avril 2012

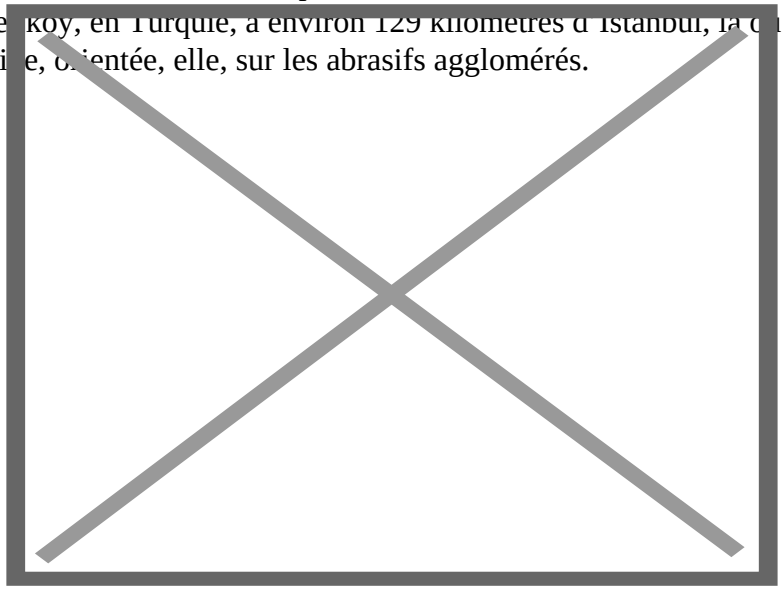
Karbosan

Accueil / BBI / Fournisseurs / Abrasifs

Un nouveau nom dans les abrasifs appliqués

Le fabricant turc Karbosan est aujourd'hui en mesure de proposer au marché une gamme complète d'abrasifs entièrement issue de ses usines. Opérationnelle depuis 2011, l'usine de Veliköy, donne les moyens à la marque de produire elle-même ses abrasifs appliqués et complète le site d'Istanbul dédié aux abrasifs agglomérés. Karbosan se situe aujourd'hui parmi les acteurs majeurs de ce marché sur le plan européen.

A l'image de son berceau, Istanbul, situé aux confluents de l'Europe et de l'Asie, Karbosan affirme aujourd'hui une double présence sur les marchés des abrasifs agglomérés et des abrasifs appliqués. Depuis 2011, le fabricant turc dispose en effet d'une toute nouvelle usine dédiée aux abrasifs appliqués, implantée à Veliköy, en Turquie, à environ 129 kilomètres d'Istanbul, là où se situe le siège de l'entreprise et sa première usine, orientée, elle, sur les abrasifs agglomérés.



Un acteur majeur du marché

Créé en 1957 à Istanbul par Aron Maçoro et Moris Kohen, deux entrepreneurs issus de familles industrielles travaillant dans le domaine du textile, le groupe s'est d'abord consacré à la fabrication de meules vitrifiées, avant de compléter son activité dix ans plus tard avec de la production de meules minces pour l'ébarbage et le tronçonnage. Détenant plus de 75% des ventes d'abrasifs sur le marché turc, le fabricant s'est rapidement tourné vers l'export : le Moyen-Orient, les anciennes républiques soviétiques ou encore l'Afrique, l'Amérique du Nord et bien entendu l'Europe. Pour percer le marché européen, Karbosan a ainsi ouvert en 2006, une filiale en France.

Dirigée aujourd'hui par les fils des fondateurs, Max Maçoro et Davit Kohen, la société réalise un chiffre d'affaires de 120 millions d'euros. L'usine stambouliote produit 15 millions de disques à ébarber et 35 millions de disques de tronçonnage, ce qui permet ainsi à Karbosan de se positionner comme un acteur majeur sur le plan européen.

Si, depuis 1995 la société s'est également lancée dans la conversion des abrasifs appliqués, le façonnage des

disques et roues à lamelles, etc., c'est en 2009 qu'elle décide de construire une usine pour les abrasifs appliqués dans le but d'élargir sa gamme, sans dépendre d'un sourcing extérieur. « *Cela correspond bien à la stratégie du groupe qui souhaite proposer la gamme la plus complète possible et d'en maîtriser l'ensemble des process de fabrication et de suivi, notamment en termes de qualité* » explique Jacques Dutailly, responsable de la filiale française.

Un savoir-faire complet

La qualité a d'ailleurs toujours fait partie de la stratégie du fabricant turc qui, depuis son origine, a investi pour être en mesure de proposer des produits répondant aux normes en vigueur et aux exigences du marché. En 2001, le fabricant obtient par exemple le Tüv allemand, en 2002 , il est certifié oSa et en 2003, ISO 9001.

