

Enquête sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois en 2005

Synthèse des résultats

Convention ADEME n° 06.14.C0008



Janvier 2007

I. Synthèse des résultats quantitatifs

1. Les chiffres du marché : une croissance de plus de 26 % en 2005

Marché français des appareils domestiques de chauffage au bois en 2004 et 2005

Type	Nombre d'appareils vendus en 2004		Nombre d'appareils vendus en 2005		Évolution 2005/2004 vente total
	Total 2004	% de labellisés "Flamme Verte"	Total 2005	% Labellisés « Flamme Verte »	
Foyers et inserts	221 800	74%	253 400	71,8%	14,2%
Foyers fermés	179 200	86%	196 760	77%	9,8%
Inserts	30 500	86%	43 495	66%	42,6%
Récupérateurs de chaleur	9 000	-	8 300	0%	-7,8%
Foyers chaudières	3 100	68%	4 845	70%	56,3%
Poêles	83 000	65%	127 075	84,3%	53,1%
Poêles classiques	45 600	72%	65 300	97%	43,2%
Poêles scandinaves	14 020	64%	25 195	72%	79,7%
Poêles cheminées	9 150	69%	14 040	85%	53,4%
Poêles contemporains	8 400	63%	13 090	74%	55,8%
Poêles à granulés	3 180	0%	5 710	0%	79,5%
Poêles massives	2 650	37%	3 740	99%	41,1%
Chaudières	8 590	14%	17 665	49,8%	105,6%
Tirage naturel	6 540	6%	11 680	43%	78,6%
Turbo	870	41%	3 280	68%	276,8%
Bi-énergie	590	16%	1 000	61%	69,8%
Automatiques à granulés	590	50%	895	74%	127,0%
Automatiques à céréales		0%	450	0%	
Automatiques à plaquettes	210	53%	360	85%	71,4%
Cuisinières	10 480	60%	10 715	66,4%	2,2%
Cuisinières simples	8 520	63%	7 995	74%	-6,2%
Cuisinières chaudières	1 960	44%	2 720	44%(*)	38,7%
Total	323 870	70%	408 855	75,7%	26,2%

Source : ADEME – Observ'ER 2006

Globalement, l'année 2005 a été marquée par une croissance importante du marché. Les volumes vendus ont progressé de 26,2 % (contre 3,3 % en 2004) pour atteindre un chiffre de 408 855 unités.

1.1. Les foyers : plus de 14 % de croissance en 2005

Évolution des ventes de foyers depuis 1985

Foyers	1985	1990	1996	1999	2001	2003	2004	2005
Foyers fermés	210 000	156 000	130 000	160 000	169 000	176 900	179 200	196 760
Inserts	130 000	70 000	33 000	19 000	29 500	30 700	30 500	43 495
Récupérateurs de chaleur	20 000	15 500	7 500	6 450	8 900	8 700	9 000	8 300
Foyers chaudières	2 000	1 600	1 000	2 200	2 000	2 600	3 100	4 845
Total	362 000	243 100	171 500	187 650	209 400	218 900	221 800	253 400

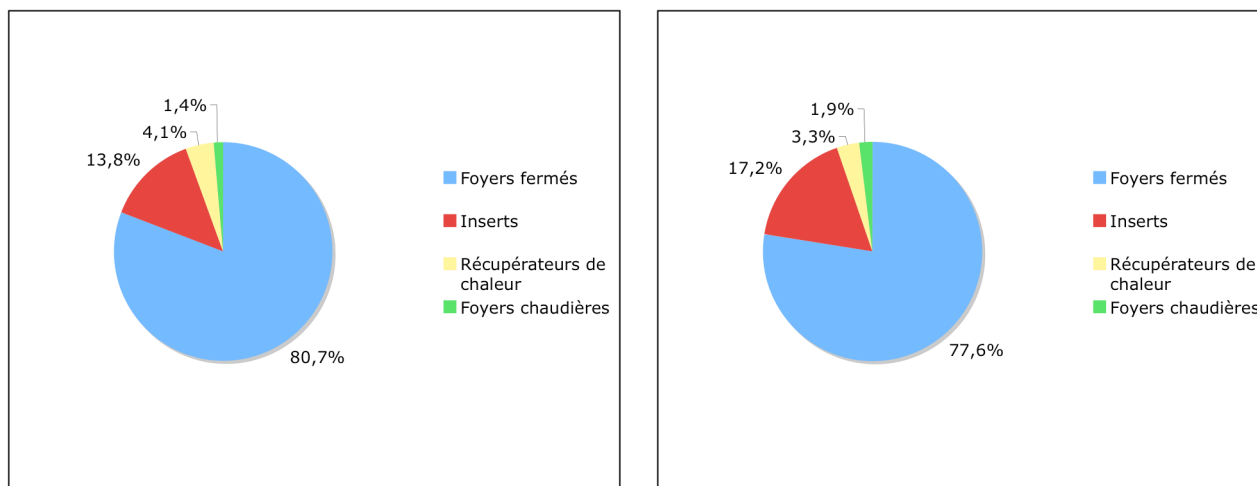
Source : ADEME - Observ'ER

La faible croissance observée en 2004 sur ce segment s'est interrompue en 2005 avec **une progression des ventes de 14,2 %**. On estime les volumes écoulés à 253 400 unités. Cependant, le niveau du marché n'est pas encore arrivé à des chiffres comparables à ceux de 1985 qui représentent encore la grande période de la filière.

Impact fort de la montée des prix des énergies fossiles. Un nombre important de consommateurs s'est dirigé vers des solutions renouvelables devant la crainte de voir les futures factures de chauffage devenir trop onéreuses.

Les appareils d'entrée de gamme (notamment vendus en GSB) ont porté pour une large part la croissance du marché des foyers fermés et inserts.

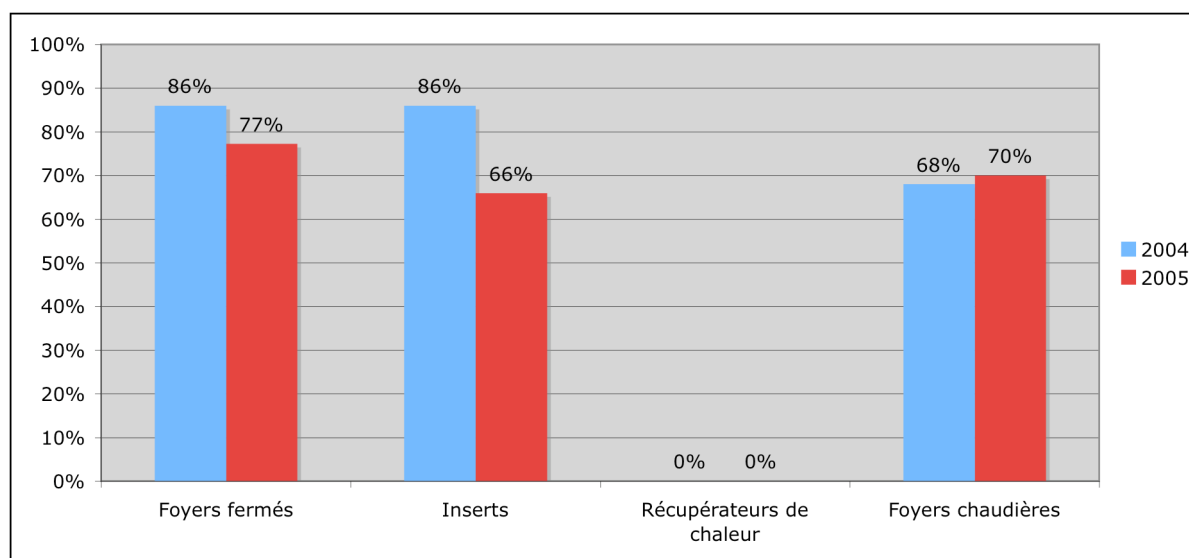
Part de chaque type de foyers dans les ventes de 2004 et 2005



Part du label Flamme Verte

Le label Flamme Verte a progressé en volume (les équipements labellisés sont passés de 164 130 unités en 2004 à 181 940 en 2005) mais, devant la croissance importante des ventes totales du segment, sa part de marché marque un léger recul (71,8 % contre 78 %). Cela confirme qu'une partie de la croissance s'est faite sur des appareils d'entrée de gamme.

Part des ventes de foyers labellisés Flamme Verte en 2004 et 2005



1.2. Les poêles : le secteur se rapproche de son niveau de 1985

Évolution des ventes de poêles depuis 1985

Poêles	1985	1990	1996	1999	2001	2002	2003	2004	2005
Poêles classiques	142 000	50 700	45 500	38 500	45 300	53 140	45 300	45 600	65 300
Poêles scandinaves	-	-	5 000	5 700	11 700	12 610	12 160	14 020	25 195
Poêles cheminées	2 000	1 000	1 000	2 250	5 215	5 620	7 900	9 150	14 040
Poêles contemporains	-	-	-	-	-	-	6 300	8 400	13 090
Poêles à granulés	-	-	400	500	920	990	2 340	3 180	5 710
Poêles massiques	900	1 500	2 000	1 300	1 570	1 700	2 100	2 650	3 740
Total	144 900	53 200	53 900	48 250	64 705	74 060	76 100	83 000	127 075

