

Enquête sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois en 2010

Synthèse des résultats



Observ'ER

Observatoire des énergies renouvelables

146, rue de l'Université 75007 - Paris

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

Juin 2011

Enquête sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois en 2010

Méthodologie utilisée

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

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

Le suivi des ventes de ces appareils a reposé sur une collecte d'informations réalisée par le biais de l'envoi d'un questionnaire à 78 acteurs (fabricants/importateurs) présents sur le marché français.

Le questionnaire portait sur les points suivants :

- les ventes en 2010 (sur les appareils vendus sous la propre marque des fabricants ou sous des marques importées ou distribuées) ;
- le détail dans les ventes 2010 des appareils labellisés *Flamme Verte* ;
- le détail dans les ventes 2010 des appareils éligibles au crédit d'impôt (d'un point de vue technique, c'est-à-dire les appareils possédant les normes françaises et européennes précisées dans les arrêtés) ;
- les types de canaux de distribution utilisés ;
- les types d'opérations réalisées (opérations dans le neuf ou dans l'existant) ;
- le chiffre d'affaires en 2010.

Le taux de réponse pour cette enquête annuelle a encore progressé : 67 % en 2010, contre 60 % en 2009 et 53 % en 2008. Les raisons de cette mobilisation croissante sont liées au fait que les acteurs connaissent de mieux en mieux Observ'ER et sa collecte annuelle, qui a été réalisée pour la sixième fois en 2011.

I. Synthèse des résultats quantitatifs

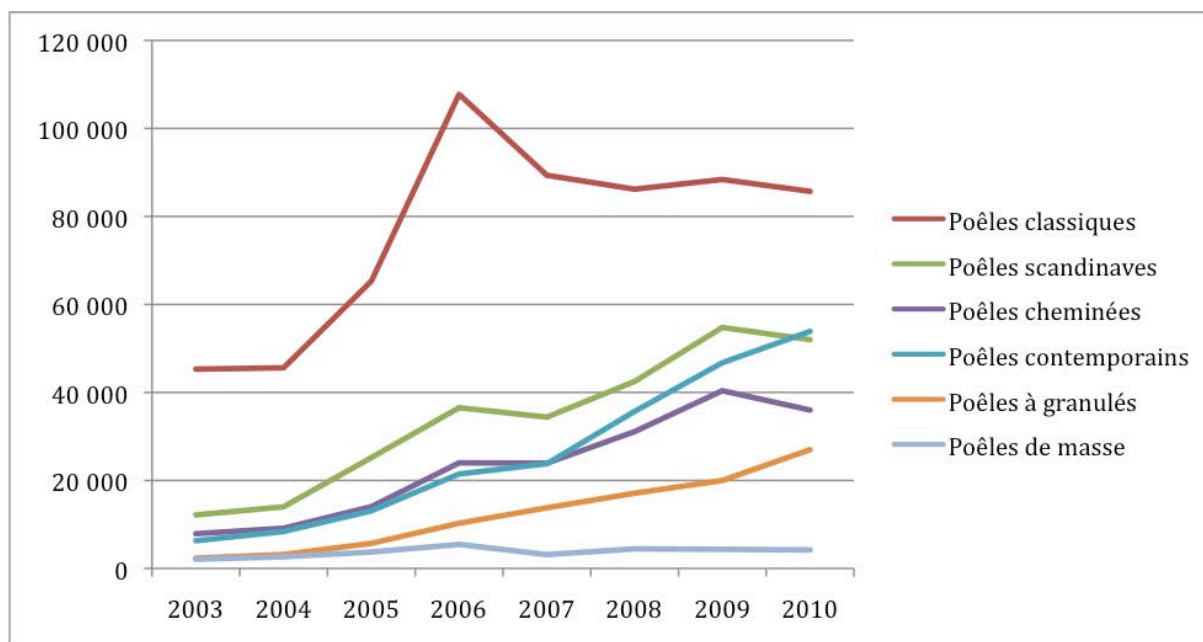
1.1. Ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois : Une légère décroissance malgré un contexte économique difficile

Types	Appareils vendus en 2009		Appareils vendus en 2010		Evolution des ventes 2009-2010
	Marché total	% de labellisés "Flamme Verte"	Marché total	% de labellisés "Flamme Verte"	
Poêles	254 670	87%	258 770	86%	1,6%
Poêles classiques	88 400	95%	85 700	90%	-3,1%
Poêles contemporains	54 770	96%	52 000	93%	-5,1%
Poêles cheminées	40 400	99%	36 000	98%	-10,9%
Poêles scandinaves	46 750	60%	53 870	70%	15,2%
Poêles de masse	4 350	97%	4 200	92%	-3,4%
Poêles à granulés	20 000	60%	27 000	65%	35,0%
Foyers et inserts	194 200	82%	180 000	86%	-7,3%
Foyers fermés	150 700	79%	141 500	85%	-6,1%
Inserts	43 500	87%	38 500	89%	-11,5%
Chaudières	20 900	76%	17 340	60%	-17,0%
Tirage naturel	9 500	59%	7 980	40%	-16,0%
Turbo	6 150	77%	4 750	73%	-22,8%
Bi-énergie	620	73%	720	65%	16,1%
Automatiques à plaquettes	720	85%	610	84%	-15,3%
Automatiques à granulés	3 750	98%	3 120	89%	-16,8%
Automatiques à céréales	160	0%	160	0%	0,0%
Cuisinières	9 870	16%	7 700	11%	-22,0%
Cuisinières simples	6 970	19%	4 500	10%	-35,4%
Cuisinières chaudières	2 900	10%	3 200	13%	10,3%
Total	479 640	88%	463 810	84%	-3,3%

Avec un volume de **463 810 unités**, le marché du chauffage domestique au bois présente une diminution des ventes de 3,3 % en 2010 par rapport à 2009.

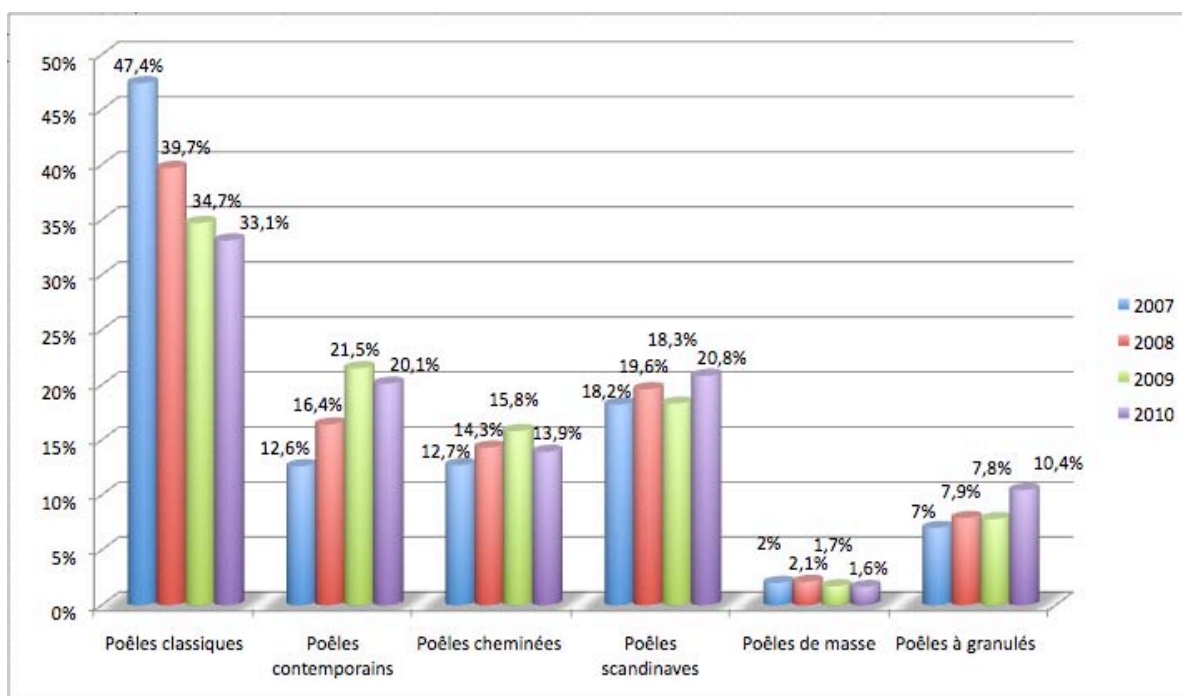
1.2. Les poêles, seul segment en croissance, notamment du fait du développement des poêles à granulés

Évolution des ventes de poêles depuis 2003



Source : ADEME – Observ'ER

Parts des ventes de chaque type d'appareils dans le segment des poêles entre 2007 et 2010



Source : Observ'ER

Ce segment est devenu le segment phare du marché, dépassant de près de 80 000 unités le volume des ventes de foyers fermés et inserts.

