



Étude qualitative du marché des appareils domestiques de chauffage au bois

Avec le soutien de :



Juillet 2016

Sommaire

Préambule et méthodologie	p. 3
Partie 1 - L'activité en 2015	p. 5
Partie 2 - La structuration du marché	p. 11
Partie 3 - Les perspectives de développement du marché	p. 20
Partie 4 - La perception de Flamme Verte et de Qualibois	p. 26
Partie 5 - L'action des pouvoirs publics	p. 29
Partie 6 – Perception de Flamme Verte et de Qualibois	p. 40
Synthèse et recommandations	p. 48

Préambule

Ce rapport présente les résultats du volet qualitatif de l'étude relative au suivi 2016 du marché français des appareils domestiques de chauffage au bois.

Une synthèse de l'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 et/ou de distributeurs d'appareils domestiques de chauffage au bois, présents sur le marché français. Ces interviews ont été réalisées par téléphone en suivant un guide d'entretien préétabli. Les principales thématiques abordées dans le guide sont :

- ✓ perception des acteurs sur l'évolution du marché en 2015 et les premiers mois de 2016 ;
- ✓ 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.) ;
- ✓ perception des acteurs sur les actions de qualification des installateurs et de labellisation du matériel ;
- ✓ perception des acteurs sur les perspectives d'évolution du marché sur les années 2016 et 2017 ;
- ✓ principaux thèmes de travaux en termes de R&D ;
- ✓ perception des acteurs sur l'action des pouvoirs publics en faveur du marché (crédit d'impôt et RT2012).

Huit (8) fabricants (français ou étrangers) et deux (2) distributeurs ont été interviewés. Le choix des acteurs 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).

Partie 1 - L'activité en 2015

1. Évolution des ventes

Détail des ventes d'équipements bois entre 2013 et 2015 en France métropolitaine (en unités vendues)

Segments	2013	2014	2015	Évolution
Poêles	349 795	293 620	265 620	- 9,5 %
Foyers et inserts	151 500	120 750	97 950	- 18,9 %
Chaudières	20 950	14 165	11 380	- 19,7 %
Cuisinières	6 000	4 800	4 820	- 0,4 %
Total	528 245	433 345	379 770	- 12,4 %

Source : Observ'ER 2016

1.1. Une année 2015 globalement décevante

Le secteur des appareils indépendants de chauffage au bois

- ✓ Une nouvelle année difficile pour les appareils à bûches.

« Après 2014 qui avait été mauvais, 2015 a été une nouvelle année difficile. Nous avons reculé de 15 % sur les poêles à bûches et c'est la même chose sur les inserts. »

« Fondamentalement, le contexte de 2015 n'a pas changé par rapport à celui de 2014. L'hiver a une nouvelle fois été trop doux et les énergies fioul et gaz sont restées à des niveaux de prix bas. À partir de là, il était évident que 2015 ne pouvait pas être bonne. »

- ✓ Seul le segment des poêles à granulés a échappé au marasme.

« Sur 2015, nous avons vu les ventes repartir par rapport à 2014 mais on reste loin des croissances des années 2008 -2013. »

« Nous avons fait une année 2015 correcte au niveau des poêles à granulés. Il n'y a pas eu de rebond net mais on fait 5 % de mieux. »

Le secteur des chaudières bois

- ✓ Une nouvelle année de baisse généralisée sur tous les types de chaudières.

« En 2015, nous avons fait - 20 % par rapport à 2014. »

« Nous avons eu une baisse généralisée sur l'ensemble de nos gammes de chaudières bûches ou granulés. Rien n'a fonctionné en 2015. »

1.2. Les facteurs évoqués sont identiques à ceux de l'année passée

- ✓ Prix des énergies fossiles et hiver doux comme principaux facteurs explicatifs.

« Les raisons sont identiques à celles qui ont conduit 2014 à être une mauvaise année. Deux hivers de suite avec des températures douces, c'est un coup dur pour la profession. Sur les équipements thermiques, les consommateurs sont guidés par leurs ressentis. S'il n'y a pas de période froide suffisamment marquée, le besoin de confort thermique est plus facilement satisfait. Les clients repoussent leurs éventuels investissements et moins de vente se font. »

« Depuis deux ans, nous avons affaire à une concurrence trop difficile de la part du gaz et du fioul. Dans l'esprit du consommateur au moment du choix de son équipement, et face au bois qui reste tout de même une énergie relativement nouvelle, cela pèse lourd. En plus, les médias ont beaucoup commenté ces baisses de prix. Cela a été une caisse de résonance terrible. »

« Aujourd'hui, il n'y a pas d'incitation particulière à aller vers un appareil bois. Le crédit d'impôt est le même que pour des chaudières à condensation et le prix du granulé au kWh doit être équivalent à celui du fioul. Les chaudières bois étant en moyenne plus chères que celles au fioul, le choix est vite fait. »

- ✓ Des facteurs plus psychologiques sont aussi évoqués.

« Je pense qu'un facteur comme l'incertitude face à l'avenir dans le climat actuel joue aussi. Les attentats de 2015, le chômage qui ne baisse pas, tout cela crée une atmosphère qui n'est pas propice aux investissements. »

- ✓ Certains acteurs regrettent un attentisme des pouvoirs publics face à cette situation.

« Le contexte énergétique français pour les particuliers a beaucoup changé en l'espace de deux ans. Les politiques mises en place aujourd'hui ont été pensées il y a en gros 5 – 6 ans à une époque où l'on pensait aller vers des prix des énergies fossiles durablement élevés. Depuis deux ans c'est tout l'inverse ! Les énergies renouvelables sont les grandes perdantes et je ne parle pas que du bois. Le solaire ou la géothermie c'est la même chose. Les dispositifs de soutien ne sont pas adaptés à cette nouvelle situation. Il aurait fallu un petit plus en termes de communication, de crédit d'impôt ou autre pour mettre en avant les appareils bois. »

À l'exception du segment des poêles à granulés qui ont connu un rebond, 2015 a été une année plutôt mauvaise en termes de vente. Les dires des professionnels interrogés se recoupent avec les chiffres du volet quantitatif de l'étude Observ'ER. Les ventes totales 2015 sont évaluées à 380 000 unités, un chiffre inférieur à celui observé en 2005, année de la mise en place du crédit d'impôt.

Les causes de ces mauvais résultats sont identiques à celles de 2014 : prix bas des énergies fossiles et douceur de l'hiver. Face à cette situation, certains acteurs auraient souhaité une réaction du gouvernement en réajustant ses dispositifs d'aide au marché, pour inciter davantage à choisir l'énergie bois.

2. Perception de l'orientation de la demande

2.1. Des consommateurs toujours à la recherche du meilleur prix

- ✓ Le prix est de plus en plus le principal critère observé par le consommateur.

« En France, la sensibilité environnementale des consommateurs a ses limites. Ce n'est pas la même qu'en Allemagne ou en Autriche. Aujourd'hui, il est clair que les consommateurs regardent en priorité le prix des équipements plutôt que leurs performances énergétiques ou environnementales. »

« Plusieurs marques qui étaient positionnées dans le moyen, voire le haut de gamme, ont développé des appareils à bas coût à proposer pour le grand public. D'ailleurs, il n'est pas rare que les distributeurs eux-mêmes fassent des appels du pied aux industriels, pour leur demander ce type de produits qui sont recherchés en priorité par les consommateurs. »

« Le panier moyen des ménages pour le poste d'équipement de chauffage a diminué. Cela est aussi valable pour les appareils au bois. »

« Les consommateurs comparent de plus en plus les prix et ils n'hésitent plus à parcourir 100 km pour trouver moins cher. »

- ✓ Sur les chaudières, les observations sont similaires.

« Je l'avais déjà dit pour le marché 2014 mais cela s'est poursuivi en 2015. Il y a un retour en arrière de la part de la demande. Les consommateurs vont de plus en plus vers des modèles de chaudières mis sur le marché il y a dix ans ou plus. Elles ont des performances énergétiques et environnementales assez moyennes mais elles ne sont pas chères. On repart en arrière en matière de sensibilisation des consommateurs sur les conséquences du choix d'un appareil de chauffage et son impact environnemental. »

- 
- ✓ Pour les appareils indépendants à bûches, certains acteurs observent un trop faible renouvellement de leur clientèle.

