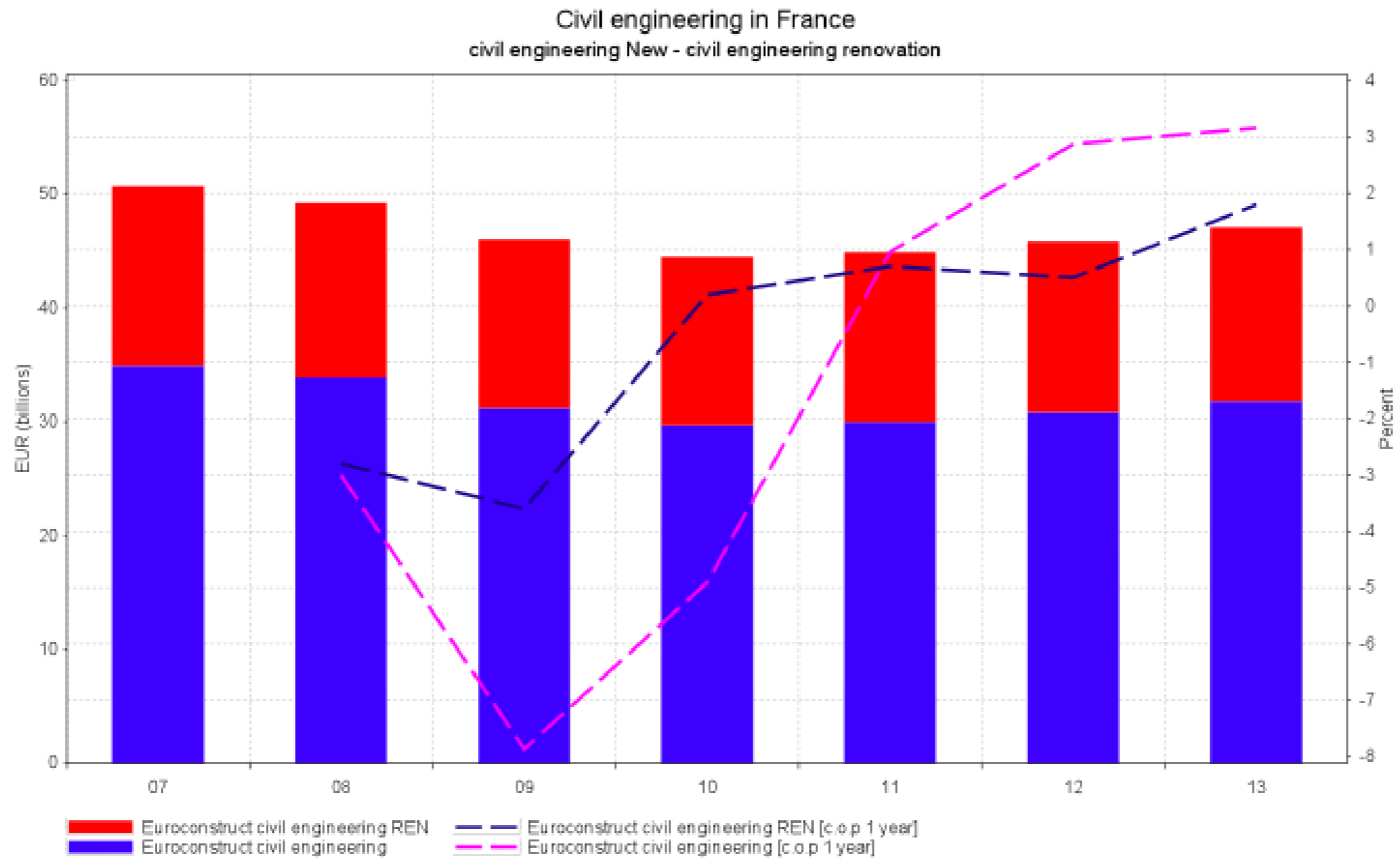
Trends and Forecasts



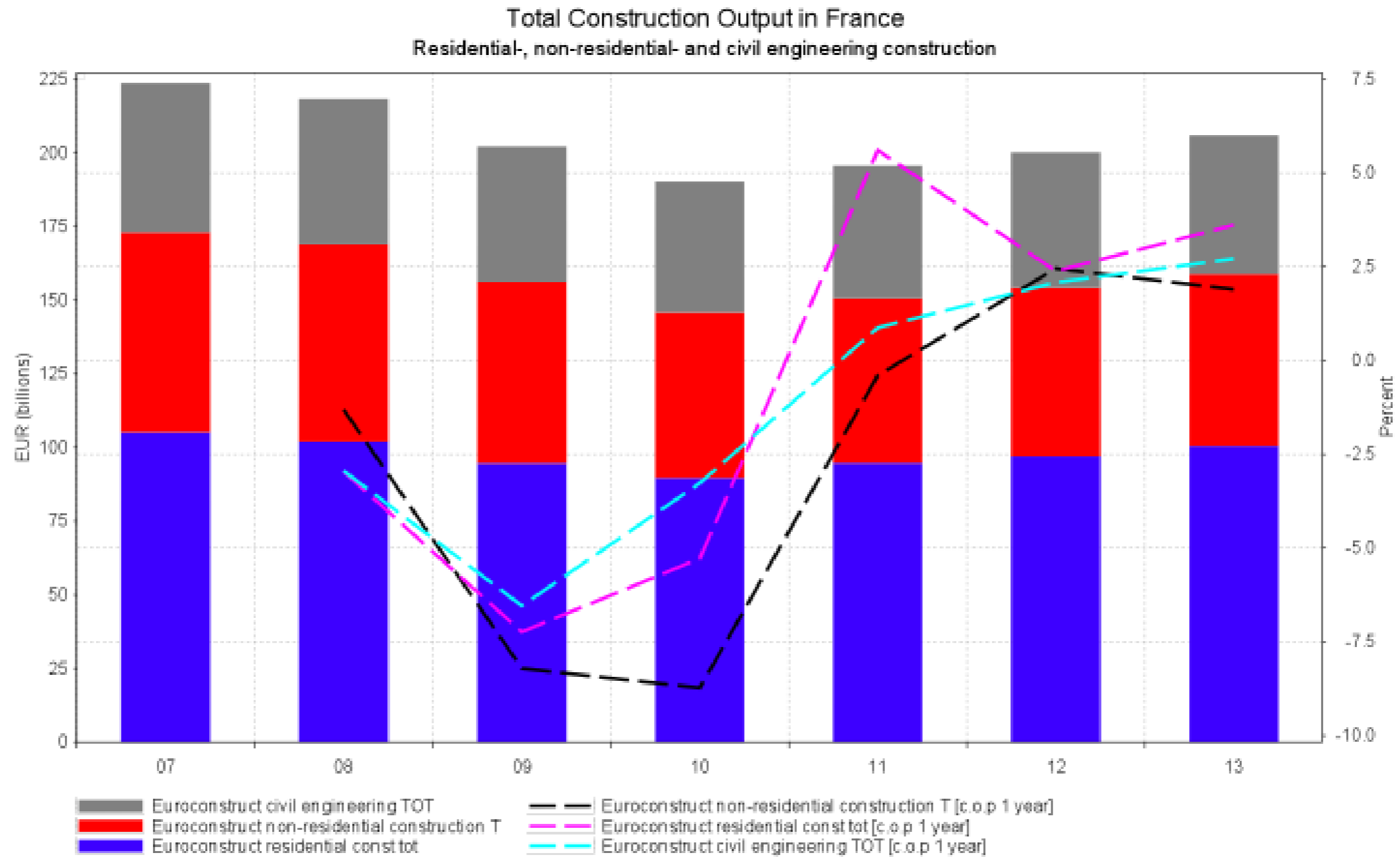
Trends and Forecasts



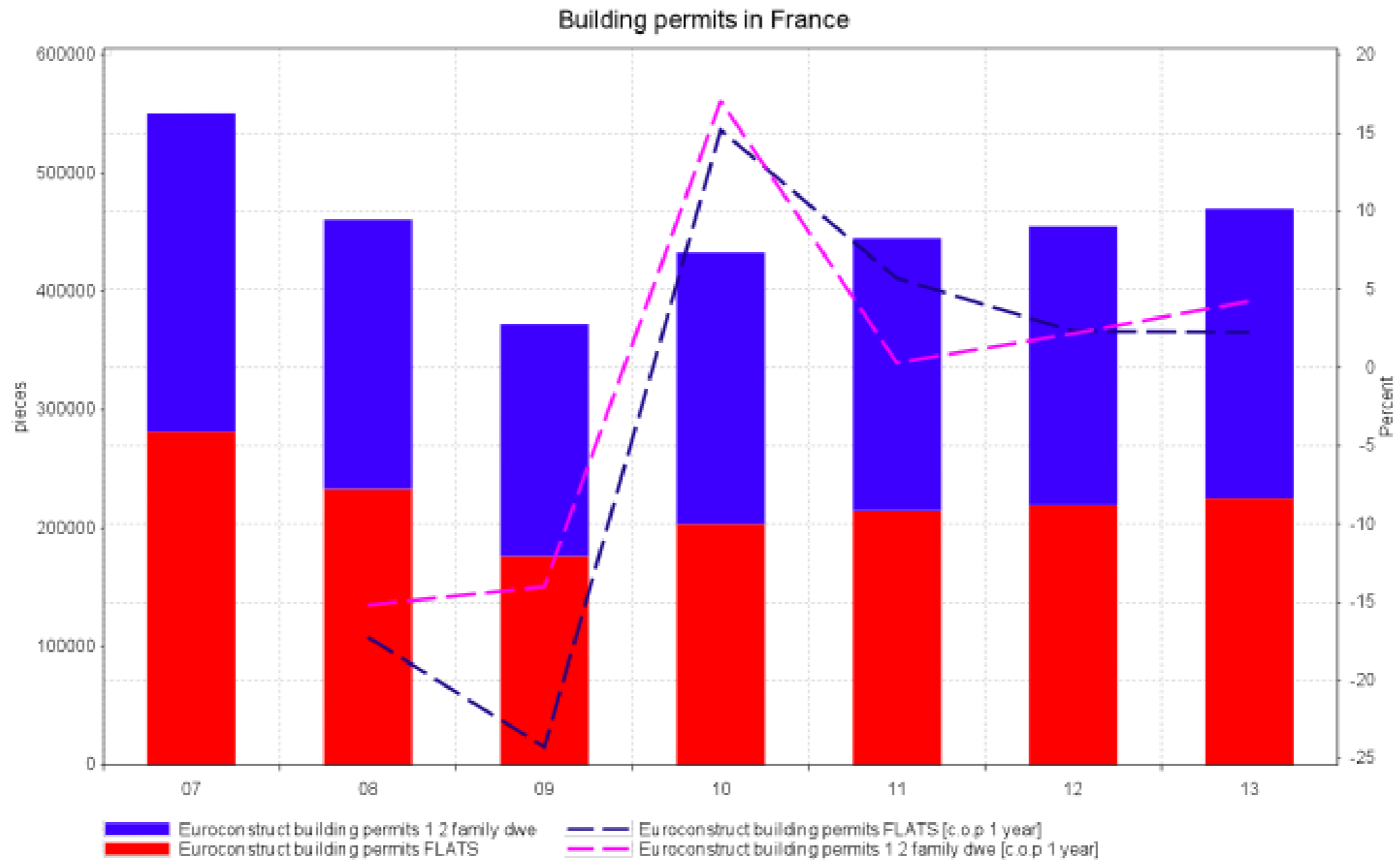
Trends and Forecasts



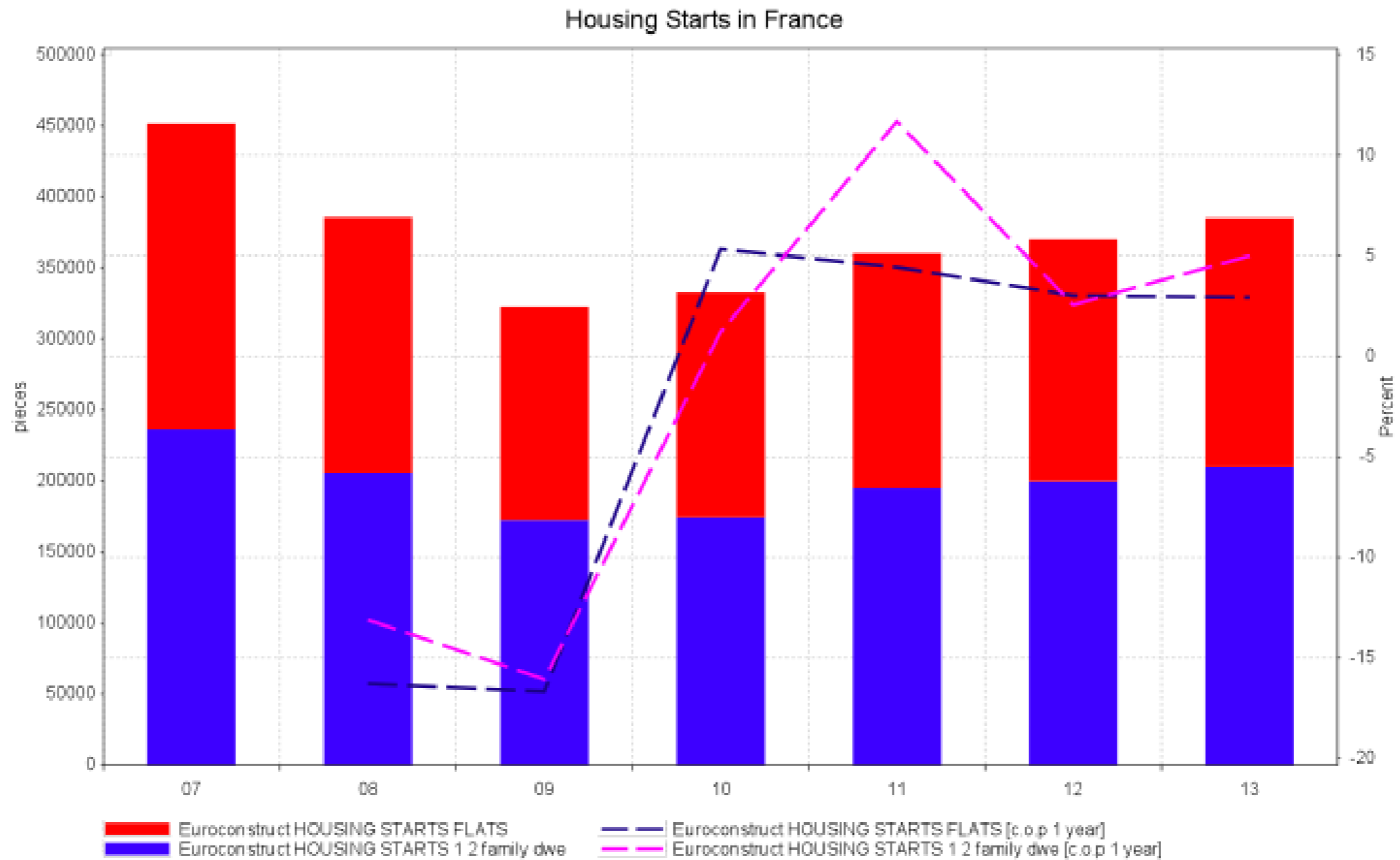
Trends and Forecasts



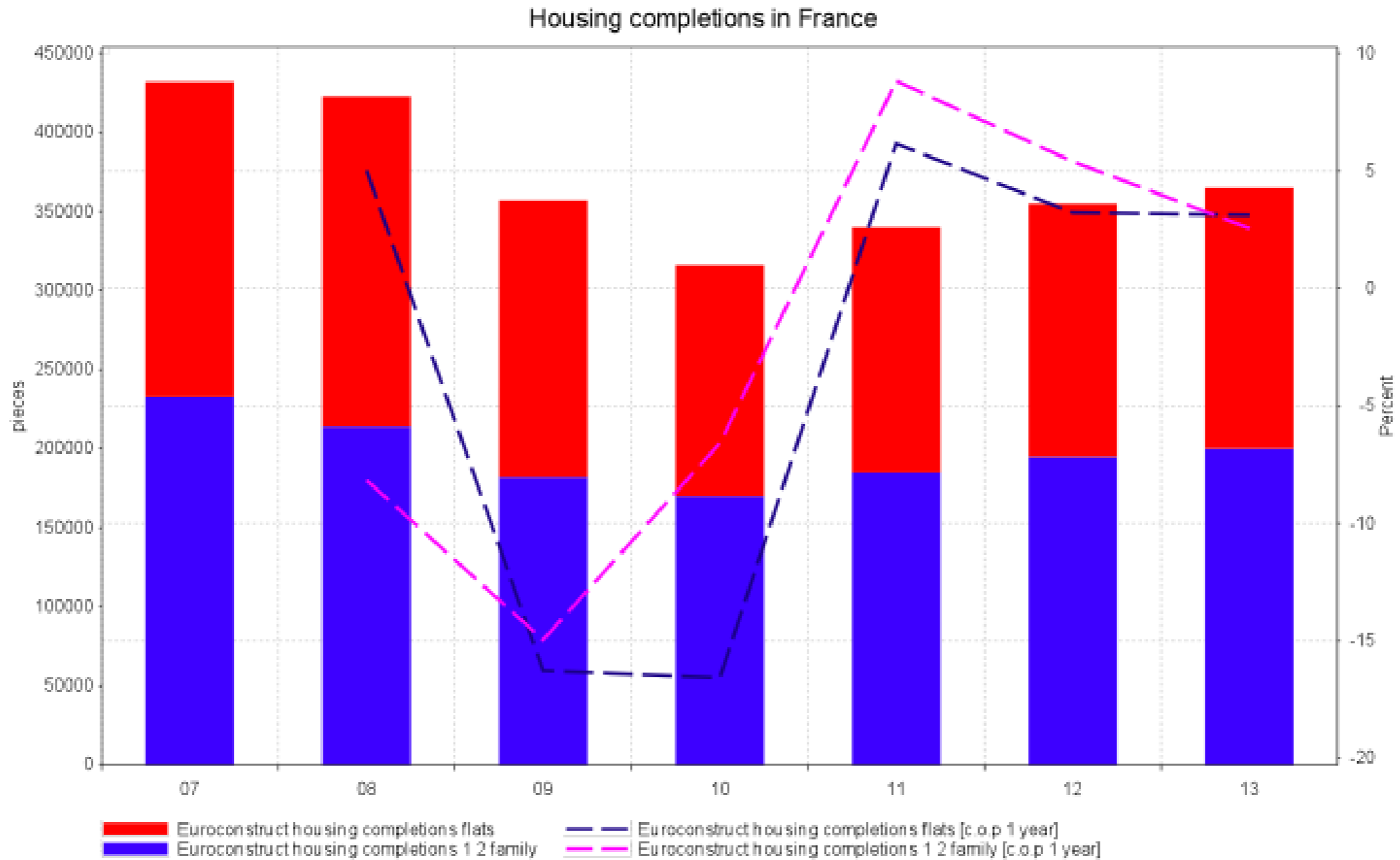
Trends and Forecasts



Trends and Forecasts



Trends and Forecasts



Trends and Forecasts



bois.com

“I say Yes to wood, to say NO to CO2”

Campaign Update 2010-2011

Objective and target group

To change attitudes towards wood among the public and professionals by promoting wood's unique sustainability and CO2 benefits

