



Saint Jean de Soudain, le 15 février 2018

Serge Ferrari : une nouvelle architecture de marque pour accélérer son développement

Le groupe international, basé à la Tour du Pin, a repensé toute son offre produit afin de clarifier son positionnement. Cette nouvelle architecture de marque va permettre au groupe industriel leader des matériaux souples composites de porter des ambitions de croissance fortes, en France et à l'international.

Serge Ferrari possède un savoir-faire unique et particulièrement différenciant. Depuis sa création il y a 45 ans, l'entreprise s'est imposée comme leader des matériaux composites souples avec une technologie unique : le Précontraint®. Aujourd'hui, le groupe est présent dans plus de 80 pays et sur des projets aussi variés que des toitures de stades, des cages pour l'élevage de poissons, l'habillage de façades, la sellerie marine ou le mobilier outdoor.

La diversité des marchés et la technicité des solutions produits nécessitait donc une rationalisation. L'objectif : améliorer la cohérence et la compréhension de l'offre pour les clients finaux et les prescripteurs, afin de gagner en réactivité, en souplesse et en notoriété. Il y a 18 mois, l'entreprise a fait le choix de tout mettre à plat pour redéfinir une organisation par business group et une architecture de marque cohérente avec les marchés cibles.

Résultat : l'entreprise est organisée en trois business groups correspondant à ses grands domaines d'activité : Architecture, Industrie, Mobilier et Yachting.

Les produits ont été classés ou reclassés par gamme en fonction de leurs marchés d'application et de leurs caractéristiques techniques. La dénomination des produits a également été revue pour renforcer la cohérence globale et suggérer un avantage unique, une caractéristique ou une application. Exemple : tous les produits destinés à la protection solaire appartiennent désormais à la gamme Soltis.

Les gammes et les dénominations ont également été choisies pour être compréhensibles dans toutes les langues, car Serge Ferrari veut s'inscrire durablement dans l'esprit de ses clients autour du monde.



Communiqué de presse

Cette nouvelle architecture de marque est en cours de déclinaison sur tous les supports de communication de l'entreprise. Elle va permettre à Serge Ferrari d'être plus cohérent et plus percutant pour une meilleure efficacité commerciale. Objectif : soutenir des ambitions de croissance fortes en France et l'étranger, où l'entreprise réalise 75 % de son chiffre d'affaires.

Découvrez en détails la nouvelle architecture de marque du groupe Serge Ferrari.

Brand Architecture

The new brand architecture

| Business Group | Marchés | Gammes actuelles | Nouvelles gammes |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------|
| Bâtiment | Protection solaire | Soltis | Soltis |
| | Architecture tendue | Précontraint Flexlight | Flexlight |
| | Façade | Soltis FT | Frontside |
| | Membranes imper-respirantes | Stamisol | Stamisol |
| | Acoustique | Aw | Alphalia |
| Industrie | Structures Modulaires | Précontraint | Flexlight |
| | Environnement & Energie | Stam Précontraint | Biobrane |
| | Protection | Stam Précontraint | Protect |
| | Communication visuelle | Decolit | Decolit |
| Marine & Mobilier | Marine | Stamoid | Stamoid |
| | Recouvrement | Stamskin | Stamskin |
| | Sling | Batyline | Batyline |



Communiqué de presse

À PROPOS DE SERGE FERRARI

Le Groupe Serge Ferrari conçoit, fabrique et distribue des matériaux composites souples éco-responsables de haute technicité sur un marché mondial estimé par la société à environ 6 Md€. Les caractéristiques uniques de ses produits permettent de mettre en œuvre des applications répondant aux enjeux techniques de trois domaines : l'architecture, les spécialités pour les professionnels et les toiles composites consumers. Son principal avantage concurrentiel repose sur une technologie différenciante, le Précontraint® et les savoir-faire industriels associés propriétaires. Le Groupe dispose de trois sites de production : un en France et deux en Suisse. Serge Ferrari est présent dans 80 pays avec huit filiales (USA, Japon, Hong Kong, Brésil, Inde, Chine, Turquie et Allemagne), 2 bureaux de représentation (Espagne, Dubaï) et un réseau de plus de 100 distributeurs. À fin 2017, Serge Ferrari affiche un chiffre d'affaires consolidé de 172 M€, dont plus de 75% est réalisé hors France. La société Serge Ferrari Group, cotée sur Euronext Paris, compte 830 collaborateurs.

www.sergeferrari.com

Contacts

Serge Ferrari
Directeur Général Délégué
investor@sergeferrari.com

Actus Lyon : Contact Investisseurs & Presse
Amalia Naveira | Marie-Claude Triquet
+ 33 4 72 18 04 93
anaveira@actus.fr | mctriquet@actus.fr