Au sein de ce segment, la croissance est principalement portée par les poêles scandinaves et les poêles à granulés, contrairement à 2009 qui voyait les poêles contemporains et les poêles cheminées obtenir les plus fortes progressions.

Avec une croissance de 35 % des ventes entre 2009 et 2010, le poêle à granulés est perçu par de nombreux professionnels comme « le nouvel équipement à la pointe de la technologie ». On notera également une tendance émergente à les raccorder à un circuit d'eau chaude. Ils sont alors dénommés par certains acteurs « poêles hydro ».

Plusieurs fabricants, interviewés lors des enquêtes qualitatives réalisées ces dernières années, avaient pressenti l'explosion des ventes de ce type d'appareil dans les années à venir. L'année 2010 confirme tout à fait ces prévisions.

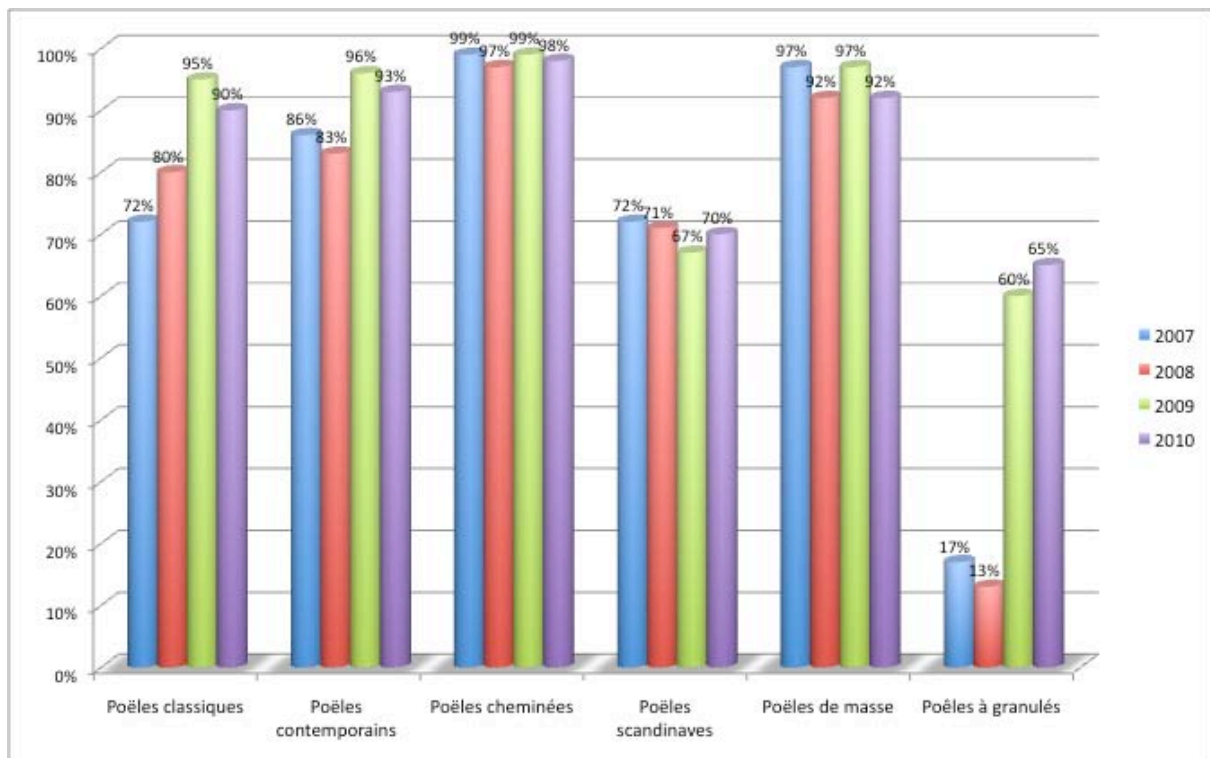
Certains professionnels de la filière modèrent néanmoins l'engouement actuel pour les granulés dont l'utilisation est plus technique qu'il n'y paraît.

Le label Flamme Verte

En 2010, la part des appareils labellisés *Flamme Verte* est stable par rapport à 2009, passant de 88 % des appareils en 2009 à 86 % en 2010. D'une manière générale, cette stabilité cache une baisse de la part des appareils labellisés *Flamme Verte* pour tous les sous-segments, sauf pour les poêles à granulés (+ 5 points) et les poêles scandinaves (+ 3 points), qui tirent le marché des poêles vers le haut.

Pour les poêles à granulés, la part labellisée était en 2008 de seulement 13 %, contre 65 %, en 2010. Ce phénomène est lié au développement de ce sous-segment qui présentait un retard important en termes de labellisation par rapport aux autres sous-segments du marché. Par ailleurs, la tendance actuelle autour du poêle à granulés a pour effet d'inciter les importateurs à faire labelliser leurs appareils pour pénétrer le marché français.

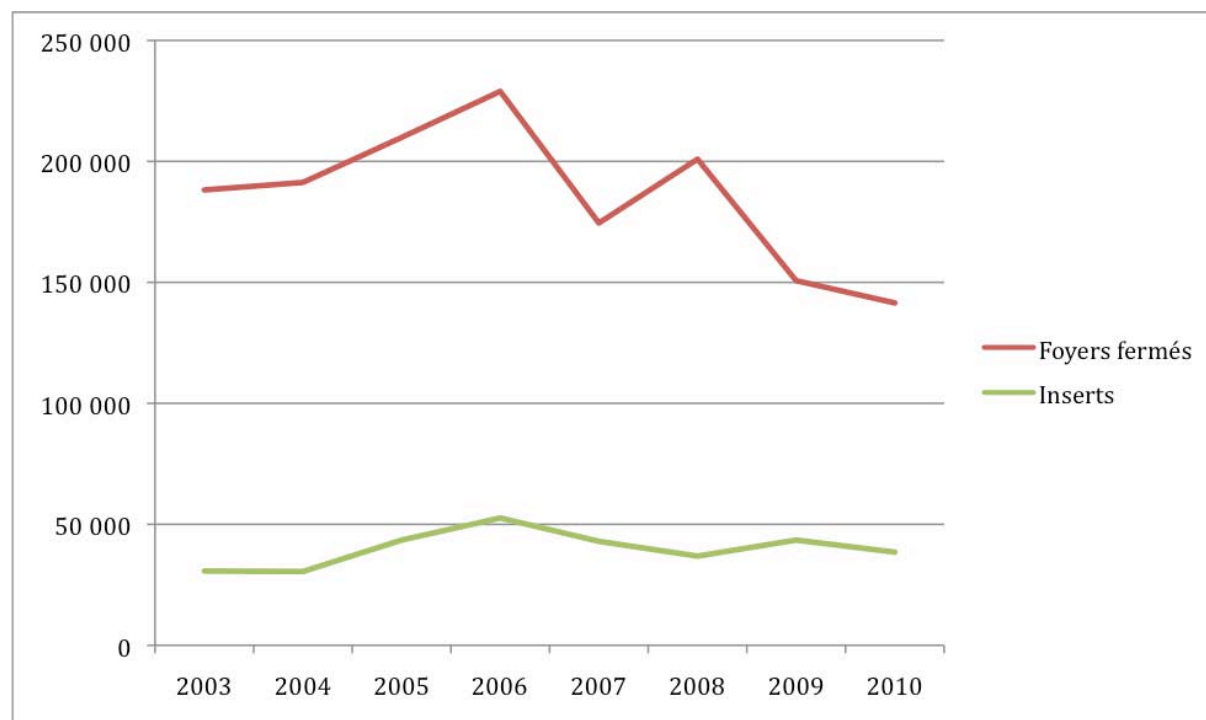
Parts des ventes de poêles labellisées *Flamme Verte* entre 2007 et 2010



Source : Observ'ER

1.3. Les foyers fermés et inserts : Une nette diminution des ventes. Le segment perd 7,3 % en 2010 et plus de 35 % par rapport à son niveau de 2006

Évolution des ventes de foyers depuis 2003



Source : ADEME / Observ'ER

Note 1 : Depuis 2006, très peu de fabricants/importateurs indiquent le détail de leurs ventes de récupérateurs de chaleur ou de foyers chaudières. La plupart a inclus les chiffres de ventes relatifs à ces appareils dans la ligne foyers fermés sans donner d'indication pour en estimer la part.

