



**+ DE 200
RÉALISATIONS**

← mises à jour régulièrement par
les artisans créateurs Style de Vie →

**TOUTES LES
RÉALISATIONS**

**VÉRANDAS
TOITURE PLATE**

**VÉRANDAS
TOITURES TUBULAIRES**

**VÉRANDAS
TOITURES À ÉPINE**

**SPÉCIFICITÉS
RÉGIONALES**

**LES AMÉNAGEMENTS
INTÉRIEURS**

RÉSEAUX, QUELQUES CLÉS DE DÉVELOPPEMENT

L'Appli, le nouvel outil d'aide à la vente. Ici, l'Appli Style de Vie.

Notre enquête annuelle sur les réseaux de menuiserie révèle une volonté affichée de conforter leur activité en multipliant opérations de soutien et outils d'aide à la vente modernes. La communication à destination du grand public via publicité TV ou même Cinéma et showroom séduisant, l'amélioration du maillage du territoire ou la diversification de l'offre produits entrent souvent dans la recette du succès. Tour d'horizon.

Réalisé par Sophie Dumoulin

Les Aluminiers Agréés **TECHNAL** ont intégré 6 nouveaux Aluminiers en 2014 : Poux Aluminium Sarl à Montauban (82), Stim à Montmagny (95), Vitrierie Savoyarde à Seynod (74), Cloasalu à Sanguinet (40), Tecmetalu à Saint-Armel (35), M.MA à Falais (14) et Guitton Aluminium à Saint-Grégoire (35). 2 ouvertures de Maisons de Lumière étaient en cours en septembre : Bourges et Périgueux. Le réseau a participé à la Foire de Paris en Mai. Le palmarès de l'architecture a permis de découvrir 66 projets valorisant la créativité des architectes et le savoir-faire des Aluminiers. Côté réglementation, les 1^{ers} Aluminiers passent leurs audits pour le marquage CE niveau 1 pour la porte sur issue de secours. 81 % du Réseau est sous marquage CE porte et fenêtre (niveau 3). De nouveaux outils d'aide à la vente sont mis à disposition du réseau -Apps Prescription + TechImpact, Offre parrainage, Vidéo et diaporama showroom- qui dispose d'un guide pratique sur le marquage CE niveau 1 (portes sur issues de secours) et d'un guide sur la dynamique commerciale et les principes fondamentaux du commerce.

TOUT LE CONFORT
À MOINDRE PRIX

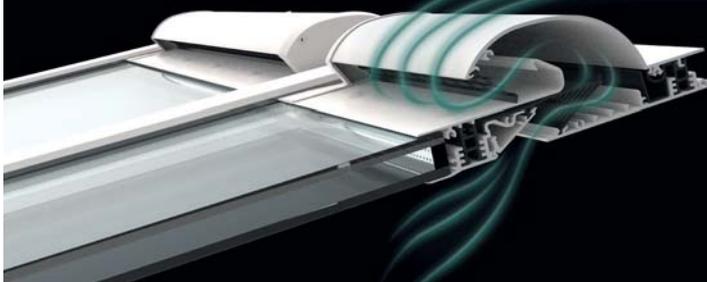
10%
DE REMISE SUR
VOS FENÊTRES

Du 15 mars au 19 avril 2014

ALUMINIER
TECHNAL
FABRICANT INSTALLATEUR AGRÉÉ

Opération commerciale de printemps
des Aluminiers Agréés Technal.

Oxyvent[®], le champion en aérodynamisme



RENSON[®]
Creating healthy spaces



© TIMOFEEV.COM

RENSON[®] official sponsor of the **O.P.O.S**
PRO CYCLING TEAM



- ◀ Solution de ventilation efficace pour une véranda saine et confortable
- ◀ Anti-effraction et anti-insectes
- ◀ Ventiler sans ouvrir les fenêtres
- ◀ Extraire l'air vicié depuis le point le plus haut et le plus chaud de votre véranda

Le nouvel extracteur d'air avec
intégration esthétique dans votre véranda ▶



RENSON[®] SA • Maalbeekstraat 10 • B-8790 Waregem • Tél.: 03 20 65 04 50
Fax: 03 20 65 04 55 • Info@rensonfrance.fr • www.rensonfrance.fr



du 18 au 21 novembre 2014
Paris Porte de Versailles
Hall 1 - Stand D18



25^e convention nationale des Aluminiers Agrés Technal à Rome.

Les Aluminiers bénéficient de nombreuses animations : 4 réunions régionales, 11 réunions commission progrès (marché/produit/logiciel) et comité national, 4 Journées RP-prescripteur (HCup Cardiff, ½ finales TOP 14, Meeting Aérien, Golf), 11 rencontres régionales (thèmes RGE, marquage CE, nouveaux outils aide à la vente) et les Journées nationales des vendeurs MDL (8 et 9 septembre). En point d'orgue, la 25^e Convention s'est tenue cette année à Rome début octobre, regroupant 86 Aluminiers, avec 187 participants. Elle a dévoilé les thèmes forts qui rythmeront l'année 2015 : déploiement du marquage CE « porte sur issue de secours - niveau 1 » et de la qualification RGE, maillage du territoire progressif avec l'ouverture de nouveaux magasins Maisons de Lumière by Technal, organisation de réunions régionales et locales afin de développer de nouvelles thématiques (évolution du référentiel qualité,

indicateurs de performance, optimisation de la mémoire technique) et de renforcer la performance commerciale (pilotage et animation commerciale, séminaire management...), présentation des innovations Technal (véranda esthétique de toiture plate, coulissant d'angle Soleal, système de motorisation, pose ITE...) exposées aux salons Equip'baie 2014 et Batimat 2015. Cette 25^{ème} Convention s'est clôturée par la remise des «Trophées de la Performance» récompensant 6 adhérents : Fab Alu Tec Sarl - trophée région nord-est ; JLR Alu Sarl - trophée région nord-ouest ; Oriel Sas - trophée région sud-est ; Bories Sas - trophée région sud-ouest ; Rey Alu Sarl - trophée qualité ; Juignet Sas - trophée réseau. Les Aluminiers Pro vous attendent sur EquipBaie, **Hall 1 Stand E39**.



22^e Maison de Lumière au NO de Bourges, Filiale de la Miroiterie Gé Jean Diffusion.



L'Appli Technal facilite le travail des Aluminiers Agrés.



Stand Aluminiers Service Pro de Technal, sur EquipBaie.



L'offre Véranda repensée de Technal intègre 2 logiciels de simulation. Tech3D facilite la modélisation d'un projet.

TaHoma® de Somfy

92% de clients satisfaits* !



* Etude réalisée auprès de 626 utilisateurs TaHoma - décembre 2013



TaHoma® de Somfy :
Interface de pilotage de toute la maison.



Vous aussi, faites-en profiter vos clients !

Avec TaHoma, tout peut commencer par un équipement connecté (volets roulants, portail, alarme ou chauffage...) pilotable depuis chez soi ou à distance.

Vous pouvez ensuite étendre ce pilotage à toute la maison au fur et à mesure des besoins de vos clients.

Facile à installer : sans fil, ni câblage, la technologie radio facilite la mise en œuvre et diminue les coûts d'installation, en neuf comme en rénovation.

Evolutif : une évolutivité garantie dès le premier équipement installé, avec les équipements radio Somfy et ceux de nos partenaires (ATLANTIC, CIAT, HONEYWELL, VELUX...).

Intuitif : tellement simple à utiliser que vos clients ne pourront plus s'en passer !



Nouvelle fenêtre Arcad'Lux Exclusive pour Arcades & Baies, avec insert thermique.



Côté marketing, chez **ARCADES & BAIES**, « nous misons sur un accroissement du rythme de nos innovations en proposant des séries limitées, avec des produits répondant à un besoin précis (thermique, sécurité, phonique, etc... », décrypte Amaury Deible, Directeur de l'enseigne. D'où le lancement d'une nouvelle gamme avant les vacances, l'Arcad'Lux Exclusive, qui permet d'atteindre en standard d'excellentes performances thermiques ($Uw < 1,2$), et phoniques (affaiblissement 33db). Cette fenêtre est en effet dotée d'un vitrage 6/18/4 ITR+ argon de base, et, en standard, d'inserts thermiques dans le dormant, d'un warm edge Swisspacer et du ferrage symétrique. La sécurité n'est pas en reste : verrou à renvoi d'angle sécurité, quincaillerie sécurité 6 points d'ancrage et poignée sécuristik... toujours en standard. Côté communication, le réseau était présent en publicité classique sur France 2 autour de Télématin du 13/9 au 15/10, et en rotation sur les replays des émissions La maison France 5, Silence ça pousse et Télématin durant la même période. Le dispositif était complété par des bannières publicitaires sur le site France TV. Le réseau était en opération promotionnelle du 15 septembre au 15 octobre 2014. « Le lancement de la nouvelle gamme de Portes d'entrée début 2014 connaît un très franc succès. Le réseau continue sa croissance, malgré les turbulences économiques ».



ARCADES & BAIES

Les portes d'entrée lancées en 2014 ont du succès chez Arcades & Baies. Ici, modèle alu.



Art & Fenêtres a lancé son nouveau concept de magasin en janvier dernier.



Nouvelle gamme alu Émotion d'Arts & Fenêtres, déclinée en frappe et coulissant (ici).

Chez **ART & FENÊTRES**, Jean-Baptiste Vallet, Animateur Réseau, met en avant 4 temps forts : les 20 ans du réseau, son congrès à Paris et Londres et la présentation d'un concept de magasin Art & Fenêtres en janvier ; le lancement d'Art Design, la 1^{ère} fenêtre composite personnalisable (Uw jusqu'à 0.81), celui de la nouvelle gamme Alu Emotion 2 à la française (Uw jusqu'à 1.3), le lancement d'une nouvelle génération de portails et d'un concept d'harmonisation de portail/porte d'entrée/porte de garage en partenariat avec Aludoor en avril ; les séminaires commerciaux nationaux, le voyage annuel Art & Fenêtres à New York et Miami et la participation à la Foire de Paris en mai ; le lancement de la nouvelle gamme Alu Emotion 2 coulissant (Uw jusqu'à 1.3), d'une 3^{ème} finition extérieure contemporaine sur la gamme mixte Bois/Alu et celui de la fenêtre Alu façon « Atelier » en septembre. En matière de politique marketing/commerciale, les actions n'ont pas non plus manqué : opération -15% sur toute la gamme relayée en TV et sur le web, lancement du nouveau site web et de l'application tactile AF Touch pour les commerciaux en janvier ; opération anniversaire jusqu'à -25 % sur les fenêtres relayée en TV et sur le web en mars ; en mai, lancement du film web Art Design ; en juin, opération Portes Ouvertes et lancement d'Art Design marqué par un nouveau spot TV et



La gamme Art Design bénéficie d'un présentoir valorisant dans les magasins Art & Fenêtres.



Art & Fenêtres a fait campagne pour Art Design à la télévision.



Le concept coordonné de Porte/portail/porte de garage a été lancé par Art & Fenêtres à la Foire de Paris.

Opération commerciale pour le lancement d'Art Design chez Art & Fenêtres en juin.

la livraison de modules d'exposition d'Art Design pour les magasins), et challenge commercial national Art Design ; en septembre/octobre, opération

-15% sur les fenêtres. Un beau programme donc, qui reflète tout le dynamisme d'un réseau qui joue sur tous les tableaux pour soutenir ses adhérents, leur permettre de développer leur activité et donner toujours plus de visibilité à leurs magasins et leur offre produits. La « Art & Fenêtres Touch » gagne encore en notoriété, fondée sur l'innovation différenciante.



Art & Fenêtres a fêté ses 20 ans et tenu son congrès à Londres.

L'harmonie de la menuiserie dans votre maison

DAKO®



- ✓ 20 ans d'expérience
- ✓ Réseau mondial
- ✓ PVC | BOIS | ALU

FENÊTRES | PORTES | VOLETS | PORTES DE GARAGE

EQUIP BAIE
18-21 NOV 2014
Hall 1 | numéro J74

DEVENEZ PARTENAIRE DE DAKO!

Vous y gagnez

- ✓ Un excellent produit de haute qualité
- ✓ Lignes de transport régulières
- ✓ Accès à l'opinion d'experts et possibilité de formation supplémentaire

DAKO USINE DE FENÊTRES

+48 18 449 28 00, export@dako.eu

Consultez notre site www.dako.eu et découvrez notre offre



LA BOUTIQUE DU MENUISIER tire parti de la mise en ligne de son nouveau site Internet le 2 avril dernier, après refonte totale pour offrir un outil plus visuel. Il décline un mini-site Internet pour chaque Boutique, en autogestion. En mars, tous les adhérents ont rencontré à Villefranche de Rouergue, sur le site de Production Castes Industrie, les fournisseurs et prestataires du réseau pour une journée d'échanges et de convivialité. 36 sociétés étaient présentes, 90 % du réseau était là ; au total 260 personnes étaient réunies, se félicite Isabelle Baldassi Mariotto, Chargée de Marketing & Communication de Castes Industrie. En juin, 5 réunions régionales regroupaient pour une journée de travail les Boutiques et les animateurs Castes : 99 % des Boutiques étaient présentes et ont fait preuve de beaucoup d'attention et d'intérêt à échanger ; « mutualiser les expériences pour les Boutiques et pour la tête de réseau c'est être toujours à l'écoute des besoins de ses clients ». En ce mois de novembre est annoncée la sortie du nouveau catalogue de présentation des gammes Mixte, Bois, PVC, Alu, à destination du particulier, le client final des Boutiques.



Site entièrement refondu pour La Boutique du Menuisier.



Les adhérents de La Boutique du Menuisier ont rencontré leurs fournisseurs et prestataires.

