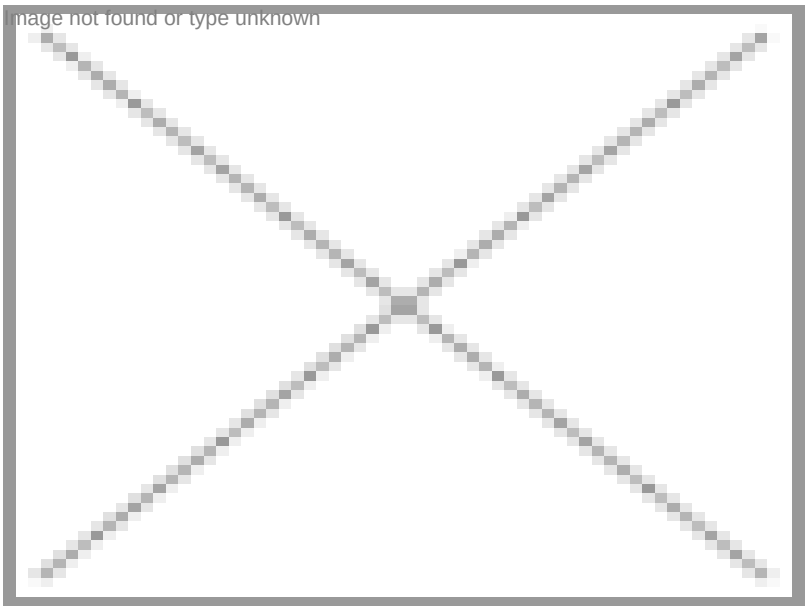
août 2017

Recticel

Recticel, des produits et leur prescription

Acteur majeur dans le domaine de l'isolation avec sa maîtrise du polyuréthanne, Recticel Insulation fabrique et commercialise une gamme qualitative bénéficiant d'outils de prescription puissants déployés pour les deux clientèles des professionnels et des particuliers.



Réalisant un chiffre d'affaires de 1,35 milliard d'euros, pour l'essentiel en Europe (94%) où il est leader sur son métier des applications polyuréthanne, le groupe belge Recticel est organisé en quatre business units que sont les mousses souples (filtres, éponges, renforts…), l'automobile (sellerie, tableaux de bord…), la literie et l'isolation. Sa production est pour sa part articulée en trois branches que sont le revêtement par pulvérisation « spray coating », la mousse souple (blocs, moulages…) et la mousse rigide (blocs, plaques…), cette dernière spécialité étant dédiée pour sa quasi-totalité à l'isolation des bâtiments.

Dans le domaine de l'isolation, qui pèse 235 M? au niveau du groupe, Recticel Insulation est présent en France depuis 40 ans avec une filiale commerciale, deux unités de production supportant désormais cette activité, la première à Bourges montée en 2013 et la seconde à St Barthélémy d'Anjou suite au rachat d'une entreprise en 2016. Elle comprend trois pôles respectivement destinés au secteur de la construction à travers la distribution professionnelle, au bricolage à travers les grandes surfaces de bricolage et enfin à l'agricole. Ces trois unités disposent de leur équipe de vente et d'un marketing dédiés.

Une gamme PU en expansion

Les négoces matériaux et spécialisés construction forment l'essentiel de la clientèle de Recticel Insulation France, qui étend régulièrement sa gamme des produits dédiés aux professionnels pour répondre aux besoins du marché. Nous pouvons citer parmi les derniers produits sortis les éléments de toitures autoportants L-Ments (lambda 23), l'isolation du toit par l'extérieur à pose directe sur chevrons Eurotoit (lambda 22 et R=7,25 en 160 mm d'épaisseur), l'isolation par l'extérieur des murs Powerwall (lambda 24) pour les façades… auxquels il faut rajouter la présentation à venir prévue sur Batimat d'un produit à forte isolation thermo-acoustique pour les toitures plates acier. La marque discerne un fort potentiel sur ce marché encore sous développé dans l'Hexagone, sachant qu'au Royaume-Uni, les isolants pour toiture plates sont pour 80% d'entre eux en PU et pour 20% en laine de roche. A signaler que tous les produits Recticel

Insulation sont modélisés en BIM.

