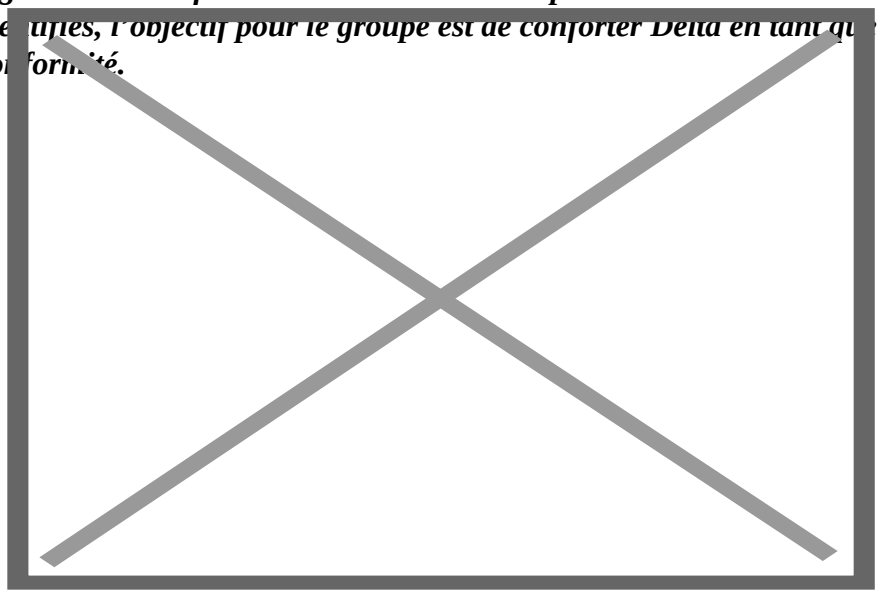
septembre 2013

Doerken

Delta, la protection totale du bâtiment

Spécialisé, via sa marque Delta, dans la fabrication et la commercialisation de membranes synthétiques, le groupe allemand Dörken fait aujourd'hui figure d'incontournable dans la protection et l'étanchéité de l'habitat. Bénéficiant d'une offre particulièrement large allant du soubassement jusqu'à la toiture, l'entreprise se positionne comme pourvoyeur de solutions n'hésitant pas à anticiper sur les réglementations futures. Au moment où les premiers chantiers non conformes à la RT 2012 sont identifiés, l'objectif pour le groupe est de conforter Delta en tant que marque synonyme de qualité et conformité.



Fondée en Allemagne en 1892, la société Dörken débute, en 1925, la production de bâches pour la protection des wagons de chemin de fer. Ces produits étant de plus en plus utilisés par les artisans du bâtiment pour protéger les toitures en attente de couverture, l'entreprise décide, au début des années 1960, de s'impliquer davantage sur le marché de la construction. Elle commence alors la production de feuilles synthétiques armées pour le bâtiment, notamment l'écran de sous-toiture Delta Fol SPF qui connait un rapide succès en Europe. En 2002, la division feuilles et nappes synthétiques du groupe Dörken devient une société indépendante, Dörken GmbH &Co Kg, le groupe comptant également d'autres filiales spécialisées dans les peintures de revêtements métalliques (Dörken MKS-Systeme), les peintures décoratives intérieures (CD-Color) et les pigments et bases pour les peintures (Protec Systempasten).

L'ensemble des produits plastiques à destination de l'Europe est fabriqué en Allemagne, à Herdecke, ville située au sud de Dortmund dans laquelle Dörken compte trois usines, à Bochum et à Francfort/Main. Le marché français est approvisionné directement par ces usines (camions complets) ou de la plate-forme logistique d'Ensisheim, au nord de Mulhouse, pour les commandes panachées. A noter que le groupe compte également d'autres sites industriels dans le monde mais réservés à d'autres zones géographiques, l'usine turque fournissant par exemple les marchés du Moyen-Orient, l'unité canadienne ceux de l'Amérique du Nord.

La France, deuxième marché

Après avoir pénétré le marché français en 1972, le groupe crée en 1978 une filiale commerciale indépendante, Dörken France aujourd'hui rebaptisée Doerken SAS et deuxième filiale du groupe en termes de chiffre d'affaires. Le développement sur le marché hexagonal s'effectue surtout à partir de 1981 avec le lancement de la nappe à excroissance Delta MS destinée à la protection des soubassements. Rapidement, ce produit qui n'avait pas d'équivalent sur le marché devient un incontournable dans la distribution au point de d'être baptisé par les professionnels « chocolat » (en référence à sa couleur et sa forme apparentée à celles des plaquettes) ou le « MS », marque devenue depuis un terme générique pour désigner une nappe de soubassement (le produit original se différencie des concurrents par ses bandes latérales oranges). Compte-tenu du succès de ce produit, le service recherche et développement basé en Allemagne a apporté plusieurs améliorations. Plus récent, le Delta MS Drain possède ainsi une plus grande résistance à la compression (300 kN/m2 contre 250 kN/m2 pour le MS) avec en plus une capacité de drainage d'environ 1,0 l (s.m) largement supérieure aux quantités d'eau d'infiltration qui atteignent la paroi enterrée.

