

INTERVIEW

Jean-Gabriel Creton, Président d'Euradif

Quelques jours après la crise sanitaire qui a provisoirement stoppé une bonne partie de l'activité économique et de la filière, le président d'Euradif revenait pour L'Écho de la Baie sur les développements prévus cette année.

Comment s'est déroulée 2019 pour Euradif ?

Nous avons terminé l'année sur un chiffre d'affaires en progression à 25 M€, contre 24 M€ en 2018. Les ventes de panneaux PVC ont chuté, notamment du fait de la morosité de la construction neuve et de la montée en puissance de l'ouvrant acier sur les marchés du primo-accédant. A contrario, suite à notre entrée de plain pied ces deux dernières années sur le marché de la porte aluminium monobloc avec la porte Passage, nous constatons que de plus en plus d'acteurs de toute taille, industriels mais pas seulement, sont convaincus de l'intérêt économique de se fournir en porte prête-à-posier auprès de nous.

Nous avons transformé des ventes de panneaux en ventes de portes complètes. En 2019, la part de la porte monobloc aluminium a représenté 25% de notre activité en volumes et, avant la crise sanitaire, nous étions partis pour la doubler en 2020.

Quel est le rôle de votre nouvelle ligne de thermoloquage dans le déploiement de Passage ?

Avant la fermeture d'Euradif pour des raisons de sécurité et de protection sanitaires, la ligne montait en puissance depuis janvier pour intégrer au printemps le volume total de nos besoins. Cet investissement stratégique permet à Euradif d'être plus efficace. En ligne de mire : monter le taux de service de 95 à 98% ; raccourcir d'une semaine les délais de livraison, soit 5 semaines pour toutes les portes Passage 1 vantail (6 semaine pour les modèles Tradition) ; doubler le nuancier des teintes et finitions standard pour devenir l'offre de couleurs standard la plus large du marché de la porte d'entrée, avec 45 références – et avec le label Qualimarine en standard également.

Cette ligne s'inscrit aussi dans le cadre de



Jean-Gabriel Creton, Président d'Euradif.

notre stratégie de responsabilité sociétale et environnementale. Non seulement nous réduisons notre bilan carbone (60 km par jour aller-retour entre l'outil et le siège, au lieu de 1200 km) mais l'usine est conçue zéro rejets liquide ni atmosphérique, les poudres sont recyclées dans les cabines et le site est entièrement 2.0 : zéro papier, gestion par emplacement/code-barre et GPAO.

Comment évolue votre stratégie commerciale ?

Nous doublons quasiment notre équipe de vente à 21 personnes en binôme dedans/dehors, sous la direction d'un chef des ventes en cours de recrutement. Cette volonté d'une forte présence terrain s'illustre notamment dans notre nouveau showroom exclusivement dédié à la porte

Passage, sur notre siège de Béthune.

Cet espace de 200 m² permet non seulement de découvrir 26 portes représentatives des 150 modèles qui composent l'offre mais aussi de s'inscrire dans un parcours digital utile aussi bien au particulier qu'au professionnel. Le client final, plus exactement la cliente, puisque c'est Madame qui décide bien souvent de l'achat de la porte d'entrée, le showroom sera l'aboutissement d'une visite sur un tout nouveau site web grand public doté d'un configurateur 3D très séduisant ; elle pourra sauvegarder par exemple ses configurations, et être invitée sous 48 heures maximum après le contact web dans son showroom par le client professionnel du réseau Passage le plus proche de chez elle. Le professionnel, lui, pourra se concentrer sur l'acte de vente sans avoir à ouvrir un tarif papier, trouver les options, etc. : il disposera des configurations du client, des coupes du projet dans ses tailles réelles et pourra commander directement via son espace pro web. Notre maître mot : faciliter la vie de ces clients pros ! Seules conditions pour intégrer ce réseau : disposer d'un ou plusieurs points de vente mettant en avant les produits Passage et d'équipes de pose. Nos clients sont très attentifs à la qualité de leurs fournisseurs, nous ferons de même...

Logiquement, le showroom de Béthune servira de pôle de formation en accueillant les forces de vente de nos clients pour des réunions de 20 participants maximum sur une journée. Ce seront nos meilleurs ambassadeurs sur le terrain !



Le showroom de Béthune présente les modèles représentatifs de la gamme Passage, ici la porte Spencer Grille Rustica. ©Euradif.

SFS

Lancement
rentrée 2020

Paumelle Dynamic 3DG

**Nouvelle génération de paumelle
pour des portes d'entrée jusqu'à 160 kg.**



panorama