

Pladur

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Fournisseurs](#) / [Plaques de plâtre](#)

Une solution crédible

La marque de plaques de plâtre Pladur se développe rapidement sur le marché français en se présentant comme une alternative qualitative aux trois grandes marques déjà présentes sur notre sol. Gammes étendues, références normatives, soutiens à la distribution, études de projets, prescriptions... la marque joue sur de nombreux tableaux pour devenir un acteur significatif dans le négoce professionnel.



Créée en 1977 via une joint-venture

détenue à 60% par Uralita et 40% par Lafarge (aujourd'hui 60% Coemac et 40% Etex), la société Pladur a introduit la plaque de plâtre en Espagne, sur un marché de la construction qui reste traditionnel avec des modes constructifs qui privilégiaient et privilégient toujours la brique et le mortier ; le taux de pénétration de la plaque de plâtre reste faible, aux alentours de 32% à 35%, à comparer avec les 80 à 90% enregistrés en France. Sur ce terreau particulier, l'industriel s'est imposé comme le leader de la plaque de plâtre et son nom, de très forte notoriété, est même devenu générique du produit dans le pays. Il a construit son développement sur ses terres mais également à l'export, essentiellement par opportunités dans un premier temps, dans une vingtaine de pays au Moyen-Orient, en Amérique Latine, en Afrique de l'Ouest, au Maghreb et en Europe du Nord.

S'ouvrir le marché hexagonal

Au tournant de l'année 2008, alors que la plaque de plâtre ne montrait aucun signe de faiblesse, continuant à engranger des parts de marché dans tous les pays sans montrer de signe de déclin et sans souffrir de l'arrivée d'un produit de substitution, la crise mondiale a rebattu les cartes et obligé les fabricants à revoir leurs stratégies industrielles et commerciales. Pour Pladur, après les inévitables ajustements productifs immédiatement effectués – le marché espagnol est passé de 800 000 à 40 000 logements par an –, la décision a été prise dès 2010 de s'orienter sur le marché français jusqu'alors laissé de côté. Sur cet énorme débouché, sans doute le plus important d'Europe, mature aussi bien du côté des fournisseurs que du côté des distributeurs, l'entreprise espagnole était persuadée qu'il y avait de la place pour un nouvel entrant aux produits qualitatifs. « Il y avait une fenêtre ouverte pour apporter un vent nouveau autour d'acteurs bien installés qui bénéficiaient d'une position confortabl

e » commente Gérald Gietzen, directeur marketing de Pladur.

Mais investir le marché français ne se fait pas sans préparation, « pas de demi-mesure possible » pour Gérald Gietzen. Il n'était pas question de simplement dupliquer la solution espagnole adaptée à un marché peu contraignant en termes de normes mais au contraire de monter une structure dédiée à la France totalement adaptée aux exigences de notre marché national. Cette exigence a conduit Pladur à construire une équipe France francophone disposant d'une réelle autonomie de gestion, dirigée par le directeur des ventes Patricio Abordo, et à mener de très nombreux tests produits pour être en phase avec la réglementation française, en termes de résistance mécanique, de propriété anti-feu, acoustiques... Comme l'explique Enrique Ramirez, directeur général de Pladur, « nous avons ces quatre dernières années réalisé plus de tests pour la France qu'en quarante ans pour l'Espagne ».

Après ce travail préparatoire, Pladur est arrivé dans l'Hexagone en 2012 avec une offre en phase avec la demande française.

A la hauteur des exigences françaises

La cible principale de Pladur en France est le négoce professionnel et l'obtention de référencements dans ce secteur a demandé un long travail d'approche avec la prise de nombreux contacts auprès des négociants, des poseurs et entreprises du bâtiment, des architectes et des prescripteurs.

Parallèlement, Pladur a créé des documents spécifiquement dédiés au marché français qui ont immédiatement ancré la marque dans la technicité. Nous pouvons citer ici les deux guides techniques, Le guide des solutions plafonds modulaires et continus et Systèmes Pladur plafonds cloisons doublages, ce dernier étant également décliné sous forme de synthèse dans un carnet plastifié.

Puis Pladur a rapidement commencé à vendre une partie de sa production dans un réseau national de grandes surfaces de bricolage sous la marque Plural, avec des produits adaptés à cette forme de commerce, notamment en termes de dimensions.