« Nos clients standards sont des habitués des appareils bois bûches. C'est globalement une clientèle qui a plus de 40 ans et qui vit en milieu rural ou semi-rural. Ils cherchent à remplacer un ancien appareil bois. Il y a cinq ou sept ans, on voyait bien plus de particuliers venir pour la première fois vers des appareils bois. Aujourd'hui, ce n'est pratiquement plus le cas. Notre cœur de cible c'est le remplacement d'appareils bois dans l'existant ou la grosse réhabilitation de maisons anciennes. »

« Pour les poêles à bûches, les cuisinières ou les foyers fermés, les principaux clients sont des connaisseurs du bois énergie et du mode de vie qui va avec. La clientèle se renouvelle moins que dans les années 2006 – 2010. »

- ✓ Pour les chaudières, le bilan est identique.

« On ne vend plus qu'aux puristes, comme nous le faisons il y a une quinzaine d'années. On ne vend plus qu'aux familles qui ont des chaudières bois à remplacer. On ne touche presque plus de nouvelle clientèle. »

Pour les appareils à granulés, les acteurs ont davantage le sentiment d'être dans un marché d'équipement.

« Même si on marque plus le pas ces deux dernières années, le granulé en France est encore dans un marché d'équipement et il n'a pas encore atteint tout son potentiel. »

« Les poêles à granulés sont le segment sur lequel il y a les gammes de produits les plus larges. Quels que soit le profil du consommateur et ses besoins, il trouvera son bonheur. Il y a encore des clients à conquérir en France. »

Partie 2 - La structuration du marché

1. La structuration de l'offre

Le secteur des appareils indépendants de chauffage au bois

1.1. Le segment des poêles, un environnement qui reste très concurrentiel

- ✓ Un niveau de concurrence qui reste fort, malgré une stabilisation du nombre d'acteurs sur le marché.

« En France, les acteurs sont à peu près les mêmes qu'en 2014. Il n'y a pas eu de changement majeur. Certains petits revendeurs arrivent avec de nouvelles marques, d'autres repartent mais c'est à la marge. »

« Il y a sans cesse des mouvements d'entrée et de sortie sur le marché mais les entreprises les plus importantes sont toujours les mêmes. Cela ne veut pas dire que la pression de la concurrence diminue. Elle reste forte. »

« Ces dernières années, on a surtout remarqué l'arrivée d'entreprises italiennes sur le segment des poêles à granulés. Elles sont toujours là et je ne pense pas qu'elles songent à partir car en France, la situation est quand même meilleure que dans leur pays d'origine. »

1.2. Les consolidations d'acteurs peuvent ouvrir des perspectives pour ceux qui restent

« Dans le segment des poêles, la concurrence s'est beaucoup durcie entre 2005 et 2013. Il y a eu une multiplication affolante des marques sur cette période. Ensuite, avec les mauvais résultats de 2014 et 2015 certains acteurs sont partis ou ont diminué leur présence en France. Des entreprises comme Deville ou Franco Belge ont disparu et cela a donné de l'air aux concurrents. Nous avons, dans notre réseau, un gros distributeur pour qui l'activité s'est améliorée après que deux de ses principaux concurrents ont déposé le bilan en 2015. »

« Il y a eu des disparitions d'acteurs et cela a ouvert de belles opportunités aux sociétés les plus solides. Ainsi, nous avons racheté deux entreprises et élargi notre périmètre sur le marché français. »

1.3. Sur le segment des foyers fermés et inserts, la pression concurrentielle est ressentie comme moindre par les acteurs interrogés

- ✓ La technologie particulière de ce segment et ses ventes décroissantes les préservent quelque peu de l'arrivée massive de concurrents.

« Les inserts ont toujours été une spécificité française. Sur les appareils à bûches, l'arrivée des marques étrangères n'a pas été la même que sur les poêles. Il y a aussi une dynamique des ventes qui n'incite actuellement pas à venir sur le marché. »

« Sur les inserts à granulés, on voit clairement que les spécialistes italiens du poêle automatique commencent à développer ces produits mais cela reste contenu en termes de vente. Pour l'instant, les foyers fermés et les inserts sont majoritairement à bûches et avec une prédominance d'entreprises françaises. »

1.4. Le secteur de la distribution commence aussi à ressentir les effets de la crise du marché

- ✓ Plusieurs acteurs observent des difficultés croissantes au niveau de leur réseau de revendeurs jusqu'à parfois les obliger à modifier leur stratégie en matière de distribution.

« Avec le recul des ventes sur les appareils bois, les distributeurs eux aussi doivent tailler dans leurs dépenses et se restructurer. Les commandes sont moins importantes, il n'y a plus du tout de stock, les espaces showrooms sont diminués. Les modifications sont assez profondes. »

« Notre réseau d'installateurs est fiable mais vieillissant. L'âge moyen des artisans installateurs avance et la relève n'est pas toujours là. Certains partent à la retraite sans qu'il y ait de reprise de l'activité bois. On voit aussi la disparition d'artisans qui ne sont pas faciles à remplacer. Ça réduit notre couverture de vente et c'est un souci. »

« Nous passons à 70 % par des grossistes détaillants avec qui nous avons l'habitude de travailler. Nous constatons que ces grossistes, après deux mauvaises années, sont de plus en plus fragilisés. Ils commandent moins et parfois cela nous oblige à davantage traiter directement avec les installateurs et donc changer quelque peu notre stratégie de distribution. »

- ✓ Ces observations ne sont, cependant, pas partagées par tous.

« Notre réseau de revendeurs repose essentiellement sur des installateurs qui ne travaillent qu'avec notre marque pour les appareils bois. Globalement, le réseau se maintient même s'il y a parfois un peu plus de problème de trésorerie qu'avant. »

Le secteur des chaudières bois

1.5. Une offre plus réduite qu'il y a deux ans

- ✓ Les entreprises interrogées retiennent surtout le départ de certains acteurs.

« Au cours des deux dernières années, il y a eu plus d'acteurs qui ont quitté le segment des chaudières bois que de marques qui sont arrivées. Certains gros acteurs étrangers, des entreprises sérieuses comme Windhager, ont quitté le marché français. Pour moi, c'est une preuve que le marché ne va pas bien et que l'attractivité de la filière française s'en ressent. »

« À part Domusa qui est arrivée il y a quelques années, il n'y a pas eu de gros changements au niveau des marques présentes. En revanche, il y a eu quelques départs. C'est inévitable car les chaudières bois, dans leur ensemble, perdent des ventes depuis déjà quatre ou cinq ans. »

Sur les appareils indépendants, deux mauvaises années consécutives ont eu des effets sur la structuration de l'offre avec le retrait de certains acteurs. Pour les entreprises les plus solides, cela est parfois vu comme une opportunité pour se développer.

Pour les chaudières, le constat est plus morose. La diminution de l'offre est perçue par certains comme un signe d'affaiblissement de l'attractivité du marché français.

Du côté de la distribution, des tensions se font également sentir. L'ensemble de la chaîne d'activité s'organise pour s'adapter au ralentissement de l'activité.

2. Les entreprises françaises à l'export

Évolution du taux d'exportation des entreprises françaises depuis 2009

Type d'appareils	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Poêles	11 %	10 %	11 %	12 %	7 %	8 %	6 %
Foyers et inserts	84 %	80 %	81 %	79 %	58 %	66 %	48 %
Cuisinières	2 %	3 %	1 %	2 %	3 %	1 %	5 %
Chaudières	9 %	5 %	4 %	4 %	1 %	2 %	3 %
Total	33 %	26 %	35 %	33 %	21 %	25 %	15 %

Source : Observ'ER 2015

2.1. Des entreprises françaises qui ne cherchent actuellement pas à développer leurs parts à l'étranger

- ✓ Les difficultés rencontrées sur le marché national accaparent les forces des acteurs.

