juin 2016

Pluho

Une croissance régulière

Depuis sa création il y a près de quinze ans sur le marché de la distribution professionnelle des produits de maintenance, d'hygiène et d'entretien, Pluho réalise année après année une croissance régulière à deux chiffres. Une performance que la PME indépendante francilienne doit à une gamme innovante 100% française et une communication qui se renforce.

Lorsque Pascal Volland crée Pluho en 2002, il bénéficie certes de l'excellente connaissance du marché professionnel des produits de maintenance pour l'industrie issue de son expérience professionnelle mais la TPE fait figure de « Petit Poucet » face à ses concurrents, des entreprises d'envergure européenne, voire mondiale. Quelle est donc la force de frappe de Pluho, qui commercialise sous la marque Aexalt l'ensemble de son offre à la distribution professionnelle, majoritairement des fournitures industrielles et des quincailleries ? Pour se faire une place sur son marché, Pluho a choisi de jouer la carte de la différenciation, une stratégie qui s'est avérée rapidement gagnante pour le spécialiste francilien, challenger de son marché depuis déjà plusieurs années.

Un concept novateur

La première forte originalité de l'offre développée par Pluho tient au fait qu'elle concerne trois métiers complémentaires : la maintenance, l'hygiène et l'entretien. « *A travers sa marque Aexalt, Pluho a en effet été le premier à avoir mis à la disposition de la distribution professionnelle une offre produits globale dans cet univers, lequel se résumait alors essentiellement chez les revendeurs des circuits professionnels aux aérosols techniques* » rappelle le fondateur de Pluho qui précise que les produits d'entretien, jusqu'alors presque toujours commercialisés en direct aux entreprises utilisatrices par des fabricants absents des circuits de la distribution professionnelle, faisaient, avec la gamme Aexalt, leur apparition dans les rayons des FI et des quincailleries professionnelles. « *L'une des références de la gamme entretien d'Aexalt qui figure aussi parmi les produits historiques de la marque, le Quickaex Pro, un nettoyant dégraissant toutes surfaces de...*

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