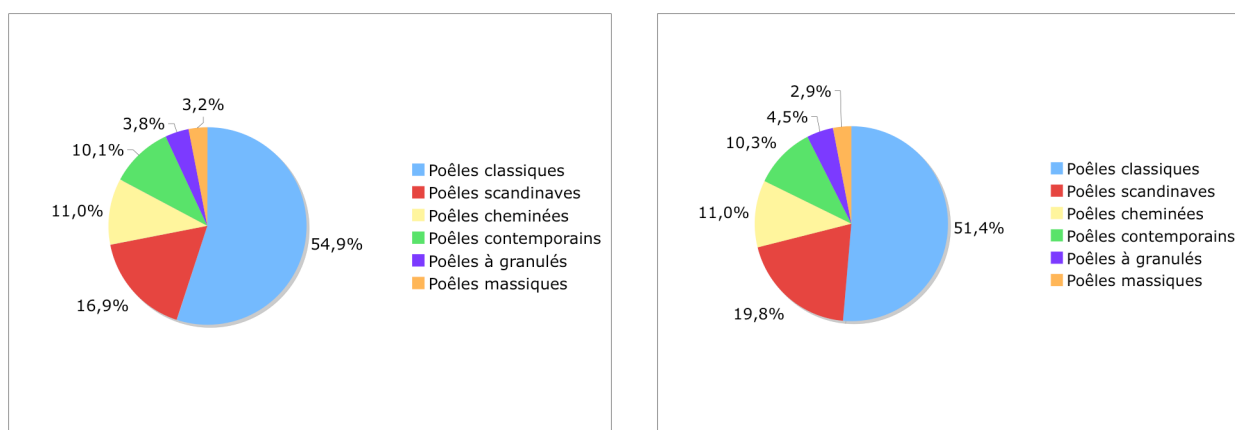
Source : ADEME - Observ'ER

Sur la période 2001-2004, la croissance du segment des poêles présentait un taux de croissance moyen de 8 %. **L'année 2005 a introduit une rupture avec une croissance du secteur de 53,1 %** (soit 127 075 unités vendues). Le niveau de 1985, qui avait vu l'installation de 144 900 unités, sera très probablement atteint en 2006.

Globalement, l'ensemble des technologies de poêle a connu des croissances de ventes significatives (entre 43,2 % et 79,7 %) mais on notera la **progression des poêles scandinaves** (25 195 unités 19,8 % de parts de marché en 2005 contre 16,9 % en 2004) qui consolident leur place sur le marché français en se démarquant des poêles classiques sur l'aspect rendement et l'esthétisme.

Les poêles à granulés connaissent un développement important de leurs ventes (79,5 % de en 2005) mais les volumes restent très faibles par rapport à ce qui existe dans d'autres pays comme l'Allemagne ou l'Autriche (5 710 unités). Ces appareils se situent encore en France sur un marché de niche et la difficulté de s'approvisionner en granulés de bonne qualité (en termes d'humidité) et à des prix stables est l'un des principaux problèmes de la filière en France.

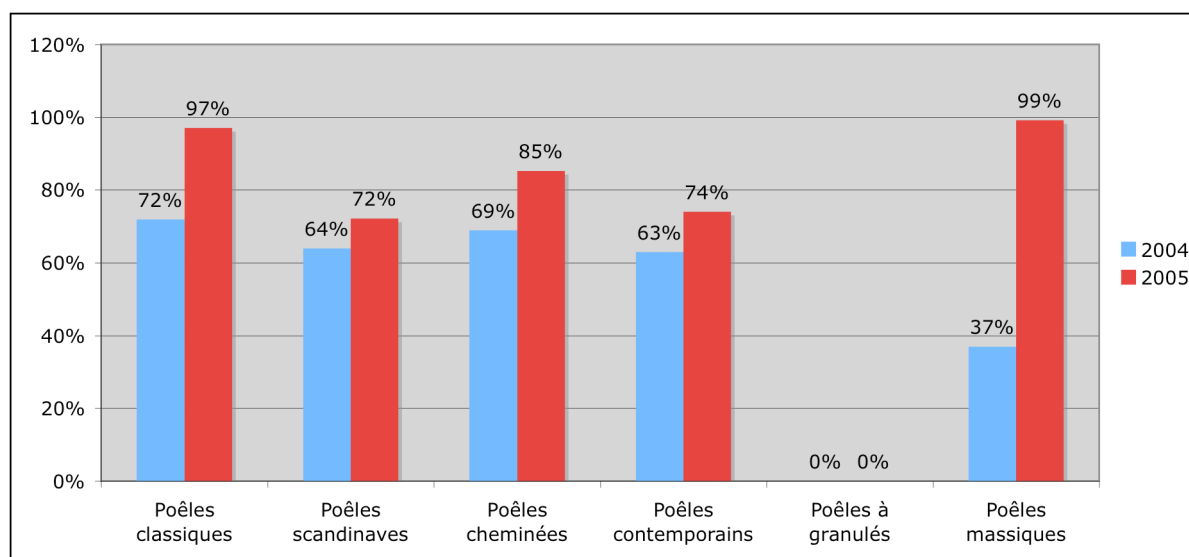
Part de chaque type de poêles dans les ventes 2004 et 2005



Part du label Flamme Verte

En 2005, 84,3 % des ventes totales de poêles étaient labellisées Flamme Verte. Ce chiffre marque une avancée significative par rapport à 2004 où cette part s'élevait à 65 % et environ 50 % en 2001. Ce secteur est celui qui a atteint en 2005 le plus fort taux de ventes labellisées Flamme Verte.

Part des ventes de poêles labellisés Flamme Verte en 2004 et 2005



1.3. Les chaudières : un doublement des ventes en 2005

Évolution des ventes de chaudières depuis 1985

Chaudières	1985	1990	1996	1999	2001	2002	2003	2004	2005
Tirage naturel	25 700	12 700	7 900	6 800	7 025	5 130	6 120	6 540	11 680
Turbo			200	900	815	595	770	870	3 280
Bi-énergie	6 500	2 850	800	600	880	645	610	590	1 000
Automatiques à granulés	-	-	20	50	120	90	560	800	895
Automatiques à céréales									450
Automatiques à plaquettes								210	360
Total	32 200	15 550	8 920	8 350	8 840	6 460	8 060	9 010	17 665