« Nous avons développé nos exportations il y a une dizaine d'années, à une époque où la concurrence était moins forte à la fois en France et dans les pays d'exportation. Aujourd'hui, des fabricants nationaux ont émergé en Pologne, en République tchèque et on se bat avec eux. Les investissements faits à cette période pour développer nos réseaux à l'export seraient difficiles à refaire aujourd'hui. »

« On ne cherche pas à en faire. On cherche surtout à ne pas perdre d'argent sur le marché français. Développer des réseaux à l'export demande des investissements et ce n'est pas possible actuellement. »

- 
- ✓ Sur le segment des chaudières, l'export n'est quasiment pas envisagé.
« Il serait très difficile d'exporter des chaudières manuelles à bûches. Ces produits sont souvent vendus par des acteurs régionaux très bien implantés sur leur territoire. Pour l'instant, l'export n'est pas envisagé chez nous. »

2.2. Les entreprises françaises vues par les acteurs étrangers

- ✓ Le jugement des entreprises étrangères sur leurs homologues français reste le même que l'an passé : elles gardent l'image d'acteurs frileux qui ont raté le coche des poêles à granulés.
« Les acteurs français se sont contentés du marché français pendant trop longtemps. Ils auraient dû chercher à exporter dans les années 2005 – 2010 quand les ventes étaient en progression. Aujourd'hui, je comprends que ce soit plus difficile à faire. »
« Les Français auraient dû se mettre aux granulés il y a des années. Cela aurait aidé car c'est le produit le plus demandé en Europe. Maintenant, c'est un peu tard car les places sont prises sur tous les grands marchés européens. »
« Aujourd'hui encore, les Français sont en retard sur les poêles à granulés. Ils les ont intégrés dans leur catalogue mais souvent ils ne les fabriquent pas. En général, ils achètent des corps de chauffe à l'étranger qu'ils habillent en France. »

- 
- ✓ La pression de la concurrence expliquerait les différences de comportement entre entreprises française et italienne.

« La grosse différence entre le marché français et italien des appareils indépendants au bois, c'est la pression concurrentielle. Elle a toujours été bien plus forte en Italie. Ce qui a fait venir les Italiens en France, ce n'est pas tant le crédit d'impôt que le fait qu'il y avait deux ou trois fois moins de marques de poêles. Pour certains, c'était presque une question de survie. »

La position des différents acteurs sur la question de l'export reste identique à celle de l'an passé.

Les industriels français déclarent ne plus pouvoir y consacrer de ressources, étant donné la situation du marché national sur lequel ils doivent défendre leur activité.

De leur côté, les acteurs étrangers continuent de penser que les entreprises françaises auraient dû chercher à développer davantage leur réseau à l'étranger, au moment où le marché français était en croissance. Parmi les facteurs pouvant expliquer le recul des exportations françaises, deux sont mis en avant : le retard pris sur la production de poêles à granulés et la concurrence relativement moins forte en France comparée au marché italien.

3. Perception de l'organisation de la filière des granulés bois en France

3.1. Une filière bien en place, fiable dans sa qualité et son approvisionnement

- ✓ Pour la grande majorité des acteurs, la filière française d'approvisionnement en granulés est aujourd'hui fiable.

« Nous sommes sur la bonne voie. La qualité est bonne partout en France et il n'y a pas de problème d'approvisionnement. Il faudra faire attention à ce que cela ne change pas si la consommation augmente. »

« Les granulés en France sont en grande partie produits dans le pays. C'est très vertueux en termes de communication sur la qualité et l'emploi que cela peut créer. »

« Le marché des granulés repose sur de bonnes bases. Les labels de qualité font bien leur travail. Je n'ai pas d'écho de problème particulier. »

- ✓ En revanche, sur les prix, les avis sont plus partagés. Pour certains, les prix de vente restent corrects.

« Le prix des granulés reste en dessous de celui des autres combustibles classiques (fioul ou gaz). »

« Les prix des granulés ont été orientés à la baisse en 2015. »

- 
- ✓ Pour d'autres, les prix moyens observés sont trop élevés.

« Le problème des granulés c'est leur prix. Il est trop élevé. J'ai des échos de mes partenaires sur le terrain qui annoncent 300 € la tonne en vrac. C'est trop élevé. »

« Pour moi, l'une des raisons du ralentissement de la vente des appareils à granulés en France tient au prix des combustibles. En France, j'observe des niveaux de 300 ou 320 € la tonne en vrac contre 230 ou 240 en Allemagne. Je ne comprends pas ces écarts. »

3.2. Une filière qui n'est, cependant, pas encore tout à fait mature

- ✓ Malgré ce que l'on pourrait penser, la filière des granulés est encore en pleine croissance et elle est encore relativement fragile.

« Il faut le répéter. Même si, aujourd'hui, les voyants sont au vert sur l'approvisionnement de granulés, la filière est encore relativement jeune. Il faut encore développer des plates-formes de granulation, bien surveiller la qualité, etc. Si, demain, le marché des granulés se développe dans le collectif ou si on repart dans l'individuel avec les croissances des années 2010 – 2013, il pourrait y avoir des tensions. »

Sur le plan de son organisation, la filière granulés continue d'être perçue comme délivrant des combustibles de bonne qualité sur l'ensemble du territoire. Autre point positif relevé par un acteur : une grande partie des granulés est produite en France.

Pour les prix, les indicateurs de la base de données Pégase, consultable en ligne à partir du site du MEEM, font état d'une diminution du prix de la tonne en vrac de mars 2015 à septembre 2015 (de 279 € à 261 €), puis une remontée au premier trimestre 2016 (271 € en mars 2016).

Partie 3 - Perspectives de développement du marché

1. Les perspectives pour 2016

Pour le secteur des appareils indépendants de chauffage au bois

1.1 Une activité au premier semestre 2016 dans la continuité de 2015

- ✓ Dans le secteur des appareils indépendants, les résultats de vente du premier trimestre 2016 oscillent entre l'incertain et le mauvais.

« Nous sommes sur le fil du rasoir. Un mois bon un autre mauvais. Pour l'instant, la tendance a du mal à se dessiner mais on ne va pas vers une année de reprise des ventes. »

« Pour l'instant nous sommes dans la continuité de 2015 pour les appareils à bûches. Nous faisons entre - 15 et - 20 %. »

« Les premiers résultats ne sont pas bons. Nous sommes étales sur les appareils à granulés et - 20 % sur les appareils à bûches. »

« Le début d'année 2016 est pire que celui de 2015. Chez nous, l'activité bois dans son ensemble perd de l'argent. »

« Le principal facteur qui a fait de 2014 et 2015 des mauvaises années en termes de vente est encore présent : le prix extrêmement bas des énergies fossiles. Il n'y a donc pas beaucoup de surprise à voir 2016 commencer comme 2015 avait fini. »

1.2. Pour le reste de l'année, les acteurs ne sont pas optimistes

- ✓ Beaucoup s'en remettent à la rigueur de l'hiver pour éventuellement sauver la fin de l'année.
« La fin de l'année ne va dépendre que des conditions climatiques. On peut récupérer une partie du terrain perdu. »
« Si l'hiver est froid, on peut finir avec des ventes équivalentes à celles de 2015. C'est pour moi le seul facteur qui peut jouer. Je ne crois pas à une remontée du prix du fioul ou du gaz en 2016. »

Le secteur des chaudières bois

1.3. Même tendance sur le segment des chaudières

- ✓ Là encore, les premiers chiffres ne sont pas bons même si une impression de flou prédomine.
« Pour l'instant sur le premier trimestre, nous sommes stables par rapport à 2015 mais nous n'avons aucune visibilité sur le reste de l'année. »
« Le premier trimestre est à la baisse. C'est assez fort pour les chaudières à bûches, de l'ordre de - 20 %, et un peu moins pour les granulés, entre - 10 et - 15 %. »

Les premiers chiffres de 2016 ne sont pas bons, notamment pour les appareils à bûches. Pour le reste de l'année, les entreprises s'en remettent aux conditions climatiques pour éventuellement redresser l'activité sur le dernier trimestre.

