

# Finsa

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Fournisseurs](#) / [Panneaux](#)

## Le panneau au sens large

Reconnue sur le marché français pour son offre en panneaux MDF avec laquelle elle est parvenue, en jouant la carte de la technicité, à se démarquer de la concurrence, la société espagnole Finsa se positionne aujourd'hui sur le marché du mélaminé. Grâce à une offre exclusive de décors et la volonté de ne proposer que des panneaux supports hautement qualitatifs, l'entreprise possède de sérieux atouts pour convaincre durablement les négoce bois-panneaux.



La société Finsa (Financiera

Madera S.A) débute son activité en 1931 dans une modeste scierie à Portanxil, en Galice, à une dizaine de kilomètres de Saint-Jacques de Compostelle. En 1965, l'entreprise espagnole installe sa première ligne de production de panneaux agglomérés, produits alors commercialisés sous la marque Fimapan. Elle ouvre ensuite, à Saint-Jacques de Compostelle, une deuxième usine dédiée aux panneaux agglomérés et déménage son siège social dans la capitale galicienne.

En 1979, Finsa poursuit son développement avec l'achat d'une troisième usine à Orember (1979) puis l'ouverture, un an plus tard à Cesures, de sa première ligne de fabrication du MDF, la troisième seulement en Europe. En 1988, le groupe intensifie sa production de MDF avec l'achat d'unités de production en Espagne et au Portugal.

### Rachat de Mediland

Reconnu sur son marché national, Finsa n'a cessé de se renforcer sur l'ensemble du marché ibérique comme le témoigne la reprise en 2005 de la société portugaise Industrias Jomar présente sur le même secteur d'activité. Cette même année, l'entreprise espagnole, qui compte déjà plusieurs filiales commerciales dans le monde (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Portugal, Dubaï, Italie, Pologne...) accentue également sa présence en France – elle possédait un bureau de vente

à Tours – via la reprise de la société Mediland qui devient Finsa France.

Basée à Morcenx, cette société landaise bénéficie, sur le marché hexagonal, d'une grande notoriété pour son offre en panneaux MDF synonyme de qualité pour les négoce spécialisés bois-panneaux. Pour Finsa, cette acquisition est l'occasion de renforcer sa production de MDF mais surtout d'élargir sa clientèle en se tournant davantage vers la distribution professionnelle. En effet, jusqu'ici, le groupe espagnol commercialisait ses produits essentiellement en direct auprès d'industriels transformateurs de panneaux (fabricants de portes, de meubles...).

Finsa, un leader du MDF

Aujourd'hui, Finsa France réalise un chiffre d'affaires d'environ 60 millions d'euros (8% du CA total du groupe) dont 45% via l'industrie et 55% via la distribution, à savoir quelques GSB, des négoce matériaux et surtout des négoce bois-panneaux. A travers ces derniers, le groupe espagnol est principalement reconnu pour son offre en panneaux MDF, produits pour lesquels il bénéficie d'une part de marché d'environ 35% (hors produits de sol). Cette forte reconnaissance résulte, d'une part de la notoriété nationale de Mediland, qui est d'ailleurs devenue la marque française de Finsa pour le MDF, mais aussi du propre savoir-faire de l'entreprise.

En effet, avant son rachat, Mediland était essentiellement présent avec des panneaux standards allant de 10 à 50 millimètres d'épaisseur, l'offre MDF de Finsa comprenant pour sa part des panneaux minces (2 à 10 millimètres d'épaisseur) comme le Fibranor (panneau à haute densité qui possède un bon comportement au gauchissement et une grande facilité d'agrafage et de cintrage) mais aussi de forte épaisseurs (30 à 70 millimètres) comme le panneau Iberpan.

Des références techniques

Le marché français du MDF étant aujourd'hui considéré comme mature, Finsa a, depuis plusieurs années, opté pour une stratégie d'innovation axée sur la technicité des produits. Ainsi, en marge de son offre en panneaux MDF standards, l'entreprise commercialise des références qui répondent à des contraintes précises et présentent donc, pour le distributeur, une plus grande valeur ajoutée. « Nos clients distributeurs ont aujourd'hui vocation à vendre des produits qualitatifs et techniques plutôt que du prix », explique Eric Alfonso, directeur commercial de Finsa France.

Parmi ces panneaux techniques, le Mediland M1 présente un faible degré d'inflammabilité, le Mediland O2 affiche un taux de formaldéhyde très faible tandis que le Mediland MH est dédié aux pièces humides. Le Fibranor est quant à lui spécialement conçu pour être usiné et laqué.

