

INTERVIEW

# Deux questions à Thierry Luce, PDG du Groupe Lorillard

PROPOS RECUEILLIS PAR LAURENCE MARTIN



## L'Echo de la baie : Quelle est votre perception de cette année 2017 ?

**THIERRY LUCE :** « Globalement, le marché de la fenêtre en 2017 est dans la lignée de 2016 – et cela vaut pour le Groupe Lorillard (160 M €), avec une baisse du PVC, une augmentation soutenue de l'aluminium et, en ce qui nous concerne en tous cas, une reprise non négligeable de la menuiserie bois : est-ce lié au fait que nombre d'acteurs ont disparu sur ce secteur ces dernières années ou que ce matériau retrouve ses lettres de noblesse ?... Les annonces autour du CITE ont eu un effet boost incontestable qui autorisent un premier semestre 2018 assez confortable ; après quoi, c'est le grand point d'interrogation.

D'une manière générale, la demande est en quête de plus de valeur ajoutée. On le constate dans nos magasins Lorénove au détriment de la menuiserie PVC basique, au profit de l'aluminium bien-sûr, mais aussi de la menuiserie bois, surtout avec la garantie de 10 ans sur le laquage couleur extérieur, qui attire des particuliers qui auraient fait le choix du bois-alu. Ceci dit, les menuiseries mixtes s'affirment comme une vraie tendance : les particuliers comme les architectes veulent pouvoir choisir leur matériau côté intérieur

et côté extérieur, sachant que l'aluminium est plébiscité à l'extérieur. Le bois-alu est une niche de marché depuis de nombreuses années mais, plus récemment, le PVC-alu se développe aussi, tiré notamment par la couleur qu'apporte le capotage alu. »

## L'Echo de la baie : Quels sont les investissements et développements majeurs engagés ?

**THIERRY LUCE :** « Côté bois, nous avons entièrement revu notre offre Molénat pour répondre aux attentes du marché en termes de performances thermiques et acoustiques ; enrichi notre offre feu – nous sommes ainsi les seuls à proposer une menuiserie bois coupe feu 30 mn bombée – et nous renforçons nos capacités de laquage garanti 10 ans – sachant que la couleur représente environ 15% de notre activité sur ce segment. Nos usines de Chartres et de Decazeville (Molénat) sont déjà équipées ; le site de Bourneuf sera opérationnel en février. Il s'agit aussi d'accompagner le développement de la bicolouration sur le bois, vernis ou blanc à l'intérieur et laquage couleur à l'extérieur, qui séduit de plus en plus le particulier.

Côté PVC, l'enjeu est la valeur ajoutée ; celle-ci passe, d'une part, par la couleur (lire plus loin) et d'autre part, par le développement de notre offre composite PVC renforcé de fibre de verre. Nous avons le coulissant Twinéa (fibre de verre longue) ; en 2018, nous proposerons de la frappe (fibre de verre courte).

Sur l'aluminium, le lancement de la gamme VISAL permet de doter notre activité Lorénove et Lorébat d'un ouvrant visible performant en termes de thermique et d'acoustique, alliant technicité et design avec un choix coloristique très tendance.

Enfin, pour ce qui est des points de vente, nous réfléchissons activement à la manière de rebondir après le CITE, avec notamment l'élargissement de l'offre produits pour compenser le manque qu'il risque d'y avoir sur les menuiseries. »