Source : ADEME – Observ'ER

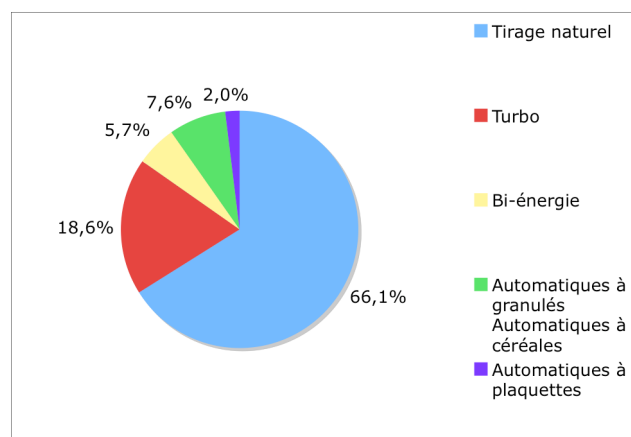
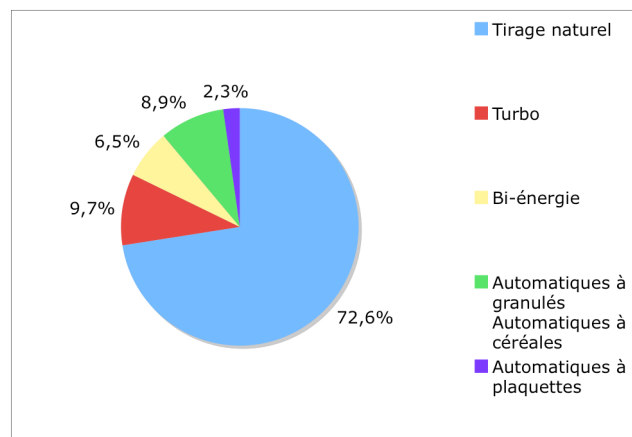
2005 a vu **une croissance particulièrement forte marquer le secteur des chaudières : 105,66 %** de progression par rapport à 2004. Les volumes de ventes de 1985 ne sont pas encore atteints, mais si le rythme actuel est conservé, ce sera le cas dès 2006.

Les ventes de ce segment ont été impulsées à la fois par la mesure de crédit d'impôt mais également par la médiatisation forte des hausses de prix des énergies fossiles. De plus, le marché des chaudières bois (notamment les chaudières automatiques) a aussi profité d'aides mises en place par certains conseils régionaux.

Les chaudières à tirage naturel ont enregistré une progression de 78,6 % en 2005 (pour 11 680 unités). Malgré sa forte croissance, ce type d'appareils a perdu des parts de marché qui sont allées vers son principal concurrent sur le plan technologique, la chaudière Turbo.

Les chaudières Turbo ont connu **le pourcentage de croissance le plus fort avec 276,8 % en une année** (les ventes sont passées de 870 à 3 280 unités). Malgré des prix de vente élevés, ce produit progresse fortement et pourrait, à l'avenir, "cannibaliser" les ventes de chaudières classiques.

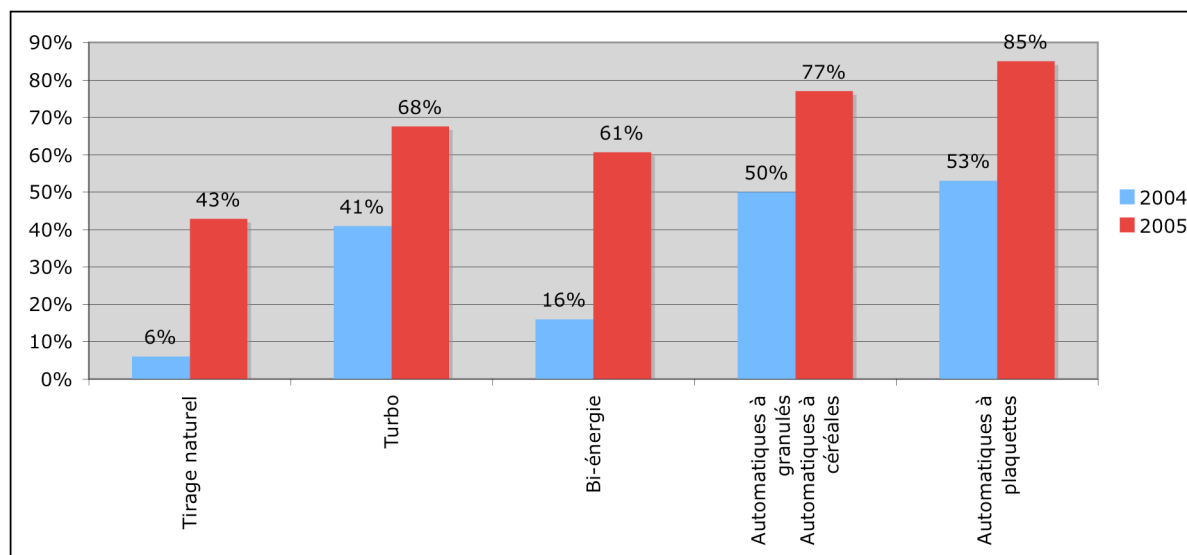
Part de chaque type de chaudières dans les ventes de 2004 et 2005



Part du label Flamme Verte

En 2005, 49,8 % des ventes totales de chaudières étaient labellisées Flamme Verte. Ce chiffre marque une avancée très importante par rapport à 2004 où cette part s'élevait à 14 %.

Part des ventes de chaudières labellisées Flamme Verte en 2004 et 2005



Les avancées les plus significatives l'ont été pour les chaudières bi-énergie et les chaudières à tirage naturel.