2. L'évaluation du potentiel de croissance du marché

Le secteur des appareils indépendants de chauffage au bois

2.1. Des avis contrastés en fonction des segments de marché

- ✓ Pour les segments des appareils à granulés, le marché français est encore vu comme attractif.
« Pour les poêles à granulés, le potentiel du marché français est encore loin d'être saturé. Actuellement, nous marquons le pas mais je vois cela comme une étape de croissance. La conjoncture est plus difficile qu'il y a trois ans mais l'activité repartira forcément à un moment. »
« Comparée au marché italien, la France est un marché d'équipement avec une clientèle à conquérir. Nous avons embauché trois commerciaux pour la France en 2016. Preuve que le marché reste intéressant. »
- ✓ Les moins optimistes sont les acteurs du segment des appareils à bûches.
« Il y aura toujours une clientèle pour les poêles à bûches ou les inserts en France. Le problème est surtout de tenir durant la période actuelle qui risque de durer. Il faut que l'on maintienne nos produits, que l'on propose des nouveautés pour être en phase avec la demande, tout en ne sachant pas quand les ventes vont cesser de reculer. C'est difficile ! »
« Le potentiel d'un marché, ce n'est pas cela qui peut sauver une entreprise. Le potentiel des foyers ouverts à convertir en foyers fermés est énorme. Mais la difficulté c'est de convaincre le client. Oui, le potentiel reste mais il faut pouvoir continuer à exister pendant les périodes de vaches maigres. »
- ✓ Un acteur pense que le retour de la bûche peut venir d'un rejet des granulés.
« La relance de la bûche peut venir d'une remise en cause des granulés qui sont parfois utilisés à outrance et cela met en relief leurs inconvénients : appareils bruyants, délicats à régler, qui demandent une maintenance régulière. »

2.2. Une piste de relais de croissance : les appareils à gaz

- ✓ Plusieurs entreprises ont décidé de mettre dans leur catalogue des produits gaz.

« Aujourd'hui, GRDF pousse le développement d'appareils gaz, notamment au niveau des équipements individuels de chauffage. Ils cherchent à développer des gammes d'inserts gaz, voire de poêles gaz et ils sollicitent pour cela les acteurs du marché bois. Pour nous, cela semble intéressant. C'est peut-être un bon relais de croissance pour pallier la chute des ventes des appareils de chauffage bois. Techniquement, cela n'est pas très compliqué à développer. En termes d'image, il n'y a pas de réelle rupture car notre concept est d'habiller la flamme dans toutes ses dimensions, que ce soit en combustion bois, gaz, ou fioul. Des inserts gaz peuvent avoir leur place dans le catalogue d'un fabricant d'appareils bois. »

« Nous allons intégrer à notre catalogue des appareils gaz. C'est une chose assez courante dans d'autres pays comme notamment les États-Unis. Nous pensons que pour des clients situés sur du moyen ou haut de gamme, il y a un potentiel en France. Plusieurs acteurs en France proposent déjà ce type d'appareils dans leur catalogue. Le gaz a une bonne image et son prix est orienté à la baisse. Ces appareils gaz pourraient connaître une croissance comparable à celle des granulés au cours des années passées. »

Développée par plusieurs acteurs, l'intégration de poêles ou d'inserts gaz dans les catalogues d'industriels, surtout identifiés pour leur activité dans le combustible bois, semble être une piste sérieusement suivie.

Dans une volonté de s'adapter le plus rapidement possible au contexte du marché, et aux besoins d'une partie des consommateurs, plusieurs entreprises voient dans ces types d'appareils un relais de croissance.

Le secteur des chaudières bois

2.3. Sur le segment des chaudières, les acteurs sont moins optimistes qu'il y a un an

- ✓ Pour les chaudières, le potentiel de croissance reste toujours le même : le remplacement des chaudières fioul ou gaz. L'attractivité à moyen terme les soucie plus.

« Le potentiel de marché des chaudières bois en France reste le même : c'est le vaste champ des chaudières gaz et fioul à remplacer. Mais l'attractivité c'est différent. Depuis deux ou trois ans, elle est en déclin car le marché recule très fortement en termes de vente. Si Windhager a quitté le marché français, ce n'est pas à cause de la remise en cause de son potentiel, c'est un problème d'attractivité à moyen terme. »

« Comment convertir le potentiel en commandes fermes ? C'est toute la difficulté avec un prix du fioul si bas. C'est là où le crédit d'impôt devrait avoir un rôle pour améliorer l'attractivité du marché des chaudières bois. En étant au même niveau pour toutes les technologies, il devient contre-productif pour nous. »

« Potentiellement, le marché devrait être de 25 000 anciennes chaudières bois à remplacer chaque année. Je parle des plus vieilles, celles qui ont été installées il y a vingt ans. Il faut faire bouger le marché pour inciter les consommateurs à remplacer les équipements les plus anciens. »

Sur un horizon de deux à trois ans, les acteurs de la chaudière bois ne sont guère plus optimistes.

« La chaudière bois aura toujours une clientèle de fidèles qui assurera un minimum de ventes. Mais je ne sais pas si ces ventes minimums seront suffisantes pour que tous les acteurs actuels soient encore là dans deux ou trois ans. »

« D'ici deux ans, je ne vois pas de relance forte de la filière. Avec la mise en place des normes éco-design, les chaudières à tirage naturel vont disparaître car elles ne pourront plus être vendues. Le marché s'orientera donc vers les granulés et les appareils fioul ou gaz. »

2.4. Pistes de développement

- ✓ Compléter les gammes et développer les services autour de la vente de chaudières

« Depuis quelques années, nous nous sommes engagés dans une forte diversification de notre gamme. Nous avons développé les premières chaudières granulés à condensation. Ce type d'appareils devrait nous permettre d'être plus présents dans l'habitat neuf. Nous avons aussi développé des appareils davantage d'entrée de gamme. C'était une chose qui nous était demandé par nos distributeurs. Cela nous permet de toucher une nouvelle clientèle. »

« C'est l'aboutissement d'une démarche déjà bien engagée chez nous. Désormais, quand nous vendons une chaudière, nous proposons un pack de services autour de l'installation. Il y a l'accompagnement dans le choix des équipements : nous proposons la chaudière ainsi que les bons vases d'expansion, les bonnes soupapes, l'appareillage de sécurité, etc. Tout pour avoir un environnement technique cohérent qui limite les risques. Vient ensuite la mise en service qui est faite par le constructeur pour valider le montage. On forme des installateurs pour cela. Encore une fois, cela limite les risques. Si l'installateur ne se forme pas, il ne saura pas faire la maintenance et il y aura des problèmes. »

Partie 4 - Les activités de R&D

1. Les orientations des efforts de R&D

1.1. Appareils indépendants

- ✓ L'amélioration des performances énergétiques et des émissions reste les thèmes les plus cités avec l'esthétique.

« Les fondamentaux restent les mêmes : réduction des poussières et amélioration des rendements. On cherche toujours à améliorer nos produits même si sur les rendements, c'est difficile d'aller au-delà de ce que l'on fait actuellement. »

« Techniquement, au niveau des rendements, on ne peut pas faire beaucoup mieux. Donc on se focalise sur la question de l'autonomie des poêles à granulés. On travaille aussi sur des solutions de stockage déporté comme pour les chaudières avec un système d'aspiration du granulé. L'idée est de pouvoir avoir en catalogue toutes les solutions quelle que soit la configuration chez le client. »

« Les principaux thèmes de travail sont le contrôle de la combustion et l'amélioration de l'autonomie. L'esthétique est aussi toujours abordée car l'offre est abondante et il faut pouvoir essayer de sortir du lot. »

« Les appareils indépendants représentent un marché assez mature, donc ce n'est pas simple de révolutionner les produits. Pour se démarquer, l'esthétique reste un thème toujours important. »



- ✓ Comme l'an passé, le pilotage à distance des appareils automatiques est souvent cité.
« Pour tout ce qui est appareils automatiques, on travaille sur l'objet connecté, l'intégration de l'équipement dans la gestion de la domotique. Sur les appareils moyen et haut de gamme, c'est devenu une option très demandée par les consommateurs. »
« Le pilotage à distance des poêles à granulés. On commence à se rapprocher de ce que peut proposer une chaudière gaz ou fioul. »

- ✓ La thématique du niveau sonore des appareils à granulés fait son apparition.
« Le niveau sonore des poêles à granulés et l'aspect de la flamme font aussi partie de nos thèmes de recherche et développement. »
« Les thèmes actuels sont les sorties de fumée intégrées, pour faire en sorte que les poêles soient installés le plus près possible du mur. Il y a aussi le niveau sonore des appareils, en développant des ventilations débrayables. »

1.2. Chaudières bois

- ✓ Pour les chaudières, condensation et cogénération sont les principales pistes.