En 2009, ce segment présentait une décroissance de **18 %** avec **194 200 unités** vendues, largement liée à la diminution de 25 % des ventes de foyers fermés alors que le sous-segment des inserts présentait une évolution positive de 18 %.

En 2010, la donne a changé avec deux sous-segments en décroissance et notamment le sous-segment des inserts qui perd près de 12 % par rapport à l'année précédente. Ce segment a toujours eu beaucoup de difficultés à se stabiliser au cours des années, alternant croissance et recul des ventes.

Les années 2005 et 2006 ont vu la mise en place du crédit d'impôt, et les chiffres de vente ont explosé pour finalement s'étioler tout au long des années suivantes.

Ces deux types d'appareils sont moins plébiscités sur le marché français depuis le développement des poêles à bois dont les caractéristiques techniques en font des appareils plus performants et plus esthétiques. Par ailleurs, de nombreux fabricants de ce segment diversifient leur activité dans le domaine des poêles, axant les efforts de R&D et de marketing sur ces appareils plutôt que sur les foyers et inserts.

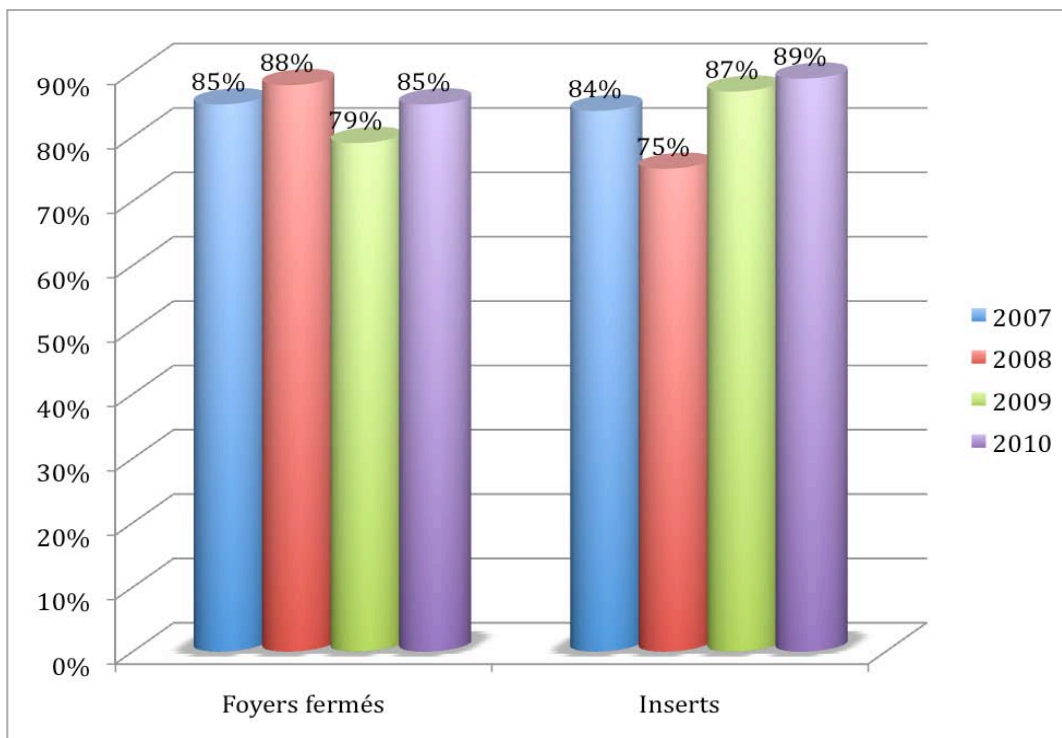
Pour ce segment du marché, 2010 confirme la tendance identifiée depuis quelques années et selon laquelle la part des foyers fermés et inserts diminue régulièrement.

Depuis 2006, année de record des ventes, le segment a vu ses chiffres **diminuer de 36 %**.

La part d'appareils labellisés *Flamme Verte* représente 86 % des ventes en 2010, marquant une légère croissance par rapport à 2009 où elle représentait 82 % des ventes.

Le label Flamme Verte

Part des ventes de foyers labellisés *Flamme Verte* entre 2007 et 2010



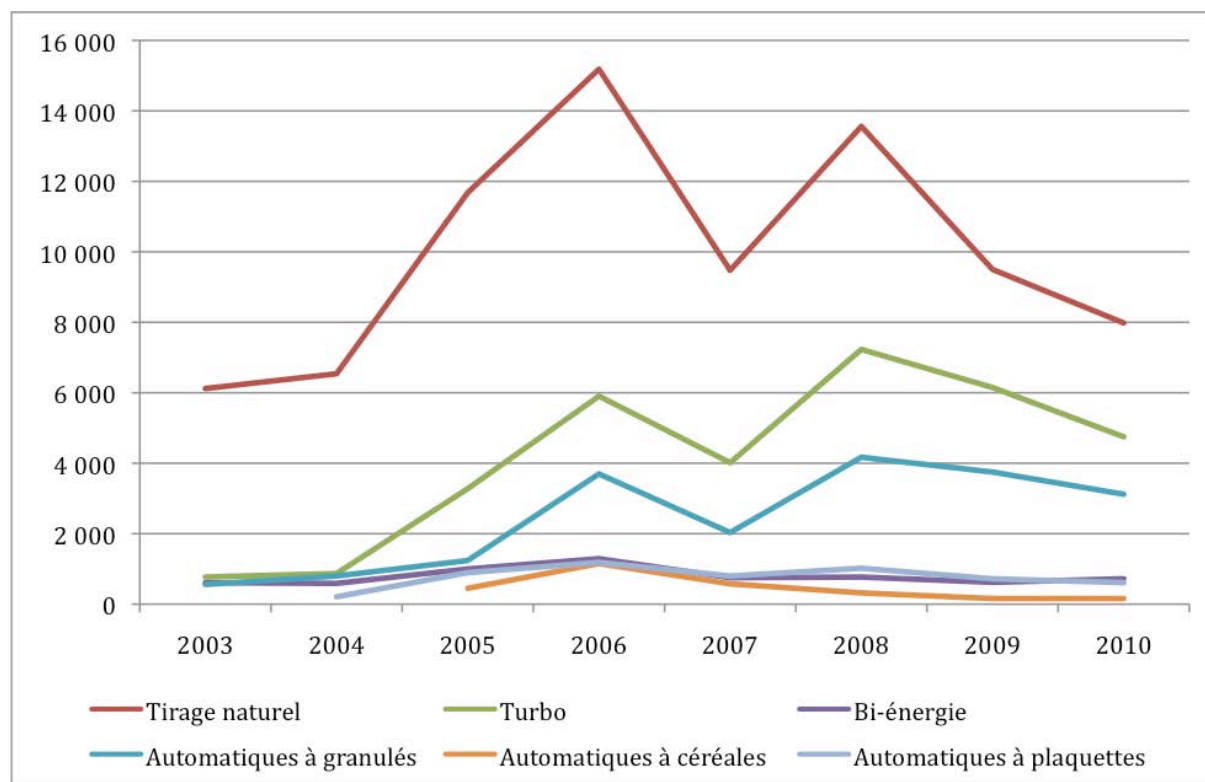
Source : Observ'ER

La part des foyers fermés labellisés *Flamme Verte* est en augmentation, passant de 79 % en 2009 à 85 % en 2010. Cette croissance va à contre-courant de la diminution des volumes de ventes. Cela peut s'expliquer par l'effort consenti par les Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) qui mettent de plus en plus en valeur des appareils labellisés *Flamme Verte*.

La part d'appareils labellisés est en croissance aussi pour les inserts qui passent de 87 % en 2009 et de à 89 % en 2010. Ce phénomène s'explique par le fait que de plus en plus de nouvelles gammes mises sur le marché obtiennent le label *Flamme Verte* après de longs mois de procédure.

1.3. Les chaudières : une nouvelle diminution des ventes de 23 % met le marché au niveau des ventes de 2005

Évolution des ventes de chaudières depuis 2003

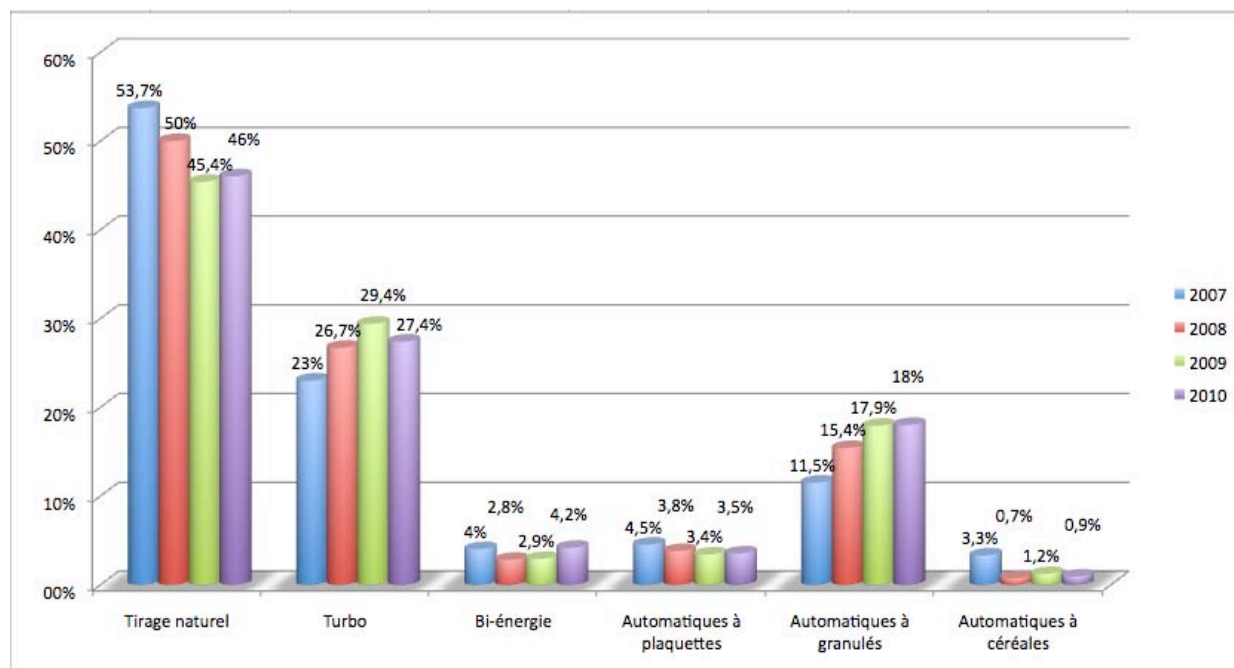


Source : ADEME / Observ'ER

Le marché des chaudières est estimé à **17 340 unités** en 2010. Ce chiffre marque une décroissance globale de 17 % par rapport à 2009.

Cette diminution des ventes est visible dans quatre sous-segments. Ce segment reste le plus exposé aux conjonctures économiques étant donné le prix élevé des appareils.

Part des ventes de chaque type d'appareils dans le segment des chaudières entre 2007 et 2010



Source : Observ'ER

Entre 2009 et 2010, le sous-segment des chaudières Turbo présente la décroissance la plus forte (22,8 %) du segment des chaudières (17 %). Tous les autres sous-segments suivent la décroissance moyenne du segment des chaudières (entre 15 % et 17 %) sauf les chaudières bi-énergie qui restent un marché de niche et augmentent de 16,1 %.

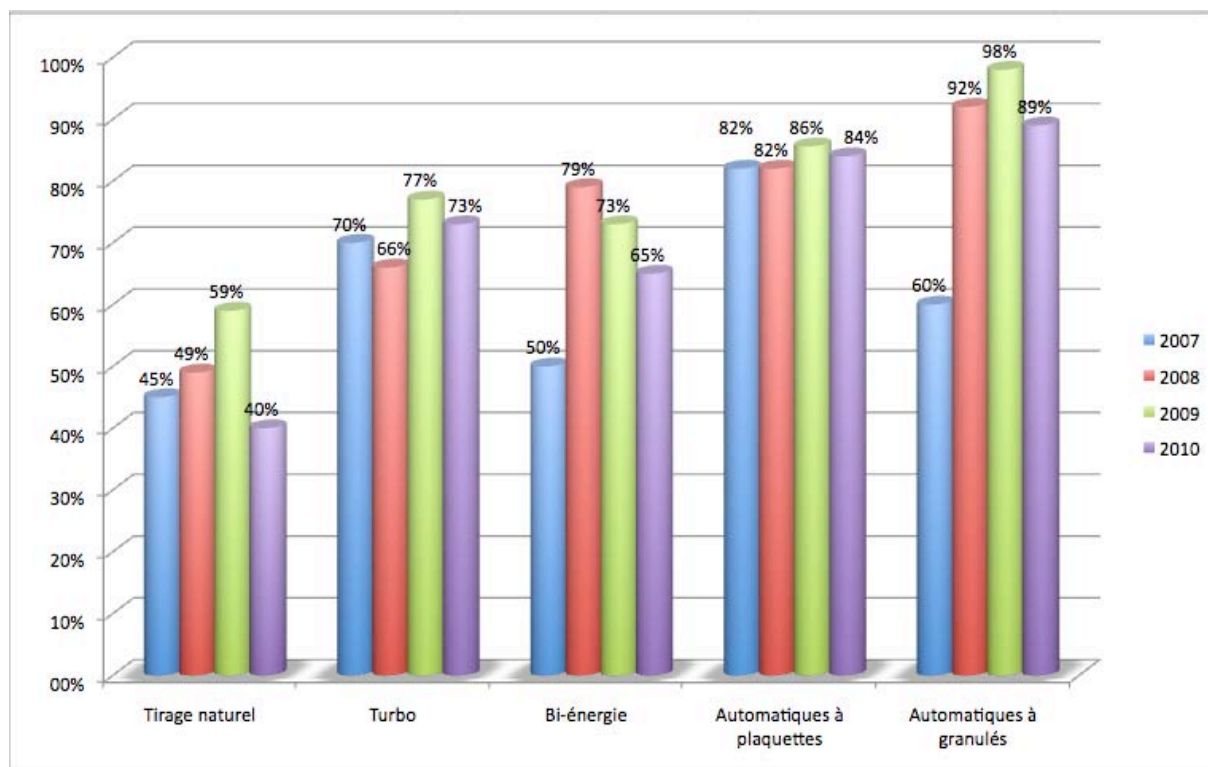
Le segment des chaudières est le plus dépendant des aides de l'État pour pouvoir stabiliser son marché. La baisse significative du crédit d'impôt impacte directement le budget des ménages susceptibles d'investir dans une chaudière tant le coût de cet équipement est élevé (entre 5 000 et 10 000 euros en moyenne suivant les types d'appareils).

Le label Flamme Verte

La part des appareils labellisés *Flamme Verte* diminue de 16 points entre 2009 (76 %) et 2010 (60 %).

Cette baisse peut s'expliquer par la présence de normes techniques de plus en plus exigeantes qui imposent un rythme difficile à tenir pour les acteurs. La labellisation est davantage portée par les fabricants étrangers (allemands, autrichiens, scandinaves) qui peuvent s'adosser à des marchés nationaux très forts (plus de 150 000 chaudières et poêles à granulés en Allemagne en 2010) que par les acteurs français qui souffrent de l'érosion des ventes sans pouvoir toujours trouver d'autres débouchés à l'export.

