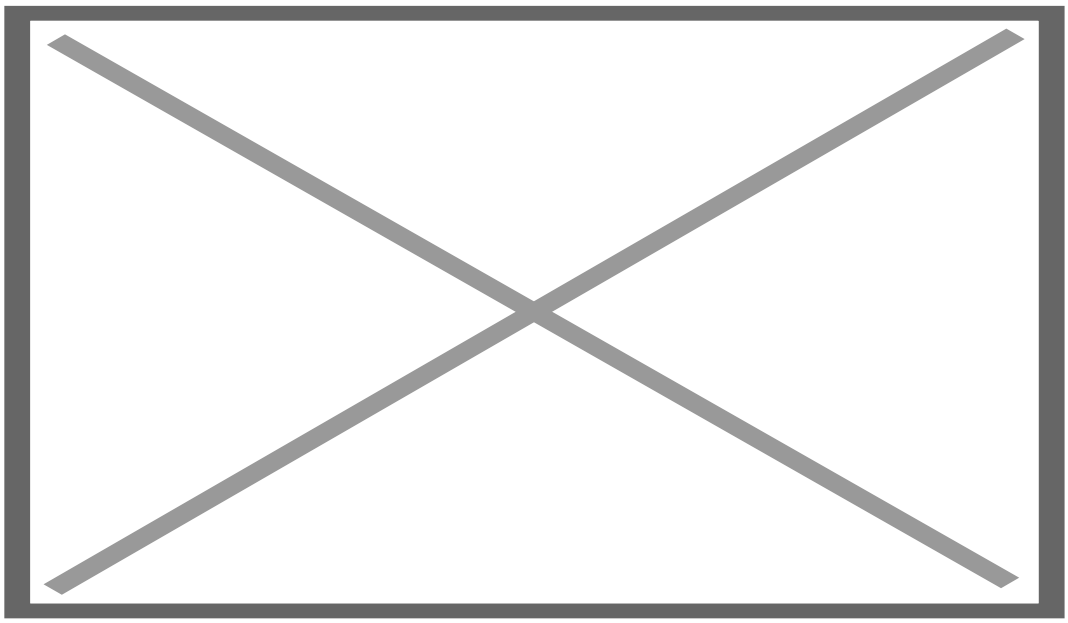
septembre 2026

# Ambro Sol



# Une croissance portée par la maîtrise technologique

***La société italienne Ambro-Sol S.r.l., fabricant de produits de maintenance et de peintures en aérosol, est présente en France depuis septembre 2017 et connaît aujourd'hui une croissance importante sur le marché français, soutenue par un maison-mère qui n'hésite pas à investir massivement pour moderniser son outil de production, renforcer ses capacités logistiques et développer ses services. Une stratégie qui doit lui permettre de devenir un acteur incontournable du secteur des aérosols industriels.***



La genèse de la société Ambro-Sol remonte à 1967, avec la création à Brescia, par Giuseppe Gnocchi, de Gnocchi Eco Spray, spécialisée dans la production de laques et de gels pour les cheveux conditionnés en aérosols. Ces produits, ininflammables, utilisent alors du CO2 comme gaz propulseur. En 1982, en s'appuyant sur cette même technologie, l'entreprise fait évoluer son positionnement commercial et se tourne vers le monde industriel. Elle développe notamment des produits tels que des lubrifiants pour arbres mécaniques ou des agents anti-adhérents pour la soudure. A cette époque, elle fabrique essentiellement sous marques de distributeurs (MDD), sans encore développer de gamme commercialisée sous son propre nom.

Cette première phase de son histoire s'achève en 1990 lorsque le fondateur, en l'absence d'héritier, cède son affaire à la famille Ambrosini. Gnocchi Eco Spray poursuit alors son activité sans changement majeur jusqu'en 2008. Cette année-là, l'entreprise décide d'investir dans la fabrication d'aérosols utilisant des gaz propulseurs inflammables, une évolution indispensable pour pouvoir proposer une gamme complète de produits destinée au secteur industriel.