CASÉO compte aujourd'hui 64 magasins, grâce à 6 nouvelles ouvertures : Troyes, Mérignac, près de Bordeaux (société Menuiseries Bois d'Aquitaine, 400 m²), Châteaueux près de Gap (400 m²), Villeneuve d'Ascq près de Lille (300 m²), Orléans et Cognac. Distribution de tracts promotionnels (environ 50 000 exemplaires par point de vente pour Mérignac, Châteaueux et Villeneuve d'Ascq), affichage 4 x 3 et spots radio sur des radios locales ont contribué au succès des premiers jours d'opération. 2 nouvelles adhésions ont été enregistrées à Vitrolles et Beauvais et 3 salles d'exposition rénovées dans le réseau, à Aurillac, La Rochelle et Bernay. Guillaume Vandeville, chargé du Développement et de l'Animation du Réseau, met aussi l'accent sur le nouveau catalogue Menuiserie : il compte 144 pages contre 64 pour l'ancien et reprend toutes les familles de produits proposées : fenêtres, portes d'entrée, placards, escaliers... Une newsletter interne a été lancée à destination des poseurs et vendeurs, ces derniers disposant désormais de formations techniques, autre nouveauté de l'année écoulée chez Caséo.



Le nouveau catalogue Caséo prend du poids.



Nouveau showroom Caséo à Villeneuve d'Ascq (59).



Exposition de portes d'entrée au magasin Caséo de Châteaueux (05).



260 adhérents du réseau La Boutique du Menuisier et leurs fournisseurs réunis.

Rejoignez un réseau résolument différent !

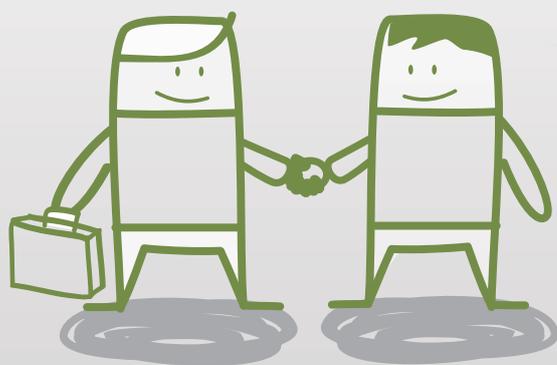


Résolument leader de l'offre multiproduits pour augmenter votre chiffre d'affaires : **stores, pergolas, fenêtres, volets, portes d'entrée, portails et portes de garage.**

Résolument puissant et en pleine croissance pour votre réussite personnelle et professionnelle : profitez de plus de **25 ans d'expérience.**

Résolument collaboratif et participatif car chaque adhérent, indépendant, profite pleinement de l'expertise et de la maîtrise métiers des **100 magasins du réseau.**

Résolument visible grâce à une communication promotionnelle nationale et locale audacieuse : une double présence en **télé et radio en 2014.**



Retrouvez-nous au salon



STAND H.74

Retrouvez les témoignages des nouveaux associés Monsieur Store et découvrez les opportunités d'implantation sur www.reseau-monsieurstore.com ou contactez-nous au **04 76 75 84 30**



Monsieur Store

Optimisez le potentiel de votre maison



STORES - PERGOLAS
FENÊTRES - VOILETS
PORTES - PORTAILS
PORTES DE GARAGE

CHARUEL compte 20 adhérents et 22 points de vente. Le réseau poursuit son maillage territorial pour assurer une proximité maximale entre ces experts du portail et de la clôture et le particulier. Il soigne une offre large de produits fabriqués en France répondant à ses attentes en termes de style et finition, de sécurité et de fiabilité. Le nouveau catalogue s'en fait l'écho au fil de 146 pages illustrées, enrichies de conseils, organisées en 4 chapitres : gamme alu, gamme PVC, gamme mixte et motorisation. 200 modèles à découvrir, dont 14 nouveaux portails et une offre de coordonnées portail/porte de garage/porte d'entrée rendue possible grâce au partenaire du réseau, Vendôme. À noter la proposition de 7 vitrages décoratifs pour compléter la gamme alu, qui peut désormais bénéficier d'un éclairage Led.



Le nouveau catalogue Charuel.

CONCEPT ALU a créé son réseau en mars 2013. Il compte déjà 8 concessionnaires (vendeurs/installateurs) et table sur 10 d'ici fin 2014, annonce Yveline Brosset, Responsable Marketing & Communication. Yoann Arrivée, DG, est en charge du développement de ce jeune réseau qui a mis en place un plan media ambitieux pour accroître sa notoriété auprès du grand public et étendre son maillage à l'ensemble du territoire national. C'est la télévision qui a été choisie, avec une 1^{ère} campagne de 3 semaines en septembre dernier sur des chaînes d'audience nationale : TF1, France 2, France 3 et BFM TV. Deux spots de 11 et 18 secondes ont valorisé les atouts spécifiques d'une gamme innovante en termes de performance thermique et acoustique, d'esthétique et de confort, des oiseaux familiers donnant une touche originale au message. 7 brevets ont été déposés par le concepteur/fabricant depuis le lancement de la marque il y a 25 ans : volet roulant intégré, volet de toiture Lumisol, toiture TR 112 thermo-régulée avec vide d'air de 112 mm, seuil In-Out assurant l'accessibilité de la véranda aux PMR. Les concessionnaires sont séduits par cette



Concept Alu Laurent Isolation à Bréhal (50).

capacité à innover, constate Yveline Brosset, mais aussi par le savoir-faire artisanal, l'esprit convivial et ouvert sur l'humain. Créé pour étendre le marché du fabricant vendéen à toute la France (au-delà du grand Ouest où étaient installées ses agences intégrées), le réseau s'adapte aux points de vente existants des concessionnaires ; ils doivent cependant adopter l'enseigne Concept Alu et exposer au moins 2 de ses modèles de vérandas (tradition et contemporain). Ils participent à 2 séminaires annuels.



Concession Concept Alu EVR Construction à Beauvois en Cambrésis (59).



Concept Alu a mené campagne à la télévision.



DES GRANDES OUVERTURES POUR PLUS DE LIBERTÉ

Le plaisir de réaliser votre rêve avec plus d'espace, de transparence et lumière grâce à la possibilité de dimensionnement hors du commun fusionnant l'intérieur avec l'extérieur participant ainsi à une meilleure qualité de vie. Nos solutions sur mesure ainsi que la mixité des matériaux aluminium ou bois/aluminium allié à la finesse de nos profils permettent de grandes surfaces vitrées. Solarlux un investissement en qualité de vie à long terme.



Pour **CÔTÉ BAIES**, les actions commerciales ont été renforcées pour aider ses adhérents à faire face à une période économiquement perturbée. L'adhésion du plus grand nombre à ces opérations a permis au réseau d'enregistrer d'excellents résultats : les Jours Côté + en mars/avril 2014, et les 15 jours du Design au mois d'octobre. La réunion nationale Côté Baies prévue le 26 octobre en Bourgogne, devait accueillir de nombreux candidats à l'adhésion du réseau, un temps fort donc pour cette structure. Fin septembre, a paru son magazine éponyme, édition 2014-2015, qui déploie sources d'inspiration et solutions sur 108 pages. Le réseau a mené une communication institutionnelle en 2014 dans des magazines B2B et B2C. À noter le travail mené sur l'identité visuelle du showroom avec l'espace conseil Côté Baies. Entièrement dédié au conseil et à la mise en forme des projets clients, il a également vocation de matériau de référence. Échantillons de matières et textures, coupes techniques... permettent au client de comparer, évaluer et choisir en toute connaissance de cause.

Le réseau Les Menuisiers PÉVÉCISTES **DECEUNINCK** a évolué en 2014, tant sur le plan de son identité que sur celui de son offre commerciale. En effet, « nos affiliés nous ont fait part de leur souhait d'élargir l'offre produits et de passer de « spécialistes de la fermeture PVC » à « spécialistes de la rénovation et de l'isolation de l'habitat ». Ceci, en intégrant la commercialisation de produits tels que le bardage, la terrasse, l'isolation des combles pour certains, avec la volonté de proposer une offre multi matériaux PVC, Alu, Bois, résume Christelle Eckert, Responsable Marketing et Communication de Deceuninck SAS. D'un point de vue marketing, cet élargissement de l'offre est une vraie opportunité pour repositionner le réseau, sur le plan identitaire et celui des outils à disposition », se félicite-t-elle. Le logo du réseau a été légèrement modifié, conservant son code coloriel fort : du orange et du vert mais sans la Baseline « Fenêtres, Portes, Volets, Décoration », devenue dans ce contexte trop limitative. La typo est plus aérée. Les catalogues produits sont en cours de refonte, en termes de contenu et de graphisme. Le 1^{er} né est le catalogue Fenêtres : sur 68 pages, s'illustrent l'ensemble des gammes proposées, dont la menuiserie exclusive Belladone. L'année 2014 était rythmée par un calendrier d'opérations promotionnelles nationales, relayées par la distribution massive de prospectus boîtes aux lettres, des annonces presse, et certaines par de l'affichage grand format. Nous préparons 2015 avec le plus vif enthousiasme, persuadés qu'il est primordial de communiquer intensément auprès des consommateurs dans un marché tendu et fortement concurrencé, car très rapidement, « oublier de communiquer, c'est se faire oublier », conclut Christelle Eckert.





STAND J 72

10 BONNES RAISONS DE NOUS REJOINDRE



LA BOUTIQUE DU
MENUISIER

PVC • BOIS • ALU • MIXTE

- 1 LA PUISSANCE D'UN RÉSEAU NATIONAL
- 2 LA CRÉDIBILITÉ D'UN SAVOIR-FAIRE
- 3 LES MOYENS D'ÉVOLUER
- 4 L'OPTIMISATION DES ACHATS
- 5 UNE GAMME COMPLÈTE POUR SE DÉVELOPPER
- 6 COMMUNIQUER AVEC DES OUTILS EFFICACES
- 7 UNE BONNE VISIBILITÉ SUR INTERNET
- 8 DES CAMPAGNES PUB AMBITIEUSES
- 9 LE PARTAGE DES EXPÉRIENCES
- 10 FAIRE PARTIE D'UNE FAMILLE



Plusieurs événements majeurs ont marqué l'évolution du Réseau **DÉCOSTORY** au cours de l'année, note Anne-Sophie Vandaele, Chargée de Communication. Fin 2013, il a célébré ses 25 ans d'existence, en invitant une centaine de personnes à embarquer au pied de la Tour Eiffel pour un dîner d'exception. Puis, en début d'année 2014, s'est tenue la traditionnelle Assemblée Générale au Sénégal avec la réélection de Dominique Germain à la présidence du GIE et de Norbert Ploton en tant qu'administrateur et Responsable de la Commission Communication. Au cours de cet événement, a eu lieu -c'est une nouveauté- une remise de trophées aux fournisseurs, qui se sont particulièrement distingués dans le réseau par leur action et leur appui tant au niveau commercial que marketing. L'année 2014 confirme la croissance nationale de Décostory avec l'intégration de 4 nouveaux membres, ce qui porte à 52 le nombre total d'adhérents. De nombreuses actions commerciales ont été mises en place pour eux, 7 au total cette année, dont deux portes ouvertes. Pendant ces périodes, les membres peuvent bénéficier de tous les outils nécessaires à la communication mis en place par le groupe : flyers, SMS, e-mailing, affiches, annonces presse, 4 x 3, achat de mots-clés afin d'améliorer le référencement de leur site...Un panel d'outils indispensable pour chaque adhérent. Le réseau a organisé la visite d'usines de certains de ses

fournisseurs en juillet dernier dans le cadre des rencontres annuelles du réseau, et renforce sa présence sur les salons professionnels (Aquibat, Artibat et EquipBaie) pour continuer à développer sa notoriété et ainsi recruter de nouveaux adhérents, conclut Anne-Sophie Vandaele. Rendez-vous donc sur EquipBaie, **Hall 1 Stand H72**.



Affichage 4 x 3 du visuel emblématique de la campagne du Label Storiste Agréé Dickson.

Du 31 mars au 6 avril
participez aux journées

PORTES OUVERTES

et gagnez
un Voyage
aux Bahamas
pour 2 personnes*

UN SMARTPHONE
OFFERT
DÈS 1500€ D'ACHAT**

Découvrez la nouvelle collection !

RESEAU
DÉCO
STORY

Opération Portes Ouvertes Décostory
au Printemps 2014.

Le label **STORISTE AGRÉÉ DICKSON®** enregistre 2 événements principaux pour 2014, indique Grégory Lejeune, Responsable Réseaux. La campagne mise en place pour ses adhérents a rencontré un succès plus important que les années précédentes. Elle a été relayée localement par 2 fois plus d'adhérents qu'en 2013 en affichage urbain, mailing papier, insertion presse, jeu concours. Cette année, une campagne Google Adwords d'envergure a été mise en place pour le réseau pendant plusieurs mois : opération personnalisée pour chaque adhérent (personnalisation du message promotionnel et repiquage adresse) et géolocalisée à la zone qu'il souhaitait toucher. Elle a généré un trafic important sur le site internet www.storistesinfos.com. Déclinée en 14 612 messages différents, elle a déclenché 99 493 clics pour plus de 23 millions d'impressions (nombre de fois où le message apparaît auprès du public) : le trafic sur ce site a ainsi plus que triplé pour dépasser le million de pages vues. Le prochain plan d'actions de communication pour 2015 sera présenté à l'ensemble des adhérents dans 5 réunions régionales : le 25 Novembre à Paris, le 26 Novembre à Nantes, le 27 Novembre à Bordeaux, le 9 Décembre à Lyon et le 10 Décembre à Aix-en-Provence.

La principale évolution enregistrée pour **EUROSYSTÈMES** au cours de la dernière année est la création d'un réseau annexe, « type annuaire de professionnels en ligne », le réseau **AUTOMATISME ONLINE**, indique Anne-Lise Thione, Responsable commerciale. L'inscription est gratuite et ne donne pas accès à des services spécifiques ou à des investissements en développement, a contrario du réseau Eurosystemes. Elle permet de mettre en relation des clients internet (consommateurs qui achètent nos produits et cherchent des gens compétents pour les installer) avec des professionnels spécialistes partout en France, et de donner un avant-goût « light » du fonctionnement du réseau en réel.



Logo du réseau Automatismes Online, annexe du réseau Eurosystemes.



Parmi les événements majeurs pour **L'EXPERT FENÊTRE**, Laurence Legros, responsable communication du réseau, évoque d'abord sa nouvelle identité, qui fait davantage place au consommateur : une nouvelle charte graphique est à la disposition des adhérents pour la signalétique de leurs points de vente et véhicules. Le nouveau logo, toujours bleu et ovale, a ainsi bénéficié d'un sérieux rafraîchissement et le mot « L'Expert » a été valorisé. La signature « Et tellement + encore » souligne le fait que chez L'Expert Fenêtre, on ne vend pas que des fenêtres. Une nouvelle segmentation produits est en effet de mise ; le réseau déploie sa gamme à travers 3 univers : Ouvertures/Fermetures (fenêtres, volets, portes d'entrée et de garage), Équipement extérieur (stores, portails et clôtures, pergolas, carports, vérandas) et Aménagement intérieur (stores, portes intérieures, placards, dressings, portes blindées). « L'Expert Fenêtre se positionne comme LE spécialiste de la rénovation pour le particulier, en proposant, à côté des habituels fenêtres/volets/portes, des produits différents comme les pergolas, vérandas, placards et dressings, portes



SWISSPACER QUAND ÉCONOMIES RIMENT AVEC ÉCOLOGIE



SWISSPACER

Engineered in Switzerland



Tôt ou tard, les Bâtiments à Energie Positive deviendront la norme en matière de construction. Grâce aux espaceurs « Warm-Edge » ou « Cool-Edge » **Ultimate de Swisspacer**, les ponts thermiques sont considérablement réduits, ce qui contribue à des économies d'énergie pour le chauffage ou la climatisation.

Ultimate Swisspacer, l'intercalaire le plus performant du marché, est désormais enregistré dans la base CEKAL.

SOLAR DECATHLON 2014
L'Ultimate de Swisspacer a été utilisé dans le projet Philéas de l'équipe « Atlantic challenge ». Le projet a reçu le 1^{er} prix de l'Efficacité Energétique.

Contact : Fabrice Keller
Mobile : 06 70 25 19 50
fabrice.keller@saint-gobain.com

www.swisspacer.com



SAINT-GOBAIN



Mikaël Bouyer, nouveau Directeur-Animateur de l'Expert Fenêtre.

intérieures ou carports. Avec les nouveaux outils, le maître mot est la proximité : outils de prospection ou de boîitage par exemple, pensés avec cet objectif, élément important de réassurance pour le client. En octobre 2013, L'Expert Fenêtre expérimentait un nouveau media, la télévision, avec le sponsoring de la série US Les Experts – « On était presque obligés... » ! L'opération a été renouvelée au printemps 2014 avec France 2 et les émissions Vivement Dimanche et On n'est pas couché. « Le succès a été au rendez-vous, la fréquentation du site internet en témoigne et cette présence au niveau national vient aussi renforcer nos actions en matière de développement ». Un nouveau directeur-animateur, Mikaël Bouyer, remplace Michaël Murzereau et le réseau annonce encore des événements à venir : en novembre, parution du nouveau catalogue avec un concept totalement inédit, et pour 2015, refonte du site internet et maintien de la présence à la télévision.



Point de vente Del Fenêtre, aux nouvelles couleurs de l'Expert Fenêtre.

Les adhérents du réseau **FENÊTRIER VEKA** font partie de nos partenaires, rappelle Nadia Laurent Responsable Communication de Veka. Le leader mondial de l'extrusion de PVC pour système de fenêtres est très présent sur le marché français et l'équipe hexagonale travaille chaque jour à l'évolution des gammes et à la croissance de ses partenaires, avec une attention particulière à la bonne évolution de chacun d'entre eux. Pour 2014, les actions ont été concentrées sur le soutien et le développement de la performance commerciale des points de vente Fenétrier Veka. À commencer par la formation de tous les adhérents au Feebat, pour avoir dès janvier 2015 un réseau intégralement certifié RGE qui puisse faire bénéficier ses clients du crédit d'impôt lié à la transition énergétique. Un accompagnement important des adhérents a également été déployé sur les foires et salons locaux. De nouveaux outils d'aide à la vente ont vu le jour. Des partenariats importants ont été finalisés avec Franfinance et Elcia. Au printemps dernier, une action commerciale originale a été menée avec Somfy, leader de la domotique. « Cet automne, nous aidons les conseillers technico-commerciaux



De nouveaux membres ont rejoint en 2014 le réseau Fenétrier Veka.



Le Responsable de Réseau Fenêtre Veka, Jean-Pierre Fouquet.

du réseau à structurer et réactiver leurs fichiers clients afin de détecter et traiter suites de chantiers et parrainages », annonce Nadia Laurent, qui met encore l'accent sur la présence du réseau cette année sur France 2 avec parrainage de la météo du journal de 20 h. « En ces temps de crise, ce sont là autant d'actions qui participent à la 1^{ère} grande victoire du réseau Fenêtre Veka : nous ne dénombrons aucune défaillance parmi ses membres ; et au-delà, de nouveaux adhérents ont rejoint le réseau en 2014 ».



Le réseau Fenêtre Veka a parrainé la météo du journal de 20 h sur France 2.

DU 17 MARS AU 20 AVRIL 2014

CHEZ FENÊTRIER VEKA. C'EST CADEAU

Jusqu'à **2000 €** de bons cadeaux **somfy** OFFERTS*

Fenêtre Veka

www.fenetreveka.fr

FENÊTRES - PORTES FENÊTRES - PORTES - STORES - VOILETS - PORTAILS - PORTES DE GARAGES

Action Fenêtre Veka/Somfy.

Nouveau L'ouvrant Monobloc

à Haute Efficacité Thermique !

La Technique au service de la performance !

Gammes 60 et 70

- Adaptables à la plupart des profils dormants aluminium et PVC du marché
- Ame isolante haute densité de 56 mm (ouvrant de 60) et 66 mm (ouvrant de 70 mm)
- Triple vitrage feuilleté faiblement émissif
- Collections de modèles classiques, contemporains, moulurés aux couleurs et finitions multiples



* Information sur le niveau d'émissions de substances volatiles dans l'air intérieur présentant un risque de toxicité par inhalation, sur une échelle allant de A+ (très faibles émissions) à C (fortes émissions).



* suivant modèles

THERMIXEL



Tél/Fax : (+33) (0)3 21 77 33 77/79 - E-mail : Contact@volma.fr - www.volma.com

Chez **GAMME BAIE**, l'actualité 2014 a été riche, constate Olivier Guinebaud, Animateur Réseau : nouveau site Web, action commerciale et kit de communication, participation à la Foire de Paris et partenariat avec Rockwool. Ce dernier point était au cœur de la convention nationale tenue en juin, sur le thème « Devenir incontournable et se positionner en expert de l'Éco-Rénovation », grâce donc à un partenariat avec Rockwool, « leader mondial de l'isolation en laine de roche ». Pour lancer le concept, 2 journées de formation étaient proposées aux concessionnaires et partenaires, avec démonstration et utilisation d'une machine de soufflage de laine de roche. L'entreprise La Trécoroise, Concessionnaire à Tréguier (22) est devenue le 1^{er} concessionnaire Gamme Baie / Isocombliste Rockwool. Sur la Foire de Paris, les Ets Demafenêtre et le réseau Gamme Baie ont co-développé un stand de présentation de 40 m² dédié aux solutions portes et fenêtres et aux réponses en matière d'économie d'énergie pour le particulier. Cet évènement d'envergure a permis à l'équipe commerciale de promouvoir auprès des



Les concessionnaires Gamme Baie peuvent devenir Isocomblistes Rockwool.



Offre de rentrée de Gamme Baie.

visiteurs l'importance de fenêtres performantes pour réduire les consommations énergétiques des ménages. Côté Web, le nouveau site du réseau voit son « arborescence optimisée pour le référencement naturel et la prise de contact de prospects qualifiés ». Une présentation claire et hiérarchisée facilite les recherches de l'internaute, qu'il s'agisse de trouver des informations ou de contacter le distributeur proche de chez lui.



Le nouveau site Internet Gamme Baie.

Le positionnement Habitat et Véranda est le nouvel axe de développement pour **GRANDEUR NATURE**, indique Jean-Louis Duribreux, son PDG. Le développement de son offre habitat depuis 2013 est une nouvelle orientation stratégique. Elle repose sur l'idée de proposer une diversification de l'offre produits qui intègre par exemple la menuiserie avec la fenêtre, les produits périphériques avec fermeture, volet, portail, protection solaire. Cette nouvelle stratégie répond à des attentes des adhérents et d'un marché révélateur d'une demande plus globale. « La véranda était, est, et sera toujours notre cœur de métier, élément primordial de notre ADN. Avec l'offre habitat, nous améliorons le service proposé au client final qui peut profiter de solutions clés en main dans un seul point de vente ». Le nouveau logo créé début 2014 reflète ce positionnement et identifie clairement cette stratégie produit. 12 nouveaux partenaires référencés ont rejoint la carte des fournisseurs, la mise en place de l'offre au niveau de l'information, et de la formation sur les produits et les méthodes de vente ayant été réalisée en collaboration étroite avec les adhérents. Une nouvelle stratégie de prospection a été lancée, concrétisée par la 1^{ère} participation du réseau au salon de la Franchise pour trouver de nouveaux profils et concessionnaires. En marge des manifestations « sectorielles » (EquipBaie, Batimat), cette initiative permet de continuer à dynamiser et développer le réseau. Franchise Expo lui a permis d'augmenter sa notoriété et la

La gamme S500 dialogue avec un système évolué, constitué d'un serveur cardin dédié à la connexion 3G/WF par le biais d'appareils et de logiciels pour ordinateurs et smartphones.

LA FONCTIONNALITÉ
S'HABILLE DE SIMPLICITÉ

Le récepteur avec afficheur et fonction 3G permet de gérer à distance (sans distance limite) n'importe quelle installation nécessitant un système de commande via radio (automatisation de fermetures, contrôle d'accès, parkings, etc...). Il trouve sa meilleure application sur des installations avec un grand nombre d'utilisateurs (jusqu'à 3000 émetteurs mémorisables et gérables), et nécessitant de fréquentes mises à jour et modifications de la configuration des codes. La connexion USB permet de se connecter à un terminal. Les touches de programmation et la clarté de l'affichage permettent de l'utiliser aisément dans toutes les modalités prévues.



S504

S508 *

3G/WIFI

SMARTPHONE
VODAFONE + APPS

LOGICIEL CARDIN

PGBASE500

* LE SYSTÈME EST DISPONIBLE ÉGALEMENT DANS LES VERSIONS S449 - S486



Nouvelle charte pour les points de vente Grandeur Nature.



La Véranda Habitat de Grandeur Nature.



Grandeur Nature a exposé pour la 1^{ère} fois sur Franchise Expo.

visibilité de la marque auprès d'une cible potentielle. Ce fut aussi l'occasion de présenter son offre habitat. Grandeur Nature a ainsi créé une véranda-habitat ; tous les produits habitat seront intégrés directement dans les châssis ou sur la véranda : coulissants, frappe, portes, stores, panneaux, garde-corps... À signaler aussi le développement d'une application iPad, une nouvelle commission FRIP, axée sur le développement de la rentabilité des adhérents, la convention en Corse en juin et la prochaine à Londres, et la nouvelle charte des points de vente. Le réseau a accueilli 6 nouveaux adhérents depuis le début de l'année 2014.

Le réseau **GROSFILLEX** a célébré ses 20 ans lors de son congrès en janvier dernier, rappelle Stéphane Gesnel, Responsable développement du Réseau. Ce rendez-vous lyonnais a permis de définir les orientations stratégiques des années à venir, notamment en termes de dynamique commerciale et d'évolutions du marché. « L'offre commerciale, élargie progressivement aux univers produits du groupe, constitue l'une des orientations forte du réseau et la perspective d'une

promesse consommateur différenciante ». La soirée de clôture, organisée dans le cadre festif et convivial de l'Abbaye Paul Bocuse, a mis à l'honneur les concessionnaires historiques et pionniers du réseau, qui ont rejoint la bannière et les valeurs de la marque il y a 20 ans. Le second élément primordial pour le réseau est la dynamique impulsée pour son développement : « Renforcer le développement et l'assistance en amont des ouvertures, tels sont les objectifs ». Sous l'impulsion de Stéphane Gesnel, de nouveaux outils d'accompagnement ont permis de mieux cadrer les projets de création ou de reprise. Dans le cadre d'un processus de sélection redéfini, chaque candidat peut ainsi bénéficier d'un accompagnement complet sur tous les volets de son projet : financement, architecture commerciale, ressources humaines, dynamique commerciale, gestion. Organisée en « promotions » séquencées dans l'année, la formation initiale renforcée accueille ainsi les nouveaux concessionnaires du réseau. Les ouvertures en cours se situent à Nice, Bordeaux, Poitiers, Castres et en Ile de France, dans le département 92. Au total, le réseau affichera 11 nouveaux points de vente en 2014.



Promotion de septembre du stage de formation initiale renforcée proposé par Grosfillex.



Congrès des 20 ans du réseau Grosfillex.



B-TRONIC

Groupe **B**



www.becker-france.com



BECKER
Ensemble tout simplement.