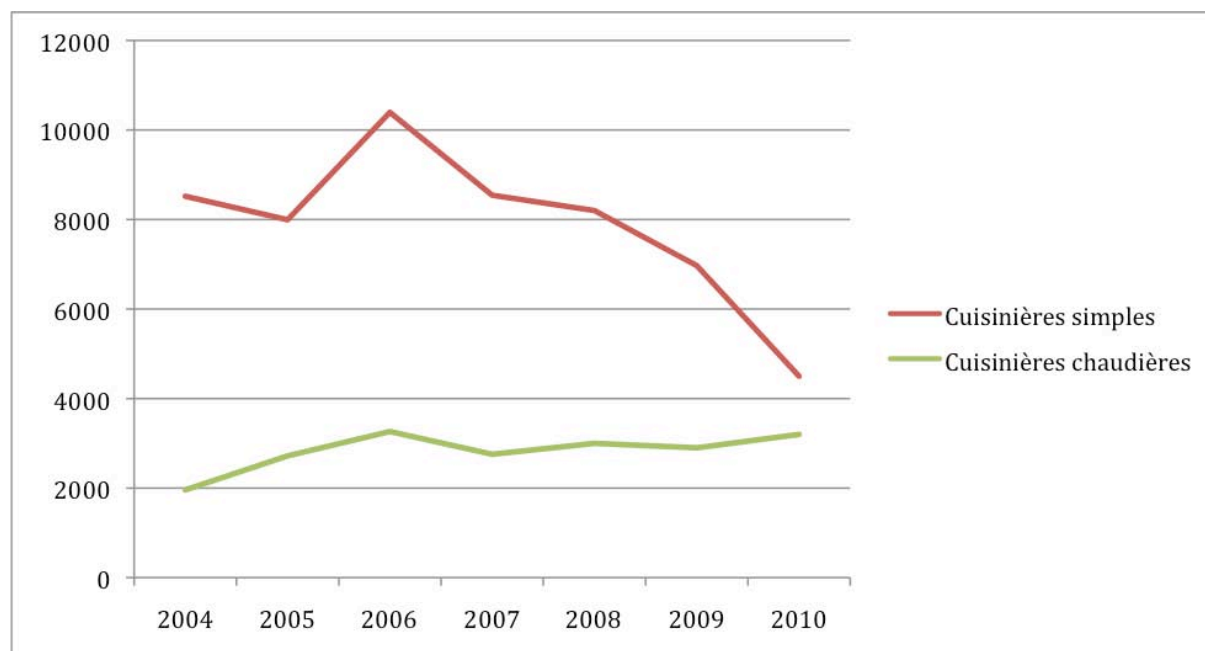
Parts des ventes de chaudières labellisées *Flamme Verte* en 2007 et 2010



Source : Observ'ER

1.4. Les cuisinières : une diminution de 22 % pour un segment qui jusqu'ici avait été stable

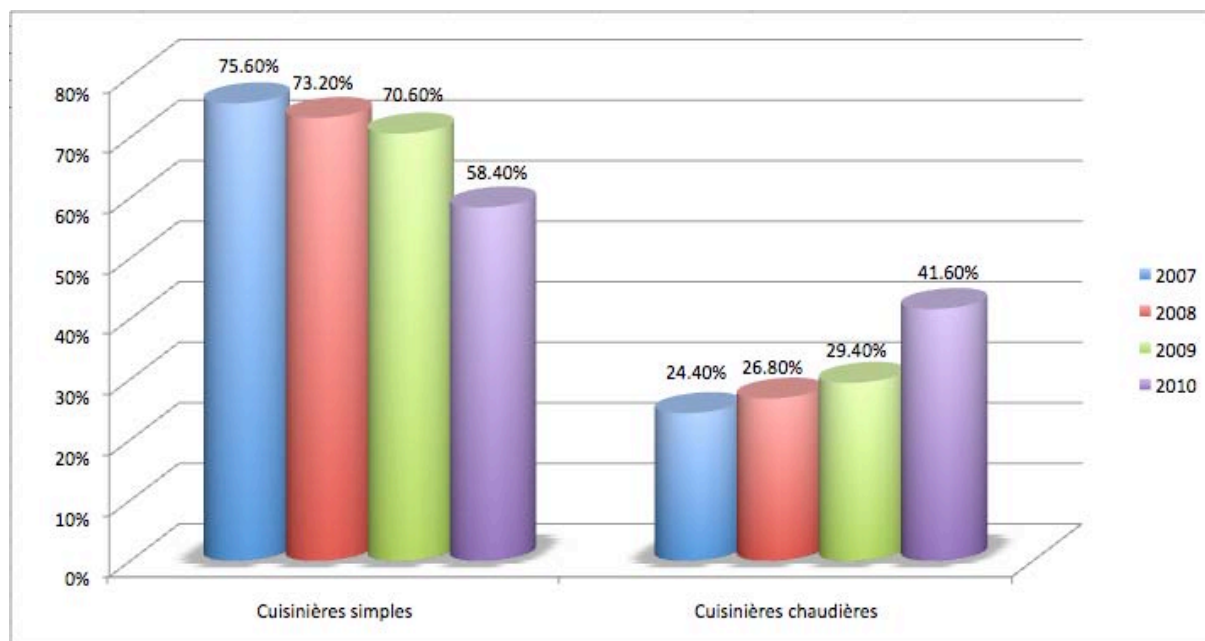
Évolution des ventes de cuisinières depuis 2004



Source : ADEME / Observ'ER

Avec 7 770 unités vendues, le segment des cuisinières connaît en 2010 son niveau de ventes le plus bas depuis des années. La baisse des ventes est visible dans le segment des cuisinières simples avec seulement 4 500 unités vendues en 2010 contre 6 970 en 2009 (- 35,4 %). Ce sous-segment joue un rôle prépondérant dans la diminution du volume de vente des cuisinières. Les cuisinières chaudières, en augmentation de 10,3 %, freinent légèrement la diminution du volume total de ventes de cuisinières (- 22 %).

Part de chaque type de cuisinières dans les ventes entre 2007 et 2010



Source : Observ'ER

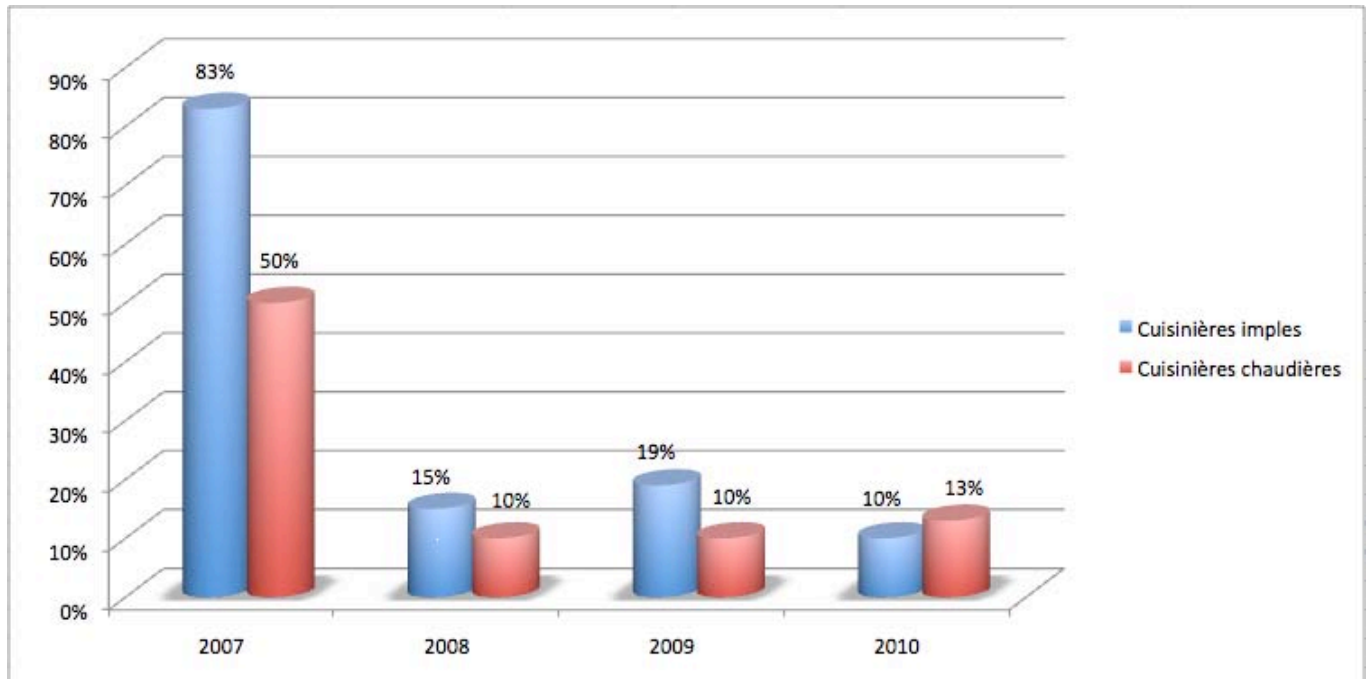
Dans le prolongement de ce qui était visible en 2008 et 2009, la tendance des ventes de ce segment est à la diminution des cuisinières simples au profit des cuisinières chaudières conduisant à un rééquilibrage de la part de chacun des deux sous-segments (58 %/42 % au profit des cuisinières simples contre 70 %/30 % en 2009).

Par ailleurs, il faut rappeler que l'aide fiscale du crédit d'impôt est attribuée pour l'achat d'appareils ayant une fonction de chauffage de l'habitat et non pas pour la cuisson seule. Cette disposition influe, a fortiori, dans le processus d'achat des cuisinières chaudières.

