

## SECOND ŒUVRE

### Knauf lance une opération de charme auprès des architectes



**JENS DUPONT,**  
directeur marketing  
et communication  
du groupe Knauf.

Pour développer sa nouvelle gamme de dalles de murs et plafonds, baptisée «Organic», Knauf fait participer activement les architectes et décorateurs. «C'est une philosophie nouvelle autour de la matière. Nous voulons aller au-delà d'une offre produits pour proposer une réponse originale aux architectes et décorateurs, qui anticipe sur les nouvelles tendances», s'enthousiasme Jens Dupont, directeur marketing et communication du groupe.

#### Vote sur Facebook

Avec Organic, l'industriel haut-rhinois ne crée pas un nouveau produit. Il s'agit plutôt de revisiter les produits existants à base de fibres de bois et de jouer à fond la carte de l'écoconception, notamment en recourant

à des peintures sans COV (composés organiques volatils), à base d'huile de tournesol. Conçue en collaboration avec l'agence de design global Outsign, la gamme Organic se compose de trois collections de base à partir desquelles les prescripteurs vont concevoir des panneaux personnalisés, en jouant sur les teintes, les motifs et les perforations. Jusqu'au 25 septembre, ils pourront présenter leurs créations sur la page Facebook Knauf Organic ou sur le site Internet Organic. Par la suite, les 20 créations les plus plébiscitées sur Facebook seront soumises à un jury. Trois lauréats et un «coup de cœur» seront récompensés lors du salon Architect@Work qui aura lieu à Paris les 6 et 7 octobre, marquant par là même le lancement de la gamme Organic. ■ *Frédérique Vergne*

## OUVRAGES D'ART

### Demathieu & Bard se renforce dans l'équipement

Spécialiste de l'équipement et de la réhabilitation des ouvrages d'art et du génie civil basé à Versailles, la société Etic est entrée le mois dernier dans le giron du groupe indépendant de construction Demathieu & Bard. La transaction concerne aussi TSV, une filiale d'Etic basée à Stiring-Wendel (Moselle), spécialisée dans le levage assisté par ordinateur. Les deux entreprises totalisent une trentaine de salariés et 11,15 millions d'euros

de chiffre d'affaires, dont 2 millions d'euros dans le négoce international. Fort de 728 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2009, le groupe de BTP de Montigny-lès-Metz développe ainsi ses savoir-faire. Il a d'ailleurs récemment conduit plusieurs chantiers avec sa nouvelle filiale, en particulier sur le site nucléaire de Pierrelatte et sur le viaduc de la Savoureuse, l'un des grands ouvrages d'art de la LGV Rhin-Rhône. ■ *Laurent Miguet*

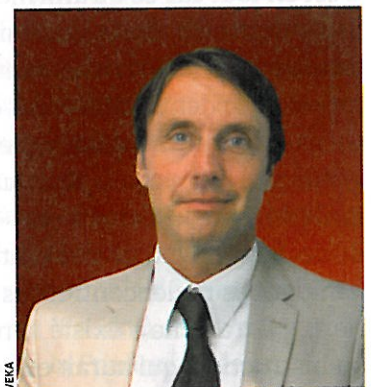
## MENUISERIES PVC

### Veka vise une croissance de 70% d'ici à 2015

Jos Lenferink, président de la filiale française du spécialiste des profilés PVC Veka, est optimiste. Deux atouts l'y incitent: un marché français du bâtiment porté par le Grenelle et la croissance démographique; l'accompagnement de ses clients, facilité par «la richesse des gammes et la qualité des produits». Après avoir engrangé un chiffre d'affaires de 44 millions d'euros en 2010 (+10%), Veka France prévoit d'atteindre 52 millions en 2011 – en portant sa production de profilés à 15 millions de mètres – et 75 millions d'euros à l'horizon 2015.

#### Investir dans la formation

«Notre slogan "Nos systèmes pour votre réussite" résume notre politique, explique Jos Lenferink. Nous aidons nos clients à réussir.» Veka met en œuvre un fort accompagnement de ses clients via des aides à la commercialisation et à la productivité, ou des outils personnalisés. Pour réussir, le groupe investit 4% de sa masse salariale dans la formation des 120 employés de son usine de Thonon-les-Bains (Haute-Savoie) ainsi que 2 millions d'euros dans l'outil industriel. Et prévoit une trentaine d'embauches d'ici à trois ans. Enfin, Veka France entend trouver de nouveaux clients, à commencer par Oxco, un des leaders du bâtiment, dès le 1<sup>er</sup> janvier. ■ *Pierre Delothen*



**Jos Lenferink,** président de la filiale française du groupe allemand Veka.