

#WOODVETIA

Mobilisés pour le bois suisse.



Zurich, le 20 août 2018

La nouvelle organisation « Marketing bois Suisse » active dès le 1^{er} janvier 2019

Un élan durable pour le bois suisse

Suite au « choc du franc fort », la campagne de communication #WOODVETIA a mobilisé les acteurs de la filière du bois afin de mettre sous les feux de la rampe le bois issu des forêts suisses. Vingt statues figurant des personnalités reconnues ont ainsi reçu un écho médiatique retentissant. Dès 2019 l'organisation « Marketing bois Suisse », créée en 2018 par la filière du bois et la Confédération poursuivra la promotion du bois suisse sur une base pérenne.

La campagne de communication #WOODVETIA, du Plan d'action bois de l'Office fédéral de l'environnement et de l'économie de la forêt et du bois suisse, a permis de sensibiliser les maîtres d'ouvrage, prescripteurs et consommateurs à l'origine des produits en bois. Ces efforts communs ont également permis d'attirer l'attention de l'ensemble des acteurs sur la chute de la demande de bois et de produits en bois suisses suite au « choc du franc fort ».

Cependant, une action unique en faveur de la matière première issue des forêts indigènes ne fait pas tout. En effet, sur un marché internationalisé, garantir une lutte à arme égale du bois suisse et des produits en bois suisse nécessite encore des engagements durables de la filière du bois. Parallèlement l'Office fédéral de l'environnement dispose, grâce à la révision en 2017 de la loi forestière, d'un nouveau mandat explicite pour promouvoir le bois produit de manière durable, à l'image de celui fourni par les forêts suisses.

Dans ce contexte, l'ensemble des acteurs issus de la direction de la campagne #WOODVETIA se sont engagés dans la nouvelle organisation « Marketing bois Suisse ». Ainsi les bases de l'engagement de la filière en faveur du bois indigène seront encore élargies. Les objectifs de l'ensemble des promoteurs du projet : veiller à ce que les mesures de communication de l'Office fédéral de l'environnement, le label « Certificat d'origine bois Suisse » de Lignum ainsi que le marketing professionnel des entreprises de la forêt et du bois, conduisent dans un avenir proche la population à être plus sensible à l'origine des bois et opter donc davantage pour du bois suisse.

Faire du bois suisse une marque d'excellence

Pour y parvenir, le bois suisse doit devenir un produit incontournable. La Confédération, les associations professionnelles et les entreprises de la filière du bois collaboreront donc à l'avenir à la mise sur pied et au financement de projets individuels et de campagnes de plusieurs années en faveur d'un marketing et d'une communication professionnelle destinés aux produits orientés bois suisses.

La structure de direction conjointe comprend un nouveau Comité stratégique, dans lequel les principales parties prenantes au bois suisse sont représentées. En premier lieu ce sont tous les financeurs des activités de « Marketing bois Suisse » (Plan d'action bois, Economie Forestière et Industrie du bois) qui y siègent. Au niveau opérationnel, la nouvelle organisation s'appuie sur des groupes de travail et des commissions éprouvées, afin qu'un maximum de synergies opèrent au bénéfice de la filière.

La nouvelle organisation marketing est rattachée au siège de Lignum à Zurich. En Suisse romande et en Suisse méridionale, elle s'appuie sur les représentations éprouvées de Lignum dans ces régions linguistiques ; les communautés d'action régionales pour le bois de Lignum permettent en outre de diffuser le marketing pour le bois suisse dans tout le pays directement au plus près des acteurs de terrain.

Une gamme étendue de fonctions pour Lignum

Depuis 2009, Lignum a créé la marque de garantie «Certificat d'origine bois Suisse» et soutient sa diffusion sur mandat de la filière par un large éventail de mesures de promotion et de communication. La direction du projet « Marketing bois Suisse » élargit considérablement ce domaine de responsabilité. Le siège de Lignum accueille donc, sur le mandat des acteurs de Marketing bois Suisse un nouveau poste à 80 % dont le profil est basé sur une compétence marketing éprouvée.