Objectives

- Growing the market share for wood as building- & joinery products in France
- Significant sub objectives are:
 - To increase the value of wood products sold in France by promoting wood's role in sustainable construction and helping mitigate climate changes.
 - To make the target group aware of “ wood and wood products from sustainable managed forests have the lowest carbon footprint of any mainstream building material”
 - To make the decision makers understand the significance of value of each wood product's special advantages.

Target groups

- General public, end users of wood products and end users of buildings (i.e. government departments, retailers etc).
- Professionals in the building industry, architects; structural engineers; building contractors; developers; quantity surveyors etc.
- But also:
 - Professionals of the forest and wood product sector

Management / partners

- Skogsindustrierna
- Finnish Forest Foundation
- CODIFAB

- A new partner / a new situation
- Campaign started in September

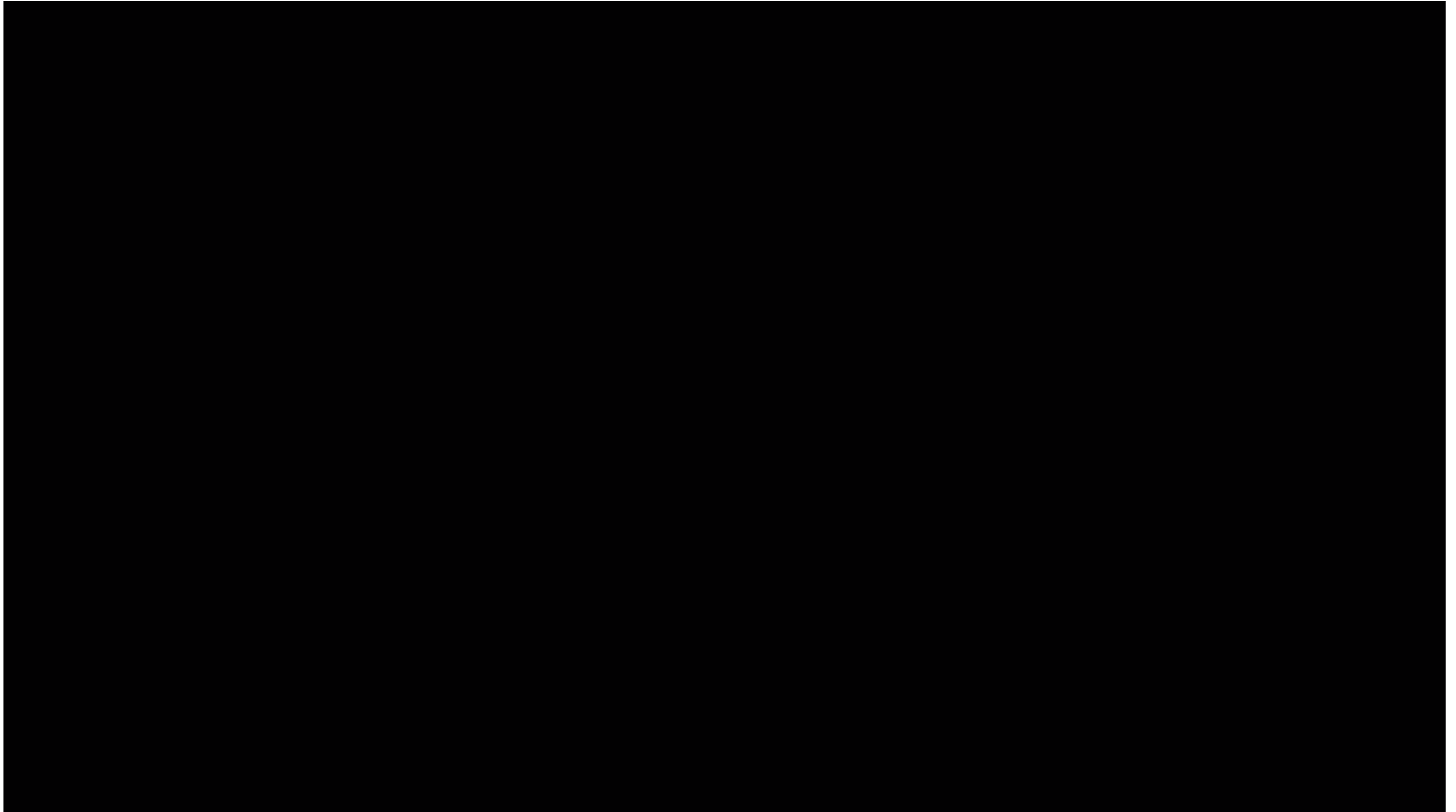
2010 campaign

- TV-spot
- Advertising
- Book of arguments
- Campaign newsletter
- Website / internet
- Communication
- Budget

