

INTERVIEW

CÉDRIC JULIARD

PDG Euradif

**Comment Euradif traverse-t-elle la conjoncture ?**

Cédric Juliard : Malgré l'absence de dynamique sur la rénovation, qui est le moteur de notre activité et représente près de 75% des portes installées sur le territoire, notre chiffre d'affaires a progressé de 4% en 2025, toutes activités confondues.

Cette évolution tient compte de la tendance fortement baissière de la porte à panneau, notamment en aluminium, que nous avons anticipée depuis plusieurs années en développant notre offre d'ouvrants monoblocs et de portes d'entrée. Sur ces deux produits par contre, nous sommes en croissance. À la fois grâce à la prise de parts de marché et par l'ajout de modèles qui plaisent – le fait de sortir une à deux nouvelles collections par an ainsi que notre démarche d'ultra-personnalisation envers nos clients nous permettent d'apporter de la nouveauté sur le marché et de maintenir notre positionnement de croissance, que ce soit vers les industriels, qui représentent le cœur de notre activité et la grande majorité de notre chiffre d'affaires, ou vers les fenêtriers ; nous continuons à nous interdire de vendre aux clients de nos clients.

Quelles sont les ambitions de la nouvelle gamme Passage Néo dans le contexte de marché actuel ?

C. J. : Huit ans après le lancement de notre porte d'entrée Passage, la gamme Passage Néo marque une évolution majeure. Elle est le fruit d'une démarche de co-développement menée avec des professionnels de la menuiserie. Grâce aux retours du terrain, elle intègre près de 30 améliorations techniques et nouvelles options, et ce, sans surcoût.

Ces améliorations portent sur les 4 piliers dans l'acte d'achat de la porte d'entrée : l'esthétique, la sécurité, la thermique et la connectivité. L'objectif : proposer un produit plus performant, plus simple à poser et toujours compétitif, répondant à la fois aux attentes des professionnels et des particuliers.

Aux 11 collections et quelque 250 modèles disponibles viendront s'ajouter à la rentrée 3 collections illustrant les possibilités esthétiques et techniques offertes par cette nouvelle génération de portes aluminium. Les visiteurs de Batimat pourront la découvrir sur notre stand avec nos autres gammes de portes d'entrée, Cintrel (une trentaine de modèles cintrés et avec arc surbaissé), lancée l'année dernière, et, toujours, notre gamme Carpe Diem.

Comment voyez-vous évoluer le marché et votre activité en 2026 ?

C. J. : Le premier trimestre montre des signaux de reprise. Demeurent des freins sur les prises de décision des ménages, des incertitudes sur les dispositifs de la rénovation, malgré un engagement de l'État en faveur de la construction. Nos fournisseurs de matières premières doivent faire face à un contexte haussier. La géopolitique n'encourage pas de perspectives très positives pour 2026. Pour autant, nous croyons beaucoup en nos produits et en notre capacité à pouvoir grandir encore, y compris dans ce contexte. Nous misons notamment sur une intensité commerciale accrue, avec la création de 3 nouveaux secteurs. Désormais au nombre de 13, auxquels s'ajoute celui des grands comptes et réseaux, ils nous permettent de mailler finement le territoire.

Le lancement de la gamme Passage Néo a été soutenu par un outil marketing complet et des opérations commerciales sur le terrain tout au long de l'année. En parallèle, nous renforçons notre visibilité et notre performance digitale avec des dispositifs de télévision segmentée et de streaming et, au cœur de notre dispositif, un nouveau site web lancé en septembre dernier.

Au plan industriel, l'outil est tout à fait abouti et les postes sur lesquels nous investissons visent toujours l'amélioration continue, sur la productivité et l'ergonomie, notamment sur les ports de charges. Ces améliorations s'inscrivent dans le cadre plus global de notre politique RSE.

Le label Ecovadis bronze top 35% reçu en 2025 marque une reconnaissance indépendante de notre démarche, structurée, mesurable, et de notre capacité à agir concrètement pour une industrie plus durable et plus responsable. Par exemple, depuis 2022, nous mesurons notre bilan carbone et mettons en place des actions, ce qui nous permet de constater une diminution progressive de notre impact chaque année. En 2026, nous allons plus loin en investissant dans un mode de calcul permettant d'évaluer précisément l'empreinte carbone de chacun de nos produits.



ORIGINE

La matière révèle le caractère

EURADIF

BATIMAT
— H6 / E062 —

Disponibles dès juillet



MIRAGE

L'ouverture dessine la signature

NOUVELLES COLLECTIONS

PORTES D'ENTRÉE EN ALUMINIUM
PASSAGE NEO