« On croit fort à la cogénération petite puissance pour les particuliers. Avec le développement de la thématique de l'autoconsommation dans le photovoltaïque, je pense que les chaudières bois en cogénération peuvent aussi trouver un public. »

« Nous poursuivons notre sillon des chaudières bois à condensation. On améliore notre concept. On veut prendre de l'avance sur ce principe. C'est un thème important de recherche pour nous. »

Sur les thèmes de R&D, le travail reste centré sur les fondamentaux liés aux performances des appareils. Les notions de design et d'esthétique restent aussi souvent citées comme étant des moyens de se démarquer de la concurrence.

Pour les appareils automatiques, le pilotage à distance est devenu également un thème de travail classique de recherche et d'amélioration.

Du côté des nouveautés, plusieurs acteurs ont parlé des efforts faits pour réduire le niveau sonore des appareils, notamment sur les poêles à granulés.

Partie 5 – Perception de Flamme Verte et de Qualibois

1. Le label Flamme Verte

Géré par le Syndicat des énergies renouvelables (SER), Flamme Verte est un label de qualité qui labellise les appareils indépendants de chauffage au bois : foyers/inserts, poêles à bois et à granulés de bois et cuisinières ainsi que les chaudières domestiques, avec l'appui d'Uniclima, fonctionnant au bois bûches, à la plaquette forestière et aux granulés de bois.

En 2010, les adhérents du label ont décidé d'apposer sur leurs produits une étiquette énergétique, qui précise pour tous, leurs appareils indépendants et chaudières, la classe de performance environnementale.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, les appareils aux performances « 4 étoiles » ne font plus partie des appareils labellisés Flamme Verte et deux nouvelles classes, 6 et 7 étoiles, ont fait leur apparition dans le paysage du chauffage au bois domestique français.

Le label doit aider l'offre française à atteindre les niveaux de performance des équipements, décrits dans les normes européennes 13 240 et 13 229 pour 2022. Flamme Verte évolue donc par palier. La création des classes de 6 et 7 étoiles entre dans ce processus.



ECODESIGN – Lot 15

Le texte « ECODESIGN – Lot 15 » a été adopté par la Commission européenne le 28 avril dernier. La publication officielle devrait paraître dans les mois à venir. Le texte entrera en application le 1^{er} janvier 2020.

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

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

ECODESIGN – Lot 20

Le texte « ECODESIGN – Lot 20 » a été adopté par la Commission européenne le 24 avril dernier. La publication officielle devrait paraître dans les mois à venir. Ce texte entrera en application 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 bois	79 %	300 soit 0,02 %	20	60	

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

Détail des ventes 2014 et 2015 ainsi que le % des volumes labellisés Flamme Verte

Ventes en unités par segment	Marché 2014	% labellisés FV 2014	Marché 2015	% labellisés FV (classes 5, 6 et 7)	Dont classes 6 et 7
Poêles	293 630	94 %	265 620	91 %	39 %
Foyers fermés & inserts	120 750	96 %	97 950	73 %	30 %
Chaudières	14 165	66 %	11 380	57 %	46 %
Cuisinières	4 800	65 %	4 820	50 %	25 %
Marché total	433 345	93 %	379 770	84 %	38 %

Source : Observ'ER 2015

1.1. Le label conserve toujours une image positive auprès des acteurs

- ✓ Dans le secteur des appareils indépendants, l'intérêt du label vis-à-vis des consommateurs est reconnu.
 - « *Flamme Verte existe maintenant depuis suffisamment longtemps pour être légitime vis-à-vis des consommateurs.* »
 - « *C'est devenu une sorte de marque repère pour les consommateurs. La communication faite sur Flamme Verte est l'un des points forts du dispositif. Pour tous ceux qui passent par des GSB pour leur distribution, Flamme Verte est très importante car il y a rarement, dans les rayons, un vendeur compétent pour guider le client.* »
 - « *Il est difficile de ne pas être Flamme Verte. Ne serait-ce que parce que les critères du crédit d'impôt sont aujourd'hui basés sur le label.* »

1.2. Au-delà de la reconnaissance du label, les acteurs sont partagés sur le rythme d'évolution de ses critères d'exigence

- ✓ Pour certains, l'évolution du label est normale dans l'optique des futures normes européennes à respecter.

« Les normes écodesign arrivent très vite. En 2018, la classe 6 n'existera plus et en 2020, il n'y aura plus que la 7 étoiles. Les autres appareils ne pourront plus être vendus sur le marché français. Il y a des dates couperets importantes et mieux vaut être préparé. »

- ✓ Pour d'autres, il y aurait une course à la performance qui est de plus en plus difficile à tenir compte tenu du recul des ventes.

« Avec Flamme Verte, il y a un côté course à la performance qui est parfois pesant. Les normes à atteindre sont très exigeantes et on va investir de très grosses sommes pour gagner 3 points de rendement, qui ne changeront rien pour 95 % des futurs utilisateurs de ces équipements. À quoi cela sert d'avoir 80 % de rendement pour des appareils qui n'approcheront jamais ces seuils dans leur véritable utilisation. »

« J'ai l'impression qu'on va trop loin dans les performances demandées, mais qu'on ne peut plus faire machine arrière sur les niveaux de rendement, et une sortie du label serait trop négatif pour l'image. On est obligé de continuer mais on a parfois l'impression que c'est une fuite en avant. »

« Aujourd'hui, compte tenu de l'état du marché, il est de plus en plus lourd financièrement de porter techniquement les appareils aux niveaux d'exigence du label. Les classes 6 et 7 sont des produits de plus en plus sensibles à régler. Pour reproduire les mêmes performances chez les clients il faudrait des combustibles de laboratoire et un niveau de maintenance très élevé. »

1.3. Par ailleurs, les critiques faites sur les protocoles de tests demeurent

- ✓ Le protocole de test des appareils est toujours au centre de nombreux commentaires.

« Le principal point faible du label est connu : ce sont ses tests. Les laboratoires utilisés par les différentes marques ont des interprétations différentes de la norme. Les résultats ne sont donc pas homogènes. Il y a des laboratoires qui seront moins regardants que d'autres. L'autre problème est que les machines testées sont souvent des prototypes. Des appareils préparés pour les tests qui sont différents des produits vendus dans le commerce. Leurs performances seront très difficiles à reproduire dans le salon de M. Dupont. Mais cela renvoie à l'emballage que je décrivais sur le label. La barre est de plus en plus haute et on est obligé de suivre le rythme. »

« Des évolutions sur les tests du label sont prévues. Il faudra valider les premiers tests par de nouveaux faits dans des laboratoires homologués par le label. Le problème c'est qu'il y a très peu de laboratoires homologués et surtout à l'étranger. Mes usines de production ne sont pas en France et il faudra que mes appareils sillonnent l'Europe pour aller d'un laboratoire à un autre. On craint les frais et les délais que tout cela va occasionner. »

« L'an passé, un article a épinglé le label sur sa partie « test et validité » des classes d'étoiles. Heureusement, cela n'a pas eu d'impact sur le marché mais c'est bien la preuve qu'il faut améliorer le dispositif sur ce point. »

- 
- ✓ Comme l'an passé, certains souhaiteraient voir intégrer au label des critères relatifs aux services proposés autour de la vente.

« Il faudrait que le label ne soit pas juste centré sur les normes européennes. Il faudrait y intégrer d'autres aspects et plusieurs militent pour y intégrer les services associés à la vente : le fait de mettre en flamme les appareils avec un technicien de la marque, les contrats de maintenance proposés, etc. La crédibilité et le futur de la filière passent aussi par ces points et pas seulement par des histoires de performance et de rendement des appareils. »

1.4. Sur les chaudières bois, l'intérêt du label reste moins vif

- ✓ Les acteurs étrangers fabricants de chaudières à granulés gardent le sentiment que le label leur apporte peu de chose.

« Dans le segment des chaudières, le label est surtout taillé pour les fabricants français de chaudières à bûches. Pour les fabricants étrangers de chaudières granulés, le label ne sert à rien. Nous y sommes surtout pour jouer le jeu de la filière et par corporatisme. »

« Le label ne fait pas assez avancer les choses. Les niveaux de performance de la classe 5 étoiles ne sont pas assez élevés. Dans les chaudières, on peut s'en tirer en n'étant pas Flamme Verte alors que c'est plus dur dans les appareils indépendants. »



Des changements annoncés dans les dispositifs de tests

Depuis le début de l'année 2013, pour toute nouvelle demande d'adhésion à la section « appareils indépendants » du label Flamme Verte, la charte d'engagement (signée par les industriels) stipule que les tests initiaux sur l'appareil le plus performant de la marque doivent être validés par un essai dans un des laboratoires homologués Flamme Verte. Par ailleurs, pour les demandes d'obtention des classes d'étoiles les plus élevées, les tests se font désormais obligatoirement dans des laboratoires Flamme Verte afin d'obtenir le droit d'utiliser les étiquettes 6 et 7 étoiles. Des rapports d'essai doivent être réalisés pour chacune des marques souhaitant avoir ces classes d'étoiles, même si elles appartiennent à un même groupe.

En parallèle, des tests de contrôle sont réalisés sur le terrain. Depuis 2010, vingt appareils sont choisis de façon aléatoire parmi le top 3 des ventes des signataires concernés annuellement par ces contrôles. À partir de 2017, le dispositif va évoluer avec un prélèvement par signataire et par an. Les appareils testés seront prélevés soit en usine soit sur un lieu de stockage (ex. : un point de distribution).

Actuellement au nombre de trois, le label ambitionne d'élargir la liste des laboratoires Flamme Verte à une douzaine d'ici à la fin de l'année. Ils seront répartis sur l'ensemble des principaux pays européens du marché des appareils bois.

L'intégration de ces laboratoires à la charte a pour objectif d'inviter les professionnels à échanger régulièrement sur leur compréhension de la norme européenne mais également sur leurs pratiques, dès lors qu'ils réalisent des essais sur des produits destinés au marché européen. Une fois qu'un minimum de douze laboratoires auront été homologués, Flamme Verte exigera que tous les nouveaux produits qui intégreront le label aient réalisé l'essai dans un de ces laboratoires.



L'image du label Flamme Verte change peu par rapport à l'étude de l'an passé. Pour l'ensemble des acteurs interrogés, le label est un repère pour le consommateur totalement intégré par le grand public. Cet aspect est d'ailleurs renforcé par le fait que le crédit d'impôt est désormais basé sur les critères du label pour l'éligibilité des appareils à la mesure fiscale.

Les acteurs continuent de souhaiter une évolution sur l'organisation des tests du label qu'ils considèrent comme le point faible du dispositif. Certaines évolutions sont d'ores et déjà programmées par le label mais très peu des personnes interrogées étaient au courant de ces changements annoncés.

2. La qualification Qualibois

2.1. Une nouvelle fois, une grande majorité des acteurs renouvellent leur intérêt pour Qualibois

- ✓ Qualibois, une qualification qui fait désormais partie intégrante de la filière.

« C'est semblable à Flamme Verte. Qualibois est une marque bien connue et reconnue par les consommateurs. Je pense que le réflexe de demander un installateur qualifié est bien entré dans l'esprit des particuliers. Pour une filière nationale comme celle des appareils bois, il faut des instruments de ce type. Après, on peut toujours discuter des modalités et du contenu de la qualification mais le dispositif est une bonne chose. »

« Comme plusieurs industriels, nous avons participé au montage d'une plate-forme de formation. Le contenu des formations Qualibois est bien fait. Il n'y a pas de souci dessus. »

« Ailleurs en Europe, il n'y a pas d'équivalent. La meilleure partie du dispositif c'est tout de même le système des contrôles organisés au niveau de l'ensemble d'une filière. C'est un super gage pour les consommateurs. »

2.2. Les principales remarques restent sur la lourdeur administrative des dossiers

« Il y a toujours un bémol sur les démarches administratives qui ne sont pas simples pour des petites sociétés d'artisans. Il y a souvent de nombreux allers-retours pour des documents manquants et ça s'étire dans le temps sur des mois. »

2.3. Une inquiétude particulière dans le segment des chaudières

- ✓ Plusieurs acteurs observent une diminution des professionnels qualifiés pour l'installation de chaudières.

« Avec la chute des ventes de chaudières bois, il y a de moins en moins d'installateurs intéressés par la référence Qualibois Eau. Je connais plusieurs artisans qui n'ont pas renouvelé leur qualification Qualibois car ils ne faisaient plus que 1 ou 2 chaudières bois dans l'année. Trop peu par rapport aux frais et au temps passé sur le dossier administratif. Cela n'en valait pas la peine. Il y a des zones en France où cela devient difficile de trouver des Qualibois pour installer une chaudière. »

« Qualibois est une bonne chose mais je pense que la cohabitation avec la crise est difficile. Le nombre d'installateurs qualifiés pour des chaudières est en diminution. En plus, ce cycle s'auto-renforce : baisse des ventes, moins d'installateurs attirés par la qualification eau et, au final, moins de ventes car les clients ont du mal à trouver un installateur. »

« Sur les chaudières à granulés, il y a trop d'installateurs qui ne sont pas compétents pour faire de bonnes prestations de SAV. Comme le marché est trop petit, beaucoup ne veulent plus s'y investir et parfois les consommateurs sont orphelins d'un bon professionnel autour de chez eux. »

Qualibois, comme toute démarche participant à professionnaliser le secteur, est désormais bien intégrée dans le marché français. Cependant, des critiques demeurent et sont principalement axées sur la lourdeur ressentie de la démarche administrative.

Partie 6 - L'action des pouvoirs publics

1. L'impact de la RT 2012 sur le marché

La réglementation thermique 2012 est applicable à tous les permis de construire :

- déposés depuis le 28 octobre 2011 pour certains bâtiments neufs du secteur tertiaire (bureaux, bâtiments d'enseignement primaire et secondaire, établissements d'accueil de la petite enfance) et les bâtiments à usage d'habitation construits en zone ANRU ;
- déposés depuis le 1^{er} janvier 2013 pour tous les autres bâtiments neufs.

1.1. Trois ans après la mise en place, les avis des acteurs sur les effets de la RT2012 sont bien tranchés

- ✓ Pendant les deux premières années de sa mise en place, les poêles à granulés ont été les principaux bénéficiaires de la RT2012. Ensuite, l'effet est quelque peu retombé.

« La RT2012 a été un super effet de levier entre 2013 et 2014 pour les poêles à granulés. »

« On sent que l'effet RT2012 est un peu passé sur les poêles à granulés. Je pense que parfois, on en a un peu abusé notamment par les constructeurs de maisons neuves. La formule d'une maison très bien isolée avec seulement un poêle pour le chauffage et un CET pour l'eau chaude a été trop utilisée. »

- 
- ✓ A contrario, les acteurs des appareils bois bûches déclarent ne plus compter sur le marché du neuf.
« Le marché des appareils à bûches en France, c'est essentiellement dans la rénovation. Le neuf n'a jamais été un gros débouché et la RT2012 a plutôt fermé des portes que le contraire. »
« Dans le neuf, on est théoriquement présent mais en réalité on n'y fait pas de réalisations. Notre marché est à 95 % dans la rénovation. »
 - ✓ Pour les chaudières, la RT2012 a peu changé la structuration des ventes.
« Pour les chaudières bois, la RT2012 a peu changé les choses. Quelques appareils automatiques s'installent dans du neuf mais aucun à bois bûches. Trop d'architectes se refusent à mettre de la bûche dans du neuf. »
« Avec notre gamme de chaudières à granulés de 7 à 15 kW, nous faisons un peu de vente dans le neuf mais cela reste tout de même limité. »

Les commentaires des professionnels sur les effets de la RT2012 sont dans la ligne de ceux faits lors des études qualitatives des deux années passées. Pour les poêles à granulés, une partie des entreprises interrogées ont le sentiment qu'après deux années de forte hausse des ventes dans le neuf, l'effet commence à se tasser.

Pour l'ensemble des autres équipements, la RT2012 n'a, au mieux, rien changé à la structure du marché. Au pire, cela a fermé des opportunités.

