

Information Presse Septembre 2025

Marc Terrier nommé Directeur Marketing Isover et Placo® : **Accélérer la croissance en plaçant le client au centre de la stratégie**

Depuis le 1^{er} septembre, Isover et Placo® ont un nouveau Directeur Marketing. Marc Terrier succède ainsi à Pauline Ledon, appelée à d'autres fonctions dans le Groupe Saint-Gobain. Âgé de 37 ans et diplômé de Sciences Po Bordeaux, il évolue depuis plus de 10 ans au sein des deux marques. Riche d'expériences variées dans des postes à responsabilité en développement commercial et service clients en France et à l'international, Marc Terrier souhaite **faire du marketing un levier fort de transformation pour Isover et Placo®**. Son objectif : aligner l'ensemble des forces vives des deux marques pour **capturer la reprise du marché et conquérir de nouveaux segments de croissance**.

*« Nos clients doivent être au cœur de nos réflexions, qu'il s'agisse d'éco-circularité, d'ergonomie d'usage, de construction légère, de digitalisation des outils... Nos échanges doivent permettre de **construire ensemble notre futur**. Mon ambition est également d'amener les équipes marketing à exprimer leur plein potentiel, à libérer leurs énergies, et à agir au plus près du terrain et de la force commerciale de manière à mobiliser toute l'entreprise. C'est ainsi que nous **transformerons les opportunités du marché en croissance pérenne et que nous continuerons de faire grandir nos marques**. », détaille Marc Terrier.*



Exploiter de nouveaux segments de croissance

Reconnues pour leur expertise et leur engagement auprès des clients, les marques Isover et Placo® entendent continuer à aller toujours plus loin. La force d'Isover est de **proposer un large choix de matériaux d'isolation** à faible impact environnemental. L'objectif est de **consolider cette singularité tout en saisissant les opportunités offertes par la transformation structurelle du marché** : nouveaux matériaux tels que les biosourcés, nouvelles applications... Côté Placo® deux enjeux se dessinent. Le premier, **accompagner l'évolution des modes constructifs**, en particulier avec la construction légère et la volonté de réduire l'impact environnemental des chantiers. Le second, **renforcer l'écoute des besoins clients sur les chantiers pour proposer des solutions toujours plus adaptées**.