TV campaign

- Focus on building with wood
- 3 weeks in November
- The TV-spot was broadcasted 53 times on prim-time hours on the main French channels

TV campaign



17 Million viewers
touched

Press visuals



imgobj Paris Crédit photo : www.plusarchitecte.fr

bois.com
construisons durable



CONSTRUIRE, AMÉNAGER ET RÉNOVER avec du bois, c'est affirmer sa volonté de répondre aux préoccupations environnementales de ses clients. Car le bois est un acteur clé de la lutte contre le réchauffement climatique. D'abord par son potentiel de stockage de CO₂ : **1 m³ de bois, c'est 1 tonne de CO₂ en moins dans l'atmosphère.** Mais aussi par ses exceptionnelles propriétés isolantes qui limitent la consommation énergétique du bâtiment. Préférer le bois, c'est choisir un matériau qui offre une palette de solutions pratiques et performantes à mettre en œuvre aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. C'est aussi opter pour un matériau naturel qui procure un confort de vie incomparable et dont les qualités esthétiques et la souplesse de mise en œuvre se prêtent à toutes les audaces architecturales. **Alors rejoignez le mouvement sur bois.com !**



imgobj Paris Crédit photo : www.plusarchitecte.fr

bois.com
construisons durable



CONSTRUIRE, AMÉNAGER ET RÉNOVER avec du bois, c'est affirmer sa volonté de répondre aux préoccupations environnementales de ses clients. Car le bois est un acteur clé de la lutte contre le réchauffement climatique. D'abord par son potentiel de stockage de CO₂ : **1 m³ de bois, c'est 1 tonne de CO₂ en moins dans l'atmosphère.** Mais aussi par ses exceptionnelles propriétés isolantes qui limitent la consommation énergétique du bâtiment. Préférer le bois, c'est choisir le matériau idéal pour mener une politique éco-responsable conforme à une législation volontariste en faveur du développement durable. C'est aussi opter pour un matériau naturel qui procure un confort de vie incomparable et dont les qualités esthétiques et la souplesse de mise en œuvre se prêtent à toutes les audaces architecturales. **Alors rejoignez le mouvement sur bois.com !**

Book of arguments

JE DIS OUI AU BOIS POUR DIRE NON AU CO2!

bois.com
construisons durable

UN CYCLE DE VIE VERTUEUX

LE BOIS EST UN "PUITS DE CARBONE"

Pendant leur croissance, les arbres libèrent l'oxygène que nous respirons. En même temps, ils absorbent le CO₂ présent dans l'atmosphère au rythme d'une tonne de CO₂ par mètre cube de bois nouveau.

Le processus de fabrication naturelle du bois par photosynthèse se poursuit pendant toute la période de croissance de l'arbre. Il cesse une fois que l'arbre est arrivé à maturité: lorsqu'il a fini de pousser, un arbre n'absorbe plus de CO₂.

Laisée à l'état naturel, une forêt atteint un stade d'équilibre: les arbres morts se décomposent, libérant le CO₂ qu'ils avaient absorbé. Ils sont remplacés par de nouveaux arbres qui absorbent du CO₂, mais, si la forêt n'est pas gérée, la séquestration de carbone par la forêt est globalement nulle.

1 tonne de bois nouveau = 1 m³ de CO₂ en moins dans l'atmosphère.

Exploiter les arbres parvenus à maturité permet de s'assurer que le CO₂ absorbé pendant la croissance de l'arbre restera piégé pendant la durée de vie des produits manufacturés à partir du bois, et incite à planter de nouveaux arbres pour remplacer ceux que l'on a prélevés.

LE BOIS EST UN MATÉRIAU RENOUVELABLE

Contrairement à l'idée reçue selon laquelle utiliser le bois contribue à la destruction des forêts, le développement de l'utilisation du bois permet de préserver et de développer les surfaces forestières.

Car lorsque le bois acquiert une valeur marchande et cela repréente un encouragement à préserver et développer les forêts. En Europe, les forêts se développent de plus de 500 000 hectares chaque année, et seulement 64 % de cet accroissement est exploité. Et au plus de 90 % du bois utilisé en Europe provient des forêts européennes, la quantité de bois disponible augmente chaque année.

Et comme les réglementations liées à l'environnement obligent à une gestion raisonnée des forêts, l'utilisation de bois certifié PEFC ou FSC est une garantie que le bois prélevé dans les forêts fait l'objet d'un renouvellement contrôlé: le nombre d'arbres plantés est toujours supérieur à celui des arbres exploités.

En France comme dans toute l'Europe, la forêt est sous-exploitée et le bois croît en surabondance.

Chaque seconde, le volume des forêts européennes augmente de l'équivalent d'une maison en bois-carré.

UN CYCLE DE VIE VERTUEUX

PHASE DE PRODUCTION

PHASE D'UTILISATION

1. LE BOIS EST UN "PUITS DE CARBONE"

2. LE BOIS EST UN MATÉRIAU RENOUVELABLE

3. LE BOIS EST ÉCONOME EN ÉNERGIE

4. LE BOIS STOCKE LE CO₂

Scierie

Production de panneaux

permet d'évaluer l'impact environnemental d'un produit tout au long de sa "vie". Pour le bois, elle prend en compte la phase de production (production, transport), la phase d'utilisation et la phase de fin de vie (réutilisation, recyclage).

OUVERTURE FORESTIÈRE EUROPÉENNE

Pays	Couverture forestière en milliards de ha
SUÈDE	23,1
FINLANDE	21,5
FRANCE	15,5
ESPAGNE	11,5
ALLEMAGNE	10,7
ITALIE	10,0

Après la Suède et la Finlande, la France est le 3^{ème} pays européen par sa couverture forestière.

Campaign newsletter

UN KIT DE COMMUNICATION COMPLET POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE

Pour permettre l'appropration de la campagne par l'ensemble des acteurs de la filière bois et favoriser la démultiplication et le relais des messages, un kit de communication "filière" est à votre disposition.

Véritable boîte à outils de supports de communication, il est constitué d'outils numériques, immédiats et exploitables et diffusables via internet, et de supports de communication imprimés pour le ballage et les occasions de rencontre avec les cibles (salons, réunions professionnelles...).

À TÉLÉCHARGER SUR BOIS.COM : LE KIT DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Logos de l'opération
- Charte graphique des applications des logos
- Film TV
- Visuels des annonces presse
- Bannières web (fixes et animées)
- Réponses aux questions fréquemment posées
- Goodies : fonds d'écran, signatures email, e-cards...

DISPONIBLE SUR DEMANDE : LES SUPPORTS DE COMMUNICATION IMPRIMÉS

- La lettre de campagne
- Un argumentaire "le bois, matériau durable", 12 pages
- Une affiche 60 x 80 "Je dis Oui au bois pour dire NON au CO₂ !"
- Des stickers du logopatch, petit et grand format

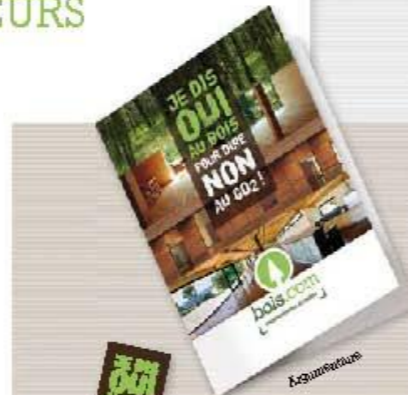
Des supports de communication vous seront adressés sur simple demande par e-mail auprès du CNDB.