2. La mesure du crédit d'impôt transition énergétique (CITE)

Une mesure de crédit d'impôt a été mise en place en 2005 pour l'ensemble des applications individuelles « énergies renouvelables ». L'évolution du taux de la mesure est présentée dans le tableau ci-dessous.

Années	Équipements concernés	Taux du crédit d'impôt
2005	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	40 %
2006-2008	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	50 %
2009	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	40 %
2010	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	25 %
	Remplacement d'un équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	40 %
2011	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	22 %
	Remplacement d'un équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	36 %
2012-2013	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	15 %
	Remplacement d'un équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	26 %
2014	Appareils de chauffage au bois ou à la biomasse achetés dans le cadre d'un bouquet de travaux	25 %
	Appareils de chauffage au bois ou à la biomasse achetés hors bouquet de travaux	15 %
2015	Tout achat d'équipement de chauffage fonctionnant au bois et répondant aux critères d'attribution du crédit d'impôt	30 %

2. La mesure du crédit d'impôt transition énergétique (CITE)

Les modalités de la mesure en 2015

Le crédit d'impôt « développement durable » a évolué en 2014 pour devenir, à partir du 1^{er} septembre 2014, le crédit d'impôt pour la transition énergétique. Le nouveau dispositif mis en place a été simplifié par rapport au CIDD.

Le CITE est désormais une aide sans condition de ressources (sans revenu fiscal de référence) avec un taux unique de 30 % sur un montant de dépense plafonné à 8 000 € par personne (16 000 € pour un couple, plus majoration par enfant).

2.1. La simplicité du CITE saluée par les professionnels

- ✓ Pour la majorité des acteurs interrogés, une simplification du dispositif était nécessaire.

« On ne s'y retrouvait plus dans l'ancien système. Entre les bouquets de travaux, les plafonds de dépenses, plus personne ne comprenait le barème. Il fallait simplifier. »

« L'idée de bouquet de travaux qui a été utilisée pendant plusieurs années n'était pas mauvaise en soi. Pour les chaudières, c'était même une bonne chose car cela permettait de coupler plusieurs grosses dépenses et d'avoir un taux de crédit d'impôt plus important sur cet investissement. Mais la formule de 2014 qui a, en plus, ajouté la couche avec les plafonds de revenus, c'était trop compliqué. »

2.2. Un avis ambivalent sur le rôle du CITE en 2015

- ✓ Pour une partie des acteurs, la mesure a un rôle sur le marché, même s'il est difficile à quantifier.

« Le crédit d'impôt aide les ventes, c'est certain, mais il est impossible de dire dans quelle proportion. Cependant, je pense qu'il faut que nous commençons à apprendre à faire sans. »

« Ce serait quand même encore plus difficile sans le crédit d'impôt. »

« C'est une aide oui et non. Il soutient en partie le marché mais si demain on le supprime, le marché mettra un ou deux ans à s'en remettre et on retrouverait notre rythme. »
- ✓ Pour d'autres, le critère du prix de vente reste le principal facteur de choix des consommateurs.

« Aujourd'hui, les chaudières les plus performantes qui peuvent bénéficier du crédit d'impôt se vendent comparativement moins bien que des chaudières à tirage naturel qui sont moins performantes mais moins chères. Depuis deux ans, on a fait un pas en arrière sur l'amélioration du parc des chaudières. »

« Beaucoup se disent "heureusement que le CI est encore là !" mais si on y pense, en 2014, avec un dispositif complexe et des conditions de ressources qui étaient contraignantes, on a eu un marché très comparable à celui de 2015, qui lui s'est fait avec un crédit d'impôt bien plus simple. Je crois que l'impact de la mesure est à relativiser et qu'une mesure comme la TVA à 5,5 % dans l'ancien est pour moi tout aussi importante que le crédit d'impôt. »

- 
- ✓ En revanche, tous les professionnels interrogés regrettent que le CITE soit le même pour les EnR et les énergies fossiles.

« Pourquoi un CITE identique sur les appareils bois et les chaudières à condensation bois et fioul ? Pour moi, c'est un non-sens. »

« Le fait que les équipements à énergie renouvelable n'aient pas un soutien supplémentaire par rapport aux chaudières fossiles n'est pas normal. Surtout dans le contexte actuel de prix bas du fioul et du gaz. C'est la double peine pour nous ! »

2.3. L'importance d'agir sur le parc des chaudières les plus anciennes

- ✓ Pour les acteurs du segment, la cible principale des actions publiques devrait être de pousser au remplacement des chaudières individuelles les plus anciennes.

« Le principal problème sur les chaudières, c'est qu'il n'y a pas de réglementation en France. On peut garder sa vieille chaudière fioul pendant vingt ans, même si elle fonctionne mal et émet trop de particules. Je suis pour l'idée d'un contrôle technique obligatoire sur toutes les chaudières, pour avoir une idée claire de l'état du parc et pouvoir ensuite piloter le remplacement des appareils défectueux. »

« Pour moi, cela aurait plus de sens que l'État interdise la mise en vente de certaines chaudières et donne des primes à la casse pour le déclassement des appareils les plus anciens. Le crédit d'impôt, aujourd'hui, ne fait qu'une partie du boulot, en aidant à la vente des appareils les plus performants. Le plus important, c'est de pousser au remplacement des chaudières les plus vieilles et les moins performantes en France. »

2.4. Le bilan de dix ans de crédit d'impôt

- ✓ Pour plusieurs professionnels, dix ans après l'introduction du CI dans le marché des appareils de chauffage au bois, le bilan est contrasté.

« Quand on fait le bilan de dix ans de crédit d'impôt, on se rend compte qu'il y a eu une augmentation forte des ventes sur les premières années mais aussi beaucoup d'effets négatifs. Il y a dix ans, nous étions une vingtaine de marques sur le marché français des appareils indépendants. Avec la mise en place du crédit d'impôt à 50 %, nous avons vu la concurrence se multiplier en très peu de temps. Sur les foyers fermés et les poêles, il doit y avoir aujourd'hui près de 150 marques. Sans le CI, les ventes auraient aussi progressé sur les années 2005-2009, uniquement grâce à la flambée du prix des énergies fossiles. Avec le recul, on ne peut que s'interroger. »

- ✓ Les évolutions passées semblent surtout avoir pesé sur les entreprises françaises.

« Beaucoup d'entreprises françaises sont dans une situation difficile. Le marché s'est totalement transformé en dix ans, avec un bouleversement des appareils – les poêles ont supplanté les foyers fermés – et une arrivée massive de concurrents étrangers. Les adaptations ont été difficiles à faire, surtout pour les entreprises qui n'appartenaient pas à de grands groupes. Le crédit d'impôt a eu un rôle d'accélérateur dans ces évolutions. Tout est allé beaucoup plus vite à cause du CI. »



« En dix ans de crédit d'impôt, le segment des appareils indépendants a connu plusieurs révolutions. Déjà, le marché s'est inversé entre les poêles et les foyers fermés. De plus, on est passé d'un marché de chauffage d'appoint vers un marché de chauffage principal pour les appareils bois. Ces changements ont eu des répercussions plus profondes qu'il n'y paraît. Avec les foyers fermés, les professionnels devaient maîtriser plusieurs corps de métier car il y avait aussi un aspect intégration dans le bâti de la maison. Aujourd'hui, avec les poêles, le métier est quelque part « plus simple » et cela a appauvri la filière dans ses compétences.

Autre révolution, pour les fabricants français, il a fallu intégrer le granulé et cela n'a pas été techniquement facile. Il a souvent fallu s'associer avec des partenaires extérieurs en achetant des corps de chauffe à l'étranger. Là aussi, la filière s'est appauvrie mais on n'a pas eu d'autres choix car il fallait rester dans la course. Je ne suis pas dupe, sans crédit d'impôt tous ces changements auraient sans doute été les mêmes mais ils seraient intervenus sur une période plus longue et les entreprises auraient eu plus de temps pour s'adapter. »

Pour la majorité des acteurs interrogés, le CITE dans sa forme actuelle a encore un rôle sur le marché et plusieurs reconnaissent que l'activité serait plus difficile sans lui. La critique principale tient au fait que le CITE s'adresse, de façon égale, à plusieurs types d'appareils, y compris des équipements fioul ou gaz. Pour les professionnels de la filière bois, une « prime » particulière devrait être donnée aux solutions renouvelables, surtout dans un contexte de prix des énergies fossiles bas.