Les réseaux **HABITÉA**, pour l'amélioration énergétique de l'habitat, et **STYLE DE VIE**, pour imaginer les vérandas de demain, développés par Sapa Building System, bénéficient cette année de 3 nouveaux types de soutien, détaille Charles Gaël Chaloyard, Directeur Marketing et Réseaux. Tout d'abord, de nouvelles applications Habitéa et Style de Vie pour tablettes et smartphones qui permettent aux adhérents d'être plus performants dans la vente au particulier et de présenter une offre structurée, avec de nombreuses références. Un atout pour aider le particulier à bien formuler sa demande et être informé de tous les services que peut lui apporter l'adhérent. Fonctionnelles et interactives, ces applications ont été conçues avec et pour les adhérents, leur offrant un service totalement simplifié, personnalisé et adapté aux enjeux du métier, pour une présence renforcée auprès des clients. Grâce à un outil moderne et intelligent, elles permettent également aux équipes commerciales d'adopter des méthodes de vente plus souples et de leur faire gagner en professionnalisme. Pour Habitéa, l'App permet inscription et prise de rendez-vous rapide, présentation des aides financières, simulation énergétique de l'habitat, diagnostic sur mesure, réalisation du devis, suivi en temps réel et validation du projet et présentation des produits Sapa Building System. L'Appli Style de vie ouvre accès à inscription et prise de rendez-vous rapide, mise à jour régulière de photos de l'adhérent et du réseau (plus de 200 réalisations), présentation des produits Sapa Building System, simulation d'aménagements intérieur/extérieur, diagnostic sur mesure, réalisation du devis, suivi en temps réel et validation du projet. Autre appui de taille, le véritable Coaching qu'apportent les animateurs réseau aux chefs d'entreprise qu'ils visitent ! Un vaste plan d'audit de tous les adhérents a été lancé, avec un plan d'action à 3 ans pour les faire progresser dans tous les domaines de leur entreprise et les rendre plus compétitifs : dynamique commerciale, aménagement de show room, formation des vendeurs et poseurs, actions de communication... Sur ce registre, ils disposent de films pour faire de la publicité dans les cinémas : « Conçu pour s'insérer dans les publicités avant les bandes annonces, ce film personnalisé par adhérent a été vu dans plus d'un cinquantaine de cinéma en Mai et juin 2014 », indique Charles Gaël Chaloyard.



Film de cinéma personnalisable pour chaque adhérent Style de Vie.



Page d'accueil de l'Appli développée pour Habitéa.



Page menuiserie de l'Appli Habitéa.



L'Appli Style de Vie permet aux adhérents de faciliter la concrétisation du rêve de leur client.

EXCLUSIVE PORTES D'ENTRÉE EN ALUMINIUM

avec le panneau
recouvrant à deux faces
avec la valeur U_b à partir de

0.67
W/m²K

pour les plus exigeants.

Créées avec la sensibilité
pour sécurité,
esthétique
et confort.

Créées pour vous.



Pour en savoir plus
www.inotherm.fr

INOTHERM



AA 221



AA 225



AA 233



AA 215



AA 223

Rendez-nous visite à la foire internationale



à Paris, du 18 - 21 nov. 2014, H1/stand G55



Guide Conseil Homega : « Votre satisfaction sur mesure ».

Une opération d'automne, renouvelant celle menée au printemps, a mis en avant la menuiserie extérieure chez **HOMEGA**. Sur le registre du sur-mesure à moindre coût, pour des produits PVC ou Alu à prix exclusifs négociés par la centrale d'achats, elle permettait d'inclure de nombreuses options sans aucune plus-value. Une façon pour Homega, rattaché à la centrale Alteral Menuiseries (165 points de vente, 40 M€ d'achats annuels) de prouver son expertise dans le domaine de la fenêtre et de la porte d'entrée. Le Guide 2014 traduit la promesse forte faite aux clients de sur-mesure à prix abordables, et reflète en 140 pages un savoir-faire qui s'étend à divers domaines : menuiserie extérieure (fenêtres, portes d'entrée, portes de garage, portails), menuiserie intérieure (blocs portes, placards), revêtement de sol (parquets, stratifiés et contrecollés), lambris, bois extérieur (lames de terrasse, pergolas), cuisine... La société Zabal Menuiserie à Hasparren (Bayonne), fondée et dirigée par M. Serge Haramboure, a rejoint le réseau en début d'année et LMC Menuiserie à Cestas (Bordeaux), fondée et dirigée par M. Leroy, M. Courreges et Mme Marcou l'a rejoint en septembre.

INITIAL, le réseau des Industriels spécialistes de la fabrication de menuiseries en aluminium prêtes à la pose, uniquement pour le professionnel, a rempli depuis 2008 ses objectifs de départ, assurer une couverture nationale. Il bénéficie pour progresser globalement d'un marché de la rénovation encore dynamique, constate Bertrand Lafaye, Responsable Marketing Communication Sud Europe de Kawneer France, et d'une offre large de produits et solutions. Au-delà des gammes de fenêtres, portes et coulissants alu, elle s'est ouverte aux gammes Kawneer de BSO,

garde-corps, portails, volets battants et coulissants, toujours en prêt-à-poser. Cette offre, qui va s'étendre à certains modèles de véranda, constitue un éventail de solutions techniques pour répondre à toutes exigences de performance énergétique, dimensions, types de pose et d'application en habitat individuel et collectif -avec Essentiel et son nouvel ouvrant visible-, maisons d'architecte ou promotion immobilière, mais aussi en tertiaire. Leur argument est d'être spécialistes de la menuiserie alu, la concentration sur un matériau engendrant une expertise source de solutions pointues. En termes de marketing, les outils d'aide à la vente sont soignés : magazine Tendances, qui adapte la présentation de l'offre au grand public, mallette d'échantillons, aide à la conception et l'aménagement du showroom, outils de signalétique (magasin et véhicule), documents spécifiques pour échanger avec architectes ou promoteurs, outil d'aide à la décision et au choix sur le site Internet menuiserie-alu-initial.com. Il offre un accès privilège aux pros, proposant documentation, conseils techniques et bons de commande. Initial est un réseau qui ne connaît pas la crise comme d'autres, conclut Bertrand Lafaye.



Site Initial : accès au particulier et espace privilège pour les professionnels



Le coulissant d'angle à galandage fait partie de l'offre Initial.



Initial, un réseau de fabrication de menuiseries prêtes à poser pour les professionnels.

**NE LAISSEZ PAS L'HIVER
RUINER VOS ÉCONOMIES !**
TRIPLE VITRAGE OFFERT* + VOS FENÊTRES OFFERTES**

DU 01.09 AU 31.10.2014
**C'EST LE MOMENT DE
CUMULER LES AVANTAGES !**

TRIPLE VITRAGE SOLAR*
AU PRIX DU DOUBLE*

**COUP DOUBLE
AVEC INTERNORM!**

VOS NOUVELLES FENÊTRES
+ LA POSE OFFERTES**

Promotion Coup double d'Internorm.

Le savoir faire industriel, la qualité de production, la fiabilité de livraison et les constantes innovations depuis plus de 80 ans d'**INTERNORM** représentent les principaux atouts de la marque et de son réseau. La différenciation technologique et technique sur le terrain par rapport à la concurrence offre au réseau un positionnement unique. Depuis le début de l'année, environ 10 distributeurs ont rejoint le réseau Internorm France. « Malgré la conjoncture, le réseau et plus particulièrement le réseau des distributeurs pilotes est en pleine croissance » déclare Maxime Picard, son Responsable : les adhésions augmentent et le choix de devenir pilote est de plus en plus présent parmi les distributeurs qui remarquent la croissance supérieure des entreprises ayant fait le choix de s'adosser exclusivement à la marque Internorm. Sa « démarche révolutionnaire » permet aux distributeurs d'avoir un développement rapide et durable de leur activité : contrairement à la logique réseau, ils ne payent aucune redevance mais bénéficient d'un bonus annuel pour mener à bien leurs actions marketing et communication. À l'accompagnement personnalisé se sont ajoutés différents outils d'aide à la vente, des campagnes nationales de promotion, un challenge commercial réseau et des jeux-concours pour les clients finaux. À retenir, les opérations nationales Promo Coup Double proposant le cumul de 2 avantages bénéfiques pour le réseau en termes de projets et de nouveaux clients : pour le printemps, triple vitrage au prix du double et PVC décor intérieur au prix du PVC blanc lisse ; pour la rentrée triple vitrage offert + vos fenêtres et leur pose offertes. Les nouveaux locaux d'Internorm représentent aussi une évolution majeure pour le réseau : ils comprennent des bureaux pour accueillir les 28 collaborateurs de la société et un showroom de 300 m² où sont disposés tous les produits : les distributeurs en profitent pour inviter leurs clients (particuliers et architectes) à venir les découvrir. 2 salles de formation permettent de recevoir les distributeurs

TROCAL[®]
modern' architecture



L'ART DE CRÉER LA DIFFÉRENCE



- » Une gamme complète, haute en couleurs, à forte valeur ajoutée, donnant la possibilité de créer de grandes ouvertures.
- » 2 gammes de profilés de 70 mm adaptées au marché français :
- » e.XCLUSIVE : des profilés PVC multichambres, à double joint de frappe.
- » InnoNova : des profilés PVC multichambres à joint central offrant la possibilité de rajouter un troisième joint.
- » Performances thermiques et acoustiques répondant aux plus hautes exigences.
- » L'offre couleur, la plus large du marché : capotage aluminium, plaxage, coextrusion, teinté dans la masse.
- » En avance sur leur temps depuis 10 ans, les profilés à base de matière greenline[®] sont 100% recyclables.

**FENÊTRES
PVC**
Performance Vision Confort

greenline

www.trocal.fr



Internorm développe son réseau pour accroître la proximité clients.

tout au long de l'année. Disposant de son propre centre de formation agréé, Internorm réalise plusieurs formations par mois sur les techniques de vente, produits, logiciels utilisés... Une partie dépôt permet également de réaliser les formations techniques pour les distributeurs avec le maniement de certains échantillons ou produits. Fin septembre, une formation prospection-vente animée par Maxime Picard était organisée au Mans pour l'ensemble du réseau. Internorm se place au plus près de ses distributeurs en leur proposant toujours de nouveaux outils pour avancer avec la marque qui compte près de 195 membres dans son réseau dont 20 constructeurs de maisons individuelles hautes performances, 25 distributeurs pilotes en place et une dizaine de projets pour le second semestre 2014.



Maxime Picard, Responsable du réseau Internorm.



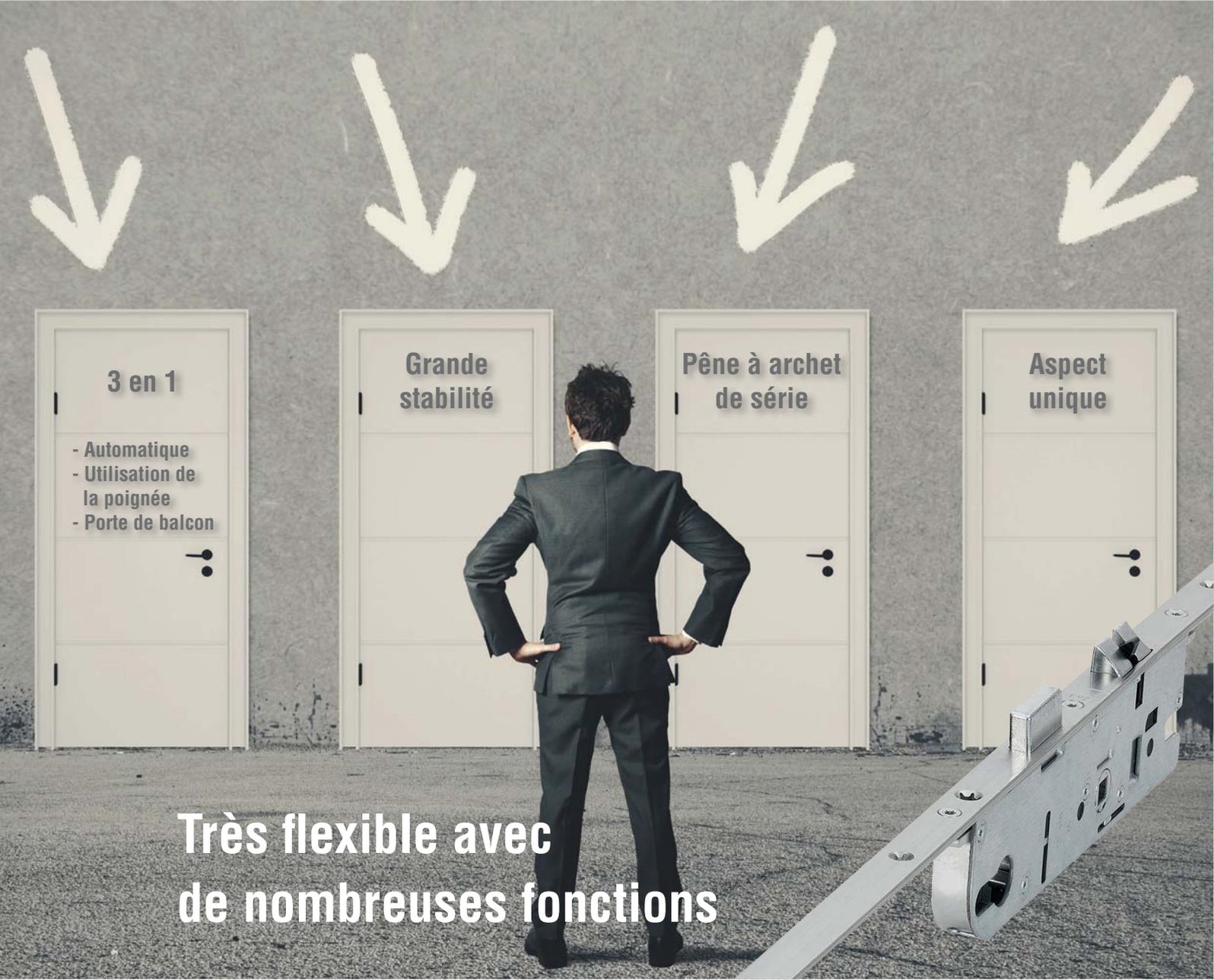
Magasin d'un distributeur pilote Internorm, Surgères Menuiseries.