1.4. Les cuisinières : une stagnation des ventes

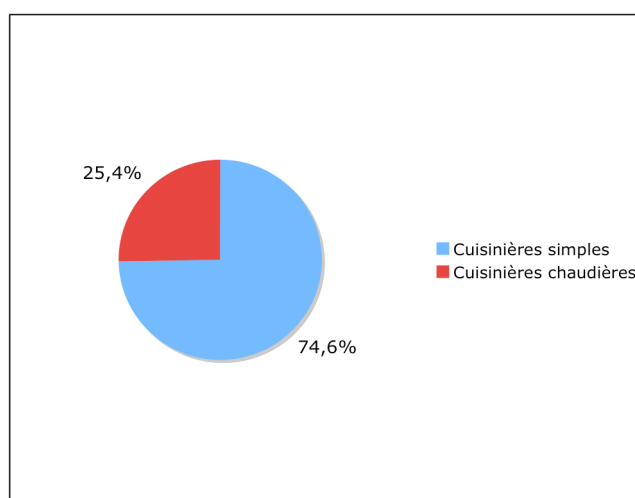
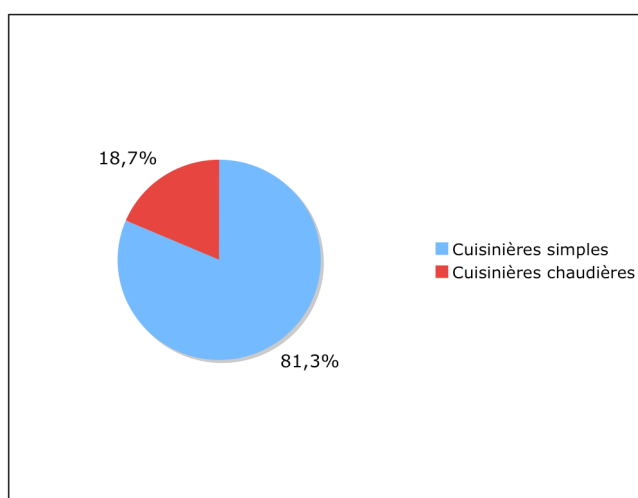
Évolution des ventes de cuisinières depuis 1985

Cuisinières	1985	1990	1996	1999	2001	2003	2004	2005
Cuisinières simples	70 000	30 000			10 300	8 630	8 520	7 995
Cuisinières chaudières	17 000	4 040	3 100	2 100	2 800	2 000	1 960	2 720
Total	87 000	34 040			13 100	10 630	10 480	10 715

Source : ADEME - Observ'ER

Ce segment dans son ensemble a très peu progressé entre 2004 et 2005. **L'impact qu'aurait pu avoir la croissance de 38,7 % des ventes des cuisinières chaudières a été atténué par le recul des cuisinières simples (- 6,2 %).**

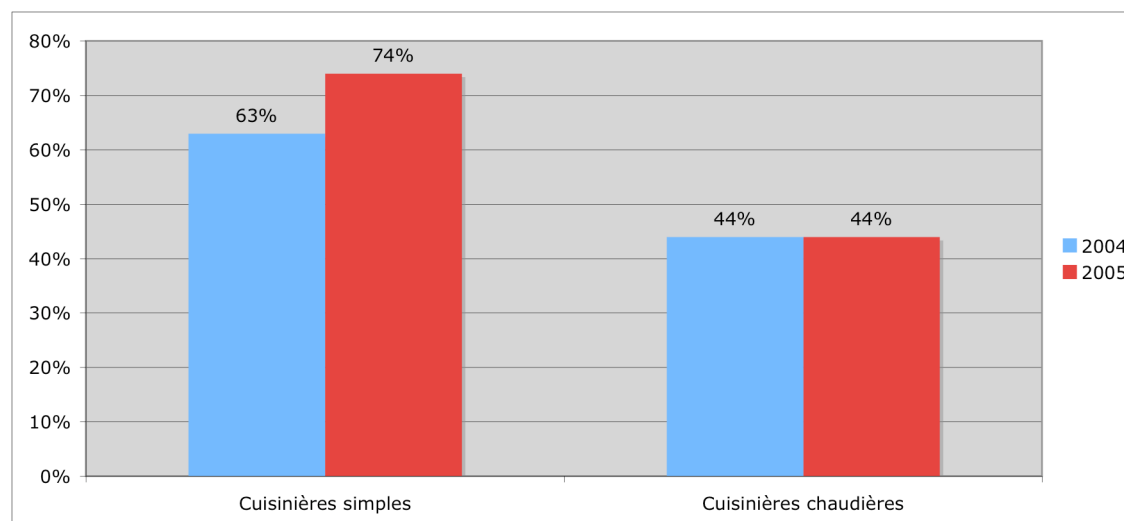
Part de chaque type de cuisinières dans les ventes en 2004 et 2005



Part du label Flamme Verte

En 2005, 66,4 % des ventes totales de chaudières étaient labellisées Flamme Verte contre 60 % en 2004. Cette progression a été le fait des cuisinières simples qui sont passées de 63 % à 74 %.

