



Communiqué de presse | juin 2024

TRYBA poursuit son plan de développement et vise les 350 espaces conseils

TRYBA, leader sur le marché des menuiseries PVC, aluminium et bois, maintient son leadership et vise les 350 espaces conseils en 2027. Une ambition soutenue par un repositionnement de marque et une stratégie de diversification qui montrent déjà des signes de réussite. TRYBA se positionne aujourd’hui comme la référence de l’équipement technique et durable en matière de menuiseries, d’embellissement, d’agrandissement et d’isolation de l’habitat.

Après deux années de croissance, le marché de la fenêtre baisse en 2023 avec un peu plus de 10 millions d’unités vendues en France, dont 50% en neuf et 50% en rénovation. Sur ce marché marqué par la chute des constructions neuves et l’inflation, la rénovation tire son épingle du jeu, portée par la rénovation des logements collectifs et une demande du particulier toujours soutenue. Avec 19 millions de logements à rénover, le secteur de la rénovation reste **le premier levier de croissance pour le marché des fenêtres**.

Dans ce contexte, TRYBA a su résister grâce à un rythme de développement soutenu en 2024 avec **l’ouverture de 19 nouveaux espaces conseils**, dont 10 par de nouveaux concessionnaires et 9 par des concessionnaires fidèles à la marque qui ouvrent un nouvel espace sur leur zone de chalandise. Un signe de confiance fort de la part des partenaires envers la marque, qui continuent d’investir sur leur territoire.

Cette dynamique de croissance s’explique par une série de mesures stratégiques prises par TRYBA dès 2021, ayant pour objectif de renforcer son leadership mais aussi son attractivité auprès de futurs investisseurs souhaitant rejoindre l’aventure TRYBA.

Aussi, le fabricant peut s’appuyer sur un haut niveau d’expertise et de service, étayé par un investissement important dans **la digitalisation et son parcours client**, le tout dans une logique d’excellence durable et responsable.

La référence technique de l’habitat

Depuis plus de 40 ans, TRYBA n’a cessé d’innover pour proposer des produits toujours plus performants en matière d’isolation thermique, phonique, de sécurité et de design. Le repositionnement de la marque et les investissements sur ses sites de production – 32 millions d’euros depuis 2019 – lui ont permis de renforcer ses atouts distinctifs. Aujourd’hui il est **le seul fabricant en Europe à disposer d’un outil de production intégré de menuiserie et de vitrerie**,

basé en Alsace. Il peut ainsi proposer en exclusivité des technologies parmi les plus avancées du marché comme [le TPS – Thermo Plastic Spacer](#), et le triple vitrage en série (sans plus-value).

Ces dernières années, TRYBA a également su diversifier son activité pour s'imposer comme **un acteur global de la rénovation doté d'un portefeuille de produits complet** : fenêtres, portes, volets, pergolas, vérandas et plus récemment isolation.

Si le remplacement des fenêtres joue un rôle essentiel dans l'amélioration de la qualité de vie et la réduction des consommations énergétiques, il doit toutefois être accompagné d'autres travaux de rénovation, notamment d'isolation. C'est dans cette perspective que TRYBA a repris en 2020 la société FCA, devenue [Isolation by TRYBA](#), marque spécialisée dans la rénovation énergétique s'appuyant sur un réseau dédié de 18 franchisés, amené à s'étoffer avec un rythme de croissance de 8 à 10 magasins par an.

Forte de toutes ces expertises, TRYBA est aujourd'hui la seule marque à offrir une telle diversité sur le marché.

Une nouvelle signature « Bienvenue dans l'habitat de demain »

Pour accompagner ces évolutions, la marque a lancé une nouvelle signature : « Bienvenue dans l'Habitat de demain ».

Conscient que l'habitat doit devenir moins gourmand en énergie, plus sûr et plus responsable, TRYBA intègre pleinement, et depuis longtemps, ces enjeux dans la conception de ses produits et améliore la qualité de vie et le confort en combinant isolation thermique et phonique. TRYBA conçoit des **produits alliant performances, durabilité et surtout s'engage dans la production française de ses portes*, fenêtres*, et pergolas.**

L'entreprise s'est également engagée à rendre autonomes énergétiquement ses sites de production d'ici à 2027. Un engagement en partie matérialisé par un projet de centrale photovoltaïque sur son site historique à Gundershoffen.

Le parcours client au cœur de la stratégie

Renforcer la valeur perçue de la marque pour asseoir sa légitimité et la confiance auprès des consommateurs représente un enjeu majeur. Ainsi, TRYBA améliore constamment son parcours client avec le souhait qu'il soit **simple, naturel, riche et immersif**. Cela se traduit par de nombreux projets tels que le déploiement du CRM à l'ensemble du réseau, la simplification des gammes (meilleure lisibilité), de nouveaux outils de vente 3D pour plus d'immersion, de nouveaux outils pour les poseurs, et entre autres, un nouveau site web lancé en 2023.

L'expérience client est au cœur de la stratégie de TRYBA, élue en 2024 et pour la 5^{ème} année consécutive « Meilleures Menuiseries de l'année ». La marque bénéficie par ailleurs d'une notoriété globale de 78%, en hausse de 9 points par rapport à 2022, qui confirme les efforts déployés et les investissements médias.

A propos de TRYBA

Implantée en Alsace depuis 1980, TRYBA conçoit, fabrique et installe des fenêtres, portes d'entrées, volets et pergolas sur-mesure. Véritable référence de l'équipement technique de l'habitat, TRYBA s'est hissé au rang de leader dans la rénovation de menuiseries PVC, aluminium et bois. La marque est élue « Meilleures menuiseries » depuis 5 années consécutives. Avec 190 concessionnaires et plus de 300 espaces conseil, TRYBA dispose du 1er réseau de menuiserie en France. TRYBA possède 4 sites de production en France, compte 1 600 collaborateurs sur le territoire national et réalise un chiffre d'affaires annuel du réseau de 270 millions d'euros.

<https://www.tryba.com/>

*Hors porte d'entrée bois, fenêtre bois, fenêtre de toit, volets battants et pliants