Point de vente Isofrance Fenêtres d'Angoulême.

L'élément significatif pour **ISOFRANCE FENÊTRES**, c'est le développement de notre réseau qui s'est accéléré depuis 1 an, constate Alexandre Martins, du Service Communication et Marketing : depuis janvier, 9 nouvelles signatures de contrats de concession. Les 8^e et 9^e signataires sont M.Tribot qui a concrétisé son entrée dans le réseau pour ouvrir son point de vente en Charente, à Angoulême (16), et Mme Mollot et son équipe qui ont, eux, choisi d'ouvrir leur concession à Le Mée-sur-Seine (77). Le catalogue 2014 développe l'offre produits et services du réseau sur 70 pages, dans un style épuré, animé par une riche iconographie. Des photographies mettent en scène des réalisations. Côté animations commerciales, les Journées consommateurs du printemps ont proposé une promotion de 20% sur l'ensemble des produits de menuiserie.

Le réseau des Partenaires certifiés **JANNEAU** bénéficie d'une écoute attentive, et leur voix est prise en compte pour le développement des produits et services, confirme le nouveau Directeur Général du groupe, Jean-Luc Mastikian. Cela, via la Convention annuelle et d'autres réunions. Un accompagnement personnalisé est apporté sur la communication : définition des moyens, du budget et du plan de communication pour augmenter le trafic et les prospects. Une intensification de la recherche de contacts est ainsi menée via l'augmentation de l'investissement des campagnes Adwords. Les événements majeurs du réseau en 2014 ont été la 11^{ème} Convention au Radisson Blue à Nantes, qui a réuni plus de 150 personnes. Ce fut en particulier l'occasion de visiter le site de St Germain-sur-Moine. Une découverte pour la plupart des Partenaires qui rencontrèrent ainsi les représentants de 3 univers-métiers : collaborateurs des bureaux d'étude, techniciens d'usine et commerciaux. Un partage d'expertise enrichissant, offrant une vision globale, de la création du produit en laboratoire au travail de pose. Le PCJ Web News comptait 229 inscrits en



Très flexible avec de nombreuses fonctions

Un programme de serrures de portes flexible, qui peut être utilisé sur les portes d'entrées, les portes de service ou les portes balcon, personnalisable grâce aux fonctions : automatique ou mécanique.

Serrure de porte G-TA – Automatique à relevage de béquille

- 3 en 1 – Serrure de porte automatique, relevage de béquille et serrure de porte balcon en un seul produit
- Pêne demi-tour MACO monté de série
- Grande stabilité grâce à une tête de 3 mm
- Lors de la manœuvre manuelle : force de manœuvre aisée de la poignée grâce à une construction optimisée du boîtier de serrure ⇒ fermeture silencieuse
- Grâce aux galets de sécurité i-S, elle répond aux exigences de sécurité les plus élevées (RC2 selon norme EN1627 – 30)
- Prise profonde des galets de sécurité i-S dans les gâches – course 20mm
- Parfaite esthétique grâce à la tête décalée Maco

Autres points forts de la gamme PROTECT

- Serrure de porte automatique manœuvre au cylindre Z-TA Serrure automatique 3 pènes / Confort
- Z-TS/G-TS Modul

De plus amples informations sur les autres points forts de la gamme PROTECT vous seront communiqués auprès de votre conseiller

La Technologie qui évolue

MACO Ferrures Sarl
serrure-automatique.maco.fr

Scan for more Info 





Les Partenaires Certifiés Janneau ont tenu leur 11^e convention nationale à Nantes.

début d'année, confirmant le succès de cette plateforme interactive qui donne accès à la base documentaire PCJ Web Docs. De nouvelles formations sont proposées aux Partenaires : gérer ses actions commerciales/prospecter par téléphone/relancer ses devis, sachant que l'École de Vente Janneau est devenue diplômante. Sur ce registre, il faut saluer le fait que pour donner plus de lisibilité à son offre et confirmer la qualité de l'installation de ses ouvertures, tous les Partenaires Certifiés Janneau disposent dorénavant de la mention RGE pour une durée de 4 ans, avec un contrôle annuel de la qualité de leurs prestations. Le recrutement de nouveaux partenaires se concentre sur la bande Sud de la ligne Bordeaux/Clermont/Grenoble. En mai, Habitat & Bâtiment avait choisi de rejoindre les PCJ auquel il apporte la force de ses 2 enseignes, à Toulouse et Montauban. Spécialisée dans l'amélioration de l'habitat à destination des particuliers (menuiseries, volets roulants, vérandas, portails, stores,...), cette entreprise créée en 1986 par Henri Benezet dispose d'un tout récent hall d'exposition de 1 000 m².

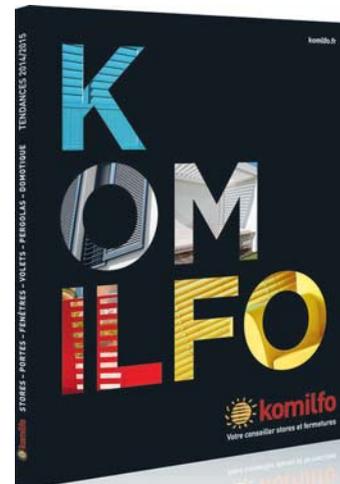


Habitat et Bâtiment, nouveau partenaire certifié Janneau à Toulouse et Montauban.



Concept de show-room signé Brio Retail pour Komiflo : SAS Gilles Stepczak à Dole.

Chez **KOMIFLO**, l'accent est mis sur la nouvelle stratégie de marque, l'engagement du réseau dans la Route du Rhum et les résultats de la dernière assemblée générale, avec la présentation des nouveaux membres. Pour se différencier, le réseau a opté pour un nouveau territoire de communication, un nouveau catalogue et le lancement de son concept showroom magasin. 3 mots d'ordre régissent sa communication : séduire, impacter, se différencier et la cible privilégiée est la femme à travers des signes graphiques identitaires forts -prépondérance de la féminité, choix de couleur évoquant la douceur, mises en scène élégantes- outre la toujours grande attention portée à la qualité, au professionnalisme, à la confiance et à l'esthétique. Le nouveau catalogue entend « créer l'envie ». En 150 pages (1/3 de plus que le précédent), sa présentation élégante positionne la marque sur le moyen/haut de gamme. Chaque métier est identifié par un code couleur, les adhérents y sont valorisés, en particulier par la présentation de leurs plus beaux chantiers. Le concept unique de showroom contribue à cette stratégie de marque. Réalisé par le cabinet d'architecture intérieure Brio Retail, il met en valeur l'offre, le savoir-faire, l'expérience, la force d'un réseau d'indépendants, en conciliant élégance et fonctionnalité. Il s'adapte à toutes les configurations de magasins (de 40 à 800 m²) et favorise le contact du client avec la marque dès la vitrine, puis à l'intérieur, à travers le parcours découvertes et le « cœur client », espace d'échange. La dernière Assemblée Générale a permis de dresser un bilan positif pour le 1^{er} semestre et de conforter les ambitions : objectif d'Antoine Le Poulichet, son Directeur, « être un accélérateur de croissance ». Pour cela, une offre de plus de 10 000 produits, des services et la poursuite du développement avec 8 nouveaux points de vente enregistrés.



Nouveau catalogue Komiflo, incarnation de sa nouvelle stratégie de marque.



Le trimaran Komilfo portera les valeurs de simplicité, respect, engagement et goût du challenge dans la 10^e Route du Rhum.

L'image du réseau sera portée par le trimaran de Julien Mabit qui prend part à la 10^e Route du Rhum, au nom et sous les couleurs de Komilfo. Un challenge suivi par tous les adhérents via les réseaux sociaux !

Pour **LORENOVE**, l'événement marketing majeur de cette année a été la nouvelle communication "I Love LORENOVE". Elle est fondée sur la volonté de nouer une relation de confiance toujours plus forte et durable avec ses clients et de leur proposer des produits et services à la hauteur de leurs exigences, pour les entendre dire « I LOVE LORENOVE »! Cette communication est soulignée par une nouvelle identité musicale tendance, avec le morceau discohouse Pheeva ! du DJ écossais Go Go Bizkitt, et s'accompagne d'une nouvelle charte graphique entièrement repensée, plus dynamique et moderne. Elle s'est illustrée une 1^{ère} fois pour l'opération de printemps « Les 30 Jours Conseil » et de nouveau pour l'opération spéciale de rentrée, « Les journées 100% Made in France ». Elle met à l'honneur les trois piliers fondamentaux de la démarche commerciale chez Lorenove : l'expertise des conseils de ses technico-commerciaux, la qualité de produits de fabrication française et certifiés et le savoir-faire reconnu et soigné d'installateurs qualifiés. Cette action



Portail battant & coulissant



Store, volet battant & coulissant



Porte automatique

FAAC : UN INDUSTRIEL PARTENAIRE DE LA MOTORISATION DE FERMETURE

INNOVATION . À la pointe de la technologie hydraulique ou électromécanique, FAAC met son savoir-faire à la disposition de fabricants pour concevoir et développer des systèmes d'intégration.

ACCOMPAGNEMENT . Une équipe commerciale et technique au quotidien présente pour les professionnels de l'installation : conseils, préconisation, service après-vente.

FORMATION . En tant que centre de formation, FAAC vous propose de mieux connaître ses différentes gammes d'un point de vue technique.
Paris, Lyon ou Bordeaux : choisissez votre programme et vos dates sur www.faac.fr.



www.faac.fr

Retrouvez en un clic toutes les infos utiles :

planning des formations, documentations, notices techniques, etc.

FAAC

Simply automatic.

commerciale a connu un temps fort du 22 septembre au 05 octobre avec une campagne TV institutionnelle 100 % BFM TV (105 spots), misant sur une très forte répétition sur 12 jours entre 6h20 et 22h00, et une campagne radio sur RMC et Europe 1 (130 diffusions au total) avec l'intervention de Julie le matin, pour annoncer les Portes Ouvertes du 26 au 29 Septembre. Cette médiatisation a été accompagnée d'une campagne web sur le site institutionnel, Google et les réseaux sociaux et relayée sur l'ensemble du territoire via des supports de communication locaux : affichages, kakémonos, parutions presse, radios locales...

LA POSE DE VOTRE FENÊTRE À 1€!
du 15 SEPT au 11 OCT 2014

Fenêtres **LORENOVE** LA POSE À **1€** PAR FENÊTRE J'en Profite!
Devis Gratuit et Sans Engagement

Lorenove mise sur la qualité et le savoir-faire.

I LOVE LORENOVE

Nouvelle communication «I Love LORENOVE».

Les **MENUISIERS CERTIFIÉS PROFILS SYSTÈMES** ont tenu leur commission annuelle fin septembre à Perpignan. Ils furent reçus par toute l'équipe de la société Abel Alu. La 1^{ère} journée de réunion fut consacrée à la stratégie du label et au marketing avec la présentation en avant-première de la nouvelle Appli tablette de Profils Systèmes qui sera lancée sur le salon EquipBaie. Olivier Abel, PDG de la société Abel Alu, a ensuite fait visiter son showroom nouveau concept et partagé son expérience. Le lendemain fut consacré à une journée de présentation des nouveautés produits en avant-première du salon, au bilan de la campagne 2014, aux objectifs 2015 et à la présentation de nouveaux produits du fournisseur Marchal. Le vote du challenge photos 2014 a conclu la journée, récompensant, parmi 37, les



La Société Saint Martin Aluminium (PDG Laurent Pascal) du réseau des Menuisiers Certifiés Profils Systèmes dispose du Label fenêtre.

meilleures réalisations de l'année en partenariat avec Akzo Nobel. Les gagnants sont : Catégorie 1 Fenêtre et baie Boreal; Catégorie 2 Portail & clôture, Volet, Garde-corps et barrière de piscine Pascal Menuiserie ; Catégorie 3 Véranda Coladis ; Catégorie 4 Façade et tertiaire Abel Alu ; Catégorie 5 Toiture BSO & Pergola, Fillonneau. Le réseau avait au début du mois de septembre découvert le nouveau book photos 2014, à découvrir sur le site de Profils Systèmes.

Événement important cette année, la création du nouveau Label Fabricant Certifié qui vise la professionnalisation, la qualité et la différenciation du métier et des produits Profils Systèmes face à la concurrence étrangère. Le Label « Fabricants Certifiés », présenté en avant-première à Artibat, est destiné à ses clients qui possèdent une unité de fabrication sans pose directe, et qui vendent sous la marque Profils Systèmes.



Logo des Fabricants Certifiés Profils Systèmes.



Meilleures réalisations de l'année des Menuisiers Certifiés Profils Systèmes..



Les gagnants du Challenge photo 2014.



FLO, LE SPÉCIALISTE DES VOIETS ROULANTS ET PORTES DE GARAGE.

www.flo-fermetures.fr



VOIETS ROULANTS

PORTES DE GARAGE

PROTECTIONS SOLAIRES

MOUSTIQUAIRES



VENEZ NOUS RENCONTRER...



PARIS
PORTE DE VERSAILLES
18 AU 20 NOV. 2014
HALL 1 - S 85

... & DÉCOUVREZ NOTRE RÉSEAU D'INSTALLATEURS WALI'S

FAITES COMME EUX, REJOIGNEZ-NOUS

Wali's c'est **85 installateurs en 2014** dans toute la France. Réseau National d'Experts, Wali's propose un large panel de produits dans les solutions de fermetures et garantit un savoir-faire d'exception dans la réalisation et conception de ses produits.



www.walis.fr





Les Fabricants Certifiés de Profils Systèmes ont tenu leur 1^{ère} commission.

