

## Communiqué de presse

Clichy, le 7 juillet 2015

### **Materis Paints, spécialiste de la peinture décorative, devient Cromology et affiche de nouvelles ambitions.**

Acteur mondial du marché de la peinture décorative avec des marques emblématiques telles que Tollens ou Zolpan en France, MaxMeyer en Italie, Revetón en Espagne ou Robbialac au Portugal, Materis Paints dévoile aujourd'hui sa nouvelle identité de marque. Rebaptisé Cromology, le Groupe ouvre ainsi une nouvelle page de son histoire dont les racines remontent à plus de deux siècles et demi.

*Pure player* de la peinture décorative, marché sur lequel il occupe le 4<sup>ème</sup> rang européen, Cromology conçoit et fabrique des peintures haut de gamme et innovantes qu'il distribue dans plus de 50 pays dans le monde, dont 9 à travers une présence directe. Cromology, qui réalise un chiffre d'affaires de près de 750 millions d'euros, s'appuie sur un réseau en propre de près de 400 magasins et sur plus de 8 500 points de vente partenaires (distributeurs indépendants et grandes surfaces de bricolage).

Le choix du nom « Cromology » exprime la volonté du Groupe d'incarner la mission commune de l'ensemble de ses marques commerciales, à savoir protéger et embellir durablement le cadre de vie de chacun. En faisant l'alliance de la couleur et de la science, en conjuguant les meilleurs savoir-faire techniques et esthétiques, Cromology érige son métier en art, l'art des peintures professionnelles.

Bertrand Dumazy, Président Directeur Général de Cromology a déclaré :

*« C'est avec beaucoup de fierté que nous adoptons le nom de Cromology, un nom qui reflète le patrimoine commun de nos marques iconiques : la science des couleurs au service de la protection et de l'embellissement de l'habitat. Proposer à nos clients professionnels et particuliers des peintures aux qualités techniques et esthétiques sans égales est ce qui anime jour après jour les 4 000 collaborateurs de notre Groupe.*

*Ce changement de nom est également le symbole de nos moyens financiers retrouvés et de nos ambitions de croissance assumées. Nous souhaitons renforcer*

*notre place parmi les trois premiers acteurs de la peinture décorative dans chacun des pays où nous opérons, mais aussi nous affirmer comme un champion de l'innovation et de la qualité de service. »*

## De nouvelles ambitions de croissance pour Cromology

Au cours des trois dernières années, Cromology a lancé d'importantes initiatives pour dynamiser ses ventes et accroître sa profitabilité. Avec une équipe de management renouvelée, une structure d'entreprise adaptée, une marge brute améliorée, une focalisation sur la satisfaction client, l'excellence opérationnelle et la génération de trésorerie, Cromology a obtenu des résultats probants.

Entre 2012 et 2014, l'Ebitda a en effet progressé de 15,7% et la marge opérationnelle brute est passée de 7,6 à 9,1% du chiffre d'affaires. Dans le même temps, la génération de cash-flow s'est améliorée de plus de 72%.

Par ailleurs, Cromology a procédé en août 2014 au refinancement de sa dette bancaire avec une première échéance de remboursement en 2020 et un effet de levier modéré passé de 8x l'Ebitda à 3,7x l'Ebitda. Le Groupe peut compter sur une situation financière assainie ainsi que sur le soutien de son actionnaire, Wendel, pour afficher de nouvelles ambitions de croissance.

Cromology entend poursuivre le développement de son activité à l'international et jouer un rôle dans la consolidation du secteur de la peinture décorative encore très atomisé. Cromology envisage en effet de réaliser des acquisitions pour renforcer ses positions dans les pays où il est déjà présent, s'implanter dans des pays où il ne l'est pas encore ou compléter son offre avec des produits de spécialités.

Cromology table par ailleurs sur la poursuite de gains de parts de marché grâce notamment à la politique de rénovation et de densification de son réseau de distribution en propre.

Cromology compte également sur le succès de sa politique d'innovation. La capacité de Cromology à capitaliser sur ses efforts de recherche et développement est un atout majeur : 25% de ses ventes sont générées par des innovations mises sur le marché depuis moins de trois ans, comme la peinture dépolluante, le partenariat avec la marque Pantone® ou la peinture façade à technologie de billes de verre.

## Une nouvelle identité de marque qui s'appuie sur 250 ans d'histoire

Cromology est un nom nouveau, mais l'histoire du Groupe prend ses racines dans l'engagement de quelques entrepreneurs européens passionnés, dont les noms ont traversé les siècles : Johannes Jodocus Tollens en 1748, les frères Francis et Albert Claessens en 1887, ou encore Max Meyer en 1895. Cromology regroupe également d'autres marques plus que cinquantenaires telles que Duco (Italie, 1928), Robbialac (Portugal, 1931), Alp Pinturas (Espagne, 1940), Colorín (Argentine, 1945), Settef (Italie, 1957), Zolpan (France, 1959), Duraval (Espagne, 1963).