Le label Flamme Verte

Le pourcentage d'appareils labellisés vendus a diminué passant de 16 % à 11 % en 2010.

Part des ventes de cuisinières labellisées *Flamme Verte* entre 2007 et 2010



Source : Observ'ER

2. Les importations : une augmentation globale pour tous les segments

Évolution du taux des appareils importés vendus en 2009 et 2010

Type d'appareils	Importations 2009	Importations 2010
Poêles	20,5 %	22%
Poêles classiques	18 %	13%
Poêles contemporains	23,6 %	14%
Poêles cheminées	3,8 %	8%
Poêles scandinaves	98,9 %	54%
Poêles de masse	92 %	83%
Poêles à granulés	23,9 %	64%
Foyers et inserts	3,6 %	5%
Foyers fermés	1,8 %	4%
Inserts	6,8 %	10%
Chaudières	58,2 %	59%
Tirage naturel	23,1 %	39%
Turbo	65,9 %	54%
Bi-énergie	28,9 %	57%
Automatiques à plaquettes	99 %	66%
Automatiques à granulés	97,7 %	89%
Automatiques à céréales	100 %	98%
Cuisinières	15 %	24%
Cuisinières simples	14 %	40%
Cuisinières chaudières	16 %	3%
Total	14,3 %	18%

Source : Observ'ER

En 2010, la part des importations est estimée à 18 % contre 14,3 %, en 2009. Le marché des appareils domestiques de chauffage au bois reste un secteur relativement peu pénétré par rapport à une filière comme le solaire thermique.

Il est à noter que le premier segment de marché 2010 (les poêles et surtout ses sous-segments les plus dynamiques) est davantage alimenté par des importations que les foyers fermés et inserts. En termes d'emplois et d'activité économique captée par l'industrie française, c'est un point à souligner.

Par ailleurs, le sous-segment des poêles à granulés affiche la poussée la plus importantes de la part d'importation avec une progression de 40 points passant de 23,9 % en 2009 à 64 % en 2010. L'arrivée massive de poêles à granulés italiens est une des principales raisons de cette forte progression en France.

3. Les exportations : un quart des ventes sont tournées vers l'export

24 acteurs ont donné des détails sur leurs exportations. Pour exprimer l'importance de ces volumes, nous avons fait la part entre les appareils exportés et les volumes d'appareils vendus (en France et à l'étranger) uniquement pour le panel des 24 entreprises qui ont donné de l'information sur les exportations. Les chiffres présentés dans le tableau suivant ne concernent donc pas l'ensemble du marché.

Type d'appareils	Total exportés	Total ventes issues de la collecte	Type d'appareils
Poêles	11 938	134 197	9%
Foyers et inserts	47 403	85 069	56%
Chaudières	585	10 965	5%
Cuisinières	130	4 496	3%
Total	60 056	234 727	26%

Source : Observ'ER

La part des exportations a diminué, passant de 33 % en 2009 à 26 % en 2010. La diminution est particulièrement forte pour les segments des foyers et inserts (de 84 % à 56 %) qui, en plus de perdre des ventes, diminuent leurs exportations. Ce constat n'est pas rassurant car il s'agit du secteur qui rassemble le plus d'acteurs français.

Certains fabricants expliquent la diminution des exportations par le contexte de crise économique international qui par exemple touche la vente d'équipements de foyers fermés & inserts en direction de l'Europe de l'Est.

4. Les canaux de distribution : une montée des réseaux d'installateurs exclusifs

Le tableau ci-dessous est basé sur les réponses de 43 acteurs ayant communiqué le détail de leur distribution en 2010.

Part des différents canaux de distribution pour le marché 2010

Types	Ventes directes	Grossistes-installateurs	Réseau d'installateurs exclusifs	GSB
Poêles	7%	42%	25%	27%
Foyers et inserts	1%	27%	20%	52%
Chaudières	1%	97%	2%	1%
Cuisinières	1%	45%	53%	1%
Total	4%	38%	22%	36%

Source : Observ'ER

En 2009, les principaux canaux de distribution du marché étaient celui des grossistes-installateurs pour près de 50 % des équipements, puis celui des Grandes Surfaces de Bricolage (GSB). En 2010, un réel rééquilibrage a eu lieu entre les GSB et les grossistes-installateurs qui distribuent respectivement 36 % et 38 % des équipements.

En parallèle, nous pouvons également observer la croissance des réseaux d'installateurs exclusifs qui couvrent près d'un quart des canaux de distribution contre 13 % en 2009. Ce constat s'explique par le fait que les fabricants accordent une grande importance à la qualité de l'installation du matériel. Les installateurs doivent apporter la garantie d'un travail soigné, de qualité et à un prix sûr. Certains doivent être agréés par le fabricant et, à ce titre, suivre une formation pour apporter une qualité de service optimale.

Rappel des chiffres de 2009

Types	Ventes directes	Grossistes-installateurs	Réseau d'installateurs exclusifs	GSB
Poêles	3%	47%	14%	36%
Foyers et inserts	1%	36%	13%	50%
Chaudières	1%	94%	6%	0%
Cuisinières	5%	89%	6%	0%
Total	2%	46%	13%	39%

Source : Observ'ER

5. Les types d'opération : trois opérations sur quatre se font dans l'existant

Part de chaque type d'opération dans le marché 2010

Segment	Type d'opérations réalisées		
	Opérations habitat neuf	Opération dans l'existant	
		Opérations d'équipement	Opérations renouvellement
Poêles	28%	50%	22%
Foyers et inserts	20%	61%	19%
Chaudières	7%	33%	60%
Cuisinières	1%	18%	81%
Total	23%	51%	26%

Source : Observ'ER

Le plus gros potentiel du marché en France reste le parc des logements existants. Les poêles constituent le type d'équipements le plus susceptible d'être installé dans un logement neuf (28 % contre 7 % pour les chaudières), mais ce chiffre a tout de même très sensiblement diminué depuis 2009.

6. Chiffres d'affaires du secteur : une diminution qui suit un volume de ventes également en baisse

Chiffres d'affaires par type d'appareils en 2010 (en millions d€ H.T.)

Type	Marché total	C.A en M€
Poêles	258 770	280,96
Poêles classiques	85 700	62,56
Poêle contemporains	52 000	43,16
Poêles cheminées	36 000	42,51
Poêles scandinaves	53 870	80,69
Poêles massiques	4 200	16,16
Poêles à granulés	27 000	35,88
Foyers et Inserts	180 000	124,34
Foyers fermés	141 500	97,92
Inserts	38 500	26,42
Chaudières	17 340	56,43
Tirage naturel	7 980	14,29
Turbo	4 750	13,69
Bi-énergie	720	2,19
Automatiques à plaquettes	610	5,25
Automatiques à granulés	3 120	20,21
Automatiques à céréales	160	0,80
Cuisinières	7 700	10,95
Cuisinières simples	4 500	5,89
Cuisinières chaudières	3 200	5,06
Total	463 810	472,68

Source : Observ'ER

En 2010, le chiffre d'affaires global des fabricants de la filière du chauffage domestique au bois est estimé à près de **472,68 millions d'euros** pour 463 810 appareils vendus. En 2009, le chiffre d'affaires s'élevait à 515 millions d'euros pour 476 640 unités.

7. Lecture des tendances par segment de marché

7.1. Les poêles

- Ce segment a été le seul à connaître une augmentation de ses ventes en 2010 (1,6 % avec un volume de ventes total de 258 770 unités). 2010 confirme la tendance de 2009 qui les avait vus devenir les équipements les plus vendus sur le marché du chauffage domestique au bois.
- En 2010, les sous-segments des poêles à granulés et scandinaves sont les seuls à présenter une croissance de leur marché (respectivement de 35 % et de 15,2 %). Ils tirent complètement le segment vers le haut car les autres sous-segments affichent des baisses comprises entre 3 % et 11 %.
- La part des équipements labellisés *Flamme Verte* se maintient entre 2009 (87 %) et 2010 au taux de 86 %. Si plusieurs sous-segments affichent une certaine stagnation, des augmentations spectaculaires sont visibles dans le sous-segment des poêles scandinaves (+ 10 points) et des poêles à granulés (+ 52 points) dont seulement 13 % des appareils étaient labellisés *Flamme Verte* en 2008 contre 65 % en 2010.
- La part des importations de poêles est en très légère augmentation, sous l'impulsion des poêles à granulés (64 % d'importations contre 24 % en 2009).
- Le principal canal de diffusion des poêles est celui des grossistes-installateurs pour 42 % des ventes.
- Le chiffre d'affaire du segment est de 280,96 millions d'euros en 2010.