Part des ventes de cuisinières labellisées Flamme Verte en 2004 et 2005



2. Un marché peu pénétré par les produits étrangers

Importations en 2004 et 2005 en % et en volume par type d'appareils

Type d'appareils	Importations 2004 (en %) ¹	Importations 2004 (volumes)	Importations 2005 (en %)	Importations 2005 (volumes)
Foyers et inserts	2 %	4 436	1,3 %	3 363
Foyers fermés	3 %	5 376	1,3 %	2 477
Inserts	1 %	305	1,4 %	629
Récupérateurs de chaleur	7 %	630	8,0 %	664
Foyers chaudières	3 %	93	2,0 %	97
Poêles	23 %	19 090	23,6 %	30 027
Poêles classiques	17 %	7 752	14,9 %	9 744
Poêles scandinaves	15 %	4 486	19,4 %	7 559
Poêles cheminées	17 %	1 556	15,0 %	2 106
Poêles contemporains	32 %	1 260	30,0 %	2 541
Poêles à granulés	56 %	2 926	52,0 %	2 388
Poêles massiques	92 %	1 484	41,8 %	1 945
Chaudières	27 %	2 319	37,2 %	6 579
Tirage naturel	20 %	1 308	32,9 %	3 848
Turbo	44 %	383	35,4 %	1 162
Bi-énergie	24 %	142	34,3 %	343
Automatiques à granulés	68 %	430	80,2 %	718
Automatiques à céréales	73 %	143	17,7 %	80
Automatiques à plaquettes			50,3 %	181
Cuisinières	15 %	1 572	21,3 %	2 278
Cuisinières simples	25 %	2 130	21,6 %	1 726
Cuisinières chaudières	13 %	255	19,6 %	534
Total	8 %	25 910	10,0 %	40 985

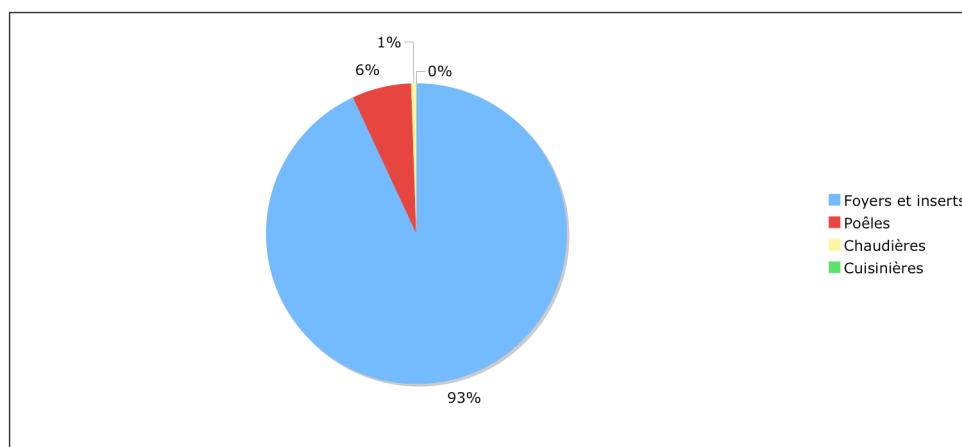
Globalement, le marché français des appareils de chauffage au bois reste peu pénétré par les importations qui sont estimées en 2005 à 10 % des ventes.

Cela représente un volume de 40 985, chiffre qui a progressé de 15 000 unités par rapport à 2004.

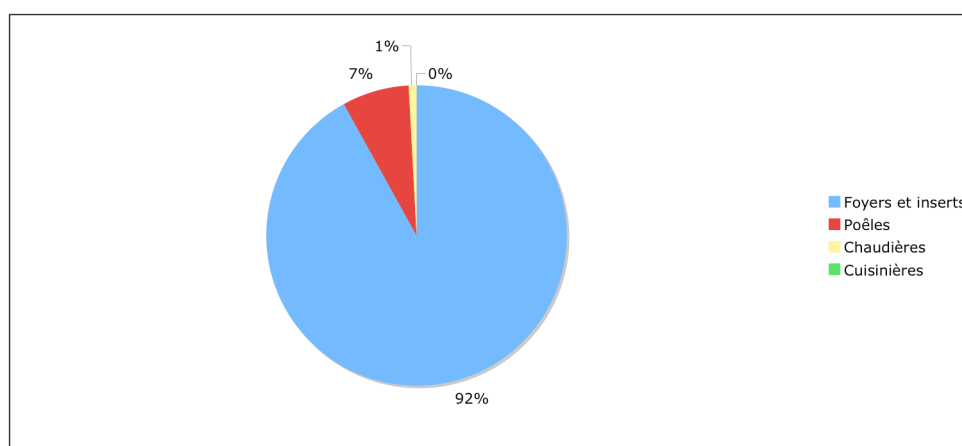
¹ Chiffres issus de l'étude Phoros

3. Les exportations : très centrées sur le segment des foyers et inserts

Répartition des exportations en 2004 par segment



Répartition des exportations en 2005 par segment



La grande majorité des exportations est le fait du segment des foyers et inserts (92 % des volumes d'exportations identifiées). Depuis la fin des années 1990, de nombreux constructeurs français de ce secteur se sont tournés vers les exportations pour pallier le manque de visibilité qu'ils rencontraient sur le marché national.

Les exportations vont principalement vers les pays de l'est de l'Europe (Pologne, Pays baltes), l'Italie et l'Espagne.