Seuls les frais d'expédition vous seront facturés.

contacts presse

Media team:
Agence de Relations Presse
Rubus Olivier & Tullio Bouvieux
t. +33 (0) 1 14 50
a.rubus@rubuscap.com

CNDB
Mairie de Paris
Chargé de communication Presse & Média
t. +33 (0) 1 71 19 53
b.maria@cndb.org



JE DIS OUI AU BOIS POUR DIRE NON AU CO₂!



bois.com
construisons durable

édito

"Je dis OUI au bois pour dire NON au CO₂ !"

Une campagne pour tous les publics qui place le matériau bois au cœur des enjeux environnementaux.

Cette campagne à dimension nationale est née d'un engagement partagé entre les fédérations, organisations professionnelles des industries et entreprises françaises, suédoises et finlandaises. Cette communication, devant stimuler le consommateur français à choisir des matériaux et produits bois pour ses achats et projets de construction.

Elle soulignera le rôle social et écologique du bois, de son utilisation dans la construction, la rénovation, l'aménagement et la décoration, est une réponse pour limiter les émissions de CO₂, résister aux changements climatiques grâce notamment au carbone stocké.

Sous la signature "bois.com, construisons durable" nous donnons une identité forte à toutes les actions de communication et de promotion dédiées au sein de la filière bois. Nous vous donnons rendez-vous le 17 novembre sur France Télévision pour la première diffusion du spot TV de cette campagne.

Jan Söderlund
Directeur de Skogsindustrierna
Lvo Charnasso
Vice-président du CODIFRB

Comité professionnel de développement des industries françaises de l'aménagement et du bois (CODIFRB)
Fédération suédoise des industries forestières (Skogsindustrierna)
Fondation Finlandaise pour la Forêt (Finnish Forest Foundation)

LETTRE DE CAMPAGNE

01 / NOVEMBRE 2010

2010-2012 : LE BOIS EST DURABLE ET LE REVENDIQUE !

Programmée sur trois années (2010, 2011 et 2012), la nouvelle campagne de communication de la filière forêt-bois marque la volonté de l'ensemble des acteurs français et scandinaves de contribuer à la promotion du matériau bois et de valoriser les résultats obtenus en matière de gestion durable des forêts.

Cofinancée par Skogsindustrierna, Finnish Forest Foundation et le Codifrb, cette campagne nationale est l'occasion de signaler au grand public comme aux professionnels les nombreux atouts du bois dans la lutte contre l'effet de serre. Elle rappelle également les possibilités d'usage et les avantages de ce matériau d'avenir dans la construction, la décoration et la rénovation des bâtiments, qu'il s'agisse de maisons individuelles, de logements collectifs, de bâtiments publics ou de ERP (bureaux, bâtiments tertiaires...).

"CONSTRUISONS DURABLE" : UNE SIGNATURE FORTE ET FÉDÉRATRICE

Signée "BOIS.COM, construisons durable", la nouvelle campagne vise à fédérer tous les publics autour du portail de référence bois.com. Régulièrement enrichi depuis son lancement en 2004 et fort de plus 3 millions de visiteurs par an, bois.com ambitionne de devenir le lieu de rendez-vous

incontournable de toute personne cherchant à s'informer sur les usages du bois dans la construction. Avec en fil rouge la signature "construisons durable", la campagne marque l'engagement volontariste de toute une filière de s'inscrire dans un mouvement de contribution à une meilleure planète pour les générations futures.

En 2010, l'angle de la communication développé est principalement orienté sur le thème de la lutte contre le changement climatique et pour la préservation de l'environnement. "Je dis OUI au bois pour dire NON au CO₂ !" est en effet le cri de ralliement du film TV et de la campagne presse, que grand public et professionnels découvrent à partir du mois de novembre.

Le message est attendu, innovant et pédagogique. Il répond à l'idée communément reçue selon laquelle couper du bois, source de production d'énergie vital pour la planète, contribue à la déforestation, et à la dégradation de notre environnement.

La campagne vise à interpeller tous les publics pour leur faire découvrir une dimension scientifiquement démontrée, mais encore méconnue, du matériau bois : "puits de carbone", le bois absorbe le CO₂ pendant

Website

Newsletter, informations personnalisées : [Inscription](#) / [Connexion](#)



Le site de référence pour tout savoir sur le bois
Construire, aménager, rénover... et agir pour le développement durable

Rechercher sur le site :

JE DIS OUI AU BOIS POUR DIRE NON AU CO2!

FAITES UN GESTE POUR LA PLANÈTE ! En construisant, aménageant et rénovant avec du bois, vous contribuez à la diminution des gaz à effet de serre. De plus, les produits à base de bois consomment peu d'énergie et limitent les émissions de CO₂.

Choisir le bois, c'est ainsi opter pour un matériau à très faible empreinte carbone.

 **REJOIGNEZ LE MOUVEMENT !**

PARTICULIERS
ACTUALITÉS



Rejoignez le mouvement !

DÉCIDEURS, MAÎTRES D'OUVRAGE, MAÎTRES D'OEUVRE
ACTUALITÉS



Plus de bois dans les logements neufs !
Un nouveau décret multiplie par 10 la quantité de bois dans les logements à

EVÉNEMENTS

Cycle de conférences
Bois & Cité

Commandez l'ouvrage de référence

December: + 30 % visits; + 13% page views

2010: + 26% visits (total: 2.869.815); + 6% page views (9.391.735)

Website

Newsletter, informations personnalisées : [Inscription / Connexion](#)



Le site de référence pour tout savoir sur le bois
Construire, aménager, rénover... et agir pour le développement durable

Rechercher sur le site :

ACCUEIL AMÉNAGER CONSTRUIRE MIEUX CONNAÎTRE LE BOIS **JE DIS NON AU CO₂ !** ACTUALITÉS FORUM

Je dis non au CO₂ !

Le bois, pour lutter contre l'effet de serre

Les puits de carbone, une solution contre le CO₂

Le choix du bois pour un "avenir durable"



[Accueil](#) > Je dis non au CO₂ !

Je dis OUI au bois bois pour dire NON au CO₂ !

Construire, aménager et rénover avec du bois, c'est faire un geste pour l'avenir de notre planète.

Un matériau à très faible empreinte carbone

Lutter contre l'effet de serre
Capteur naturel de CO₂, excellent isolant thermique, matériau peu énergivore, le bois limite les émissions de gaz responsables du réchauffement de la planète.

Les puits de carbone : le CO₂ pris au piège
Les puits de carbone stockent une partie du CO₂

Suivez le mouvement !