En plus des produits de soubassement, l'entreprise s'est également spécialisée dans la fabrication d'écrans de sous-toiture, famille de produits qui n'existait pas ou peu sur le marché français. D'abord utilisés par les couvreurs pour limiter la prise au vent des toitures et éviter les pénétrations d'eau de pluie et de neige, ces écrans ont suivi les évolutions du bâtiment, notamment en termes de confort thermique, pour finalement s'apparenter à des éléments indispensables pour l'étanchéité des toitures, notamment grâce à leur propriété HPV (Hautement Perméables à la Vapeur d'eau). Lancé à la fin des années 1990, l'écran Delta Vent-S fait figure de référence sur le marché. Lors de son lancement, il a séduit par sa résistance à la déchirure, son caractère HPV (il existait des écrans bitumineux non HPV), sa bonne tenue aux rayons UV, son prix mais aussi sa polyvalence. Aujourd'hui, l'offre de Doerken SAS en écrans de sous-toiture rassemble une dizaine de références qui se différencient par leur destination (climat de plaine ou de montagne), le type de toiture (pente normale ou faible pente), les propriétés isolantes, l'entre-axe des chevrons…

La gamme Delta regroupe également des écrans spécifiques à positionner sous les panneaux photovoltaïques ou sous les couvertures à joint debout (toitures métalliques) et de nombreux accessoires de pose comme des bandes adhésives, des closoirs extensibles, des colles… Le catalogue français comprend également des références d'écrans pare-pluie (pose verticale) pour les bardages fermés et ouverts (ajouration jusqu'à 20 et 50 mm) ainsi que des écrans d'étanchéité à l'air (pare-vapeur et les accessoires de collage correspondant).

L'opportunité RT 2012

Mise en place depuis le 1er janvier, la nouvelle réglementation thermique insiste particulièrement sur l'étanchéité à l'air des bâtiments. Pour apporter des solutions pertinentes aux professionnels, Dörken a développé depuis plusieurs années déjà une gamme complète d'écrans et accessoires permettant d'anticiper sur la RT 2012 tout en étant conformes aux différents DTU (Documents Techniques Unifiés) et CPT (Cahier de Prescriptions Techniques). Par exemple, grâce à sa couleur noire unie et une résistance accrue aux rayons UV (5 000 heures environ), le pare-pluie Delta-Fassade est parfaitement adapté aux bardages à claire-voie souvent utilisés dans la construction bois (DTU 31.2). Pour l'étanchéité à l'air, l'innovation s'est récemment portée sur le Delta Liquixx, une résine acrylique solidifiante s'appliquant au pinceau qui traite définitivement l'étanchéité des raccords linéaires et singuliers. Présenté lors du précédent Batimat où il a d'ailleurs remporté le Trophée d'Excellence de l'Innovation, il a véritablement été lancé ces onze derniers mois. Reformulé et rebaptisé Delta Liquixx FX, il adhère désormais sur tous types de pare-vapeur de la gamme, contre deux précédemment. Les premiers retours des professionnels sont très positifs puisque ceux qui l'ont utilisé confirment un gain de temps important par rapport à la pose de bandes adhésives et une qualité d'application optimale (test d'étanchéité à l'air réussi). Le groupe propose également des références spécifiques comme l'écran Delta-Fol DBF qui est translucide pour vérifier la bonne mise en œuvre des isolants insufflés ou encore le Delta-Fol PVB qui est préconisé pour le sarking (isolation de la toiture par l'extérieur).

A noter que pour conforter les distributeurs et les poseurs dans leur choix, Doerken SAS ne met sur le marché que des références normées pour le marché français – des références allemandes ne sont pas commercialisées

en France et inversement. Et lorsque l'entreprise vise une homologation par le CSTB, elle ne soumet pas une seule référence mais un système complet d'étanchéité de la toiture, c'est-à-dire l'écran et les accessoires nécessaires à sa mise en œuvre.