Leur 1^{ère} commission s'est tenue les 11 et 12 septembre 2014 à Saint Martin de Valgagues (30). Stratégie du label, plan de communication, évolutions produits & Label Fenêtre y ont été abordés et Laurent Pascal, PDG de la société Saint Martin Aluminium, récemment labellisé Label Fenêtre, a fait visiter son usine de Saint Martin de Valgagues. Côté communication, Profils Systèmes et ses réseaux sont revenus sur TF1 avec une nouvelle campagne publicitaire du 29 septembre au 26 octobre 2014. Après le sponsoring de « Sept à Huit », Profils Systèmes et les labels des Menuisiers Certifiés et Fabricants Certifiés ont sponsorisé les séries U.S du lundi, mercredi, jeudi et samedi soir, en 2^{ème} partie de soirée, sous forme de billboards de 6 secondes, en "pré" et "post-générique", avec 84 présences à l'antenne.



Les Menuisiers Certifiés Profils Systèmes ont été reçus chez Abel Alu.



Commission des Menuisiers Certifiés Profils Systèmes.

MONSIEUR STORE a tenu son Forum Métiers en février dernier. L'occasion de découvrir le nouveau Guide des Solutions, de suivre des formations de l'organisme B. Flower et de mettre en avant 3 gammes de produits entièrement revues. Les équipes du réseau ont pu y être initiées pour se préparer aux Portes Ouvertes de printemps. Philippe Valette, Directeur d'enseigne, a présenté le logiciel de base de données AGT, une nouvelle messagerie et le nouvel Intranet. Parmi les outils d'aide au choix, outre le Guide des Solutions, figurent 8 fascicules mono-produit et une plaquette Enseigne. Côté promotion, Portes Ouvertes et Jours Anniversaire ont été soutenus sur les ondes radio : spots sur RTL, Europe 1, RMC, Rire et Chansons, Nostalgie, Radio Classique. Monsieur Store a aussi parrainé Télé Matin sur France 2 en avril et mené des opérations de fidélisation (visite de chaque client final par son Monsieur Store). Des actions thématiques étaient par ailleurs proposées aux associés, à organiser en fonction de leurs besoins propres. Monsieur Store sera sur EquipBaie pour poursuivre le développement de son réseau ! Rendez-vous sur le **stand H74** de 27 m², pour découvrir toutes les raisons de rejoindre le réseau.



Forum des Métiers, événement clé pour Monsieur Store.

Le vitrage idéal pour le marché résidentiel

The logo for AGC, featuring the letters 'AGC' in a bold, blue, sans-serif font. A small red and white graphic element is positioned between the 'A' and 'G'.

GLASS UNLIMITED

IPLUS TWIN TOP, LE VERRE BICOUCHE CERTIFIÉ, CONÇU POUR LE RÉSIDENTIEL

Grâce à une couche peu émissive appliquée en position 3 et une couche pyrolytique appliquée en position 4, ce verre certifié assure le meilleur de l'isolation thermique (U_g de $1.0 \text{ W}/(\text{m}^2 \cdot \text{K})$) pour une transmission lumineuse élevée ($TL = 76\%$) et des apports solaires optimisés ($FS = 61\%$). Economies d'énergie et confort optimal !



Menuisier Conseil - Les Zelles a obtenu le label Origine France Garantie.

Pour le réseau **MENUISIER CONSEIL**, marque du groupe **LES ZELLES** destinée au particulier (300 professionnels de la menuiserie, répartis sur toute la France, avec un CA 2013 de 77 M€), sont développées des actions individuelles sur mesure pour apporter soutien et accompagnement adaptés aux besoins et problématiques propres à chaque client. « Certains d'entre eux ont besoin de beaucoup de soutien, d'autres d'un simple coup de pouce. C'est pourquoi nous devons sans cesse nous adapter, être plus à l'écoute... remarque Jonathan Guéribout, Assistant marketing. Nos clients, une fois les premières appréhensions passées, adhèrent à ce fonctionnement et constatent rapidement les effets positifs sur les ventes ». Exemple d'action proposée, l'opération Confort menée en septembre/octobre. Menuisier Conseil est le 1^{er} fabricant français à obtenir la certification Origine France Garantie pour ses menuiseries PVC et Alu, qui valorise la production industrielle réalisée en France. L'étude réalisée par le Bureau Veritas Certification a mis en exergue d'excellents résultats : jusqu'à 90 % du prix de revient unitaire est acquis en France pour les produits PVC et

jusqu'à 70 % pour l'aluminium. Cette certification intervient après une étude des étapes de fabrication des menuiseries et fermetures, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la sortie de l'usine. La certification Origine France Garantie est l'initiative de l'association Pro France.

En 2014, **OCÉANE** s'est avant tout distingué par un fort dynamisme, note David Taveira, Directeur commercial et marketing de Poitou Menuiseries et Sermat Aluminium : « Pour preuve, la signature d'un nouveau partenariat tous les mois, de surcroît dans des zones géographiques où nous n'étions pas présents ». Et de préciser les 3 raisons principales ayant permis ce « développement régulier et fort » : le renforcement du plan de référencement avec l'arrivée de 7 nouveaux fournisseurs dont 4 de services transversaux -services juridiques, cabinet de recrutement, cabinet de formation, partenaire C2E ; l'intensification de la participation des Partenaires à la stratégie du réseau et aux prises de décisions liées à l'opérationnel ; la poursuite des actions d'accompagnement des adhérents via des actions ciblées de communication et du conseil -plan d'actions et de communication annuel. 7 actions de communication sont désormais proposées par an aux adhérents : « Nous sommes très attentifs à l'efficacité de ces opérations et à leurs retombées au profit de nos magasins ». Les opérations Portes Ouvertes 2013 ont généré plusieurs dizaines de contacts en moyenne. « Dans un contexte aussi concurrentiel et anxiogène pour tous les acteurs du marché, pouvoir compter sur une tête de réseau qui vous accompagne, vous appuie, vous conseille, et même vous challenge est un atout majeur. Océane s'inscrit dans cette logique et cherche donc sans cesse à faciliter le développement de ses Partenaires."



Ouvertures d'une vie à Muret (31), l'un des 7 nouveaux magasins du réseau Océane en 2014.

Opération Confort
DU 15 SEPTEMBRE AU 12 OCTOBRE 2014

-15% FENÊTRES ET PORTES PVC**

Des économies qui me font faire des économies.

- ▶ DEVIS GRATUIT
- ▶ TVA RÉDUITE*
- ▶ ÉLIGIBLE AU CRÉDIT D'IMPÔT*

MENUISIER - CONSEIL
Opération Confort du réseau Menuisier Conseil - Les Zelles.

TVA 5,5% **FENÊTRES ULTRA ISOLANTES**

Océane
LE RESEAU DES MENUISIERES

-15%
DÈS LE 1^{ER} PRODUIT

PORTES OUVERTES
22 AU 27 SEPT

MESMIN MENUISERIE • 05 55 25 15 10
Z.I. de Bridal • Av. de l'Industrie • 19130 OBJAT

Affiche des Portes Ouvertes organisées par Océane.

Chez **POINT FORT FICHET**, l'équilibre du logo a été retravaillé entre "Point Fort" et "Fichet", pour renforcer la visibilité de la marque. Enfin, des formes plus arrondies et un ton vert anis confèrent au nouveau logo plus de lisibilité et une touche très contemporaine, qui garantit une identification rapide et immédiate de la marque. Les enseignes ont aussi été repensées à travers de nouveaux choix graphiques. La déclinaison d'une nouvelle charte souligne la capacité du groupe à innover. En 2013, 5 enseignes test avaient été lancées. Légèrement modifiées, puis définitivement validées, elles sont désormais en cours de déploiement sur l'ensemble du territoire, avec pour objectif la finalisation des chantiers d'ici mars 2015.

Point Fort Fichet Open Fenêtres, Le Vesinet : nouveau logo et nouvelle enseigne.



PORTALISA segmente son offre commerciale et a créé son site complémentaire www.PortalisaPro.fr de 30 spécialistes de l'installation des portes, portails et automatismes pour les professionnels. Il développe un partenariat avec des fabricants et des prestataires sélectionnés pour leur savoir-faire, pour la qualité et la fiabilité de leurs produits et de leurs services ainsi que pour leur respect des engagements et des délais de livraison. PortalisaPro signe des réalisations pour maisons individuelles, logements collectifs et à usage tertiaire, piscines ou équipement pour la Police Nationale.

DESIGN, ISOLATION, SÉCURITÉ, CONFORT... VOS FENÊTRES ET PORTES DISPONIBLES SEULEMENT CHEZ «ARCADES & BAIES»

LE RÉSEAU

PARTOUT EN FRANCE

DE MAGASINS INDÉPENDANTS

FENÊTRES . PORTES . VOILETS

Vous aussi, rejoignez les Partenaires Agréés Arcades & Baies. Ne renoncez ni à votre identité, ni à votre indépendance. **RESTEZ LE PATRON CHEZ VOUS !**



POUR RÉUSSIR, VOUS AVEZ BESOIN DE BIEN PLUS QUE DES PRODUITS PERFORMANTS

- > OUTILS MARKETING ET D' AIDE À LA VENTE
- > ANIMATIONS MAGASIN, P.L.V.
- > COMMUNICATION NATIONALE T.V. ET PRESSE
- > FORMATIONS, ÉCHANGES, PARTAGE...

» RENCONTRONS NOUS AU SALON ÉQUIP'BAIE PARIS 18-21 NOV 2014 - STAND E47 - HALL 1

Toutes les infos sur www.arcadesetbaies.com



Mail : info@arcadesetbaies.com / Fax : 02 51 51 35 14
Web : www.arcadesetbaies.com / «devenir partenaire»





Show-room Renson Ambassadeur.

Le réseau **RENSON AMBASSADEURS** continue de s'étendre pour atteindre une bonne répartition nationale. Renson s'efforce d'organiser une convention annuelle au siège social et a mis au point cette année un 'merchandising tour' parmi tous les ambassadeurs actuels. Les showrooms ont été équipés de tout nouveau matériel point de vente comme des bâches, des autocollants, des échantillons, des brochures...

L'évènement majeur pour **RÉNOVAL** en 2014 a été l'homologation par le CSTB de sa gamme Verand'Energie, ce qui lui permet d'offrir à ses clients 2 technologies permettant de répondre précisément aux projets et attentes du client, souligne Maud Lalue, Responsable Marketing. La Technologie Verand'Actuelle, destinée aux pièces d'agrément et pièces de vie, permet d'ajouter un espace lumineux à une maison. La technologie homologuée par le CSTB Verand'Energie, destinée aux extensions et agrandissements, associe des



LES VERANDAS-EXTENSIONS



Le nouveau catalogue de Rénova est sorti.

matériaux de pointe pour économiser l'énergie et assurer le confort en toute saison. « C'est la garantie d'une extension de très haute qualité, répondant aux nouvelles normes de construction ». Cette nouvelle technologie représente aujourd'hui plus de la moitié des ventes : « Ce n'est pas un produit d'image mais bien une solution unique et novatrice qui va dans le sens des nouvelles réglementations ». Le réseau de concessionnaires Rénoval ne cesse d'augmenter. Comptant maintenant 45 concessionnaires et 68 magasins-expo, il affiche une progression à deux chiffres. Sa présence sur TF1 et RTL permet un véritable déploiement de sa notoriété. Le réseau célèbre par ailleurs la sortie de son nouveau catalogue.



La Verand'Energie de Rénoval se décline en multiples configurations.



La Verand'Energie de Rénoval, une technologie d'extension performante de l'habitat.



La Verand'Energie, nouvelle technologie à succès de Rénoval.

"VOS MENUISERIES ALU SUR- MESURE PRÊTES À POSER"



Ils fabriquent pour vous :

ALU-GLASS - 50 POILLEY

02 33 58 12 12 - contact@alu-glass.com
www.alu-glass-50.com

ALPHA B - 12 LA PRIMAUBE

05 65 71 49 99 - jacques.bouissou12@wanadoo.fr

ALUMINIUM SYSTEMES - 22 LANNION

02 96 44 34 39 - aluminium.systemes@orange.fr
www.aluminium-systemes.com

ALUTEC MENUISERIES - 63 CLERMONT-FD

04 73 74 48 60 - contact@alutecmenuiseries.fr
alutecmenuiseries.fr

A.M.S - 84 ALTHEN des PALUDS

04 90 65 49 99 - ams.althen@free.fr
www.avenirmetalerieservice.com

APCV - 30 VAUVERT - 04 66 71 60 31

ponslio@yahoo.fr - www.apcv.fr

CLEMENT ALU - 45 ST JEAN de la RUELLE

02 38 22 62 26 - pascal.gendry@orange.fr

CLOSURA - 17 AIGREFEUILLE D'AUNIS

05 46 09 94 80 - closura.sas@wanadoo.fr
www.closura.com

CVI - 88 SAULXURES / MOSELOTTE

03 29 25 41 46 - frederic.fleurance@cvi-labresse.com
www.cvi-labresse.com

LBV - 57 SARREGUEMINES

03 87 98 08 86 - www.fbs-verandas.fr

FRANCE VERANDA EXPANSION - 91 LISSES

01 69 90 68 02 - gestion@franceverandaex.fr
www.verandas-fenetres.com

MGP ALU - 56 REGUINY - 02 97 38 65 00

mgpalu-securite@orange.fr - www.mgpalu.com

MSM ALUMINIUM - 29 TRÉGUNC

09 80 61 86 04 - msm.aluminium@free.fr
www.msm.aluminium.free.fr

PYRAL SARL - 31 PLAISANCE du TOUCH

05 62 13 93 46 - pyral@wanadoo.fr

ST MARTIN ALUMINIUM

30 ST MARTIN de VALGALGUES

04 66 85 96 00
smaluminium@orange.fr
www.pascalmenuiserie.fr

TENDANCE ALU

34 BAILLARGUES

04 67 16 30 85
contact@tendance-alu.fr
www.tendance-alu.fr



Pour les professionnels
de la menuiserie alu
www.profiles-systemes.com

**FABRICANT
CERTIFIÉ**

**Profils
SYSTEMES**



1 - 2 - L'offre de vérandas s'enrichit chez Soko de pergolas et de voiles d'ombrage.

