

A Meximieux, Vert Deshy mise sur le granulé de bois

Publié Le 18/09/2017 - 10:30



Pour Christophe Saint-Cyr, le marché du granulé bois croît doucement sans subir d'explosion.

Filiale du groupe agro-industriel Bernard dirigé par Xavier Bernard et dont le siège se situe à Saint-André-de-Corcy, la société Vert Deshy poursuit son essor sur le marché du granulé de bois.

La jeune entreprise qui emploie dix personnes a réalisé un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros sur l'exercice courant de juillet 2016 à juin 2017. « *Il s'agit d'un marché qui croît doucement, sans subir d'explosion* », commente Christophe Saint-Cyr, le directeur général délégué.

Après un départ en trombe dans les années 2000, avant la crise, sous les influences conjuguées de l'envolée des cours du pétrole et des crédits d'impôts, l'équipement en poêles à granulés des ménages ou en chaudières à granulés pour les plus gros consommateurs (immobilier, entreprises, collectivités) s'est ralenti.

L'énergie automatique la moins chère

Selon la fédération interprofessionnelle Propellet, il se vend environ 100.000 poêles et 4.000 chaudières par an en France. L'écart de prix avec les énergies fossiles (fuel, gaz) s'est resserré, mais à 250-260 euros la tonne, le granulé de bois « *demeure l'énergie automatique la moins chère* », insiste Christophe Saint-Cyr.

Créée en 2007 à Meximieux sur un site de fabrication de luzerne déshydratée, Vert Deshy est passée de 12.000 tonnes produites à plus de 33.000 en 10 ans. L'entreprise transforme des volumes deux fois plus importants de sciures de résineux issues des grandes scieries du Bugey (Monnet Sève, Ducret, Lyaudet notamment). Un tiers de sa production est écoulé en direct auprès des consommateurs finaux, et les deux autres tiers auprès des distributeurs, en vrac ou en magasin.

Développement en perspective

Vert Deshy est le premier fabricant français bénéficiant du label DIN+ (depuis 2008) délivré par un organisme de certification allemand. L'entreprise va investir dans la construction de nouveaux bureaux (140 m²). Et parce que le point faible du granulé de bois, c'est le coût de son transport jusqu'au consommateur final, l'entreprise réfléchit à se développer sur d'autres sites au plus près des consommateurs.

Philippe Cornaton