 [Facebook](#)
Rejoignez la communauté

 [Twitter](#)
Toute l'actualité

 [Flux RSS](#)
Toutes les mises à jour

[Vidéos](#)

Communication

- Press conference
- E-marketing (banners)
- Communication kit (downloadable):
 - Logo and how to use it
 - TV-spot
 - Visuals press campaign
 - Web banners
 - FAQ's
 - Goodies
- Campaign newsletter
- Book of arguments
- Posters & stickers



2011 campaign

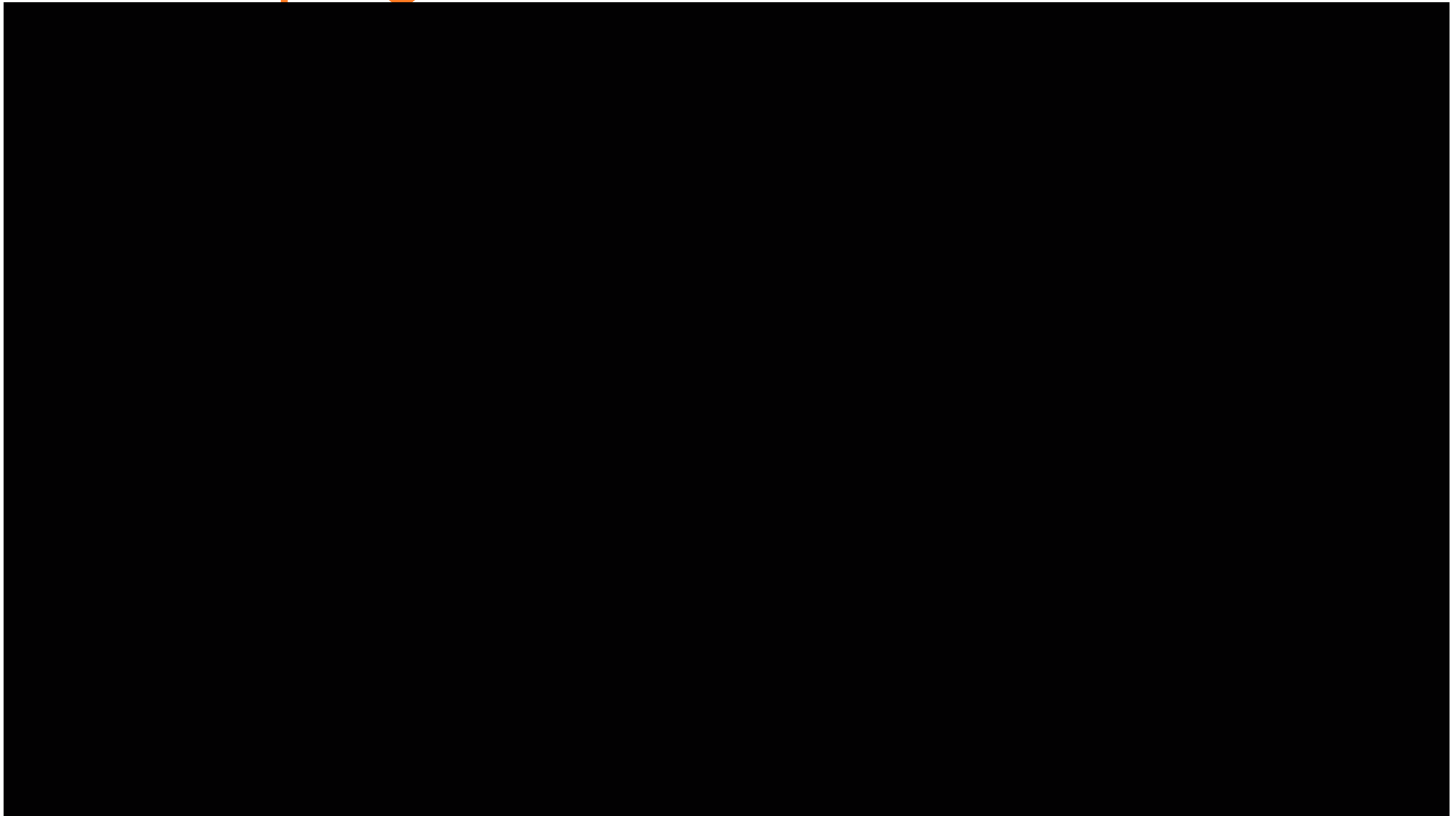
- TV campaign
- bois.com: Web TV & articles
- e-marketing campaign
- Press relations
- Communication Kit
- Campaign newsletter
- Evaluation of the campaign



TV campaign

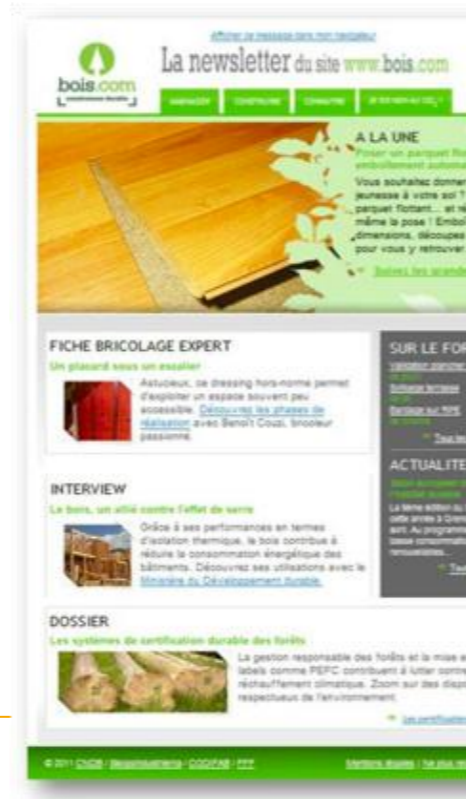
- The updated commercial 2011 is focusing more on the segment living with wood
- Two weeks in June
- second round in September
- The TV-spot was broadcasted 81 times on prim-time hours on the main French channels

TV campaign



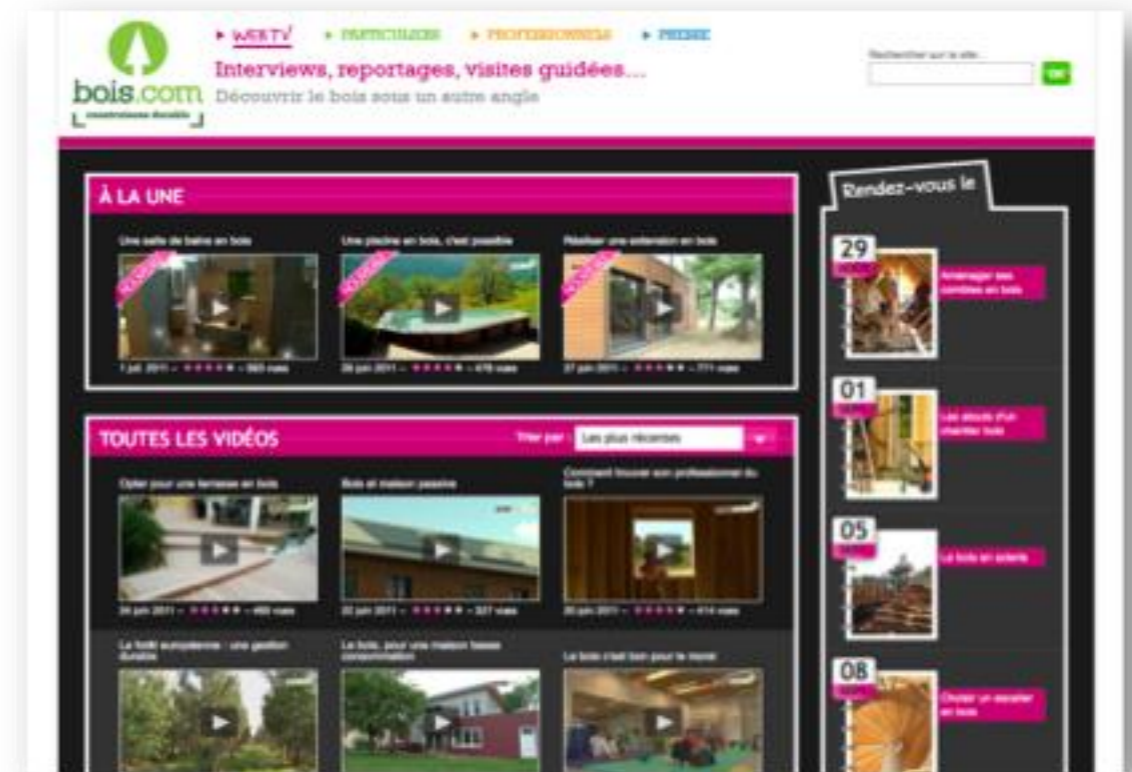
31 Million

- 14 new articles
- Re-writing existing content
- Forum
- Newsletters:
 - 10.500 (GP)
 - 2.500 (Pro)



