

Demandez-nous la terre !

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – AVRIL 2018

WIENERBERGER FRANCE STIMULE SON ADN POUR CONFIRMER SON RÔLE DE LEADER SUR LE MARCHÉ DE LA TERRE CUITE

Le groupe Wienerberger, entreprise autrichienne fondée en 1819, est aujourd'hui n°1 mondial de la brique terre cuite et 1er tuilier européen. En France, l'entreprise a réalisé, en 2017, un chiffre d'affaires de 187 millions d'euros soit une progression de 6 % par rapport à l'année précédente.

En 2018, l'entreprise s'appuie sur son ADN (culture d'innovation, engagement industriel, implication dans le service) pour confirmer son rôle de leader sur le marché de la terre cuite. L'année sera aussi marquée par le lancement d'innovations avec notamment une toute nouvelle collection de tuiles design dédiées aux toits contemporains, d'investissements massifs sur l'outil industriel et du développement de services et solutions sur mesure pour les professionnels. Enfin, cette année donne l'occasion à Wienerberger d'affirmer son identité et ses valeurs en associant ses 5 marques autour d'une même ligne directrice « Demandez-nous la terre ! ».

Wienerberger, amorce une nouvelle dynamique pour la terre cuite

Avec 1 % de son chiffre d'affaires consacré, chaque année, à la Recherche et au Développement, et plus de 200 millions d'euros investis dans l'outil industriel, le Groupe Wienerberger accompagne sa stratégie par le déploiement de nouveaux produits. En 2018, cette politique s'illustre au travers de nouvelles réponses techniques et performantes pour les murs, la façade et la toiture.



- **Nouvelles tuiles design dédiées aux toits contemporains**

Les tendances toitures sont aux lignes épurées et dynamiques. Pour répondre aux attentes d'esthétisme et de modernité, Wienerberger, avec sa marque Koramic, lance **une toute nouvelle collection Design composée de 2 tuiles : ULTIMA TFP®** (à très faible pente) et **NUEVA** (à aspect plat). Par leurs profils ultra plats et leurs finitions modernes, elles allient esthétique épurée et performances du toit en pente.

En parallèle, fort de leur succès sur le marché de la rénovation des bâtiments historiques, les tuiles **Aléonard**, sont dorénavant développées et déployées vers la rénovation de belles demeures. Authentiques et naturelles, ces tuiles plates sont issues d'un savoir-faire maîtrisé dans la restauration du patrimoine depuis plus de 100 ans.

- **Développement de solutions brique sur mesure pour le confort de pose**

Reconnue pour ses caractéristiques techniques et économiques, la terre cuite est le matériau plébiscité sur le marché de la construction neuve. A l'écoute du secteur et de ses acteurs, Wienerberger, développe des solutions sur mesure en réponse à leurs besoins :



- **CITibric®**, toute première brique exclusivement dédiée au logement collectif, mise au point par l'industriel et associée à une isolation extérieure, elle est spécialement pensée pour atteindre le meilleur rapport coût/performance.
- La brique **CLIMAmur®** et le procédé **DRYFIX®** dont l'association permet de combiner les qualités d'isolation et d'inertie avec la rapidité et le confort de pose.



- Investissements massifs dans l'outil de production de briques et de tuiles pour répondre au marché
Le marché européen pousse fortement la brique de structure et la brique apparente. Pour répondre à cette demande, Wienerberger investit pour faire évoluer son offre et ses capacités de production.
 - 5 millions d'euros alloués à la rénovation du four de la briqueterie d'Achenheim (Alsace) et environ 3,5 millions d'euros à celle du séchoir de la ligne UL5 de la tuilerie de Lantenne-Vertière (Doubs).
 - Environ 3,5 millions d'euros sont dédiés, en 2018, à la création d'une nouvelle ligne de production CLIMAmur® sur le site de Betschdorf (Alsace). Effective en fin d'année, cette dernière fera de la production de briques Wienerberger une production 100 % française.
 - Plus de 3 millions d'euros sont consacrés depuis 2 ans au site de Flines-lez-Raches (Hauts de France) pour augmenter la production de briques apparentes et de plaquettes.