Plus largement, dix ans après sa mise en place, plusieurs acteurs pensent que la mesure a été un facteur d'accélération des évolutions du secteur, ce qui a mis en difficulté in fine une bonne partie des entreprises françaises.

Synthèse et recommandations

Les attentes des acteurs

Des professionnels inquiets qui souhaitent un soutien plus appuyé des pouvoirs publics

Après deux années consécutives marquées par des baisses globales des ventes, la majorité des acteurs interrogés se disent fragilisés quant à leur situation sur le marché français. Même si les professionnels du segment des appareils à granulés sont moins inquiets que leurs homologues du segment des bûches, beaucoup ont retenu le retrait de plusieurs marques du marché français (que ce soit volontairement ou suite à des dépôts de bilan). Preuve des difficultés actuelles, plusieurs personnes interrogées ont évoqué des restructurations également opérées au niveau de la distribution.

Sur le segment des appareils à bûches, où les ventes reculent depuis quatre ans, les marques sont inquiètes du peu de renouvellement de la clientèle et de l'enclavement plus prononcé dans le créneau des opérations de remplacement d'anciens appareils bois plutôt que dans l'équipement.

Dans ce contexte particulier, les acteurs souhaitent une réactivité particulière des pouvoirs publics. Parmi les leviers les plus fréquemment cités apparaît le Crédit d'Impôt pour la Transition Energétique. Les professionnels aimeraient qu'une option mettant en avant les équipements énergies renouvelables y soit intégré. Autre piste, une communication plus prononcée de la part des pouvoirs publics en faveur de la filière et des ses avantages.



Le maintien des actions de professionnalisation du secteur

Les acteurs souhaitent maintenir les actions qui visent à améliorer et renforcer la professionnalisation de l'ensemble de la chaîne d'activité du secteur. Les actions de qualification des installateurs, le principe d'éco-conditionnalité des aides ou l'affichage du label Flamme Verte leur apparaissent comme autant d'éléments indispensables pour accompagner le développement du secteur et conserver au mieux la confiance du grand public. Certains professionnels présents également sur d'autres secteurs renouvelables, comme le solaire thermique ou les pompes à chaleur, connaissent les risques d'un retournement de l'opinion des consommateurs et de la grande difficulté à rétablir une relation de confiance.

Une filière des granulés attentive à l'ensemble des étapes de sa chaîne d'activité

Sur le secteur des appareils automatiques à granulés les acteurs sont un peu plus confiants sur l'orientation à terme des ventes car ils considèrent qu'ils évoluent sur un marché d'équipement avec plus de marge de progression. Leurs attentes sont notamment centrées sur le maintien de la qualité des granulés disponibles et sur le bon niveau d'approvisionnement pour l'ensemble du territoire. Dans un registre proche, les professionnels des granulés souhaitent également éviter que l'utilisation importante des poêles automatiques dans les constructions neuves se fasse en mettant de côté la notion de confort des utilisateurs. Plusieurs acteurs interrogés ont déclaré avoir eu des retours de terrain où des poêles à granulés avaient été installés pour répondre aux niveaux de performances de la RT2012 sans prendre en compte des nuisances de stockage du combustible (problème de place) ou de bruit des appareils.



Inciter au remplacement des chaudières individuelles les moins performantes

Sur le segment des chaudières, plusieurs acteurs ont demandé que des actions soient entreprises sur la question du renouvellement du parc et notamment pour les appareils les plus anciens ou les moins performants. Les ventes de chaudières bois sont portées par le remplacement d'appareils bois anciens. Pour beaucoup de professionnels le contexte actuel est contreproductif par rapport à un objectif d'amélioration du parc du point de vue des performances. La succession d'hivers peu rigoureux au niveau des températures fait que les consommateurs ont tendance à faire durer au maximum leur vieilles chaudières plutôt que d'en changer. Du côté de la demande de chaudières bois, les appareils les moins performants se vendent bien de par leur niveau de prix plus accessible.

Face à cette situation, plusieurs acteurs demandent la mise en place d'actions qui inciteraient les particuliers à prendre conscience du niveau réel de performances de leur chaudière et ainsi aider à obtenir un taux de remplacement plus important. A l'image des contrôles techniques pour les véhicules de transport routier, la piste la plus avancée a été celle d'une visite technique régulière et obligatoire pour toutes les chaudières individuelles (quelle que soit l'énergie utilisée).

Les commentaires d'Observ'ER

Le Fonds Air Bois, un exemple à dupliquer

Le marché des appareils domestiques de chauffage au bois traverse depuis deux ans une période de recul global des ventes. Parmi les éléments conjoncturels contribuant aux mauvais résultats, le prix bas du fioul domestique depuis deux ans est le plus souvent cité. Dans ce contexte particulier, le corpus des actions de soutien à la filière (CITE, mise en exergue des renouvelables dans la RT2012) semble trouver ses limites pour promouvoir les solutions renouvelables.

Le soutien d'une filière où l'industrie nationale est bien représentée demande des moyens supplémentaires et spécifiques. Dans l'ensemble des actions qui peuvent être entreprises, le développement de fonds Air Bois (gérés par l'Ademe) tel que ceux expérimentés dans la Vallée de l'Arve (Haute-Savoie), en Isère (Grenoble, Pays du Grésivaudan, Pays voironnais) ou tel que celui qui a été annoncé dans la région Ile-de-France en 2016 est une piste à suivre. Il s'agit d'une action complémentaire organisée par une région qui va cibler un phénomène particulier (des niveaux élevés d'émission de particules) avec des modalités adaptées au contexte. La duplication de ce type d'action sur d'autres territoires est un axe qui peut participer à cibler des problèmes locaux environnementaux et à relancer l'activité bois.



Mieux relayer les indices de prix des combustibles granulés

Sur le site du Service de l'Observatoire et des Statistiques (SOeS) il existe depuis plusieurs années un suivi mensuel du prix des différents combustibles pour les particuliers en y incluant les granulés en vrac ou en sac. Ces indices sont par ailleurs repris sur plusieurs sites d'organismes dont notamment l'association des professionnels du granulé : Propellet. Ce suivi met en avant la compétitivité relative de ce combustible et son évolution sur le temps. Plusieurs acteurs interrogés lors de cette enquête ne connaissaient pas cet indice de prix. Il est important que de tels outils soient mieux diffusés, connus et utilisés au sein de la filière car ils jouissent d'une qualité est souvent demandée par les professionnels : la caution des pouvoirs publics.

Mieux relayer les évolutions du label Flamme Verte

Le label Flamme Verte est l'un des piliers des actions d'accompagnement du marché. Le dispositif est cependant parfois critiqué sur l'organisation de ses tests pour les appareils souhaitant obtenir l'utilisation des étiquettes de classe d'étoiles. Des changements sont en cours dans le label pour répondre à ces attentes mais seul un acteur sur les neuf entreprises labellisées interviewées cette année était au courant de ces changements. L'accentuation de la diffusion d'information sur ces évolutions est à prendre en compte. Les entreprises signataires peuvent être les premières sollicitées (notamment par la presse ou les consommateurs) pour décrire les évolutions du label, il est donc important que les améliorations soient connues du plus grand nombre.



Des évolutions des critères du label qui placent parfois des acteurs dans une situation inconfortable.

Un autre aspect relatif au label ressort de l'étude qualitative. Il est lié au ressenti de certains industriels, notamment français, qui se sentent parfois pris entre deux mouvements contradictoires. D'un côté, il assiste à l'accentuation des exigences de performances des meilleures classes d'étoile du label qui prépare l'arrivée des normes européennes dès 2020. Les évolutions sont souvent jugées comme rapides et elles demandent des investissements importants de la part des entreprises. D'un autre côté, plusieurs acteurs notent l'orientation persistante des consommateurs vers des appareils moins performants mais moins chers. Certains acteurs demandent à être rassurés sur la confrontation de ces deux tendances car ils considèrent que la relance du marché ne passera pas par les équipements les plus performants.