



21 04 2017

LE MONITEUR EN FRANCE DEPUIS QUINZE ANS, EDILTECO VEUT SE RENFORCER PAR LA FAÇADE !

La filiale française du groupe italien Edilteco, spécialiste de l'expansion des billes de polystyrène, a fait ses preuves dans l'univers du sol. Elle mise désormais sur la façade pour conforter son développement.

« Notre chiffre d'affaires de 9 millions d'euros l'an dernier provient à 80 % du sol et à 20 % de la façade, et nous voulons inverser la tendance », explique Franck Pied, responsable marketing et technique d'Edilteco France. Une ambition forte pour l'entreprise qui fête ses quinze ans de présence dans l'Hexagone et qui, en 2015, a investi 3,5 millions d'euros dans une nouvelle usine entre Nantes et Cholet pour produire des plaques de polystyrène destinées à l'isolation thermique par l'extérieur (ITE). Et qui, la même année, a obtenu le sésame de tout industriel dans le domaine : un certificat de l'Association pour la certification des matériaux isolants (Acermi), qui valide ses performances thermiques.

Avec un marché global de la construction en redémarrage et une isolation par l'extérieur qui grignote chaque année des parts de marché, ce pari d'investissement paraît pertinent.

Concurrence

Mais il reste à Edilteco quelques obstacles à lever pour accroître sa surface sur ce marché très bataillé. Car si l'entreprise dispose depuis une dizaine d'années de solutions pour la façade, la marque n'est pas encore très connue sur les chantiers, où des acteurs plus renommés se taillent la part du lion. Et les clients d'Edilteco dans le sol, où l'entreprise historiquement propose des solutions de chape légère, ne travaillent pas en façade. Impossible donc de capitaliser sur l'activité principale de la société.

En quête de notoriété, le fabricant a donc choisi d'étoffer son équipe dédiée à la prescription. Objectif : convaincre des maîtres d'ouvrage, des architectes, des économistes de la construction de choisir les solutions d'ITE signées Edilteco. Ces références, outre qu'elles généreront des volumes significatifs, démontreront le savoir-faire de l'entreprise et le sérieux de son offre produits. Cette nouvelle approche passe aussi par la maquette numérique, qui intéresse tous les acteurs des grands chantiers. « Nous préparons tous les objets BIM pour nos produits en façade », explique Franck Pied,

conscient que cette étape devient incontournable.

Formation

Outre la prescription, Edilteco s'intéresse de près aux entreprises qui mettent en œuvre ses produits sur les chantiers, un maillon difficile à maîtriser pour une entreprise dont 100 % de l'offre produits transite par le négoce. « Nous formons aujourd'hui nos clients sur chantier, poursuit Franck Pied, et prochainement nous étendrons notre centre de formation, actif sur les produits de sol, à notre offre façade. » Une manière de sécuriser la qualité sur ces produits très techniques et de renforcer le lien avec les artisans et entrepreneurs, qui sur les petits chantiers restent souvent les principaux prescripteurs. Ou comment associer notoriété et image de marque.

Article @LE MONITEUR

[Lire l'article](#)