À ce jour, Wienerberger, dispose de la gamme la plus large de briques et plaquettes, véritable clé d'entrée auprès des architectes.

Wienerberger, l'offre et le service pour conquérir et séduire les professionnels

Pour être toujours plus proche du terrain et de ses partenaires, Wienerberger continue de déployer sa politique de service :

- **Sur le terrain**, en développant des solutions techniques adaptées aux spécificités régionales et en renforçant ses équipes de vente et prescription. En 2018, l'entreprise consolide son activité sur l'Ouest et le Centre de la France avec, notamment le développement de tuiles fortement galbées, spécificité régionale. Pour faciliter la logistique de ses clients, Wienerberger implante des dépôts (stock spécifique de proximité) sur le modèle de ce qui a été initié dans le Centre Est et dans le Nord de la France.
- **Auprès des professionnels**, pour faciliter la vente aux négociants et répondre aux besoins des professionnels de la toiture. Wienerberger, développe des offres de solutions globales comprenant tous les accessoires - écran de sous toitures, closoirs, rivets, panneaux solaires ou photovoltaïques...

Wienerberger, une ligne directrice pour porter la terre

Dans une volonté de clarifier son positionnement de marque mère, Wienerberger réunit ses 5 marques à forte notoriété sous une même ligne de communication « Demandez-nous la terre ! ». Déployée sur l'ensemble de ses supports techniques et commerciaux jusqu'au digital, cette nouvelle identité plus contemporaine, dynamique et prometteuse a pour objectif d'intégrer aussi bien l'utilisateur que l'ouvrage dans sa démarche de modernisation et de valorisation de la terre cuite.



Un renfort d'image et de visibilité qui vient compléter le dispositif de notoriété déjà mis en place autour du matériau noble, avec notamment l'organisation et le soutien :



- **Des Brick Award**, concours d'architecture bisannuel, de renommée internationale, récompensant les exemples les plus remarquables de réalisations architecturales modernes et innovantes en brique.
- **Des Trophées Aléonard**, concours de la tuilerie Aléonard, Entreprise du Patrimoine Vivant, mettant chaque année à l'honneur, le savoir-faire et la créativité des artisans couvreurs au travers de 5 catégories : « Monuments Historiques », « Premier Chantier », « Construction Neuve », « Rénovation » et « International ».



Dans un autre registre, Wienerberger se pose en acteur majeur et fédérateur dans sa région en s'associant à 4 autres entreprises alsaciennes, reconnues sur le marché du bâtiment (Fehr, Hager Group, Trianon Résidences et Würth), dans l'Industrie Magnifique.

Une rencontre sans précédent entre l'art et l'industrie qui a pour objectif de promouvoir et développer la création artistique, la culture de l'invention et le patrimoine industriel dans les territoires. Ce tout premier mouvement national sera inauguré le jeudi 3 mai 2018 à Strasbourg.

Visuels disponibles sur demande auprès du service de presse
ou en téléchargement sur www.clccom.com.com

Fondé à Vienne en 1819, Wienerberger est aujourd'hui le 1er briquetier mondial et le 1er tuilier Européen. Présent dans 30 pays, ses 204 usines emploient plus de 15 900 personnes à travers le monde. En France, 790 collaborateurs travaillent dans les 9 usines de tuiles et de briques détenues par le Groupe. Le chiffre d'affaires en 2017 atteint 187 millions d'euros avec 5 marques reconnues : Aléonard (solutions toiture), Argeton (solutions façade), Koramic (solutions toiture et façade), Porotherm (solutions mur) et Terca (solutions façade). La terre cuite, matériau sain, économique et écologique, répond idéalement aux projets de construction à haute performance énergétique. Matériaux écoresponsables, les briques et les tuiles terres cuites ont une durée de vie minimum de 100 ans.