Pour fabriquer ces produits, dont le procédé industriel implique des risques spécifiques liés à l'inflammabilité, l'entreprise quitte Brescia et s'installe à une trentaine de kilomètres de là, dans la petite ville de Cigole, sur un site isolé et sécurisé. Sur un terrain de 16 000 $m^2$, elle construit une usine de 8 000 $m^2$ et lance sa production, toujours commercialisée sous marques de distributeurs.

En 2013, la gamme de produits techniques est complétée par une première ligne de peintures en aérosol. L'entreprise proposait déjà des peintures afin de répondre à la demande de ses clients, mais décide alors d'en internaliser la production afin de mieux maîtriser ses procédés de fabrication et ses coûts. Cette nouvelle activité marque les débuts d'une double expertise qui constitue encore aujourd'hui l'une des particularités d'Ambro-Sol sur le marché.

**La naissance de la marque Ambro-Sol**

La société Ambro-Sol, en tant que telle, est créée en 2009 par Daniele Ambrosini, fils des dirigeants. Son objectif est alors de commercialiser les produits sous une marque propriétaire : Ambro-Sol en l'occurrence. Les aérosols sont, dans un premier temps, achetés à Gnocchi Eco Spray et commercialisés par cette nouvelle entité. Celle-ci prend progressivement une importance croissante, au point d'absorber à elle seule 80% de la production en 2016. Cette situation conduit, la même année, à la fusion des deux structures au sein d'Ambro-Sol S.r.l., désormais dirigée par Daniele Ambrosini, actuel CEO du groupe.

Depuis sa création, la marque Ambro-Sol connaît un essor considérable. Elle s'impose d'abord sur son marché national, où elle revendique aujourd'hui la place de leader sur le secteur professionnel grâce à une offre combinant produits techniques et peintures, même si elle n'occupe pas le premier rang dans certaines spécialités. La marque poursuit ensuite son développement à l'international. Elle est aujourd'hui présente dans plus de 110 pays, avec notamment des filiales créées dès 2015 en Pologne et en Espagne, puis en 2017 en France et aux États-Unis, et enfin en 2025 au Royaume-Uni.

Certaines de ces filiales prennent également en charge des territoires d'exportation. C'est notamment le cas de l'Espagne, qui gère une partie de l'activité en Amérique du Sud. Une sixième filiale devrait par ailleurs être créée fin 2026 au Japon.

Aujourd'hui, Ambro-Sol réalise un chiffre d'affaires d'environ 30 millions d'euros, dont 68% proviennent de sa marque et 32% des marques de distributeurs, un débouché qui reste stratégique pour un fabricant d'aérosols. La répartition du chiffre est par ailleurs relativement équilibrée entre les deux grandes activités du groupe : 52% pour les produits techniques, galvanisation comprise, et 48% pour les peintures. La société figure ainsi parmi les cinq premiers fabricants européens.

**Une filiale française qui accélère**

Comme indiqué en introduction de cet article, la filiale française d'Ambro-Sol a été créée en septembre 2017. Elle était alors dirigée par Raymond Journou et Cristiano Galli, qui détenaient ensemble 49% du capital, la maison mère italienne possédant les 51% restants. Ce partage du capital est systématique pour les différentes filiales du groupe. Il vise notamment à associer les responsables locaux au développement et aux performances de leur entreprise.

Initialement installée à Pornic (44), avec un stock de 50 000 aérosols de produits techniques et de peintures, la filiale française est tournée vers le marché professionnel. En 2021, elle déménage à Chartres, à l'occasion du départ à la retraite de Raymond Journou et du rachat de ses parts par Cristiano Galli. Sur son nouveau site, Ambro-Sol France dispose d'un entrepôt de 2 000 $m^2$ recouvert de panneaux photovoltaïques. Le centre logistique est approvisionné une fois par semaine depuis l'Italie afin de limiter les risques de rupture de stock et permet d'assurer des livraisons partout en France sous 48 heures. L'intégralité de la gamme est disponible, à l'exception de quelques rares références à faible rotation. Le stock comprend notamment quelque 250 teintes RAL directement disponibles pour les peintures.

La commercialisation est assurée par six agents multicartes qui travaillent auprès des réseaux professionnels, principalement dans les secteurs de la...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.

Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue