

PRESSEKOMMUNIQUÉ

Mermet : Eine neue Leitung, neue Zielsetzungen

Mermet, seit 1951 Hersteller von Glasgeweben und seit 1976 auf den Sonnenschutz spezialisiert, steht vor einer neuen Wende. Eine neue Leitung und neue Zielsetzungen sind gewiss, aber sie werden die « besondere » Position festigen, die Mermet auf dem Markt innehat : ein französisches Unternehmen von hoher Qualität, das technische und überaus differenzierende Produkte anbietet..

Ein bisschen Geschichte

Das Familienunternehmen Mermet wurde im Jahre 2005 an die niederländische Gruppe Hunter Douglas verkauft, um es dem Unternehmen zu ermöglichen, sich mit erheblichen Investitionen wieder auf den Kernbereich seiner Tätigkeit zu konzentrieren und so seine Fortdauer zu gewährleisten

Gérard Mermet, der Generaldirektor, und Guy Mermet, der Direktor für Produktion und Finanzen, verbleiben auf ihrem jeweiligen Posten, um den Übergang zu gewährleisten, und wählen Ende 2009 François Lacquemanne * aus, den sie seit mehr als 20 Jahren kennen und schätzen, um die Nachfolge am Steuer des Unternehmens zu übernehmen.

Guy Mermet bleibt seinerseits auf Wunsch der Gruppe noch für einige Semester im Amt, um die Investitionen in die Industrie vorzunehmen.

Um den Wechsel zu erleichtern, wird der Grundsatz des « Binoms » in der Geschäftsleitung beibehalten und so tritt Marc Paillon, der schon seit mehr als 10 Jahren als Zonenleiter bei Mermet ist, die Nachfolge von Christian Gautheron als kaufmännischer und Marketingdirektor an.

Parallel dazu erwirbt die Gruppe Hunter Douglas im Jahre 2007 das französische Unternehmen XL Screen, das technische Gewebe für den Sonnenschutz herstellt. Der weltweite wirtschaftliche Kontext des Jahres 2009 veranlasst die Gruppe HD, ihre Strukturen anzupassen und es wird beschlossen, die Firmen Mermet und XL Screen erst technisch und dann auch geschäftlich einander anzunähern. Diese beiden Einheiten werden fortan von François Lacquemanne geleitet und die Kollektionen werden durch das Team von Marc Paillon auf den Markt gebracht.

Strategische Investitionen für ein verstärktes Angebot

Mit dem Ziel, die Präsenz der beiden Marken Mermet und Hexcelscreen in Europa gegenüber Wettbewerbern zu stärken, die auf sinkende Qualität und Preise setzen, machen sich die beiden Unternehmen auf, erneut Marktanteile zu erobern :

- indem sie ihren Beziehungen zu den Auftraggebern verstärken,
- indem sie technische und innovative Erzeugnisse in einer breiten Auswahl von Farbtönen und Bahnbreiten anbieten (insbesondere bei den großen Breiten).

Eine globale Dynamik, die endgültig auf der nächsten Messe R+T 2012 ihren Ausdruck finden wird, aber die schon jetzt äußerst stark zu spüren ist mit :

- bei Hexcelscreen, konzentriert auf die Veredelung und Beschichtung von Glasgeweben :
 - eine große Investition (700 Tsd. €) an der Produktionsstätte von Avenières (38) mit einer neuen Technologie, die gestattet :
 - den Erwartungen des Marktes in Bezug auf die Umwelt zu entsprechen,
 - das Programm der Endfertigung zu erweitern,
 - neue abdunkelnde und verdunkelnde Gewebe zu entwickeln.
 - eine Produktentwicklung, insbesondere beim Screen Nature und seiner neuen metallbeschichteten Ausführung, dem einzigen Gewebe auf dem Markt, das « PVC free » ist und gleichzeitig Transparenz sowie optischen und thermischen Komfort bietet.
- bei Mermet, noch immer konzentriert auf die Beschichtung von Glasfasern :
 - Investitionen in Forschung und Entwicklung, um den Erwartungen des Marktes zu entsprechen und einen echten Unterschied zum gegenwärtigen « Einerlei » zu bieten (zum Beispiel durch eine Optimierung des Verhaltens eines als « Rollo » eingesetzten Gewebes),
 - geschäftliche Zielstellungen bei Nischenprodukten mit starkem Potential, wie :
 - dem Produkt Acoustis® 50, das Sonnenschutz mit akustischer Korrektur verbindet,
 - dem Produkt Natura, den Gewebe « Deko » mit Fäden in 2 Farbtönen, das eine naturnahe Wirkung für einen Markt in Wohngewänden bietet.

Tour Oxygène in Lyon, Kreuzfahrtschiff Epic und zahlreiche andere Großbaustellen in Frankreich, in Italien oder auch in Asien ... Schöne Projekte für ein (oder die) Unternehmen, das (die) auf dem hart umkämpften Markt des Sonnenschutzes stets auf die Karte der Transparenz, der Nähe und der Qualität « made in France » gesetzt hat (haben).

Pressekontakte : Dépêches
Bérengère Vital - Florence Le Berre
Tel. : +33 (0) 437 490 202
E-Mail : depeches@depeches.fr

* François Lacquemanne begann von 1987 bis 2000 bei Porcher Industries / Chavanoz Industries, bevor er von 2005 bis 2009 kaufmännischer und Marketingdirektor bei Saint Gobain Vetro Tex und anschließend Direktor für die Entwicklung der einzelnen Bereiche bei Saint Gobain Textile Solutions wurde.