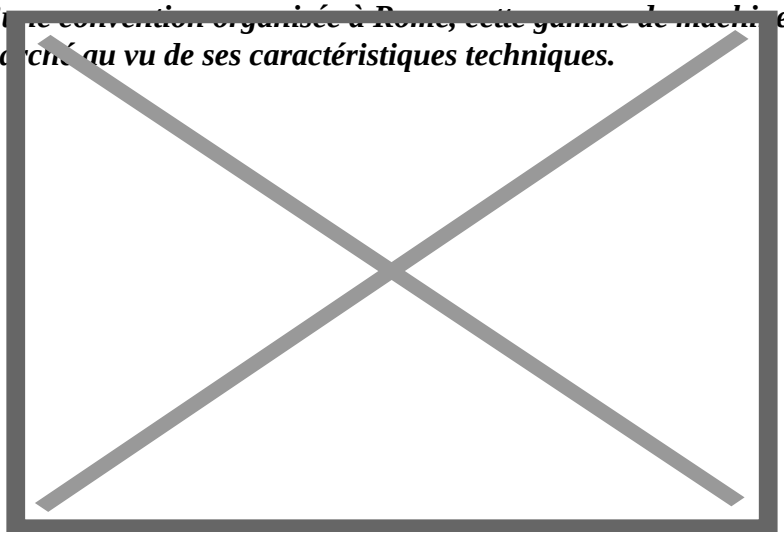
avril 2012

Milwaukee

Milwaukee Fuel Contact

Précurseur dans le domaine des outils électroportatifs sur batterie lithium-ion, la marque Milwaukee franchit aujourd'hui une nouvelle étape avec sa ligne Fuel. Présentée en exclusivité à la distribution lors d'une convention organisée à Rome, cette gamme de machines devrait rapidement trouver sa place sur le marché au vu de ses caractéristiques techniques.



La société TTI a invité les 9 et 10 février derniers près d'un millier de distributeurs européens de sa marque d'outillage électroportatif Milwaukee lors de sa deuxième convention qui s'est déroulée cette année à Rome, la première édition ayant eu lieu en 2010 à Barcelone.

Les distributeurs français, essentiellement des représentants des négoces matériaux et spécialistes du sanitaire chauffage – en accord avec la répartition du chiffre d'affaires de la marque, 40% négoces matériaux, 40% sanitaire chauffage et 20% quincailleries et fournitures industrielles – étaient une bonne centaine en comptant les quelques grands comptes et industriels clients également invités. Après une arrivée en après-midi le jeudi, leur vendredi a été consacré à une journée de travail commencée avec une vision en libre-accès de la gamme Milwaukee, suivie d'un exposé de la stratégie commerciale de la marque puis des présentations des produits nouveaux, en amphithéâtre et dans des ateliers, en commençant par l'Innovation Fuel.

La force commerciale Milwaukee France (dix commerciaux présents, un responsable grands comptes et cinq démonstrateurs JSS) était présente pour entourer et répondre aux questions des participants. Dans un second temps, cette équipe de vente a porté les discussions sur le terrain des promotions très agressives liées à l'événement pour lequel des prix étaient consentis sur une sélection de produits réservés aux distributeurs ayant répondu à l'invitation romaine. Business is business !

Dynamisme marketing…

La marque Milwaukee appartient au groupe chinois TTI qui distribue également en France les marques AEG et Ryobi dans le domaine de l'outillage électroportatif. Faisant preuve d'une croissance éclair, 30 millions de dollars de chiffre d'affaires en 1985 et 3,7 milliards en 2011, ce groupe a enregistré en 2011 une augmentation de ses ventes de 10% au niveau monde, 11% en Europe et encore un peu plus pour la division

Milwaukee. Il faut dire que cette marque concentre l'essentiel de l'innovation et des événements marketing et bénéficie incontestablement de ce dynamisme pour progresser sur le marché. Elle a en effet intégré 35 produits nouveaux l'année dernière et compte mettre sur le marché une centaine de nouvelles références dans les trois ans à venir. Côté promotion, elle fait l'objet de nombreuses animations et totalisera sur 2012 quelque deux cents jours d'événementiels. *« Nous progressons par le terrain* » souligne Pierre Piniau, directeur commercial Milwaukee.

