



## Griesser France accélère son développement et investit le marché premium du store de terrasse

Déjà solidement implanté sur les marchés du brise-soleil orientable, du store toile et du volet, Griesser France franchit une nouvelle étape stratégique avec l'intégration d'une gamme complète de stores bannes et de toits de

terrasse. Une évolution majeure qui permet au spécialiste de la protection solaire de couvrir désormais l'ensemble des besoins du marché et d'accélérer son développement sur un segment à fort potentiel.

## Une offre globale pour répondre à tous les usages de la protection solaire

Avec cette nouvelle gamme, Griesser enrichit son portefeuille de solutions destinées aussi bien à l'habitat qu'aux projets tertiaires. Stores bannes, toits de terrasse et protections de verrières viennent compléter une offre déjà solidement implantée sur le marché français.

Parmi les nouveautés phares figure le **SMAILA**, store banne au design cubique et minimaliste qui illustre l'évolution du marché vers des lignes plus contemporaines et épurées. Récompensé par le **German Design Award et le reddot winner 2024**, il sera présenté au prochain salon Batimat sur le stand Griesser.

Pensé pour s'intégrer discrètement à l'architecture, le **SMAILA** mise autant sur l'esthétique que sur le confort d'usage : éclairage LED intégré, motorisation, capteurs météo et personnalisation des finitions permettent de créer un store entièrement adapté à chaque projet.



## Une fabrication premium et des technologies exclusives

Qu'il s'agisse des stores bannes ou des toits de terrasse, tous les produits de la gamme sont fabriqués dans les usines du groupe Griesser en Allemagne, où l'intégralité du processus est maîtrisée en interne : extrusion des profilés aluminium, thermolaquage, assemblage et confection des toiles. Une intégration verticale qui garantit un niveau de qualité constant sur l'ensemble de la gamme.

“ Cette nouvelle offre nous permet de répondre à une attente forte de nos partenaires et de proposer une réponse globale à tous les besoins en protection solaire extérieure, du balcon à la grande terrasse résidentielle ou tertiaire. ”

**Didier DELGADO** — Directeur des ventes Griesser

Deux points techniques distinguent cette gamme de la concurrence. Le premier est le **bras LongLife** : un tissage haute résistance intégré dans l'articulation, testé à **100 000 cycles sans entretien**, qui garantit une excellente tenue de toile dans le temps, même dans des conditions climatiques exigeantes. Le second tient aux **profilés aluminium, développés et filés exclusivement pour Griesser**. Propriété du groupe, ils ne peuvent être utilisés par aucun autre fabricant, constituant ainsi un avantage concurrentiel structurel.

En matière de personnalisation, la gamme propose **56 couleurs de laquage** en standard (l'ensemble des coloris étant disponibles sur demande) ainsi que **plus de 200 références de toiles acryliques et polyester**.

Ces toiles bénéficient d'un traitement déperlant longue durée et d'une teinture dans la masse, qui garantit un éclat des couleurs préservé dans le temps, même après de longues heures d'exposition au soleil. Chaque projet peut ainsi être configuré sur mesure selon les besoins techniques et esthétiques du client.

L'offre intègre également les exigences croissantes du marché en matière de domotique et d'automatisme. Chaque store banne peut être piloté via le protocole radio Griesser ou intégré au système Somfy IO, le standard de référence pour les installations domotiques globales, avec une gamme complète de capteurs vent, soleil et pluie pour une gestion entièrement automatisée de la protection solaire.



## Un marché premium à fort potentiel

Cette diversification s'inscrit dans une ambition de développement clairement affichée. Selon l'étude « *Marché des stores extérieurs en France* » réalisée par MSI Reports en 2025, le marché français du store extérieur représente environ 130 000 unités par an. Le segment premium, auquel s'adresse Griesser, représente près de 10 % de ce volume, soit environ 13 000 unités.

Dans ce contexte, Griesser France ambitionne de devenir l'un des trois acteurs de référence sur le marché français du store de terrasse haut de gamme à horizon 2030 et vise entre 3 et 5 millions d'euros de chiffre d'affaires sur cette activité dans les prochaines années.



“ Notre ambition n'est pas de rechercher le volume à tout prix, mais de nous imposer durablement sur le segment premium du store de terrasse. Nous voulons nous appuyer sur la qualité de nos produits, notre proximité avec les professionnels et notre expertise historique de la protection solaire pour devenir un acteur de référence de ce marché. ”

**Didier DELGADO** — Directeur des ventes Griesser





## Une montée en puissance soutenue par un déploiement national

Pour accompagner cette nouvelle activité, Griesser s'appuie sur une organisation commerciale déjà solidement implantée en France, composée d'une cinquantaine de collaborateurs, dont seize commerciaux itinérants répartis sur l'ensemble du territoire.

L'entreprise entend également renforcer progressivement sa présence sur ce marché à travers le développement de nouveaux réseaux de distribution spécialisés et le renforcement de ses compétences dédiées à cette activité.

Cette nouvelle étape confirme la volonté de Griesser de poursuivre sa croissance en s'appuyant sur ses fondamentaux : l'innovation, la qualité de fabrication et un accompagnement de proximité auprès des professionnels.



**À propos de GRIESSER** — Implantée en France depuis 1928, Griesser est un spécialiste des protections solaires et des fermetures. Filiale d'un groupe suisse fondé en 1882, l'entreprise conçoit des solutions durables et sur-mesure pour le résidentiel et le tertiaire. Reconnue pour la qualité de ses produits et son expertise technique, Griesser accompagne ses clients en neuf comme en rénovation.