

Fermacell

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Fournisseurs](#) / [Plaques de plâtre](#)

Fortes ambitions pour la filiale France

Déjà implantée sur notre territoire avec un bureau commercial basé à RUEIL-MALMAISON (92), la société allemande Fermacell (groupe Xella) a créé en 2013 une structure commerciale France baptisée Fermacell SAS. Par ce changement de structure, la marque affirmait ainsi sa volonté de mener une stratégie de développement ambitieuse dont l'objectif est de devenir un incontournable de la construction sèche et naturelle sur notre marché.



En 2012, Fermacell investit près de 30

millions dans l'implantation à Santander, en Espagne, d'une usine permettant au groupe de produire chaque année 12 millions de mètres carrés de plaques de gypse. Une partie de cette production étant destinée au marché français, le groupe décide de transformer son bureau commercial français en filiale de vente, Fermacell SAS, l'objectif étant de gagner des parts de marché sur un territoire où Fermacell fait figure de solution premium.

Une force commerciale renforcée

Pour mener à bien cette stratégie de conquête commerciale, l'un des premières décisions du président de Fermacell SAS est d'améliorer la couverture nationale en passant de deux à trois directions commerciales et dans le même temps de huit à dix secteurs commerciaux. Chacune de ses zones est gérée en binôme avec un ATC qui prend en charge toute la partie vente et un technicien qui a pour mission d'effectuer les démarrages de chantier, les démonstrations chez les distributeurs, de la prescription auprès des architectes... « Nous avons constaté que nous étions forts sur certaines régions mais que nous souffrions de plusieurs disparités géographiques. Avec ce resserrement, nous homogénéisons notre couverture nationale et renforçons notre proximité avec nos distributeurs », explique la direction de l'entreprise.

Sur le marché français, le groupe allemand souffrait également du manque de cohésion de sa politique commerciale nationale, d'où la présence de la marque chez certains distributeurs, son absence chez d'autres, alors qu'ils appartiennent pourtant à la même enseigne ou au même

groupement. « Depuis la création de Fermacell SAS, nous avons visité tous les distributeurs pour leur expliquer la plus-value de nos produits et leur démontrer qu'ils sont le gage d'un chiffre d'affaires supplémentaire garanti, notamment en complément de leur offre en plaques de plâtre. Concrètement, notre objectif était de nous implanter chez 500 nouveaux points de vente en deux ans. A ce jour, nous en sommes déjà à 350 plans de stockage, malgré le climat économique actuel. »

Au-delà d'une meilleure proximité commerciale, Fermacell SAS peut compter sur ses forces industrielles et logistiques. Ainsi, en plus de l'ouverture de l'usine de Santander, le site de Calbe en Allemagne a récemment inauguré une nouvelle ligne de fabrication permettant au groupe d'augmenter sa capacité de production tout en limitant les délais d'approvisionnement. Ces derniers sont également optimisés grâce à l'implantation récente de deux plates-formes logistiques situées à Ambérieux (69) et à Cesson-Sévigné (35). Uniquement dédiées au marché français, elles permettent à la filiale de livrer encore plus rapidement l'ensemble de l'Hexagone.



Un acteur de la MOB

Etant parvenu à positionner la marque Fermacell à un niveau jusqu'ici jamais atteint par la marque chez les distributeurs – Fermacell SAS a notamment développé de nouveaux outils d'aide à la vente comme des maquettes techniques, des PLV, des démonstrations... –, la filiale française entend désormais progresser significativement en termes de part de marché, en insistant sur les particularités de son offre. « Les plaques Fermacell associent une haute dureté à de très bonnes performances isophoniques et sont extrêmement résistantes au feu et à l'eau. De plus, leur composition 100% naturelle, à base de gypse et de fibre de cellulose leur permet de répondre parfaitement aux chantiers dits écologiques, notamment dans la construction de maisons à ossature bois. »

Considérée comme un incontournable pour son offre en sol sec pour lequel elle fait figure de leader grâce à sa facilité de mise en œuvre, la société se positionne également comme un acteur actif sur le marché de la MOB et possède des avis techniques pour la pose de plaques en doublage intérieur de mur ou en contreventement extérieur. En plus de leur caractère écologique, les plaques Fermacell répondent parfaitement à ce type de construction grâce à leur résistance au feu mais aussi le confort, tant isophonique que sanitaire qu'elles procurent. D'ailleurs, pour promouvoir davantage les qualités de ces plaques pour la construction à ossature bois, Fermacell SAS a récemment embauché un responsable grands comptes uniquement dédié à cette activité.

Toutefois, la clé d'entrée pour s'implanter chez les distributeurs demeure toujours l'offre en plaques pour les sols secs même si la marque possède de sérieux atouts en pose murale ou en façade. « D'ici peu, nous souhaitons doubler nos ventes sur le marché français. Même si notre part de marché en doublage de murs est relativement faible du fait de la concurrence de la plaque de plâtre, nous devons nous faire reconnaître comme une alternative qualitative, notamment pour les solutions techniques. Cela nécessite un gros travail de prescription, que nous réalisons

actuellement. »

ND