Le Comité stratégique de « Marketing bois Suisse » a souhaité confier cette mission à Madame Martina Neumüller-Kast (*1987). Née dans l'Allgäu, Martina Neumüller-Kast est une professionnelle des médias et de la communication avec un intérêt marqué pour le secteur de la construction et de l'architecture.

Martina Neumüller-Kast a effectué ses études de Bachelor en Allemagne et en Italie. Elle a ensuite obtenu son diplôme de Master of Arts à l'Université des Arts de Zurich en 2014. Son premier emploi l'a amenée à Arbon, où elle a travaillé pour Forster Schweizer Stahlküchen, avant de rejoindre en 2016 la communication d'Eternit (Suisse) SA. Ses compétences lui permettent alors d'être nommée à la tête de la section après un an seulement. Martina Neumüller-Kast a pris ses nouvelles fonctions de responsable de Marketing bois Suisse auprès de Lignum le 15 août 2018.

Comité stratégique de «Marketing bois Suisse»

Sylvia Flückiger, Conseillère nationale, Présidente de Lignum, Economie suisse du bois, Zurich

Daniel Fässler, Conseiller national, Président de Forêt Suisse, Soleure

Thomas Lädach, Président d'Industrie du bois Suisse, Berne

Gilbert Gubler, Président de La Forestière, Echandens

Katharina Lehmann, Gossau, Présidente de l'association Puits de CO2 bois suisse, Berne

Jürg Meier, Directeur commercial, Swiss Krono AG, Menznau

Heinz Beer, Ostermundigen, Membre du comité directeur de Holzbau Schweiz, Zurich

Alfred Kammerhofer, Section bois et économie forestière, Office fédéral de l'environnement OFEV, Berne

A ne pas manquer: toutes les statues #WOODVETIA à Bad Ragaz

Durant l'année 2017, près de deux fois par mois, une nouvelle statue a été dévoilée en bénéficiant d'une importante couverture médiatique : ce sont ainsi vingt figures de personnalités suisses d'hier et d'aujourd'hui dans vingt essences indigènes différentes, qui ont défendu un objectif commun en tant qu'ambassadrices de la campagne #WOODVETIA : valoriser le bois qui pousse en abondance dans nos forêts !

Les statues ont ensuite pu être contemplées en différents lieux : par exemple sur un bateau dans l'Oberland bernois (Polo Hofer), dans le train pour Milan (Alfred Escher) ou encore sur aire de service de l'autoroute Heidiland (Johanna Spyri). L'ensemble des personnages ont aussi été invités à Swissbau en 2018, puis au Palais fédéral pendant deux mois.

Toutes les statues créées par l'artiste zurichois Inigo Gheyselinck pour la campagne de communication #WOODVETIA peuvent encore être admirées à la Triennale de sculptures Bad RagARTz à Bad Ragaz jusqu'à début novembre. L'exposition d'art attire des centaines de milliers de personnes dans la célèbre station thermale de la vallée du Rhin. En septembre, une campagne d'affichage mettra en lumière les personnages les plus populaires de la campagne.

En 2019/2020 dans le cadre de la campagne #WOODVETIA, l'accent sera mis sur le soutien aux entreprises afin valoriser le bois suisse et les produits fabriqués à partir de celui-ci, conformément à la décision du Comité stratégique « Marketing bois Suisse ».

www.badragartz.ch | www.woodvetia.ch/fr/les-statues-en-bois

Images:



L'ensemble des statues #WOODVETIA sont présentée à la triennale de sculptures BadRagARTz jusqu'au 4 novembre à Bad Ragaz.
Image Keystone

[Télécharger l'image en haute résolution](#) (2.67 MB)



Martina Neumüller-Kast
nouvellement en poste chez Lignum est en charge du Marketing bois Suisse.
Image Lignum

[Télécharger l'image en haute résolution](#) (249 KB)

Renseignements:

Daniel Ingold

Directeur de l'Office romand de Lignum, Economie suisse du bois

Membre du Comité opérationnel de « Marketing bois Suisse »

Tél. 021 652 62 22

daniel.ingold@lignum.ch

www.lignum.ch/fr

Christoph Starck, Directeur de Lignum, Economie suisse du bois

Chef du projet « Marketing bois Suisse »

Tél. 044 267 47 77

christoph.starck@lignum.ch

www.lignum.ch