WEB TV

- Launched in 16 may
- 75 films
- (3 / week) 2 / week



260.000 Visitors p/m

e-marketing campaign

- 5,6 million screen displays and 11.609 clicks

(with 0,21 % clicks this is quit a high rate.
Normal average rate for such a campaign is
0,15%)

Press relations

- 2 press releases sent out in June and created a lot of spinoff in the press
- Press conference on 26 May
- 3 articles for media areas; interiors/decoration, sustainable development and professionals (building)



Communication Kit

- ‘on the counter’ brochure
- 6 technical leaflets
- posters and stickers
- Digital version



Campaign newsletter

- 1st disseminated announcing the campaign
- 2nd programmed in december

The future

- France Bois Forêt joined
- Chairing by CODIFAB
- Sweden and Finland propose a change of strategy for participating in the campaign 2012
- Partner France Bois Forêt indicated that they would like to raise their participation towards 1/3, (CODIFAB 1/3, France Bois Forêt 1/3, Nordic 1/3)

Glulam

Objective

To promote the use of glulam in larger private sector buildings, i.e. offices, logistics and commercial, with the objective of increasing the market share of glulam by 20% by the end of 2015

Target groups

Target group:

Decision makers within the market of:

- Offices;
- Logistic- and activity- buildings;
- Commercial buildings

Management / partners

- Skogsindustrierna
- Finnish Forest Foundation
- SNBL + CODIFAB

- A new partner / a new market
- Market Study

2010 campaign

2 Fairs: SITL and SIMI



Publications

Brochure: Glulam and enterprise buildings

- 16 pages, 10.000 ex,
mailing with Business
Immo



Publications

- Publicity-reportage in Business immo
- E-book on the centennial (ready 2011)



Le bois lamellé s'invite dans l'immobilier d'entreprise

Le bois lamellé s'expose au Simi

Stand : E131, 2^e niveau
Conférence : « Bois lamellé : la nouvelle tendance de l'immobilier d'entreprise », le jeudi 2 décembre de 10 h à 11 h, (Salle 142 A - 2^e niveau).

Vos bureaux en bois lamellé... Pourquoi pas ?
Cette option est désormais envisageable pour les maîtres d'ouvrage et les utilisateurs de surfaces tertiaires. Le bois lamellé est aujourd'hui très utilisé dans les charpentes d'entrepôts logistiques. Il fait également son entrée au sein des ensembles de bureaux et de commerces. Le bois lamellé est d'abord un matériau de structure fiable. C'est aussi un matériau du design moderne, permettant toutes les formes et les volumes. Les ouvrages en bois lamellé résistent particulièrement bien au temps. Le bois lamellé est surtout un matériau naturel, renouvelable et recyclable. Le bois lamellé est LE matériau du Grenelle de l'environnement. C'est enfin une technique aussi économique que les autres. Démonstration avec deux utilisateurs du bois...

Michel Hugues, directeur général, GSE
« Le bois, abondant en France, est un matériau bourré de vertus. Il a des vertus environnementales évidentes, notamment car il stocke du carbone qui sera restitué dans l'atmosphère dans 30 ou 40 ans, la durée de vie d'un bâtiment. Il a des vertus esthétiques et de confort d'utilisation sans égale pour les utilisateurs. Il a également des vertus économiques puisqu'à produit comparable, le bois est aussi accessible que les autres matériaux. GSE utilise le bois dès qu'il le peut dans ses constructions de plates-formes logistiques notamment avec son concept Modulog mais également dans ses immeubles de bureaux. Notre filiale CCR a lancé un concept de bâtiment 100 % bois. Avec succès puisque nous en avons construit huit à ce jour et qu'une vingtaine sont dans les cartons. La stratégie de GSE consiste à penser bois en priorité.

Jean-Michel Lemius, first vice president project management Southern Europe, Prologis
« Prologis utilise en France le bois dans les charpentes mixtes de ses plates-formes logistiques depuis 2005 à la fois pour ses qualités environnementales et son confort d'utilisation plébiscité par les clients. C'est un matériau qui est peu énergivore. C'est un matériau renouvelable. C'est aussi, aujourd'hui, devenu un produit économique. Le bois présente également l'avantage d'être un matériau plus conductible, procurant une meilleure inertie. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. En fin de vie, son bilan carbone est neutre ».

Contact : Le bois Lamellé - 01 43 45 53 43 - snccblc@magic.fr

Conferences

- 2 Conferences: SIMI and breakfast meeting



Advertising campaign

- In Moniteur (4x)

Pour des bâtiments beaux et durables

Bois lamellé

La nouvelle tendance de l'immobilier d'entreprise



le bois lamellé est LE matériau d'avenir, répondant idéalement aux nouvelles exigences de fiabilité, de sécurité et de durabilité, tout en restant économique et compétitif.

le bois lamellé est la nouvelle tendance du design contemporain, autorisant toutes les audaces architecturales pour que chaque ouvrage trouve son exacte identité professionnelle.

le bois lamellé, matériau naturel, renouvelable et recyclable, est LE matériau du Grenelle de l'Environnement.

Le Bois Lamellé s'expose au SIMI STAND E131 2^e niveau

bureaux
commerces
usines
stockage

bois.com
construisons durable

Contact : Le Bois Lamellé - 01 43 45 53 43 - sneclc@magic.fr

Pour des bâtiments beaux et durables

Bois lamellé

La nouvelle tendance de l'immobilier d'entreprise



le bois lamellé est LE matériau d'avenir, répondant idéalement aux exigences de fiabilité, de sécurité et de durabilité, tout en restant économique et compétitif.

le bois lamellé est la nouvelle tendance du design contemporain, autorisant toutes les audaces architecturales pour que chaque ouvrage trouve son exacte identité professionnelle.

le bois lamellé, matériau naturel, renouvelable et recyclable, est LE matériau du Grenelle de l'Environnement.

