

COMMUNIQUÉ
MARS 2026

DUCERF
GROUPE 

Dans un environnement exigeant, le Groupe Ducerf présente un bilan stable en 2025 et confirme sa stratégie pour 2026



Depuis 1885, le Groupe Ducerf est un acteur historique de la filière bois. Malgré un marché fortement ralenti et un contexte économique incertain, le groupe a stabilisé son chiffre d'affaires en 2025 à environ 36 millions d'euros. Pour 2026, Ducerf affiche de nouvelles ambitions et perspectives. Le groupe mise sur une stratégie de long terme, reposant sur des investissements ciblés, le développement de produits à forte valeur ajoutée et un engagement durable, afin de sécuriser ses outils industriels, valoriser ses savoir-faire et répondre aux besoins d'une clientèle nationale et internationale en quête de qualité et de traçabilité.

Une stratégie tournée vers le développement de produits à plus forte valeur ajoutée

Cette orientation se traduit par la montée en puissance des carrelats et montants de portes pour la menuiserie et des produits dédiés à la construction, répondant à une demande qui se concentre de plus en plus sur des produits semi-finis, finis et durables.

« Aujourd'hui, notre stratégie s'inscrit clairement dans le long terme : nous privilégions le développement de produits plus transformés et mieux valorisés plutôt que la recherche de volumes. »

Édouard Ducerf, PDG



La presse haute-fréquence installée en 2024

Investissements ciblés et modernisation industrielle

En 2025, le Groupe Ducerf a poursuivi une **politique d'investissements volontairement sélective**, orientée en priorité vers **la sécurité, la réduction de la pénibilité pour les collaborateurs et la fiabilité des outils industriels**. La scierie a notamment bénéficié de **l'installation d'une nouvelle écorceuse**, tandis que l'activité de deuxième transformation a fait l'objet d'investissements dans les équipements de manutention et de production, ainsi que dans la modernisation des locaux.



Pour 2026, le groupe restera mesuré dans le contexte économique actuel concernant ses investissements sur l'ensemble de ses sites, avec notamment un projet structurant prévu sur le site des Bois Profilés à Charolles : **l'installation d'une ligne de production de bûchettes compressées, pour un montant d'environ 750 000 €**. Cette nouvelle ligne vise une production de **1 300 tonnes** la première année, puis **1 600 tonnes** en régime de croisière. Cet investissement traduit la volonté du groupe de **valoriser au mieux ses connexes bois**, afin de répondre à la demande croissante du marché domestique.

Ralentissement du marché et stratégies d'adaptation du groupe

Le marché du bois connaît aujourd'hui un net ralentissement. En France, le recul de l'activité dans la construction, la baisse de la consommation des ménages ainsi que les incertitudes politiques et économiques pèsent sur la demande. Dans ce contexte, le groupe doit s'adapter et mise sur la diversité de ses clients ainsi que sur son rayonnement géographique afin de maintenir son niveau d'activité.

La répartition du chiffre d'affaires : **55 % en France et 45 % à l'export**, contribue à limiter l'exposition à un seul marché et permet ainsi de mieux amortir les effets de la conjoncture. Le **chêne français** continue de séduire les marchés internationaux, tandis qu'en France, la demande se concentre de plus en plus sur des produits transformés. Certains segments restent porteurs, comme la **restauration du patrimoine ou la menuiserie bois**, qui continuent de valoriser le savoir-faire français.

Cette tendance est notamment renforcée par la **réglementation RE2020**, qui encourage **l'utilisation de matériaux biosourcés** et performants sur le plan environnemental, plaçant le bois au cœur de la construction durable et de la rénovation responsable.

De plus, dans ce contexte de marchés plus tendus, la présence du groupe sur les salons professionnels, en France comme à l'international, demeure également un levier stratégique pour entretenir les relations avec ses clients, identifier de nouveaux projets et échanger avec les acteurs de la filière. En 2026, le Groupe sera ainsi présent sur des salons de référence tels que **Fensterbau Frontale en Allemagne et le Carrefour International du Bois à Nantes en juin**, combinant visibilité et proximité avec ses clients.

RSE et engagement durable

Le Groupe Ducerf poursuit une vision de long terme, fondée sur la **gestion responsable de la ressource forestière** et la **transmission des savoir-faire**. Cette démarche RSE a été confirmée en 2025 par l'obtention de la **certification EcoVadis**, qui s'ajoute aux autres certifications déjà détenues par le groupe (PEFC, FSC, Bois de France et CTB-LCA).

« L'obtention d'EcoVadis vient conforter une démarche engagée de longue date. Elle nous donne également des repères pour continuer à faire évoluer nos pratiques de façon pragmatique et responsable. Notre engagement RSE se traduit également par une politique RH qui vise à accompagner nos collaborateurs, à développer leurs compétences et à sécuriser les parcours professionnels. »

Édouard Ducerf

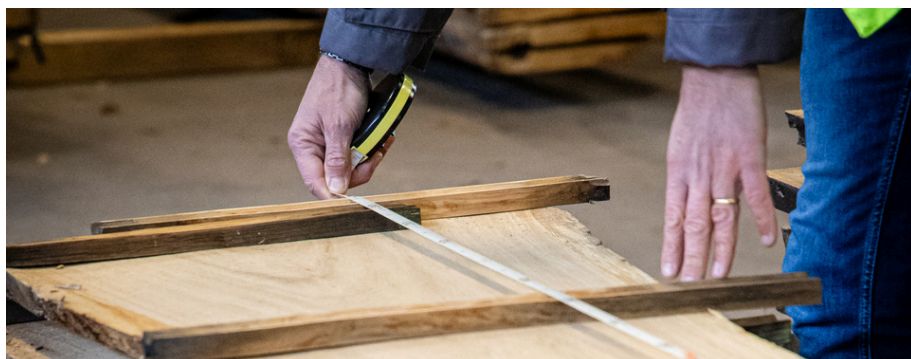


Perspectives 2026 : ambitions et priorités claires dans un cadre incertain

Dans un environnement économique et climatique incertain, le Groupe Ducerf adopte une approche **pragmatique et responsable**. Ses **investissements ciblés et structurants** visent à moderniser ses outils et à optimiser ses process. Le groupe s'appuie également sur une **offre diversifiée et qualitative**, capable de répondre aux besoins de ses clients tout en créant de la **valeur ajoutée**.

Parallèlement, l'engagement du groupe en matière de **RSE** et de **marque employeur** continue de se renforcer, avec des pratiques responsables et des certifications reconnues garantissant la **qualité et la traçabilité des produits**.

Enfin, une **stratégie de proximité clients**, à la fois nationale et internationale, permet de maintenir des relations solides et durables avec ses partenaires, tout en saisissant de nouvelles opportunités de développement.



« Dans un contexte incertain, rester à l'écoute de la forêt et agir de manière responsable est, selon nous, la meilleure manière de construire l'avenir du groupe. »

Édouard Ducerf

Contact presse

DUCERF GROUPE

Carole Debize / Responsable Marketing

Tél 06 85 41 39 48 - Mail : carole.debize@ducerf.com