### 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.