Cette même rigueur est évidemment déployée dans l'unité de Véliköy. Avec une capacité de production de cinq millions de mètres carrés, cette usine se situe parmi les plus importantes unités d'abrasifs appliqués d'Europe. Elle fabrique ainsi 12 millions de disques à lamelles, 23 millions de disques fibres et 35 millions de feuilles, l'ensemble se déclinant en des milliers de références en ne prenant en compte que les variantes en terme de granulométrie et de souplesse. Entièrement automatisée, cette usine se décline en quatre travées de 10 000 m2 et dispose d'un savoir-faire complet. Vélikoy maîtrise ainsi la fabrication des supports toile (coton, polyester) et des différents types de papiers destinés à recevoir les grains abrasifs – corindon, zirconium, carbure de silicium, céramique – ces derniers étant achetés à l'extérieur comme le font la plupart des fabricants d'abrasifs appliqués. A Veliköy est également tissée la toile de renforcement qui entre dans la composition des meules minces, auparavant fabriquée à Istanbul, ou encore de la toile de verre.

Une marque challenger

Le fait de proposer une gamme d'abrasifs complète à la distribution, entièrement issue de ses propres usines, fournit évidemment de nouveaux atouts à la marque en France.

Si au départ Karbosan était surtout connu pour son savoir-faire de fabricant mis au profit d'autres labels que le sien, l'entreprise travaille depuis six ans à développer sa propre marque. Ainsi, en France, elle ne commercialise plus que la marque Karbosan, diffusée exclusivement à travers la distribution, fournitures industrielles essentiellement.

Karbosan se positionne ainsi comme une marque challenger sur le marché français avec des produits inscrits dans le milieu de gamme, dotés de prix compétitifs et centrés sur les principales références demandées par la fourniture industrielle. « Aujourd'hui, la moitié du marché français des meules minces se concentre sur les diamètres 125 et 230 mm pour des épaisseurs de 1,6, 2,5 voire 6,4 mm. C'est notre cheval de bataille » confirme Jacques Dutailly.

L'entreprise a par ailleurs basé son développement sur la qualité de son service. Depuis le site de son sous-traitant logistique, à Goussainville, en région parisienne, Karbosan est en mesure de livrer ses produits en 72 heures, notamment pour tout ce qui constitue le 20/80 du marché (environ 900 références stockées). En 2012, Karbosan affine ce service à travers la mise en place d'un nouveau logiciel qui lui donne les moyens d'être informé immédiatement des références situées au-dessous un certain seuil. Ce nouveau logiciel lui permettra également de mieux accompagner ses clients, à travers un suivi plus précis de leur ventes, pour organiser par exemple des promotions, ou les aider à développer les références qui correspondent au mieux aux attentes de leur clientèle.

Reconnaissance visuelle

La marque travaille également sur la mise en marché de ses produits, avec des packagings obéissant à des codes couleurs permettant une reconnaissance visuelle de l'abrasif selon son application : bleu pour l'acier,

vert pour la fonte, rouge pour l'inox, kraft pour les autres applications. Les produits sont emballés dans des cartons de 10-25 pièces, eux-mêmes conditionnés dans un master box de 300 pièces. En ce qui concerne plus particulièrement les rouleaux d'abrasifs appliqués, la marque réfléchit à proposer également dans des boîtes carton ses produits des dimensions les plus courantes pour offrir une alternative à la présentation actuelle. « *Cela permettra d'une part de mieux protéger les abrasifs et d'autre part, de faciliter le stockage pour la distribution, tout en créant un effet de gamme attractif en linéaire* ». La marque propose également à ses distributeurs d'éditer des tarifs personnalisés à leur nom et des présentoirs pour mieux accompagner ses produits dans le point de vente.

Des spécialistes soudure aux généralistes

Cette gamme est commercialisée en France par une équipe de cinq personnes, réparties sur le territoire national. Après cinq ans d'existence sur le marché français, la marque Karbosan affiche d'ailleurs une constante progression, de l'ordre de 45 à 50% chaque année. Mais ce développement ne s'effectue pas tous azimuts. La marque veille à préserver dans la mesure du possible une certaine exclusivité au distributeur dans sa zone, afin d'éviter notamment toute guerre des prix. « *Désormais, nous faisons partie intégrante du marché français. Au démarrage, notre développement s'est effectué beaucoup grâce au bouche-à-oreille* » souligne Jacques Dutailly. « *Aujourd'hui, la marque s'appuie sur 120 distributeurs, dont une cinquantaine d'exclusifs, tous des indépendants* ». Il est vrai que le catalogue de Karbosan s'appuyait jusqu'alors sur des meules minces et disques à lamelles destinés avant tout aux spécialistes en soudure, dont beaucoup sont des indépendants. Cette stratégie commerciale devrait donc évoluer avec le développement des abrasifs appliqués qui touchent une distribution plus généraliste. Ce qui donne à Karbosan de nouvelles perspectives de croissance.

AR

Production d'abrasifs appliqués

- 23 millions de disques fibres

- 35 millions de feuilles

- 12 millions de disques à lamelles