bureaux
commerces
usines
stockage

bois.com
construisons durable

Contact : Le Bois Lamellé - 01 43 45 53 43 - sneclc@magic.fr

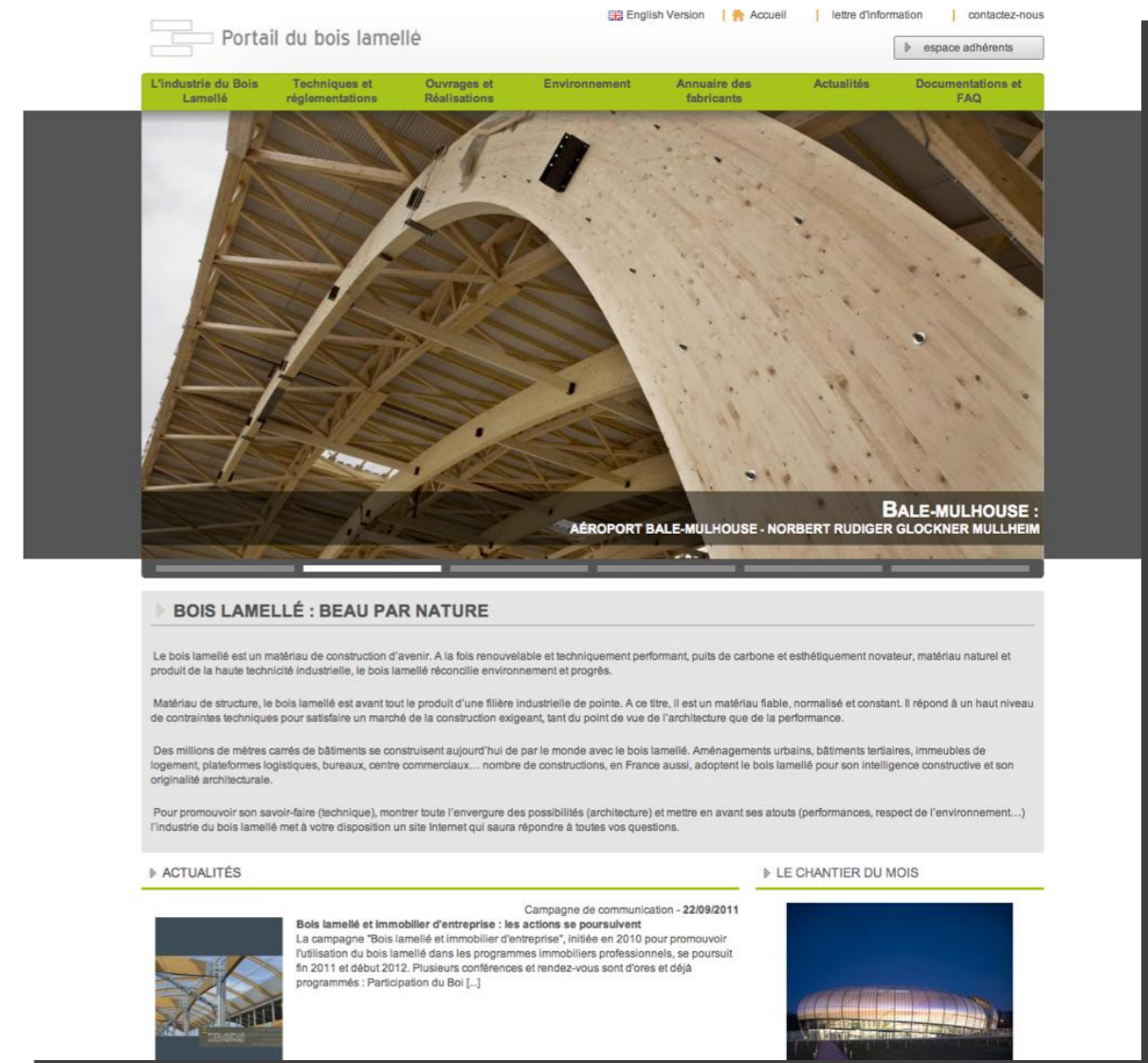
Other actions

- Market study with recommendations 2011
- Website

2011 campaign

New web site

- information, video's and FAQ's on glulam
- news and activities
- launched in October 2011



Glulam

- 3 breakfast meetings/conferences (Paris, Lyon and Nantes). With the idea to follow them up with technical informing seminars including site visits in the first quarter of 2012
- 10 most FAQ brochure on costs, fire and legislation is ready and will be disseminated via the website and in print



Glulam

- Mailings & banners the events and generate traffic to the web site
- Publicity through specialised press

Le bois lamellé-collé : l'effet positif dans le bureau



Du bois lamellé-collé pour construire vos bureaux : vous n'y aviez jamais songé ? Et pourtant, le bois fait une poussée sans précédent dans l'immobilier tertiaire après avoir démontré son efficacité dans les entrepôts logistiques. Rassurant pour les élus et pour les riverains, le bois cumule bien des vertus environnementales. Chaleureux, naturel, renouvelable et recyclable, ce matériau est de plus en plus prisé par les maîtres d'ouvrages et les promoteurs. Il est aussi adopté par les utilisateurs. Deux utilisateurs du bois – l'un constructeur, l'autre architecte – livrent leur retour d'expériences sur les vertus du bois dans la construction d'immeubles de bureaux.

Le futur siège de l'INPI : l'immeuble phénomène

« Le futur siège social de l'INPI (Institut national de la propriété industrielle) à Courbevoie devrait être à la hauteur de l'audace et de l'innovation qui fait l'ADN de son utilisateur. Le groupe Natekko a donc imaginé le premier immeuble de bureaux au monde à énergie positive de plus de 10 000 m² construit en bois et en verre. Un objet tertiaire unique au monde.

Cet immeuble phénomène, qui utilise le bois partout où il est possible de le faire, se présente déjà comme l'ambassadeur de l'architecture bio-climatique des immeubles de demain. Il mêle la technique du colombage aux techniques contemporaines du bois et du verre, conférant un sentiment de bien-être et de haute technologie, un espace à vivre innovant.

Les vertus du bois dans un immeuble de bureaux ne sont plus à démontrer. Une architecture audacieuse, une programmation souple des espaces, une rapidité de construction inégalée grâce à des éléments pré-fabriqués, une chaleur inhérente à la matière sans parler de sa résistance au feu : le bois a tous les atouts pour participer au renouveau des immeubles de bureaux de demain ».

Groupe Natekko

96-104, avenue Charles-de-Gaulle à Neuilly : retour aux sources

« Dans cette opération de restructuration lourde, le bois s'est imposé presque naturellement dans la construction d'un bâtiment de 600 m² de bureaux et une galerie de liaison qui rythment l'ensemble de 13 000 m². Toute la problématique de Gecina, son maître d'ouvrage, consistait à remonter la SHON d'infrastructure en superstructure et de trouver une dynamique de fonctionnement.

S'insérant dans un ensemble de trois bâtiments disposés en peigne, cette partie de l'opération s'impose comme le cœur névralgique de l'opération, la plus visible, la plus emblématique aussi. Le bois se retrouve également dans les terrasses paysagées. Ce parti pris architectural rompt avec les codes de l'avenue Charles de Gaulle à Neuilly-sur-Seine. C'était la volonté du maître d'ouvrage.

Les atouts du bois dans un immeuble de bureaux ne sont plus à démontrer. Le chantier, rapide, se monte en quatre semaines au lieu de douze avec du béton. Un chantier bois, c'est ensuite un chantier de précision, propre et chaleureux. Son équilibre économique est assuré. Le surcoût lié au matériau et à ses études est, en effet, compensé par les économies réalisées en termes de transport et de recyclage. Il présente une bonne résistance au feu. Correctement dimensionné, il répond aux exigences acoustiques. Le bois vieillit bien à condition d'être correctement traité. Le matériau bénéficie, enfin, d'un capital sympathie supérieur à la moyenne auprès des élus mais aussi des riverains qui voient dans un chantier bois un chantier propre et moins bruyant ».

Contact : Le bois Lamellé - 01 43 45 53 43 - snccblc@magic.fr



Glulam

- Partnership with Business Immo on the SIMI fair with Glulam in their stand
- Distribution of the brochure with the 10 FAQ's



Timber Frame Curtain Walls and Exterior Thermal Insulation (ITE)

Objectives / Target groups

Target group:

- Bigger building companies building multifamily houses

Objectives:

- Move more towards mixed constructions (wood/concrete), curtain- and infill walls and elevation.
- These bigger building companies are starting to get interested in timber framed, especially in mixed situations. There are hardly any technical tools for them. They also need help with sub contractors.
- There are no market studies done on timber framed houses.
- We should give them solutions / systems

Management / partners

- Skogsindustrierna
- Finnish Forest Foundation
- CODIFAB + CAPEB + FFB

- 3 new partners / a new market
- Market Study
- Campaign was delayed

2010 campaign

Actions and results

- The board decided not to run parallel actions and to wait for the results from the study.
- Results will be ready March / April 2011

2011 campaign

Timber Frame Curtain Walls and ITE

- Market study completed in April
- One big conference in Paris December 15 on urbanism & Le Grand Paris, to show good examples of innovative building solutions with wood
- Dissemination of existing ITE material
 - Leaflets for enterprises
 - technical guide
 - accompanied by a press campaign / publicity



Timber Frame Curtain Walls and ITE

- Sweden and Finland have indicated their interest to expand the project to "innovative building solutions with wood" and are currently preparing a project proposal for 2012
- The French partners will prepare project proposal 2012 for Exterior Thermal Insulation (ITE)

Any questions?



Thank you for your attention