### Mission de parangonnage ADIVBois

Guideline Communication

Chacun des points listés pourra être illustrés par des ouvrages de référence et devra permettre de comparer la situation :

* + dans les différents pays : France, Canada, Angleterre, Suède + compléments parangonnage international
  + pour les 3 typologies d’ouvrage : bureaux, logements, hôtellerie

## 3 types de besoins

* Benchmark : réalisations + projets en cours
  + - informations (fiche-type avec tous les éléments descriptifs et les acteurs)
    - iconographie (intérieur et extérieur)
* Networking : Identification et caractérisation des réseaux
  + - Réseaux de promotion et de développement pour les filières : industries, construction, design, architectes // équivalence CNDB, syndicats et fédérations en place
    - Promotion immobilière spécialisée (ou sympathisante)
    - Réseaux de pouvoir et de décision : lobbying, économique et financier, éventuels soutiens politiques
    - Ou tout autre cadre de développement que nous n’aurions pas identifiée
* Arguments : rassembler un maximum de documentation et supports tout au long du process (depuis l’amont jusqu’à la vente)
  + - Pédagogiques
    - Communication et développement
    - Marketing
    - Mode organisationnel et de financement

## 3 approches

* Identification (réalisations / Organismes et réseaux / Argumentaires)
* Analyse et qualification
  + - Des approches quant à la construction bois et au design (si elles existent)
    - Des stratégies communicationnelles, selon les cultures nationales
    - Des stratégies marketing, sur des programmes identifiés et selon les cultures nationales
    - Analyse des dimensions culturelles, symboliques et sociologiques
* Définition du Vivre Bois selon les différentes zones géographiques (Europe, Asie, Amérique) et leur modèle économique.