Une gamme en extension

De son côté, la gamme s'enrichit régulièrement de solutions – elle n'était que résidentielle deux ans en arrière – et l'objectif de la marque est de proposer des lignes de produits pour toutes les applications d'ici deux à trois ans, « On veut réaliser en quelques années ce que les autres ont fait en dizaines d'années » comment Gérald Gietzen. Régulièrement, les distributeurs et entreprises & poseurs sont d'ailleurs informés des dernières certifications acquises par l'industriel.

Outre l'expertise produit acquise depuis quarante ans et aujourd'hui certifiée pour la France, des documents techniques de grande qualité qui permettent aux professionnels de choisir leurs solutions d'une façon raisonnée et rigoureuse, Pladur possède d'autres atouts dans sa manche et en premier lieu une optimisation logistique depuis son site de production de Valdemoro, en périphérie sud de Madrid, lequel abrite la fabrication des plaques de plâtre, des plâtres et enduits et des ossatures métalliques. Les camions peuvent ainsi être panachés à l'envi pour les distributeurs avec une grande réactivité. Ensuite, un système de tracking permet de suivre en permanence l'évolution de la livraison.

Documentation, appui technique et formation

En termes de communication et d'aide au réseau de vente, comme cela a été évoqué plus avant

dans l'article, Pladur a conçu sa propre documentation avec des textes réécrits de A à Z pour l'occasion afin d'éviter tout problème de traduction, sa propre iconographie, sa propre charte graphique avec même une modification visuelle du logo de la marque Pladur pour exprimer une identité et une stratégie bien française. La marque s'appuie également sur un site internet, sur lequel sera prochainement implanté un sélecteur de système, et les réseaux sociaux pour peaufiner sa communication.

La communication passe également par des participations à des salons, tels Artibat (avec des dalles et des bannières Pladur à l'entrée), Batimat, Architect@Work, Untec (économistes de la construction)... et des partenariats tels ceux établis avec l'UMPI-FB et la Capeb ou avec Concours du Meilleur Ouvrier de France qui a choisi des plaques Pladur pour son épreuve, «une vraie reconnaissance qualitative de nos produits » pour Gérald Gietzen.

Elle est également directement en prise avec la distribution et les prescripteurs à travers une équipe commerciale de cinq personnes expérimentées qui peuvent travailler sur les projets et servir d'interface entre des donneurs d'ordre et la distribution. Sur l'Île de France par exemple, la commerciale Pladur est architecte de formation et possède toute l'expertise pour promouvoir des chantiers à valeur ajoutée. Cette force commerciale est appuyée par une assistance technique comprenant deux architectes et un technicien capables de varier des projets (transcrire en produits Pladur des projets d'autres marques) et au-delà de répondre à toutes les problématiques susceptibles de se poser sur les chantiers. Elle peut également faire établir des études de projet (service aujourd'hui sous-traité à des consultants en France) pour établir ses offres.

La vente de plaques de plâtre nécessite aussi de former au produit. Pladur va démarrer en France des sessions pour les entreprises et les distributeurs et met aussi à disposition son centre implanté sur son siège de Valdemoro qui accueille à la fois une exposition de toutes les réalisations possibles en plaques de plâtre et un atelier équipé où peuvent être effectués tous les exercices pratiques. Comme le certifie Gerald Gietzen, «nous sommes au niveau des assistances techniques des majeurs du marché ».

Dans les points de vente, des PLV peuvent être implantées et des actions de promotion être déployées à la carte, la marque étant demandeuse en la matière et ayant prévue de faire de l'animation en magasins une de ses priorités de l'année 2017.

Des perspectives encourageantes

Désormais reconnu comme un acteur sérieux sur notre territoire, Pladur entend grandir encore. La société possède à ce jour de bonnes perspectives de développement au point de faire de la France le principal axe de croissance du groupe, devant l'Espagne ; ce pays est également sur une tendance positive, estimée à +10% pendant cinq ans par Pladur du fait de la remontée du secteur de la construction qui devrait se stabiliser autour de 150 000 nouveaux logements construits par an.

