

GRAPHIT'UP

ORIGINE
FRANCE[®]
GARANTIE

AINCR Cert. 7443

EDA

www.eda-plastiques.com

[f](#) [i](#) [t](#) [in](#)

EDA

Des gammes pour tous

Sur un marché compliqué par la météo, EDA a poursuivi sa politique d'innovation et diversifié ses gammes pour séduire de nouvelles cibles, en 2018. L'entreprise a aussi lancé un plan à trois ans pour faire évoluer son organisation logistique et son service aux clients.

PASCALE BENHAÏEM-KOMLOS

Pénétré par la météo, le marché des contenants s'affichait en baisse fin 2018. Pour redynamiser l'offre et concurrencer les autres matières, les fabricants de contenants en plastique doivent innover et proposer des gammes larges adaptées aux attentes, en matière de décoration, de praticité et de prix. « Pour que le consommateur puisse faire vivre son extérieur et sa terrasse sur plusieurs années, nous étoffons nos gammes, notamment Toscane, Graphit, et Volcania. Ce sont des poteries aux coloris actuels ou qui imitent des matières naturelles, comme la pierre, et qui en outre, se déclinent dans de nombreuses tailles et formes pour jouer l'harmonie sur la terrasse », déclare Laurent David, directeur commercial EDA. Pour se diversifier et séduire une clientèle plus jeune et plus urbaine,

EDA a lancé, fin 2018, les gammes Cancun, des contenants aux formes plus arrondies, mais aussi Graphit UP et Volcania UP, des produits design moins volumineux pour les petits espaces, très accessibles question prix. Et pour toutes ces gammes, la société labellisée Origine France Garantie n'hésite pas à faire valoir ses avantages concurrentiels, à savoir son engagement en faveur d'un développement responsable et sa fabrication française, à Oyonnax, dans la Plastics Vallée.

DES CHANTIERS EN COURS

Mise en situation des produits en magasins, nouvelle approche merchandising, mais aussi évolution de la logistique... autant d'axes sur lesquels EDA est en train de travailler. Les attentes des



TROPHÉE DE BRONZE 2019

du meilleur fournisseur en contenants intérieurs et extérieurs (toutes matières)

consommateurs et les schémas de la distribution évoluent à vitesse grand V, avec par exemple une demande grandissante pour la livraison directe à domicile (LDD) sur les produits volumineux. « Nous avons lancé un plan à trois ans pour gagner en réactivité sur le service aux clients, reprend Laurent David. Tout se prépare, nous avons déjà un terrain pour construire une nouvelle plateforme logistique. » Objectif ? Garder la souplesse d'une société familiale tout en s'adaptant aux évolutions de la distribution. ■