7.2. Les foyers fermés et inserts

- Ce segment du marché a connu une décroissance de 7,3 % par rapport à l'année précédente pour un volume global de 180 000 unités vendues.
- La décroissance est tirée par le sous-segment des inserts (- 11,5 % de ventes en 2010) tandis que le sous-segment des foyers fermés diminue de 6,1 %.
- La part des équipements *Flamme Verte* a augmenté de 4 points entre 2009 et 2010 pour se situer à 86 %.
- En 2010, la part des importations a progressé par rapport à 2009 pour atteindre le chiffre de 5 % contre 3,6 % en 2009.
- La part des exportations a énormément diminué, passant de 84 % en 2009 à 56 % en 2010. Pour rappel, elle était de 95 % en 2007.
- À la différence des autres segments, le principal canal de diffusion reste les GSB (Grandes Surfaces de Bricolage) qui réalisent 52 % des ventes. C'est en stagnation par rapport au pourcentage de 50 %, identifié en 2008.
- La part de foyers fermés et inserts installés dans l'habitat neuf s'élève à 20 %, contre 23 % en 2009. Par contre, la part de foyers et inserts installés en opération d'équipement dans l'existant a augmenté à hauteur de 61 %.
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 124,34 millions d'euros.

7.3. Les chaudières

- Ce segment présente une décroissance de 17 % des ventes avec 17 340 appareils vendus.
- Quatre sous-segments affichent en 2010 une décroissance des ventes, allant de 15,3 % pour les chaudières automatiques à plaquettes à 22,8 % pour les chaudières Turbo. Seules les chaudières bi-énergie augmentent mais elles restent un marché de niche à l'instar des chaudières à céréales.
- La part des équipements labellisés *Flamme Verte* s'écroule par rapport à l'année précédente (- 16 points). La cause principale reste la présence de normes techniques plus restrictives d'une année à l'autre.
- Les importations de chaudières ont stagné entre 2009 et 2010, représentant près de 60 % des appareils vendus.
- La part des chaudières exportées a diminué de moitié entre 2009 et 2010.
- Le principal canal de diffusion des chaudières est celui des grossistes-installateurs pour 97 % des équipements vendus.
- La répartition des opérations a évolué par rapport à 2009, avec une diminution de la part des opérations de renouvellement (- 8 points) au profit des opérations d'équipement (+ 11 points).
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 56,43 millions en 2010.

7.4. Les cuisinières

- Ce segment connaît une décroissance de 22 % des ventes en 2010. Le sous-segment des cuisinières simples présente la plus forte diminution, de l'ordre de 35,4 %. Les cuisinières chaudières présentent une croissance de 10,3 %
- La part des équipements vendus et labellisés *Flamme Verte* est en légère diminution (- 5 points) en 2010 par rapport à 2009.
- La part d'importation des cuisinières est en forte augmentation en 2010, avec 24 % contre 15 % en 2009.
- La part d'exportation est restée stable par rapport à l'année dernière.
- Les deux canaux de distribution se répartissant les équipements vendus sont les grossistes-installateurs (45 %) et les réseaux d'installateurs exclusifs (53 %).
- 99 % des opérations sont réalisées dans l'existant, 18 % sont des opérations d'équipement, et 81 % sont des opérations de renouvellement. Cela explique la stabilité du marché au cours des années.
- Le chiffre d'affaires du segment est estimé à 10,95 millions d'euros en 2010.

II. Synthèse de la partie qualitative

1. Les principales évolutions perçues en 2010 et pour le premier trimestre 2011

1.1. Pour les segments des appareils indépendants de chauffage au bois

Evolution du marché : une année 2011 qui porte des espoirs d'une relance de la croissance des ventes

- La plupart des fabricants interrogés, positionnés à la fois sur le segment du poêle à bois et sur le segment des inserts et foyers fermés, ont confirmé la montée en puissance des premiers au détriment des seconds. De la même façon, l'activité des généralistes des appareils de chauffage indépendants est de plus en plus axée sur le poêle à bois et un peu moins sur les foyers fermés et inserts. Ce ressenti est confirmé par l'enquête Observ'ER sur les ventes d'appareils domestiques de chauffage au bois avec une croissance de 1,6 % sur le segment de marché des poêles et - 7,3 % sur le segment des foyers et inserts.
- Le début de l'année 2011 est, selon les premières indications, favorable à une reprise de la croissance des ventes par rapport à 2010. Cependant, les acteurs restent prudents et ne s'attendent pas à une forte augmentation du volume des ventes pour l'année en cours. Pour 2012 les perspectives sont moins nettes. Il est encore difficile de savoir comment les consommateurs vont se comporter face à la diminution puis à la suppression du crédit d'impôt. Le marché des appareils de chauffage domestiques au bois est perçu comme encore très lié à la mesure.
- La plupart des fabricants ont la nouvelle réglementation thermique RT 2012 en ligne de mire. Selon eux, ce texte va favoriser le développement d'appareils adaptés aux critères des maisons de type BBC notamment les appareils à granulés.
- Sur le plan des produits mis en vente sur le marché, certains fabricants ressentent que le marché 2011 tend à se recentrer sur des appareils moins chers, d'entrée de gamme au détriment du milieu de gamme.
- Pour la plupart des fabricants, l'essor du poêle à granulés est une véritable tendance du marché. Il est devenu incontournable et la plupart se positionnent sur ce marché. Les perspectives de croissance sont d'autant plus importantes que le poêle à granulés touche une catégorie de personnes différente de ceux qui se chauffent au bois bûche (plus jeune et urbaine).

Structuration du marché : le canal de distribution des GSB appelé à monter en puissance mais apparition de nouveaux types de distributeurs

- Les fabricants qui sont présents à la fois sur le canal de distribution des GSB et sur celui des grossistes détaillants prévoient une montée en puissance du canal des GSB au détriment du réseau des spécialistes. Ils ressentent une augmentation du rapport de force en faveur des GSB.
- Les fabricants qui passent par le canal des GSB font une distinction entre les GSB haut de gamme et les GSB discounteurs. Les premières ne proposent que du matériel éligible au crédit d'impôt et proposent donc des conditions permettant d'être éligible au crédit d'impôt, les discounters s'attachent plus au prix et n'ont pas forcément développé de réseaux d'installateurs.
- La plupart des fabricants interrogés ont remarqué le renforcement du canal des plombiers chauffagistes qui se développe notamment grâce à la croissance du marché des granulés.
- Selon les fabricants, de nouveaux canaux de distribution tendent à émerger. Certains fabricants ont observé la création de grandes surfaces spécialisées dans les énergies renouvelables. Il est intéressant de noter que certains de ces magasins spécialisés appartiennent à des groupes spécialisés dans les grandes surfaces de bricolage (GSB). Un fabricant interrogé pense qu'un nouveau canal de distribution devrait logiquement se constituer en relation avec la RT 2012, celui des promoteurs et des constructeurs de maisons individuelles.

Intérêt confirmé du label « Flamme Verte »

- La grande majorité des fabricants interrogés font confiance au nouvel étiquetage environnemental Flamme verte et pensent que l'instauration des étoiles a apporté un plus pour le consommateur. Par contre, ils ont du mal à quantifier l'impact de la labellisation sur le volume de leurs ventes.

Des actions de R&D guidés par les réglementations

- La dynamique actuelle du marché a conduit les fabricants à augmenter leurs investissements dans la recherche et développement. Tous les acteurs interrogés ont affirmé avoir investi davantage en moyens humains et techniques pour répondre aux critères actuels et futurs du crédit d'impôt et de la labellisation Flamme verte, ainsi que de la prochaine RT 2012.
- Les aspects sur lesquels se porte la R&D sont globalement les mêmes que ceux mis en avant dans nos précédentes études. Ainsi les travaux de recherche sur l'amélioration des rendements et sur la limitation des rejets de particules sont les plus souvent évoqués.