Un dynamisme commercial

La filiale Doerken SAS est aujourd'hui animée par un directeur commercial, un responsable marketing, un service d'administration des ventes et une force de vente intégrée. Cette dernière regroupe douze commerciaux qui bénéficient d'un profil de technicien, voire d'ingénieur pour certains. Outre les relations commerciales avec les négoces matériaux, négoces spécialisés en travaux publics et les réseaux spécialisés plaquiste et couverture, ils effectuent toutes les préconisations sur chantier. Ils accompagnent ainsi les distributeurs lors de tournées duo et sont capables de réaliser des mises en route de chantiers. Grâce à ce profil, ils savent quels sont les produits qui répondent le mieux aux clients du distributeur et peuvent également remonter les informations terrain vers l'Allemagne. Le groupe Dörken s'appuie ainsi sur leur analyse du marché local pour développer de nouveaux produits, un représentant français étant intégré au service R&D en Allemagne. En plus de cette force de vente, Doerken S.A.S. compte également un prescripteur chargé de présenter les solutions Delta aux architectes et aux économistes.

Simplification de l'offre

Pour aider les revendeurs Delta dans la mise en avant des produits, Doerken SAS a développé plusieurs outils d'aide à la vente dont le but est d'amener rapidement le professionnel sur le bon produit en limitant le plus possible les étapes de diagnostic. Par exemple, l'entreprise met à disposition des distributeurs et des poseurs une aide au choix simplifiée qui, selon le type d'application souhaitée et trois critères majeurs, renvoie à une ou plusieurs solutions produit (à charge ensuite au revendeur d'expliquer les différences entre les produits).

Pour les demandes plus techniques, les distributeurs peuvent s'appuyer sur le classeur Delta, un catalogue général qui reprend l'ensemble de l'offre sous forme de fiches techniques et d'échantillons. Depuis juillet, le service marketing français a également édité un guide spécial maisons à ossature bois qui reprend l'ensemble des produits répondant au DTU 31.2, des écrans pare-pluie jusqu'aux solutions d'étanchéité à l'air. A noter que pour les recherches rapides, les artisans et les distributeurs peuvent se tourner vers le site Internet du fabricant qui recense de nombreuses documentations techniques téléchargeables. Le canal Internet étant de plus en plus utilisé (la fréquentation du site a été multipliée par quatre en deux ans,), Doerken SAS prévoit la publication par mail d'une newsletter à destination des négoces et des artisans qui présente les nouveaux produits et les chantiers sur lesquels sont utilisés les produits Delta.

L'entreprise cherche également à dynamiser les ventes Delta dans les libres-services des revendeurs avec l'installation de présentoirs permettant de mettre en avant des rouleaux d'étanchéité à l'air, des accessoires… De plus, les technico-commerciaux de la marque réalisent plusieurs Rencontres Professionnelles Techniques (une centaine au total en 2012) parfois avec des fournisseurs complémentaires (fabricant de plaques de gypse, d'isolants naturels…) durant lesquelles sont présentés des produits bien-sûrs mais aussi les dernières normes en vigueur, par exemple celles relatives à l'étanchéité à l'air des combles aménagés (CPT 35.60). Cette journée technique permet d'informer les professionnels mais aussi de générer du trafic chez le distributeur et de fidéliser sa clientèle.

D'ailleurs, à cette occasion, de nombreux goodies sont distribués comme des tee-shirts, des mètres rubans, etc. Enfin, deux fois par an, aux mois d'avril et en septembre, Doerken SAS organise sa promotion nationale qui récompense les achats des professionnels (à partir de dix rouleaux) par des cadeaux comme des gilets sans manche ou des lampes torches de grandes marques. Cette opération est aujourd'hui un événement très attendu par les professionnels.

Anticiper les réglementations

Malgré le ralentissement de l'activité bâtiment de ces dernières années et la politique de déstockage des distributeurs qui en a découlé, Doerken SAS est parvenu à conforter sa position d'acteur majeur en se plaçant sur de nouveaux marchés comme la rénovation (isolation des combles perdus), la maison à ossature bois, les toitures terrasses et végétalisées… A cela s'ajoute également la sortie de produits qui ont anticipé les réglementations comme le Delta Liquixx FX pour la RT 2012 ou le Delta-Parxx M1, premier pare-vapeur classé M1 (non-inflammable) de la marque qui se présente comme la solution idéale pour réaliser l'étanchéité à l'air en totale conformité avec la volonté gouvernementale de réduction des risques d'incendies.

Avec les investissements d'ores et déjà programmés en 2014 pour agrandir les usines allemandes, le groupe Dörken entend conserver sa stratégie d'innovation pour amener des solutions nouvelles sur le marché.

ND