Depuis peu, en marge de son offre en MDF, Finsa commercialise le SuperPan, un panneau spécifique (8 à 35 mm d'épaisseur) comprenant une âme intérieure sous forme d'un panneau de particules recouverte sur ses deux faces d'un panneau mince en MDF. Fabriqué exclusivement par Finsa, cette référence unique sur le marché combine les avantages du MDF et de l'aggloméré. Il présente ainsi une meilleure résistance à la flexion qu'un aggloméré standard et permet de réaliser des opérations de vissage et de clouage de meilleure qualité avec une réduction considérable des ébréchures et de l'usure des outils. Il est ainsi recommandé pour la conception de plans de travail, de portes, de sols techniques, d'éléments structuraux, de meubles...

En plus des panneaux MDF, Finsa propose également des panneaux agglomérés matérialisés par la gamme Fimapan (12 références), des panneaux alvéolaires (GreenPanel), des revêtements de sols stratifiés (marque Finfloor) et, depuis la fin 2012, des panneaux plaqués d'essences fines. Présents dans le catalogue Finsa depuis une vingtaine d'année mais récemment implantés sur le marché français avec treize références disponibles dans 50 plaquages massifs se différenciant

par leur panneau support (Superpan, MDF standard Fibrapan, panneau aggloméré Fimapan, panneau contreplaqué Finply, panneau latté Finblock, panneau épais et léger Finlight, avec traitement ignifuge...), ces derniers panneaux sont « déjà référencés dans les principaux groupes et groupements d'indépendants ».

Croissance par le mélaminé...

En 2001, Finsa entre sur le marché du panneau décoratif avec la reprise de la société Decotec Printing. A l'été 2010, l'entreprise la gamme de décors stratifiés, Tandem, qui répond à une problématique purement française à savoir, comme l'explique Eric Alfonso, « offrir au marché, en complément de notre gamme mélamine Gama Duo, une offre en stratifié et bandes de chants ».

Concernant le mélaminé, le groupe était jusqu'ici surtout présent sur le marché de l'industrie. Pour attaquer le marché de la distribution, il vient de sortir une nouvelle Gama Duo, Préférentielle 2013/2015, qui bénéficie d'une « vraie signature » Finsa. Pour concevoir cette gamme, les équipes de Finsa ont étudié avec précision les attentes du marché et les tendances à venir pour proposer des décors en phases avec les besoins des artisans... et de leurs clients.

L'offre comprend ainsi 163 décors répartis en trois collections (Unis, Fantaisies et Bois) et sept finitions. De plus, en fabriquant en interne tous les composants des décors (papiers décors, colle via le rachat en 1983 de Foresa, panneaux...) Finsa propose à travers cette gamme un positionnement prix intéressant pour les distributeurs. Toutefois, plutôt que de miser sur l'argument tarifaire, Finsa a choisi de privilégier la technicité pour apporter une plus-value aux décors et se démarquer de la concurrence. De ce fait, le standard de la Gama Duo comprend le panneau SuperPan Decor qui est plus qualitatif qu'un panneau aggloméré traditionnel mais se décline également sur un support aggloméré Fimaplast et MDF Fibraplast.

...et la prescription

Pour accompagner les distributeurs dans la mise en place de cette gamme, Finsa a développé des outils spécifiques comme un classeur et un nuancier reprenant l'intégralité des décors sous forme d'échantillons et une plaquette commerciale reprenant les différentes caractéristiques des panneaux supports disponibles et les décors et types de finitions.

En marge de ces outils dédiés, Finsa propose des brochures techniques réservées aux gammes de la marque (Finfloor, essences fines, SuperPan...) ainsi qu'un guide général sur les panneaux MDF. Baptisé Finsa Pratique et distribué aux négociants, ce guide récapitule les principes techniques du MDF, les différentes références commercialisées par Finsa, les spécificités techniques de certains panneaux, une aide au choix selon les applications... Outre cette palette d'outils, l'entreprise compte également sur sa force de vente qui regroupe huit technico-commerciaux répartis depuis peu uniquement par secteurs géographiques et non plus par type de clients. En effet, Finsa France a récemment réorganisé sa force commerciale pour éviter que les ATC dédiés aux clients industriels soient, pour certains appels d'offres, en concurrence directe avec leurs homologues dédiés aux distributeurs.

A noter qu'avec la Gama Duo, Finsa est également porteur de solutions pour les architectes, collectivités locales et autres types de prescripteurs pour lesquels il propose les mêmes outils que ceux dédiés aux négoce bois-panneaux, parfois dans des versions plus adaptées. Par exemple, la plaquette commerciale Gama Duo se présente, pour la prescription, sous la forme d'une boîte contenant les fiches techniques de chaque décor. Pour séduire cette typologie de clients, l'entreprise a, depuis l'automne dernier, un bureau Prescription qui regroupe quatorze personnes basées en Espagne. En France, le suivi des prescripteurs est assuré par une responsable

prescription ainsi que par la force de vente qui passe plus de 80% de son temps sur le terrain. D'ailleurs, pour souligner son engagement vers la prescription, Finsa France participera, pour la première fois, à l'édition parisienne du salon Architect at Work.

ND