

Le granulé fait sa rentrée : une campagne digitale choc pour relancer la filière

Les professionnels du granulé lancent une campagne ambitieuse pour rassurer les consommateurs et structurer la filière.



Les augmentations successives du prix des énergies depuis le début de l'année 2022 ont entamé la confiance des consommateurs dans leurs fournisseurs d'énergie habituels. Les hausses de tarifs se sont multipliées et les utilisateurs ont subi ces augmentations mois après mois.

Néanmoins, les filières traditionnelles peuvent compter sur plusieurs décennies d'expérience en cas d'évènements externes imprévisibles. Elles sont également soutenues par l'Etat, le bouclier tarifaire de plusieurs milliards d'euros en est l'exemple flagrant. Le granulé de bois est une filière encore jeune, qui se structure peu à peu pour répondre aux besoins et aux préoccupations de ses utilisateurs. Aujourd'hui, 5.5 millions de foyers français en maison individuelle se chauffent encore à l'électricité et 3 millions de chaudières au fioul restent encore à remplacer. Avec la croissance continue des capacités de production, beaucoup de ménages peuvent se convertir au granulé. Néanmoins, malgré les aides encore en place pour basculer au granulé, les tensions qui ont

secoué la filière l'année dernière ont impacté l'attrait des consommateurs et réduit le trafic dans les points de vente.

La rentrée 2023 confirme les ambitions et la solidité de la filière du granulé de bois en France. Une campagne digitale inédite et un site dédié ont ainsi été lancés au mois d'août. Ces outils sont destinés à conforter les consommateurs dans leur choix et convaincre les utilisateurs de fioul et d'électricité que le granulé est une ressource efficace et avantageuse.

« Avec cette campagne, nous avons voulu rassurer et renforcer le lien entre les français et leur filière du granulé de bois. Les derniers mois ont été difficiles, mais nous voulons clarifier l'état réel de la filière auprès du grand public, rappeler les atouts forts du granulé et mettre un terme aux idées reçues.

À partir de maintenant, le lancement du site internet « je-bascule-au-granule.propellet.fr » permettra à tous ceux qui souhaitent se convertir au granulé de trouver des informations utiles et des professionnels pour les accompagner. Cette campagne d'envergure marque le poids de cette filière dans le secteur des énergies.

L'énergie « granulé » est une énergie vertueuse dont nous sommes fiers et elle mérite de prendre toute sa place dans le mix énergétique français. »

Eric Vial – Délégué Général de Propellet

Le granulé de bois victime collatérale de la crise énergétique

Propellet, l'Association nationale des professionnels du chauffage au granulé de bois, a tenu à rassurer les consommateurs tout au long de l'année 2022 : la production était assez abondante pour que tous les utilisateurs aient accès au granulé.

La filière a donc de nombreuses fois rappelé que le granulé possède de multiples avantages face à ses concurrents. Fabriqué localement, son coût reste en dessous des augmentations du gaz ou de l'électricité ; sa fabrication et son transport peuvent être maîtrisés. Et contrairement à ses derniers, le granulé est une énergie stockable qui permet au consommateur de maîtriser sa consommation individuelle. Même sans bouclier tarifaire le granulé reste bien moins cher que le fioul ou l'électricité. Il est encore deux fois moins cher que le chauffage électrique direct.

En dépit de tous ces gages de confiance, les utilisateurs ont été refroidis par les hausses de prix et certains problèmes de disponibilité entraînés par une demande inédite. L'ouverture de 3 nouvelles usines et 270 000 tonnes supplémentaires de granulé de bois ont tout de même éloigné le spectre de nouvelles tensions d'approvisionnement. En 2022, la consommation a augmenté de 5% et la production de 13%, ce qui prouve bien la capacité de la filière à satisfaire tous les utilisateurs.

Une campagne digitale ambitieuse pour rappeler les avantages du granulé

Le thème central de cette campagne de communication est simple : « le granulé, l'énergie qui n'a rien à cacher ». Démarrée le 1^{er} août, la campagne se divise en 3 phases pour faire le point sur les reproches adressés à la filière ces derniers mois et rappeler les arguments clés du chauffage au granulé de bois : disponibilité, prix, aides et satisfaction des utilisateurs. A la suite de cette première phase centrée sur la notoriété du granulé, la seconde étape marque la mise en ligne d'un site dédié à la mise en contact des consommateurs et des installateurs de poêles. Cette campagne permet de toucher l'ensemble du territoire national grâce à quatre canaux de communication : de la publicité sur les réseaux sociaux et sur des applications mobiles, de la TV segmentée et en Replay. Une troisième phase intégrera le chauffage avec une chaudière à granulé.

Des chiffres inédits pour une campagne inédite

Cette première phase de la campagne digitale lancée par la filière du granulé est un succès. Les visuels et arguments avancés par Propellet sont apparus plus de 2 millions de fois sur les écrans des Français, les réseaux sociaux ont permis une couverture au niveau national. Près de 200 messages ont également été échangés entre la filière et des personnes intéressées par des informations fiables et vérifiées.

Depuis la création de la filière du granulé de bois en France, l'ensemble des métiers du chauffage au granulé de bois s'organise pour développer une offre énergétique de qualité. La transparence et la proximité avec les utilisateurs ont toujours été au centre des préoccupations des professionnels du granulé et cette campagne digitale vient ainsi clarifier la volonté de structuration de la filière.

Un Store Locator permettra de localiser l'installateur de poêle à granulé le plus proche de chez soi. Les professionnels recensés sur cette plateforme sont tous agréés et proposent leur expertise à toutes les personnes intéressées par une conversion au granulé.

Au travers de cette campagne, les adhérents de Propellet défendent les atouts du chauffage au granulé de bois, qui est une ressource résolument locale, écologique et économique.

CONTACTS PRESSE

Alexandre Rodet : alexandre.rodet@lecrieurpublic.fr – 06 38 89 05 15

Morgane Lieudet : morgane.lieudet@lecrieurpublic.fr – 06 71 10 86 52