4. Les canaux de distribution : GSB, le canal le plus utilisé

Part des différents canaux de distribution pour le marché 2005

Type d'appareils	Ventes directes	Installateurs multi-marques	Réseau d'installateurs exclusifs	GSB ²
Foyers	1 %	23 %	34 %	42 %
Récupérateurs de chaleur	2 %	50 %	31 %	16 %
Foyers fermés	1 %	24 %	39 %	35 %
Inserts	0 %	14 %	3 %	83 %
Foyers chaudières	1 %	78 %	21 %	0 %
Poêles	18 %	47 %	22 %	12 %
Poêles classiques	1 %	69 %	12 %	18 %
Poêles contemporains	47 %	34 %	7 %	12 %
Poêles cheminées	61 %	37 %	0 %	2 %
Poêles scandinaves	1 %	19 %	80 %	0 %
Poêles massives	66 %	0 %	34 %	0 %
Poêles à granulés	0 %	3 %	95 %	2 %
Chaudières	1 %	69 %	29 %	1 %
Tirage naturel	1 %	65 %	33 %	1 %
Turbo	0 %	70 %	30 %	0 %
Bi-énergie	0 %	66 %	34 %	0 %
Automatiques à plaquette	5 %	83 %	13 %	0 %
Automatiques à granulés	1 %	87 %	11 %	1 %
Automatiques à céréales	2 %	93 %	5 %	0 %
Cuisinières	5 %	34 %	60 %	1 %
Cuisinières simples	8 %	8 %	83 %	1 %
Cuisinières chaudières	0 %	69 %	31 %	1 %
Total	4 %	30 %	32 %	34 %

Les GSB représentent le premier canal en volume sur l'ensemble des ventes en 2005. On estime que **34 % des appareils vendus sur le marché français** l'ont été à travers une grande enseigne de bricolage.

À l'exception des poêles et chaudières qui partagent le même principal canal de distribution, à chaque famille d'équipement peut être associé un type de réseaux de distribution (foyers et inserts : GSB, poêles et chaudières : installateurs multi-marques, cuisinières : réseau exclusif).

² Grande surface de bricolage

5. Les types d'opérations : prédominance des opérations dans l'existant

Part de chaque type d'opérations dans le marché 2005

Appareils	Opérations dans l'habitat neuf	Opérations dans l'existant	
		Opérations d'équipement	Opérations de renouvellement
Foyers et inserts ³	37 %	45 %	18 %
Poêles	18 %	63 %	19 %
Chaudières	12 %	36 %	52 %
Cuisinières	8 %	49 %	43 %
Total	27 %	52 %	21 %

73 %

Sur le marché total 2005, on estime que **73 % des opérations ont été réalisées dans de l'habitat existant contre 27 % dans du neuf.**

Pour les foyers et inserts, le chiffre de 45 % d'opérations d'équipement dans de l'habitat existant résulte majoritairement de la transformation de foyers ouverts en installations énergétiquement plus efficaces.

³ La transformation d'un foyer ouvert en foyer fermé ou en insert est considérée comme une opération d'équipement

6. Chiffres d'affaires du secteur : 345,9 millions d'euros

Chiffres d'affaires par type d'appareils en 2005 (en M€ H.T.)

Type d'appareils	Total ventes 2005	C.A. total en M€
Foyers	253 400	141,2
Foyers fermés	196 760	98,9
Inserts	43 495	34,6
Foyers chaudières	8 300	4,6
Récupérateurs de chaleur	4 845	3,1
Poêles	127 075	135,3
Poêles classiques	65 300	49,7
Poêles contemporains	25 195	23,9
Poêles cheminées	14 040	30,4
Poêles scandinaves	13 090	10,1
Poêles massives	5 710	16,0
Poêles à granulés	3 740	5,2
Chaudières	17 665	57,5
Tirage naturel	11 680	29,1
Turbo	3 280	13,7
Bi-énergie	1 000	2,3
Automatiques à plaquette	895	9,2
Automatiques à granulés	450	1,9
Automatiques à céréales	360	1,3
Cuisinières	10 715	11,9
Cuisinières simples	7 995	8,3
Cuisinières chaudières	2 720	3,6
Total	408 855	345,9

Le chiffre d'affaires total de la filière en 2005 est estimé à 345,9 millions d'euros.

II. Synthèse de la partie qualitative

1. Principales évolutions perçues en 2005 : un impact fort des prix des énergies fossiles, et des consommateurs de plus en plus exigeants

La constatation d'un marché en forte croissance est le fait de tous les acteurs, même ceux dont les produits n'étaient pas éligibles au crédit d'impôt. Cette croissance résulte d'un double mouvement :

- **L'augmentation du prix des énergies fossiles** a fortement contribué à attirer de nouveaux consommateurs vers des solutions bois-énergie, notamment vers des appareils d'entrée de gamme non éligibles au crédit d'impôt. Pour la plupart des acteurs interrogés, ce phénomène a eu plus d'impact sur le marché que la mise en place du crédit d'impôt.
- En parallèle, les professionnels font état d'une meilleure connaissance et d'une **plus grande sensibilisation des acheteurs aux critères de performance des équipements proposés**. Des produits qui auparavant se vendaient sur des critères d'esthétisme ou d'attrait de la flamme sont aujourd'hui également jugés sur leurs performances. Les acteurs y voient le résultat des campagnes du label Flamme Verte associé aux exigences de rendement minimum imposées par le crédit d'impôt.

