



Panneaux

Une solution pour réduire les COV dans les panneaux à base de bois

La société Evertree, spécialisée dans la recherche sur les process et les matériaux industriels, vient de finaliser une série d'essais industriels et commercialisera dès 2019 une solution permettant de réduire les composés organiques volatils (COV) présents dans les panneaux de bois.

Une augmentation de capital vient aujourd'hui renforcer les moyens de la structure.

Deux ans après sa création et un an après l'inauguration d'un premier centre d'innovation à Venette, dans l'Oise, Evertree a finalisé avec succès une série d'essais industriels. Ces essais valident l'intérêt d'une première solution développée spécifiquement pour l'industrie des panneaux de bois. Commercialisée dès 2019, cette solution permettra

de réduire significativement la présence de résine pétrosourcée dans ces panneaux, et la pollution liée aux composés organiques volatils (COV) générés par ces résines.

Première alternative aux résines actuellement en usage, cette solution ouvre la voie à une nouvelle génération de panneaux de bois (OSB, MDF/HDF et panneaux de particules). Elle consiste en un additif pour résine issu de la protéine de colza, qui sera commercialisé sous la marque SynerXiD. Cette avancée industrielle s'accompagne d'une augmentation de capital de 15 millions d'euros, souscrite auprès des partenaires associés à la création de la société en juin 2016 : le groupe Avril et BPIFrance, via le fonds Sociétés de projets industriels (SPI), géré dans le cadre du Programme d'investissements

d'avenir. Cette opération vise à accélérer l'industrialisation de la solution actuelle, ainsi que le développement de nouvelles solutions issues de la chimie du végétal, à même de lutter efficacement contre les COV, principaux responsables de la pollution de l'air intérieur.

Pour Nicolas Masson, directeur général d'Evertree, "le renforcement de nos moyens marque la confiance de nos partenaires souscripteurs dans le potentiel qu'offre la chimie du végétal en matière de lutte contre les COV et d'amélioration de la qualité de l'air. Alors que nous approchons de la commercialisation de notre première solution industrielle, nous sommes d'ores et déjà en ordre de bataille pour accélérer le développement de nouvelles solutions, partout où les COV sévissent."

Pour Michel Boucly, directeur général délégué du groupe Avril, fondé en 1983 à l'initiative du monde agricole pour assurer des débouchés pérennes aux productions françaises, "les protéines végétales offrent des possibilités

multiples pour répondre efficacement à de nombreux enjeux, notamment environnementaux et sanitaires, auxquels les industriels et les consommateurs sont attentifs. En améliorant la valorisation de la fraction protéique des graines, Avril est pleinement mobilisé pour apporter des réponses concrètes, innovantes et durables à ces enjeux. Le renforcement des moyens consacrés au développement prometteur d'Evertree en est une illustration majeure dont nous sommes très fiers."

Quant à Magali Joessel, directrice du Fonds SPI de BPIFrance, elle déclare : "Nous nous réjouissons de renouveler aujourd'hui notre confiance à Evertree qui a su conduire avec succès la série des essais industriels de sa solution luttant contre la pollution de l'air. Le financement d'une innovation de rupture, de portée mondiale, dans la chimie renouvelable est emblématique de l'engagement de BPI France au service de la transition énergétique et environnementale et de la structuration d'une filière innovante et créatrice d'emplois." ◆

Le chiffre

53%

C'est, selon une étude américaine publiée le 16 février dans la revue Science, le pourcentage des émissions de COV provenant des produits de consommation courante, et contribuant à la pollution de l'air urbain.

Internet

Biesse France renforce sa présence sur les réseaux sociaux



Depuis près de deux ans, la filiale française du groupe Biesse renforce sa présence sur les réseaux sociaux. D'une part avec Facebook, la plateforme sociale bien connue, qui permet "d'humaniser un peu plus la relation avec le client", comme l'expliquent les responsables de Biesse France. Sur sa page "biessefrance", la filiale publie du contenu sur ses produits, les événements à venir, la vie de l'entreprise, mais partage aussi des informations sur les réussites et les investissements de ses clients. "Facebook est un lien direct avec le client qui peut nous contacter et obtenir une réponse de notre part en quelques minutes seulement. C'est un réseau social qui rend l'entreprise plus accessible" précise Sophie Tissier, responsable marketing France.

En complément de Facebook, Biesse France est aussi présent sur LinkedIn afin de promouvoir et améliorer la visibilité de sa marque auprès de professionnels plus ciblés. On y retrouve régulièrement des news sur l'entreprise et des posts sur les employés. Enfin, depuis quelques mois, il est possible aussi de retrouver la filiale sur Instagram. A travers des photos créatives et des hashtag, Biesse France partage l'essentiel de sa vie d'entreprise. "Instagram permet aussi d'échanger avec les clients directement d'une manière originale et innovante. Nous sommes toujours ravis de liker et commenter les photos d'installation machine que nos clients postent sur leurs profils d'entreprise en nous notifiant. Cela nous donne l'occasion de les suivre et de partager ces moments avec eux" ajoute Sophie Tissier.

Cette digitalisation avec les réseaux sociaux s'inscrit dans la continuité stratégique de l'entreprise, qui évolue avec le marché et les nouveaux enjeux de la filière. De nombreux projets sont à l'étude, tels

que la réalité virtuelle et autres technologies. Une découverte imminente pour les visiteurs qui viendront découvrir le tech center de Biesse France lors des prochaines journées portes ouvertes les 28 et 29 juin prochain. Dernièrement, la plateforme numérique IOT sophia et l'application Parts en sont les exemples.

Construction

Trois nouvelles franchises pour Ami bois

Après l'ouverture de sa première franchise avec l'agence de Montpellier-Lattes en 2016, Ami bois annonce l'ouverture de deux nouvelles agences sur la Côte d'Azur et dans le Nord de la France et l'implantation prochaine d'un quatrième point de vente en franchise sur la zone Paris ouest. Des ouvertures qui permettent au constructeur d'étendre son offre à de nouveaux secteurs géographiques, tout juste quelques semaines après l'annonce de l'entrée d'Isatis capital à son actionariat dans le but de doper sa croissance. Ami bois projette l'ouverture de deux franchises supplémentaires d'ici la fin de l'année, et continue de rechercher de nouveaux franchisés : "Nous sommes en constante recherche de nouveaux profils ayant une forte appétence avec les métiers de la construction et/ou du bois, motivés et engagés ! En effet, ouvrir une agence Ami bois est un véritable investissement tant personnel que financier et représente bien souvent un véritable changement de vie pour le franchisé, que nous sommes là pour accompagner", explique Alban Pilpré, chargé de développement pour l'enseigne.

Internet

La forêt et le bois en France en 100 questions

Initié il y a plus de quatre ans, le livre numérique "La forêt et le bois en France en 100 questions" vient de dépasser la mise en ligne de la centième fiche. Cet ouvrage s'inscrit au cœur des missions de l'Académie d'Agriculture de France : mettre à disposition la connaissance pour éclairer nos concitoyens et nourrir le dialogue science-société. Il répond sans parti pris et sur des bases scientifiques et techniques avérées, et les plus actuelles, à des questions souvent exprimées dans l'opinion publique, les médias, etc. ou qui peuvent surgir dans l'esprit de citoyens curieux.

L'ouvrage se présente sous forme de courtes fiches de quatre pages,