Sur ce sujet, avant d'en venir à Fuel, Milwaukee organise les Work Hard Play Hard, événements itinérants se déplaçant chez les distributeurs qui mêlent présentations de produits et animations festives et ont généré quelque 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2010, six millions en 2011 et en projection dix millions en 2012. Des blitz de trois jours sont également planifiés durant lesquels Milwaukee concentre sur une ville tous ses moyens disponibles afin de toucher un maximum de clients potentiels, notamment en visitant tous les chantiers locaux pour présenter ses matériels aux utilisateurs professionnels. Sept blitz sont prévus pour 2012 contre deux en 2011, dont l'édition de Rennes, particulièrement réussie avec un chiffre d'affaires de 250 000 e. Et de nombreux autres outils de communication sont mis en place tels des supports de vente en magasin, des leaflets Heavy Duty News, des flyers, des sites internet dédiés par gamme, des concours comme celui qui permis l'année dernière d'adjuger une Harley Davidson (35 000 inscriptions), des participations à des salons – celui de Batimat a généré 5 000 contacts – et la présente convention de février 2012.

... et innovation convaincante

Venons en maintenant à la grande nouveauté présentée lors la convention Milwaukee, Fuel. Nous resterons dans la suite de cet article sur ce seul matériel, malgré les sorties annoncées d'autres machines et de nombreux consommables intéressants. Libre à vous de consulter Milwaukee pour avoir un complément d'information.

Le Fuel est l'évolution logique de la gamme sans fil Milwaukee sur batterie lithium-ion après la V18 en 2006, la M18 en 2009 et la Red Lithium-ion en 2011. La M18 Fuel est en fait un concentré de ce qui se fait de mieux chez Milwaukee avec l'association du moteur sans charbon Powerstate™, d'une batterie Red Lithium-ion™ et de l'intelligence RedLink Plus™.

Le moteur Powerstate, fabriqué par Milwaukee, offre des gains substantiels par rapport au moteur de technologie précédente grâce à une conception inversée (bobinage interne avec aimants permanents néodynium), une platine électronique placée au niveau de l'induit qui amène une restitution optimale du courant électrique, un ventilateur surdimensionné. Milwaukee estime ce gain à +25% en puissance, +50% en autonomie et d'un facteur 10 pour la durée de vie (500 heures et 300 000 trous). Il est difficile de vérifier ces données a priori mais les démonstrations faites à Rome en terme de couple disponible, 80 Nm sans flancher en 18V, étaient très convaincantes.

La batterie Red Lithium-ion allie une chimie des cellules qualitative, une gestion des cellules DPM individualisée qui permet de charger toutes les cellules à leur maximum – a contrario, un contrôle effectué sur un échantillon de cellules oblige à ne pas charger la batterie à plein (garder une réserve de sécurité sur les cellules non testées) pour éviter toute surcharge – et un système d'assemblage robuste (cage en métal monobloc, connecteurs encastrés peu sensibles à la poussière…). Le résultat de cette conception donne des batteries hautes performances qui peuvent travailler efficacement jusqu'à –18°C. Milwaukee a d'ailleurs été choisie pour la construction de l'Ice Hôtel de Québec monté par des températures comprises entre –10°C et –30°C.

Enfin, RedLink Plus, c'est une gestion intelligente de la machine qui permet de réguler le couple et la vitesse en fonction de la charge, de limiter les surcharges et hausses de température en utilisation, d'utiliser l'énergie de la machine jusqu'à son maximum, etc.

L’alliance de ces trois composants donne une machine d’une grande efficacité, et tout d’abord une perceuse-visseuse compacte déclinée en 1,5 Ah et 3 Ah avec ou sans percussion. A la fin de l’année seront lancées sur le marché une visseuse à choc et une boulonneuse relevant de la même technologie Fuel.

Toutes ces machines sont livrées avec un chargeur multivoltage 12 et 18 V qui recharge les batteries 1,5 Ah en 30 mn et 3 Ah en une heure, quel que soit leur voltage.

Une vaste campagne de lancement a été orchestrée pour promouvoir cette ligne Fuel dans toute la distribution professionnelle.

FB