Une mesure de crédit d'impôt toujours jugée utile mais des interrogations sur l'efficacité des nouvelles caractéristiques de la mesure

- Les fabricants jugent dans leur ensemble que le crédit d'impôt a été très positif pour le développement de la filière.
- Certains fabricants étrangers estiment que la mesure a permis de faciliter leur entrée sur le marché français. C'est notamment le cas des spécialistes du poêle à granulés.
- Le fait que les nouvelles dispositions du crédit d'impôt favorisent le renouvellement d'appareils bois plutôt que l'équipement n'a pas été aussi efficace qu'il aurait dû. Ils estiment en effet que faute de communication suffisante sur la mesure, une part importante des consommateurs n'est pas au courant du bonus au renouvellement. Pour ces derniers, le crédit d'impôt au renouvellement ne joue pas son rôle de motivation à l'investissement. Il est souvent un effet d'aubaine pour des clients qui avaient déjà décidé d'investir

Le label Qualibois est un dispositif nécessaire mais à améliorer

- Qualibois est considéré par une majorité de fabricants comme un vecteur important de formation des installateurs. Ils considèrent que la montée en puissance du marché ne peut se faire que par une augmentation du nombre et de la qualification des installateurs.
- La principale voie d'amélioration de Qualibois est sur le plan de la communication. Il faut faire connaître le label pour améliorer sa reconnaissance auprès des installateurs. Le succès de Qualibois passera également dans l'implication des fabricants à former leur réseau d'installateurs.

Une position dubitative vis-à-vis de la mesure du prêt ECO PTZ

- Les fabricants interrogés sont assez partagés sur la mesure du prêt ECO PTZ. Les fabricants d'appareils haut de gamme semblent davantage ressentir un effet positif de cette mesure sur le niveau des ventes. L'ensemble des acteurs estime cependant que cette mesure est largement méconnue du grand public et qu'ils doivent réaliser un important travail d'information. Certains confessent ne pas informer leur client de cette mesure incitative si le client ne l'aborde pas lui-même.

1.2. Pour les segments des chaudières

Evolution du marché : l'avènement annoncé de la chaudière automatique

- Sur le segment de la chaudière manuelle et automatique, la plupart des fabricants interrogés ne s'attendent pas à une diminution de leurs ventes en 2011. Selon eux, le marché est, après une année difficile (- 17 % entre 2009 et 2010), en tendance haussière, moins forte sur le segment de la chaudière manuelle et plus forte sur le segment de l'automatique.
- Selon les fabricants, l'évolution du marché de la chaudière est très corrélée à l'évolution du prix du fioul. Ceci étant particulièrement vrai pour la chaudière automatique à granulés.
- L'augmentation des critères d'éligibilité du crédit d'impôt a progressivement permis la mise sur le marché de chaudières de plus haut rendement. Si le marché de la chaudière manuelle représente encore l'essentiel des ventes, le marché de la chaudière automatique à granulés est actuellement le plus dynamique. Pour certains fabricants spécialisés depuis de nombreuses années sur les deux segments, l'année 2011 marque une vraie tendance en faveur de la chaudière automatique à granulés.
- Cette tendance conduit les spécialistes de la chaudière manuelle à diversifier leur gamme de produits en ajoutant à leur catalogue des chaudières automatiques à granulés.
- Les prix pratiqués en 2011 devraient rester relativement stables sur le segment des chaudières, voire même diminuer chez certains fabricants. Un fabricant interrogé a déclaré qu'il diminuerait ses prix en relation avec la diminution du crédit d'impôt.

La RT 2012 et le développement des appareils granulés comme éléments qui influent sur l'organisation du secteur

- Sur le segment de la chaudière automatique, un nouveau marché vient d'apparaître, celui de la chaudière automatique de petite puissance. Un fabricant interrogé dans notre panel prévoit une augmentation des ventes de ce type d'appareils avec la mise en place prochaine de la RT 2012 qui va conduire à augmenter le nombre de constructions de bâtiments BBC.
- La diversification des fabricants de chaudières bois vers le combustible à granulés a conduit certains d'entre eux à adapter leurs canaux de distribution. Pour ce type de chaudière, le fabricant a besoin d'une relation plus directe avec l'installateur. Cette diversification touche la plupart des acteurs qui n'étaient autrefois que spécialisés dans la fabrication des chaudières manuelles.

La diminution des prix comme axe de R&D

- L'augmentation de la performance et la réduction des émissions de poussières sont sans surprise un axe principal de la R&D des fabricants de chaudières. Pour certains fabricants de chaudières automatiques, la priorité n'est plus d'augmenter le niveau technologique qui est très haut sur le marché, mais d'augmenter le rapport qualité/prix. Le principal enjeu pour eux est la diminution des prix afin de faire face à la suppression annoncée du crédit d'impôt.
- Un autre axe de développement est d'améliorer le confort d'utilisation des chaudières automatiques qui est la meilleure clé d'accessibilité au marché du remplacement des chaudières fioul.

Crédit d'impôt : l'orientation de la mesure en faveur du renouvellement d'équipement bois est mal connu

- La plupart des fabricants s'accordent pour dire que le crédit d'impôt au renouvellement est mal connu du grand public et qu'il n'est donc pas toujours un critère de choix et plus souvent un effet d'aubaine. Les fabricants de chaudières bois regrettent que le crédit d'impôt plus élevé ne s'applique pas également aux gens qui ont fait le choix d'abandonner une énergie fossile pour un mode de chauffage renouvelable.
- Certains fabricants français estiment que la mise en place du crédit d'impôt a favorisé l'entrée sur le marché hexagonal des acteurs étrangers proposant des chaudières très haut de gamme qui ont pris des parts de marchés au détriment des acteurs locaux.
- Les fabricants de chaudières haut de gamme semblent davantage redouter la suppression du crédit d'impôt. Ils reconnaissent que la filière du très haut de gamme n'aurait pas pu décoller sans le crédit d'impôt. Le crédit d'impôt leur semble indispensable à la poursuite de leur activité.

Label Flamme Verte : un bon relais du Crédit d'impôt pour soutenir les ventes

- Les spécialistes de la chaudière automatique à granulés ont une vision très positive de la labellisation Flamme verte. Ils veulent encourager cette démarche et continuer à rehausser ce label.
- Certains fabricants spécialisés dans la chaudière manuelle, à tirage forcé ou manuel, jugent que ce label est devenu trop élitiste et uniquement adapté au segment de l'automatique.
- Pour certains fabricants, le label Flamme verte a sa place, mais il n'est pas encore l'argument de vente principale. Il pourrait le devenir dans le cas de la disparition du crédit d'impôt.

Label Qualibois : le module Eau est bien perçu

- La mise en place d'une certification "Qualibois module Eau" dédié aux installateurs de chaudières est globalement ressentie comme positive et favorable au développement du secteur. Ils considèrent cependant que dans l'état actuel de la certification ce label ne garantit pas encore aujourd'hui une qualité optimale des installations. Différentes pistes d'amélioration ont été évoquées par les fabricants interviewés comme la mise en place d'une formation obligatoire continue.

Prêt Eco PTZ : un outil plutôt en devenir qui n'a pas encore pris toute sa dimension

- Le prêt Eco PTZ est globalement jugé comme une bonne mesure par les fabricants de chaudières. Cependant, le fait que depuis 2011, le prêt Eco PTZ n'est plus cumulable avec le crédit d'impôt limite l'impact de la mesure. Dans l'état actuel des choses et jusqu'à fin 2012, les investisseurs devraient logiquement délaissé le prêt Eco PTZ. Après, si la suppression du crédit d'impôt se confirme, il deviendra un des principaux arguments de vente.

2. Recommandations (tous segments)

- Une part des fabricants "nationaux" spécialisés dans la chaudière bois appellent les pouvoirs publics à marquer une pause dans le durcissement des normes dans le cadre de l'obtention du crédit d'impôt. Ils jugent que l'augmentation trop rapide de ces critères est en train de mettre en péril leur activité et favorise l'implantation de certaines marques étrangères. Ces fabricants nationaux demandent un peu plus de temps pour combler leur écart technologique.
- Certains fabricants signalent à nouveau la différence d'appréciation des laboratoires de test en France et à l'étranger. Il serait important de vérifier que les méthodologies de test sont harmonisées au niveau européen, car cela est susceptible de fausser la concurrence.
- En ce qui concerne la différenciation des taux de crédit d'impôt, il apparaît qu'il faut renforcer la communication sur le taux plus important en cas de renouvellement, car pour l'instant, le manque de connaissance de cette disposition fait qu'elle joue surtout comme un effet d'aubaine et non comme une incitation au renouvellement. De plus, il faut faire valoir les avantages du renouvellement sur les points techniques, économiques et environnementaux.
- Le financement de campagnes de communication organisées à la fois par les acteurs et les autorités publiques serait un levier important pour le développement de la filière. Ce type de campagne est notamment utilisé en Autriche pour promouvoir l'utilisation des énergies renouvelables.
- Il faut veiller à ce que les paramètres de la RT 2012 jouent le rôle de relais du crédit d'impôt attendu par tous les professionnels.