Chez **VÉRANDAS SOKO**, « Nous avons continué notre développement géographique et innové en offrant une largeur de gammes encore plus importante. Nous travaillons avec les professionnels sans aucun frais d'adhésion ni cotisation annuelle. Être gammiste nous permet d'avoir l'offre de produits et de services la plus large du marché. Nous pouvons répondre à toutes les demandes des particuliers en respectant un rapport qualité prix indiscutable ». Dany Rabiller, Directeur Sokolux, résume ainsi la philosophie de la structure et évoque les formations proposées à ses clients en 2014 : des formations concrètes sur le terrain, à la vente, au métré et à la pose. En outre, les offres de prémontage PRO et PRO + ont fait gagner des journées de pose à bon nombre de ces clients, leur permettant d'améliorer la qualité de leurs marges. Côté produits, tous les éclairages sont désormais à leds, et cette année a vu pergolas et structures à voiles d'ombrages apparaître dans l'offre, en complément des vérandas.

Pour le renouveau du programme du réseau **SIMU PARTNER**, 2 dossiers majeurs ont abouti cette année, indique Sylvie Thevenot, Chargée de Marketing & Communication. Ce fut d'abord la mise en place des Commissions Techniques Simu Partner : des réunions de travail (ou séminaires) d'1 à 2 journées où sont conviés les partenaires.

Le but premier de ce type de Commission est avant tout d'écouter les attentes et les besoins des clients et de partager avec eux d'éventuelles solutions : « C'est une façon de les associer à nos projets ». L'autre action mise en place en exclusivité pour ce réseau est purement commerciale : un challenge de vente exclusif Simu Partner a été organisé aux couleurs de la Coupe du Monde Brésil 2014. À l'issue de cette opération, ont été mis en jeu de nombreux prix. Grâce à un système de cartes à gratter remis par les partenaires à leurs clients, ces derniers avaient la possibilité de gagner immédiatement des coffrets de dégustation de bière et des maillots de l'Équipe de France de Football. Par le biais d'une seconde chance, par tirage au sort, étaient mis en jeu d'autres maillots de l'EDF, des tablettes tactiles et des téléviseurs. « Ces 2 actions ont été fortement appréciées et furent un bon moyen d'assurer l'animation du réseau et la visibilité de notre marque », se félicite Sylvie Thévenot



Des Commissions techniques ont été mises en place pour les Simu Partners.

Dans le but d'intensifier l'animation commerciale des points de vente **SOLABAIE**, d'être plus proches et de pouvoir proposer un accompagnement spécifique, une nouvelle organisation est en cours de mise en place sur le dernier trimestre. Après une première expérience sur le secteur Rhône Alpes-Bourgogne-Auvergne, est constituée une équipe de 6 animateurs dédiés à l'animation des points de vente sur l'ensemble de la France. Ces « chargés de développement » auront pour mission d'accompagner les Solabaie dans leur développement, de créer également des échanges en région, en cohérence avec la devise « Être plus proche pour être plus efficace ! » Ils seront aussi là pour déployer localement, à l'échelle des points de vente, le concept marketing et commercial du réseau dirigé par Patrick Sage. Afin de leur permettre de déclencher leur projet dès à présent et d'assurer



Kit jeu concours Coupe du Monde pour Simu Partner.



EQUIP BAIE
Du 18 au 21 novembre
Hall I
Stand P24

Venez découvrir en exclusivité notre nouvelle gamme de garde corps

Epura
par Oribal

Tél : +33 (0)3 . 23 . 91 . 35 . 63 Fax : +33 (0)3 . 23 . 98 . 04 . 42 Mail : contact@orialpro.fr Site : www.oriasun.fr

10 ANS HERCULEPRO

2004-2014

Le logiciel des professionnels de la menuiserie

ELU PRODUIT DU BTP
PAR LES PROFESSIONNELS
2014



Pour les entreprises
qui méritent
plus qu'un programme.

Tout le monde devrait être capable
de produire de beaux devis.
Maintenant avec herculepro c'est possible.



950€



1540€



1950€



Sur devis

La gestion complète

de votre entreprise avec les 12 fonctions.

Fichier clients, relation clients, devis avec visuels, imagerie en situation, bibliothèques fournisseurs, bibliothèques batiprix, gestion des ventes, commandes fournisseurs, gestion des plannings, utilisation nomade, exports comptables, la gestion des stocks, mises à jour.



Des commandes fournisseurs automatiques.

Expédiées par email ou EDI format xml





L'équipe Solabaie.

la certitude du niveau d'avantage financier dont pourront bénéficier les consommateurs, Solabaie sécurise aujourd'hui le C.I.T.E (Crédit d'impôt pour la transition énergétique) à 30 % en lançant la Garantie «CITE SOLABAIE». Effective du 9 octobre au 15 novembre prochains, c'est l'engagement de rembourser l'écart entre les dispositions décrites dans la garantie et celles du C.I.T.E. applicables sur la même période, si la loi de finances 2015 votée fin 2014 intègre des dispositions rétroactives moins favorables que celles annoncées. Cette garantie est appliquée exclusivement par les entreprises du réseau qui disposent de la qualification Qualibat et de la mention RGE. Solabaie s'affiche en tant que seul réseau à ce jour en France à offrir une garantie sécurité financière totale de la rénovation énergétique engagée par le particulier.

Quelques événements majeurs ont marqué l'année pour **TERRES DE FENÊTRE**. Au niveau marketing, un catalogue de 64 pages a vu le jour. Entièrement repensé, il présente l'étendue du savoir-faire du réseau : fenêtres PVC, Alu, Bois/Mixte ; volets roulants et battants ; portes d'entrée ; portails ; portes de garage ; stores ; pergolas ; alarmes et domotique. « Ces univers sont représentés par des ambiances modernes et chaleureuses, accompagnées d'informations techniques et commerciales pratiques et synthétiques », commente Damien Briand, Responsable Marketing & Communication de Maugin. Ce catalogue est disponible dans sa version papier auprès des partenaires Terres

de Fenêtre et téléchargeable sur www.terresdefenetre.fr. Le réseau propose également son catalogue dans une version «dématérialisée » 100% numérique, compatible pour tablettes et smartphones via les « stores » Apple, Android et Microsoft : une application gratuite disponible à tout public. Un événement majeur va marquer l'année 2014 pour le réseau Terres de Fenêtre, signale Damien Briand : « Un site web nouvelle génération sera, d'ici novembre, en ligne, entièrement repensé, que ce soit au niveau de son arborescence ou de son ergonomie et jusqu'à sa partie graphique. L'internaute est au centre de cette nouvelle conception ». Chaque partenaire Terres de Fenêtre bénéficiera d'un site personnalisé dédié à son activité. L'internaute trouvera des informations sur le savoir-faire du partenaire, sa localisation, son showroom et ses horaires d'ouvertures, et pourra lui adresser ses demandes en direct. Fin septembre, Terres de Fenêtre comptait 81 partenaires et 83 points de vente. D'ici mars 2015, 15 à 20 partenaires supplémentaires sont attendus.



Couverture du nouveau catalogue terres de Fenêtre.

L'élégance demeure



Présent au **Salon EquipBaie**

ALLÉE L / N°81

PARIS - PORTE DE VERSAILLES
du 18 au 21 Novembre 2014



COUBLANC

L'extérieur se vit



La convention nationale des **RELAIS CONFIANCE TSCHOEPPÉ** organisée fin Juillet près de Saint-Malo, a réuni 70 participants : au menu, point sur les avancées du réseau et les nouveautés produits, et échanges dans une atmosphère très conviviale sur l'organisation des entreprises, la communication, l'amélioration de la performance commerciale. La nouvelle dynamique insufflée par Philippe Tschoeppé lorsqu'il a pris les rênes de l'entreprise en 2013 s'est traduite concrètement par le développement de cette enseigne forte d'une soixantaine de spécialistes du portail et par une hausse de CA sur le réseau de 26 % pour le 1^{er} semestre 2014. Bien qu'indépendants, ils bénéficient dans leur secteur géographique de l'exclusivité de la commercialisation des produits et de l'utilisation de la marque Tschoeppé. Le fabricant de portails & clôtures encourage les Relais Confiance à accroître leur efficacité commerciale et leur propose une méthodologie éprouvée pour faire progresser leur entreprise dans ces 2 domaines : formations vente (3 niveaux) proposées aux commerciaux et formations au management pour les dirigeants. Un apport méthodologique conforté lors des réunions régionales, de la convention nationale et des rendez-vous réguliers avec les technico-commerciaux Tschoeppé (7 à 10 par an). En complément, des outils d'aide à la vente différenciants



sont mis à leur disposition. Entre autres, le catalogue de 128 p valorisant la richesse d'une offre large et qualitative de produits entièrement personnalisables, le configurateur Tschoeppé Live qui permet de créer le portail en 3D avec le client et de l'incorporer dans une photo de sa maison, afin qu'il puisse bien évaluer le rendu in situ. Outils de marketing (concept de showroom avec assistance à sa conception et fourniture d'éléments de mobilier et décoration), outils de communication et stratégie Web concourent à la création d'une marque forte.



Les installateurs **VERALAM** constituent un « réseau light » de 100 professionnels, suggère Sébastien Blanc, Gérant d'Alliance Vérandas Sarl qui a repris et relocalisé marque, brevets et produits Veralam il y a 2 ans. Tout fabricant ou installateur de vérandas possédant un showroom peut faire partie du réseau d'installateurs Veralam, après visite de leurs entreprise et acceptation de la direction. La mise en place d'un produit d'exposition est obligatoire. Rappelons que Veralam fabrique des remplissages de toitures de vérandas prêts à poser en double vitrage avec store vénitien à lames polarisées (lames concaves orientées vers le haut) orientables, commandé électriquement. Il exposait à Artibat en octobre, 1^{er} salon auquel il participait depuis le rachat. Objectif : dynamiser le réseau de ses installateurs, auquel il redistribue les contacts collectés sur son site internet.





Tryba a organisé en avril son Campus Tour.

TRYBA a organisé en avril son Campus Tour, un road-show dans 4 villes de France début avril. Dans la continuité des Journées Repères créées en 2011, il alternait réunions plénières, ateliers de travail en groupes et activités ludiques, réunissant près de 1 000 collaborateurs du réseau. Ce fut l'occasion pour Johannes Tryba, fondateur du réseau et président du groupe Atrya, de rappeler aux participants les atouts de la marque et les valeurs du groupe, puis de remettre aux gagnants les prix du traditionnel challenge qui récompense les collaborateurs les plus performants. Tryba, qui visait une vingtaine d'ouvertures en 2014, a participé au Salon des Entrepreneurs de Paris et à celui de la Franchise. Il avait mis en place fin 2013 un modèle de franchise participative baptisée « Carrés Tryba » qui permet de rejoindre le réseau avec un apport initial de seulement 10 000€ au lieu de 40 000. Le Guide 2014 présente sur 220 p l'ensemble des produits de la marque, apportant conseils et astuces pour choisir portes, fenêtres ou volets. Il met en avant les innovations de l'année : la FT84, fenêtre de toit nouvelle génération, la H84, dernière-née des gammes de porte Tryba et la nouvelle porte sectionnelle plafond PGS Alu Design, 100 % aluminium et résolument moderne.



Guide Tryba 2014.

ALUMINIUM **VERANDA
RiDEAU**



En rejoignant notre réseau de concessionnaires
Gagnez, en toute sérénité



bonnes raisons de nous rejoindre
**À DÉCOUVRIR SUR EQUIPBAIE
Stand K35**



Photos: MIA - Shutterstock

PLUS D'INFORMATIONS

CONTACT 02 51 36 62 35

Le réseau **VÉRANCIAL** est dédié à un marché qui reste encore dynamique et porteur, celui de la véranda, suggère Bertrand Lafaye. Il compte une quarantaine de points de vente avec un nombre d'adhérents stable et bénéficie d'une gamme étoffée de solutions vérandas pour l'habitat, entre autres, un coffre de volet roulant traité en pour minimiser l'encombrement. Cette offre s'est enrichie d'une façon marquante grâce à Extens'K, concept unique d'extension de l'habitat, innovant, évolutif et bioclimatique, primé par l'Institut Français du Design, mention Eco Design. Déjà présenté en réel dans une dizaine de points de vente, il bénéficie d'une signalétique très parlante pour le mettre en avant dans les autres. Source de dynamique pour le réseau, et de ventes, bien entendu, ce concept est une véritable ouverture pour les partenaires Vérancial, emblématique d'une proposition faite aux consommateurs de confort de vie et de bien-être. Les actions commerciales sont conçues pour apporter un soutien concret, au-delà des classiques documentations, avec des outils conçus pour bien vendre produits et solutions. La brochure luxueuse éditée pour Extens'K est un bel exemple de vecteur d'image auprès du grand public, avec ses photos-montages en 3 D. Un film a aussi été réalisé avec mise en scène animée. Il a été tourné dans une version d'Extens'K édifiée en extérieur, au siège de Kawneer. Actions promotionnelles, accompagnement local pour exposer sur foires et salons, avec conseils d'aménagement et réalisation de supports graphiques, mais aussi conseil d'aménagement de showroom ou pour créer un site internet, et dynamisation de la collecte de contacts constituent un accompagnement technico-commercial au quotidien.



L'extension d'habitat Extens'K est un atout de poids pour le réseau Vérancial.