Evénements et sites internet

En support de ses produits, Recticel met en œuvre des actions et outils dédiés aux artisans et aux prescripteurs. Ainsi, en 2016, la marque a réuni sur cinq dates quelques 200 architectes, bureaux d'études et économistes de la construction pour les informer et échanger autour d'un thème. « Il est indispensable d'informer les prescripteurs sur la qualité de nos produits » comme le rappelle Philippe Henrot, président de Recticel Insulation France. La marque poursuit également un partenariat avec la Capeb pour concevoir des modules de formation autour de l'efficacité énergétique à l'attention des artisans.

Sur un autre format, Recticel met à disposition le site guideisolation.fr qui permet de déterminer en quelques clics le produit préconisé pour tel ou tel projet de construction ou de rénovation en fonction du bâti, de l'application (sol, mur, toiture), etc. Le professionnel a accès à toutes les informations techniques disponibles. A noter que ce site est aussi ouvert aux particuliers désirant effectuer leurs travaux eux-mêmes et va pour cette clientèle au-delà de la simple préconisation en l'orientant vers des mini-sites produits qui délivrent également la liste complète des composants nécessaires au chantier, la performance attendue, et les primes accessibles. Enfin, sur le site mon-expert-isolation.fr, il est possible de retrouver toutes les informations possibles sur tous les produits de la marque ainsi que des options comme la mise en relation avec un professionnel ou le calcul de la prime pour l'efficacité énergétique.

Un développement dans la GSB

Outre la clientèle des professionnels de la construction, Recticel touche également depuis quelques années le marché des particuliers, comme a pu le montrer l'évocation des sites internet ci-dessus, et a sorti une gamme spécifique à leur intention. Outre le chiffre réalisé, ce développement dans la GSB permet à la marque de se doter d'un savoir-faire dans les ILV et PLV, des vendeurs muets qu'elle désire intégrer dans son partenariat avec le négoce matériaux. Recticel insère ainsi sur l'emballage des références grand public un QR code qui mène sur un des mini-sites dédiés par produit – atteignables également par le site guideisolation.fr.

Les produits conçus pour ce circuit de distribution sont bien sûr différents de ceux conçus pour les négoces, avec des conceptions – beaucoup de panneaux 2 en 1 – et des dimensions adaptées au grand public. Pour cette clientèle, Recticel vient d'ailleurs de mettre sur le marché le Simfofit fabriqué à partir de déchets de production de mousse souple. Ce panneau flexible prêt à recevoir une finition BA13 est conçu pour l'isolation acoustique par l'intérieur et permet de réduire le bruit aérien jusqu'à 12dB pour un affaiblissement acoustique de 60%. A noter que ce produit est fabriqué à St Barthélémy d'Anjou dans l'unité acquise en 2016 par Recticel et aujourd'hui dédiée aux innovations acoustiques et thermo-acoustiques mettant en œuvre un processus de production durable fondé sur la revalorisation des chutes de polyuréthannes.

Pour le secteur agricole, troisième pôle de Recticel Insulation France (15% du CA), notons juste la sortie récente du Cronus, un panneau disponible jusqu'à 13,5 m de long qui est particulièrement adapté aux élevages porcins. Par sa couleur blanche, il apporte luminosité au bâtiment et peut être nettoyé sans problème à grandes eaux avec un nettoyeur haute-pression.

Frédéric Bassigny

Feel good inside
?
Recticel Insulation a adopté l'année dernière la nouvelle signature « Feel good inside » pour

illustrer la philosophie proche de l’utilisateur final où chaque développement produit est conçu dans une perspective d’apport de confort. L’isolant ne se voit pas mais constitue un élément essentiel pour un obtenir un climat intérieur sain. Il participe aux économies d’énergie et au bien-être.