FB

[Les plaques de plâtre de Valdemoro](#)

Sur le site de Valdemoro, au sud de Madrid, Pladur fabrique des plaques de plâtre (une autre unité à Saragosse pour une capacité totale de 90 millions de mètre carrés), des ossatures métalliques, des dalles acoustiques et décoratives ainsi que des enduits. Pladur possède par ailleurs quatre sites de production de plâtre, sur place à Valdemoro et aussi à Mañeru, Beuda et Martos.



L'usine de Valdemoro utilise un gypse

naturellement blanc d'excellente qualité, l'entreprise bénéficiant des atouts de l'Espagne dans ce domaine, le pays étant le plus principal producteur de ce matériau en Europe. Le gypse servant à la fabrication est issu d'une carrière proche, d'où il est également expédié en vrac par camion pour d'autres clients.

Ce gypse est extrait de la carrière sous forme de blocs qui sont broyés et déshydratés dans un four à air chaud pour être transformés en poudre. Il est ensuite tamisé selon un certain grammage pour être emmené et mélangé avec de l'eau avant d'être introduit dans la fabrication des plaques de plâtre, coulé entre deux feuilles de carton. Durant cette opération, sa teneur en eau varie fortement, les trois quarts de l'eau étant retirés lors de la déshydratation et restitués lors de la phase de coulage. La teneur en eau sera à nouveau fortement réduite lors du séchage final de la plaque de plâtre. A noter que le mélange de plâtre liquide introduit lors de ce processus intègre également des additifs selon la configuration du produit désirée.

Deux bobines de carton sont utilisées pour réaliser les plaques de plâtre, une bobine colorée, choisie selon la qualité de la plaque et qui identifiera sa nature, et une bobine de carton gris, ces deux cartons enserrant le plâtre coulé au milieu. En pratique, une bobine de chaque carton est toujours en déroulement avec une bobine déjà préparée pour prendre la relève une fois la première achevée.

Le carton couleur, d'une largeur légèrement supérieure à celle de la plaque de plâtre finale, est disposé sur un convoyeur partie colorée cachée. Le plâtre liquide est déversé et lissé dessus à une certaine épaisseur et le carton gris, qui peut prendre différents grammages selon l'épaisseur de la plaque, est placé par-dessus. Le carton coloré est ensuite replié pour venir couvrir le bord du panneau et les premiers centimètres du carton gris.

Sur la ligne de convoyage qui fait 500 m de long, le carton adhère naturellement au plâtre par une réaction chimique avec des cristaux de plâtre qui migrent au contact du carton – cette réaction de collage est aussi renforcée par l'ajout d'amidon de maïs en additif. En fin de ligne, la plaque continue est alors coupée par deux couteaux au double de la longueur commerciale, soit 5 000 mm sur les 1 200 mm standard. Ensuite, par lots de trois, les panneaux sont retournés et conduits vers des fours pour obtenir leur rigidité finale. Lors de cette opération, qui prend entre 45 et 50 minutes pour une plaque BA13 standard, l'eau s'évapore par la porosité du carton en passant à travers trois zones de chauffe à air chaud. Pladur dispose de deux sécheurs de dix étages chacun et les plaques sont placées côte à côte les plus près possibles les uns des autres afin de protéger leurs bords.

Enfin, les plaques sont ensuite réunies deux par deux, côtés carton coloré face à face pour les protéger, et coupées à la dimension souhaitée avant d'être stockées par palettes avec coins et cales de protection, étiquette, film.

La formation Pladur



Le centre de formation de Pladur à Valdemoro

permet d'offrir aux installateurs et aux distributeurs des cours de perfectionnement sur les systèmes plaque de plâtre. Les sessions, qui rassemblent entre dix et douze stagiaires en règle générale, sont déclinées sur les profils, les cloisons et les plafonds dans des programmes allant de 15 à 30 h articulés sur les trois niveaux débutant, intermédiaire et avancé. Le lieu permet de prodiguer un enseignement théorique avec en exposition tous les modes constructifs possibles présentés de façon isolée dans des maquettes ou visibles dans des coupes pratiquées dans des constructions grandeur nature concernant différentes applications (acoustique, salle de bains, cuisine, cage d'ascenseur...). Il aborde également la pratique avec un atelier muni de tout l'outillage nécessaire. Pladur peut aussi se rendre directement chez ses clients pour effectuer des formations.