



LA STRATÉGIE



Guillaume Taran, responsable du réseau de distributeurs et Philippe Tschoeppé, gérant du fabricant de portails sur mesure alsacien.

Tschoeppé. À la recherche d'une notoriété nationale

● **L'ENJEU** Le fabricant de portails de Hoerdts veut doubler son réseau de distribution et lancer une vaste campagne de communication pour se faire connaître au national.

Le fabricant de portails aluminium sur mesure, Tschoeppé, a Hoerdts, veut développer son réseau de distribution. En France d'abord. Puis dans un deuxième temps à l'étranger. « De 62 relais confiance (le terme utilisé par l'entreprise pour désigner ses distributeurs, NDLR) actuellement, nous aimerions atteindre 120 points de vente d'ici 5 à 7 ans », annonce le dirigeant de l'entreprise familiale, Philippe Tschoeppé. Ce réseau a été constitué en 2009 et dispose aujourd'hui d'une organisation bien rodée (charte engageant les partenaires, formations, accompagnement) qui lui permet d'envisager son déploiement. Il va s'accompagner d'une vaste campagne de communication visant à améliorer la notoriété de la marque. « Nous sommes en train d'harmoniser la signalétique chez nos distributeurs et nous

allons lancer une campagne de spots télé à partir de mars 2016 », déclare le dirigeant.

Ambitions à l'export

La constitution de ce réseau a représenté un beau tremplin pour l'entreprise alsacienne, qui réalisait à l'époque un chiffre d'affaires de 2,4 M€, contre 7,5 M€ actuellement. Malgré une forte concurrence des autres acteurs du marché, Tschoeppé estime qu'elle dispose encore d'une belle marge de progression en France. « Nous détenons quelque 22 % de parts de marché dans la région mais seulement 2 à 3 % ailleurs en France. Nous voulons aller chercher ces clients en maillant encore plus finement notre présence sur le territoire », pointe le dirigeant. Philippe Tschoeppé a aussi à moyen terme des ambitions à l'export. De 7 % du chiffre d'affaires

actuellement, « il pourrait atteindre les 15 % d'ici à trois ans », indique le dirigeant, qui compte s'appuyer sur des distributeurs agréés dans chaque pays développés. Celui-ci a des contacts avancés en Belgique et Suisse et entend recruter d'ici deux ou trois mois un technico-commercial pour développer le marché allemand.

Investissements industriels

Le site de production de Hoerdts a la capacité d'accompagner ces développements. « Nous pouvons encore doubler nos volumes. Au-delà de 11 ou 12 M€ de chiffre d'affaires nous devons cependant lancer des investissements pour l'agrandir », indique le dirigeant. Une extension de 1 600 m² est déjà dans les cartons, budgétée aux alentours de 2 M€. Elle pourrait être lancée dans les deux prochaines années.

Cet investissement permettrait de scinder la production en deux flux. Si Tschoeppé ne fait que des produits sur mesure, certains modèles sont plus récurrents que d'autres et une première ligne pourrait leur être dédiée « afin de disposer d'un flux plus industriel et d'améliorer ainsi la productivité et les délais de livraison ». Une deuxième ligne, plus artisanale, serait, elle, dédiée aux flux à plus forte valeur ajoutée sur des produits plus spécifiques. Ce projet s'accompagnera d'une quinzaine d'embauches.

Adeline Foucault

TSCHOEPPÉ

(Hoerdts)

Gérant : Philippe Tschoeppé

64 salariés

CA 2014 : 7,5 M€

08 00 80 06 45

www.tschoeppé.fr