Le réseau Vérancial est à l'écoute de ses adhérents. Ici en Convention nationale.



Showroom Vérancial.

Les Serruriers **EXPERTS VACHETTE** bénéficient d'un nouvel atout de poids, l'offre Revo'Motion : une poignée électronique qui permet de rentrer et sortir de chez soi sans clé, mais en toute sécurité. Fondée sur un lecteur d'empreinte digitale, elle fait donc appel à la biométrie, associée à un clavier à codes et une télécommande. Des sessions de formation leur ont été proposées en septembre sur la partie électronique de la solution. Le montage lui-même de la poignée a été pensé pour être le plus simple possible.



Poignée électronique à empreinte digitale Revo'Motion, distribuée par les Serruriers Experts Vachette.



autoLock AV3

Sécurité. Etanchéité. Confort.
Les must-have d'une serrure de porte.

- + Le verrouillage instantané dès que la porte se ferme
- + Nouveau duo de verrous crochets avec davantage de sécurité
- + Gâche journalière innovante actionnable d'une seule main
- + Une assurance qui fonctionne quand la porte n'est pas fermée par un tour de clé

Sécurité, confort, étanchéité – telles sont les caractéristiques du nouveau système de serrure multipoints automatique de Winkhaus. Grâce à l'association innovante d'un verrou crochet massif et du nouveau composant d'étanchéité, le système mécanique de serrure **autoLock AV3** assure davantage de sécurité et d'étanchéité sur la porte. La gâche journalière pratique s'adapte également tout à fait à vos besoins individuels. Disponible également dans la version motorisée confortable **blueMatic EAV3**. Pour en savoir plus, appelez-nous au T 06 26 39 49 79.



Plus d'informations sur
www.winkhaus.com/qr/fr/av3/video_fr

Always precise **WINKHAUS**



Adossé à son partenaire Franciافlex, le réseau **STORISTES DE FRANCE** décline son offre de spécialistes de l'équipement de la baie. Le réseau a accompagné en mai l'émission *Télématin* sur France 2 et bénéficié de 3 campagnes sur RTL et Europe 1. Il a ouvert sa page Facebook et créé un blog de conseils astucieux sur son site internet. Le réseau défend le Made in France à travers ses gammes de stores de terrasse dotés du label « Origine France Garantie » et de stores toiles verticaux intérieurs et extérieurs conformes à la charte « Store d'origine Contrôlée ». Son offre bénéficie du savoir-faire et de la R&D de Franciافlex et ses adhérents se positionnent, sous la signature *Voyez un Pro*, en professionnels soucieux d'assurer conseils, qualité de pose, garantie nationale et satisfaction des clients. Le catalogue 2014 reflète une offre riche et performante dans un esprit déco et sur un positionnement haut de gamme : fenêtres avec Evoluence, domotique avec Well'Com, nouvelle collection Summum de toiles pour stores d'extérieur lancée avec Dickson, volet roulant rénovation dernière génération équipé d'une motorisation solaire Renobloc ou nouvelle collection de portes d'entrée Thermodesign aluminium, qui permettent de gagner 30 % d'isolation...

Le point commun des productions **VERANCO** est certainement la qualité qu'exige une véritable



pièce de vie, décrypte Caroline Libbrecht : « Elle s'exprime par la technicité, le design, la recherche permanente de solutions innovantes toujours au service de la création pour le bien-être des propriétaires de vérandas et pergolas Veranco. Créations de nouveaux concepts, développement de produits, innovations permanentes sont ses marqueurs ». Et de citer en exemple sa gamme de menuiseries Excellence, en aluminium certifié haute qualité. La structure se compose de 2 profils tubulaires à 3 chambres





Jade, pergola à toiture plate en aluminium de Veranco.

complées de mousse isolante. Ces profils et les éléments ouvrants sont sertis en continu avec 2 barrettes tubulaires en polyamide renforcée de fibre de verre (U_w jusqu'à 1.2), étanches à l'air, l'eau et au bruit et bénéficient d'une palette de finitions laquées toutes teintées Ral, label Qualicoat. Veranco étoffe sa gamme existante de pergolas classiques en aluminium, pour répondre à la demande de protection solaire durable, d'espaces de détente et confort : Saphir est une pergola à débord de toiture de 500 mm, dont la structure en alu se fixe par une faîtière murale fermée sur laquelle sont fixés les chevrons de forte section. La cape alu qui y est vissée solidarise les plaques de toiture en épaisseur de 25 mm ou les vitrages feuilletés 44.2 selon le choix. La poutre sablière supportant les chevrons est solidaire des poteaux. Toute la visserie et les pièces de fixation sont en acier inox

LogiKal[®]

Le logiciel de la menuiserie et
de la façade métalliques

Travaillez plus vite et plus efficacement !
Gagnez du temps, réduisez vos coûts !
Simplifiez votre production !
Chiffrez plus sûrement !

www.orgadata.fr



Nous vous présenterons toutes ces possibilités lors du salon Equip'baie.
Venez nous rencontrer sur notre stand D14 du 18 au 21 Novembre 2014.



Pergola à débord de toiture Saphir de Veranco.



L'innovation permanente est un marqueur de Veranco.

et totalement invisibles. Jade est une pergola à toiture plate en alu. Les poteaux de forte section supportent la structure du toit. L'un des poteaux est équipé d'une descente d'eau intégrée dans sa structure, donc invisible. La fixation est assurée par une faîtière murale fermée sur laquelle sont vissés les chevrons. Le chéneau périphérique, solidaire des poteaux, apporte une note esthétique à l'ensemble de la structure. En option, on peut y ajouter screens, puits de lumière ou spots et choisir la couleur de finition qui s'harmonise le mieux à la façade de la maison. Cocoon est une pergola à structure alu avec protection solaire intégrée : un store screen à manœuvre électrique à distance (moteur Somfy Safety Box RTS).

En 2014, le réseau de concessions **VÉRANDA RIDEAU** a poursuivi son développement et son rythme de croissance tel qu'il se l'était fixé avec un recrutement moyen de 10 nouvelles concessions, indique Aline Audor, Responsable Marketing & Communication du Groupe Gustave Rideau. Les produits spécifiques développés par la marque et présentés lors du dernier Batimat ont permis un ancrage plus marqué dans le sud : le nouveau type de véranda équipée de solutions de gestion de l'ensoleillement en fonction du lieu

d'habitation du propriétaire par la mise en place de brise soleils domotisés en façade, capables de réduire jusqu'à 96 % du rayonnement solaire, et par une isolation renforcée en toiture grâce aux panneaux «Premium» conçus et fabriqués par Rideau. Cette isolation est aussi obtenue par l'occultation des parties vitrées en toiture grâce aux panneaux occultants, une des spécificités de Véranda Rideau. Au-delà des produits, c'est aussi par le recrutement d'un nouvel animateur pour toute la moitié sud de la France en mai dernier que le réseau continue son développement national. Pour 2015, Véranda Rideau poursuivra sa stratégie marketing-communication multicanale puissante : présence forte sur les grands médias nationaux et ambassadeur de renom fidèle à la marque depuis 2010, Stéphane Plaza, expert en habitat de la chaîne TV M6. L'enseigne sera présente sur EquipBaie pour recruter de nouveaux concessionnaires. Les profils recherchés sont des menuisiers aluminium, miroitiers ou vérandalistes dotés de qualités d'entrepreneur et de développeur « qui cherchent à se développer en



Réunion de travail de la commission communication de Véranda Rideau chez TF1.



Les concessionnaires Véranda Rideau avec M. et Mme Rideau et Stéphane Plaza en convention annuelle.



limitant les risques, qui cherchent une diversité et une qualité de produits et services, l'appui et l'accompagnement d'une entreprise à la notoriété avérée et au savoir-faire connu et reconnu, qui cherchent à se reposer sur une expérience et sur les compétences d'une équipe de professionnels impliqués et dédiés, qui cherchent à reproduire et/ou à participer pleinement à une stratégie commerciale et de communication ayant fait ses preuves pour avoir fortement développé le CA ». le groupe Gustave Rideau a ouvert fin 2013 son École de Formation, prodiguant en 2014 à ses concessionnaires des sessions de formation prises en charge par leur OPCA sur les techniques de pose, les méthodes de vente et l'utilisation des outils de communication et d'aide à la vente du groupe. À voir sur EquipBaie, [Hall 1 Stand K35](#).



La gamme de portes d'entrée et de garage la plus vaste d'Europe

HÖRMANN
Portes pour l'habitat et l'industrie



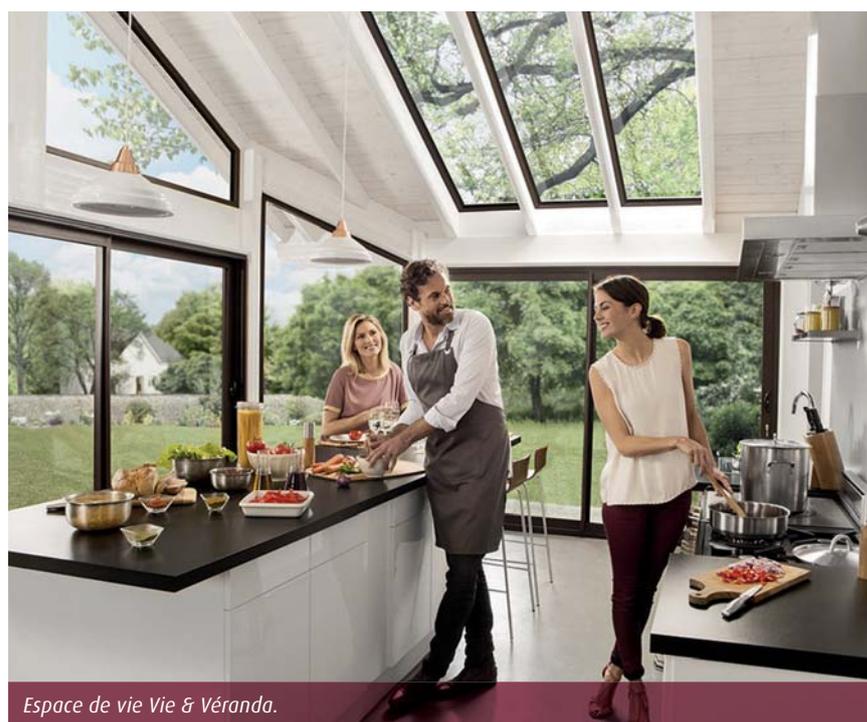


Nouveau logo du Vêrandier.

LE VÉRANDIER adopte un nouveau positionnement : « Le spécialiste de l'aluminium ». La marque était auparavant dédiée à la fabrication exclusive de vérandas, pergolas et sas d'entrée. « Nous avons pris la décision de faire évoluer le concept en ajoutant une gamme de menuiserie aluminium. Notre nom se transforme donc tout naturellement de 'Le Vêrandier, l'architecte de votre vérande' à 'Tryba Le Vêrandier', pour profiter ainsi de la notoriété des fenêtres Tryba tout en gardant notre propre ADN, explique Philippe Plat, Gérant : le nouveau concept consiste à devenir le spécialiste de l'aluminium, des produits de fermeture de terrasses et de balcons comme des fenêtres en aluminium pour les particuliers. « Nos clients sont principalement des propriétaires entre 45 et 65 ans, qui ont fini de payer leur maison et qui veulent faire des travaux d'embellissement et d'agrandissement ».

Téléchargeable sur l'Apple Store et Google Play, l'application **VIE & VÉRANDA** pour iPhone et Android permet aux mobinautes de se projeter librement dans les espaces de vie proposés, grâce aux galeries photos des pergolas et vérandas bois ou aluminium de la photothèque. Intuitive, elle met en scène un « Espace inspiration » proposant un art de vivre décliné en espaces de vie adaptés à toutes les fonctions et utilisations : chambre, cuisine, spa, bibliothèque, salon, salle à manger, salle de sport... L'Appli permet d'utiliser le GPS du téléphone pour géolocaliser précisément le plus proche des 40 villages Expo et propose un espace «Demandez un devis ». Un beau concentré d'informations sur ce réseau qui a fêté cette année ses

30 ans, soutenant cet anniversaire par une campagne de communication d'envergure : un spot télé diffusé sur TF1 du 30 mars au 15 avril (68 spots de 15 secondes) et une remise exceptionnelle de 30 % sur tous les vitrages de Vie & Vérande en mars et avril. L'occasion de changer d'identité visuelle avec une nouvelle baseline : « Plus d'espace pour vos rêves ». Son nouveau service d'architecture et décoration intérieur, assuré par Valérie Laporte-Volatier, décoratrice d'intérieur, fondatrice de l'agence d'architecture intérieure « Les murs ont des oreilles » et partenaire du réseau y contribue efficacement ! Couvrant 50 départements le réseau a accueilli de nouveaux concessionnaires, au Mans (72), à Thoiry (01) et à Clermont-Ferrand (63), en début d'année. ■■





PrimeTec B

Détecteur combiné radar et infrarouge pour l'ouverture et la sécurité, certifié EN16005



Herkules 2

Détecteur pour portes industrielles et portes rapides, avec distinction personne/véhicule
Hauteur de montage de 2m à 7m

sensing the future



Ouverture et sécurité des portes piétonnes, portes industrielles et portails automatiques



ProLoop

Détecteur de boucle pour portes industrielles, barrières automatiques, bornes escamotables et voies d'accès.



RFGate 2.1 / RFGate 2.1.F

RFGate 2.2.A

Système radio pour portes industrielles et portails coulissants
2 fréquences de réglage incluses (868.95 et 869.85 Mhz)
Portée de 25m et plus



Profils sensibles de sécurité

S-Line, de 8mm à 20mm
Click-Line, de 29mm à 65mm
Cover-Line, de 55mm à 105mm
Standard-Line, de 20mm à 70mm