Le nom « Cromology » a été inventé pour exprimer l'identité du Groupe, à savoir l'union de marques complémentaires réunies autour d'une vision claire : l'art des peintures

professionnelles. Par construction, ce nom signifie littéralement en grec ancien « la science des couleurs ». De ce nom émerge une esthétique simple, que l'imaginaire complète.

Sobre, le logotype est tout en longueur et sa typographie transcende les époques. Elle semble à la fois futuriste et issue des écritures anciennes. Cromology est en noir et blanc pour mieux laisser à ses marques commerciales la force et la variété de la couleur.

Le lancement de la « maison des marques » Cromology s'accompagne de celui du site cromology.com, qui présente le Groupe sous son nouveau nom.

Bertrand Dumazy, Président Directeur Général de Cromology a ajouté :

*« Avec Cromology, nous avons l'ambition de dépasser les standards du marché en apportant aux professionnels comme aux particuliers nos savoir-faire technologiques, garants d'une qualité constante de nos produits, ainsi que notre sens du service.*

*Cromology symbolise la promesse d'une organisation centrée sur les valeurs de respect et de sécurité, sur l'excellence et l'imagination au service de la simplicité et de la satisfaction de nos clients. »*

Pour le choix de sa nouvelle identité de marque, Cromology a confié la création de son nom et de son identité visuelle à l'agence Royalties.

-----

## A propos de Cromology

Acteur mondial du secteur de la peinture décorative, Cromology conçoit et fabrique des peintures professionnelles innovantes et haut-de-gamme qu'il distribue dans plus de 50 pays, dont 9 via une présence directe (Argentine, Belgique, Espagne, France, Italie, Maroc, Portugal, Suisse, Turquie). Cromology regroupe des marques de peinture emblématiques telles que Arcol, Classidur, Colorín, Duco, Max Meyer, Revetón, Robbialac, Tollens, ou Zolpan.

Cromology possède son propre réseau de distribution composé de 374 magasins intégrés et distribue également ses peintures dans plus de 7 500 points de ventes indépendants et plus de 1 000 grandes surfaces de bricolage.

Cromology compte 3 900 collaborateurs, réalise un chiffre d'affaires de 748 millions d'euros et dispose de 10 laboratoires de recherche, 13 unités de production et 8 plates-formes logistiques. Cromology a pour actionnaire majoritaire Wendel, l'une des toutes premières sociétés d'investissement cotées en Europe.

[www.cromology.com](http://www.cromology.com)

### Contacts Presse :

Christèle Lion +33 (0)1 41 27 63 90 - [christele.lion@cromology.com](mailto:christele.lion@cromology.com)

Laure de Chastellux +33 (0)1 53 32 55 78 - [laure.dechastellux@ketchum.fr](mailto:laure.dechastellux@ketchum.fr)

## Annexe : Histoire récente de Cromology en quelques dates

---

- Fin des années 80 :	Constitution par le Groupe Lafarge d'un pôle peinture, autour notamment du rachat de Tollens
- 1995 :	Lafarge Peintures est rattachée à la branche Matériaux de Spécialité
- 2001 :	La branche Matériaux de Spécialité fait l'objet d'un premier LBO et devient Materis : les fonds Advent, Carlyle et CVC Capital Partners investissent aux côtés du management ; Lafarge reste actionnaire à hauteur de 33%
- 2003 :	Le fonds LBO France reprend les participations de Advent, Carlyle et CVC Capital Partners ; Lafarge ne détient plus que 6% du capital
- 2005 :	Lafarge Peintures devient Materis Paints
- 2006 :	Wendel devient actionnaire majoritaire de Materis ; le reste du capital est détenu par les salariés
- 1996 - 2007 :	Materis Paints réalise des opérations de croissance externe et change de dimension : encore 10 <sup>ème</sup> acteur européen au milieu des années 90, Materis Paints accède au 4 <sup>ème</sup> rang européen
- 2014 :	Engagé dans un processus de restructuration, Materis se recentre sur la seule activité des peintures décoratives en procédant aux cessions de Kerneos (aluminates), de Parex Group (mortiers) et de Chryso (adjuvants) et se dote d'une structure financière solide ; Materis Paints devient une entreprise autonome, toujours détenue à 81% par Wendel
- 7 juillet 2015	Materis Paints est rebaptisé Cromology

---