Les prix de vente des appareils n'ont pas répercuté tous les renchérissements subis par les constructeurs (des matières premières, de la fonte, de l'acheminement). En conséquence, ce sont les remises et ristournes octroyées aux distributeurs puis aux clients finaux qui ont été plus faibles que sur les années précédentes.

2. Des activités de R&D centrées sur le rendement des appareils

La R&D n'occupe pas la même place dans toutes les entreprises, avec une organisation plus ou moins formelle suivant les cas. Cependant, partout elle semble tournée essentiellement vers le développement des performances, en réponse aux exigences des consommateurs.

L'ensemble des constructeurs interrogés **juge le développement d'activités de recherche et développement indispensable à la pérennité de leur entreprise** mais ne lui accordent pas tous la même importance au sein de leur entreprise.

L'organisation des activités de R&D prend généralement **deux types d'organisations distinctes** :

- La constitution d'un groupe de travail dédié, sans créer, à proprement parler, de département R&D. Ce groupe est formé de trois ou quatre personnes qui vont consacrer une partie de leur temps de travail à améliorer les produits suivant les orientations définies par la société.
- L'entreprise possède un département R&D clairement identifié, avec un personnel entièrement consacré à la veille technologique, à l'expérimentation et au développement.

Le **principal objet des efforts de R&D est l'amélioration du rendement des produits**. Les constructeurs se sentent poussés dans cette voie par l'intérêt croissant des consommateurs pour la performance énergétique des appareils.

Les activités de R&D apparaissent **davantage tournées vers le développement des procédés ou des matériaux existants que vers la recherche de technologies innovantes**.

3. Les stratégies de distribution : des choix qui changent peu

Les **stratégies de distribution des acteurs sont souvent basées sur des relations construites sur le long terme avec des partenaires de terrain**. Un changement en la matière est peu probable à court terme car :

- il peut modifier l'image que les consommateurs ont d'une marque ou d'un produit ;
- le fait de nouer des relations de confiance avec de nouveaux partenaires prend beaucoup de temps.

Les évolutions survenues sur le marché en 2005 **n'ont pas eu d'impact sur les stratégies de distribution des acteurs**.

Des avis très contrastés concernant les GSB :

- un canal à très fort potentiel « l'avenir pour la grande majorité des appareils domestiques de chauffage au bois » ;
- un canal mal adapté pour valoriser des équipements autres que l'entrée de gamme. « Un conseil avisé aux consommateurs fait souvent défaut. »

4. Le crédit d'impôt, une mesure phare dans l'évolution du secteur

Dans leur ensemble, les **acteurs interrogés jugent la mesure bénéfique pour la filière**.

« Même s'il est difficile de faire clairement la part de l'impact des différents événements survenus en 2005 (notamment la hausse du prix des énergies fossiles), **le crédit d'impôt a contribué à attirer des nouveaux consommateurs vers les appareils de chauffage au bois**. »

« Si elle n'est pas profondément modifiée, **la mesure donne de la visibilité pour quelques années**. »

Cependant, plusieurs acteurs insistent sur le fait que « l'après » crédit d'impôt doit se préparer.

- Les acteurs redoutent une sortie de la mesure trop brutale.
- Penser aux futurs aménagements de la mesure pour « sortir en douceur ».

5. Conclusions et recommandations

Une croissance forte sur le marché

- En 2005, le marché national des appareils domestiques de chauffage au bois est entré dans une **nouvelle dimension de croissance, en rupture avec les années précédentes**.

En corollaire, beaucoup d'acteurs ont vu leur activité dans la filière bois **passer d'un rythme saisonnier à un rythme continu** sur l'année.

De nouvelles tendances de consommation

- Au niveau de la demande, 2005 a vu l'émergence de deux tendances majeures dans les modes de consommation :
 - **Les consommateurs ont clairement intégré les notions d'efficacité énergétique dans leur acte d'achat.**
 - Un grand nombre de consommateurs se sont **orientés vers des appareils d'entrée de gamme**.

Une offre, en conséquence, à surveiller

- Plusieurs constructeurs présents sur le marché français s'inquiètent de l'apparition de nouveaux acteurs – du fait de la forte croissance des ventes –, dont l'ambition est de faire des profits rapides en **important des appareils sans souci de la qualité**. Ces équipements peuvent être de qualité moyenne ou médiocre et porter ainsi préjudice à la filière, en termes d'image auprès du grand public.

Cela appelle un contrôle et un suivi attentifs des performances des appareils présents sur le marché national.

Comment pérenniser la croissance

- Il faut rendre la filière moins tributaire des variations du prix du pétrole. Pour atténuer cette relation de dépendance, **un travail sur l'approvisionnement est essentiel** :
 - Renforcer la dynamique des réseaux de distribution de combustibles bois sur le territoire, en particulier pour les plaquettes et les granulés.
 - Suivre les prix des combustibles bois afin d'éviter toute croissance non justifiée par une tension sur l'offre.

- Il convient également de préparer la filière à **sortir en douceur de la mesure du crédit d'impôt** quand celle-ci arrivera à son terme.
 - Appliquer une gradation du crédit d'impôt qui irait en décroissant proportionnellement à la baisse de rendement des appareils.
 - Soutenir la visibilité de la filière des appareils domestiques de chauffage au bois sur le marché, à l'aide de campagnes de communication sur la pertinence économique et énergétique de ces solutions.