

PRESSEMITTEILUNG

Mermet: eine Strategie mit neuen Ambitionen

Durch die Entwicklung seines einzigartigen Know-hows auf Grundlage der Glasfasernutzung konnte sich Mermet vor bereits mehr als 50 Jahren als DER Vorreiter beim Thema Sonnenschutz positionieren.

Als Antwort auf die aktuellen Ereignisse (u. a. die französische Wärmeschutzverordnung RT 2012) verfolgt das Unternehmen, das seit dem Jahr 2005 zur Hunter-Douglas-Gruppe gehört, nun eine neue und ehrgeizige Strategie. Zu deren Eckpfeilern gehören:

- Rückbesinnung auf den Kernbereich des Unternehmens, den Sonnenschutz,
- Schwerpunktlegung auf technische Innovationen und die Entwicklung neuer Produkte,
- Konzentration der Produktion an einem einzigen Standort in Veyrins (Departement 38),
- Investition in Industrieanlagen mit einem Volumen von fast 2 Millionen Euro.

Einzigartiges Know-how: der „Screen“

Trotz einer sich gegenwärtig verlangsamenden Marktentwicklung im Baugewerbe konzentriert sich Mermet wieder ganz auf die Geheimnisse seines internationalen Erfolgs:

- sein einzigartige Know-how im Bereich Sonnenschutz und
- die dem Glasfaser-„Screen“ gewidmete industrielle Tätigkeit.

Andere Produktpaletten im Bereich Glasfasergewebe werden zukünftig durch exklusive Partnerschaften mit Spitzenkräften der Branche angeboten, um angepasste Produktionskapazitäten und eine optimierte Qualität zu ermöglichen.

Das ultimative Ziel besteht in einer weiteren Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit und Qualität im Rahmen der aktuellen Logiken nachhaltiger Entwicklung.

Eine ehrgeizige Strategie praktisch umgesetzt

Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, verstärkt Mermet seine Investitionen auf den Gebieten Industrie, Forschung und Vermarktung. Dazu gehören:

- ein starkes Engagement im Produktionsbereich mit Investitionen von 1,2 Millionen Euro zur Errichtung einer neuen Thermofixierungsanlage der letzten Generation. Diese ermöglicht:
 - eine Erhöhung der Produktionskapazität sowie
 - volle Unabhängigkeit im Bereich Produktion.

Daraus ergeben sich unmittelbar vollkommen neue Möglichkeiten:

- eine in Kürze verfügbare neue Produktpalette der Marke „Screen“ mit größeren Breiten (bis zu 3,20 m), durch die Mermet seine Position in diesem wachsenden Marktsektor ausbauen wird,
- verbesserte Verfügbarkeit und Flexibilität durch permanenten Produktbestand auf Lager.
- zusätzliche Mittel für Forschung und Entwicklung zur Beschleunigung der Innovationspolitik. Bereits jetzt wendet Mermet hierfür jedes Jahr einen großen Prozentsatz seines Umsatzes auf. Sein Labor ist auch heute noch das einzige in Frankreich, in dem dynamische Tests zur Simulation 10-jähriger Verwendung seiner Produkte als Jalousien durchgeführt werden können.
- eine verstärkte Präsenz bei ausschreibenden Fachleuten, insbesondere bei Architekten:
 - Teilnahme an neuen europäischen Fachmessen wie denen von Architect@work,
 - Entwicklung neuer Marketingmittel einschließlich einer Broschüre „BEST OF Mermet“, um die Kernprodukte bei großen Architekturbüros in ganz Europa bekannt zu machen.

Die vor etwa einem Jahr eingeleiteten Maßnahmen tragen bereits jetzt Früchte:

- Eroberung von Marktanteilen auf einigen der anspruchsvollsten Absatzmärkte, wie denen von Belgien, der Niederlande und anderen.
- Durchführung von groß angelegten Bauprojekten auf der ganzen Welt sowie insbesondere am Persischen Golf.

Vor allem jedoch sind es innovative Produkte, wie das Anfang 2013 neu auf den Markt gebrachte Satiné 5500 LOW E¹, die bleibenden Eindruck hinterlassen dürften. Dies sind die Antworten auf immer höhere Anforderungen an Leistung und Energieeinsparung.

Aber dies ist noch längst nicht alles, denn die Hunter-Douglas-Gruppe hat entschieden, einen Teil ihrer Produktion aus Übersee verstärkt an den französischen Standort zu verlagern.

Pressekontakt: Dépêches
Bérengère Vital - Florence Le Berre
Tel.: +33 04 37 49 02 02
E-Mail: depeches@depeches.fr