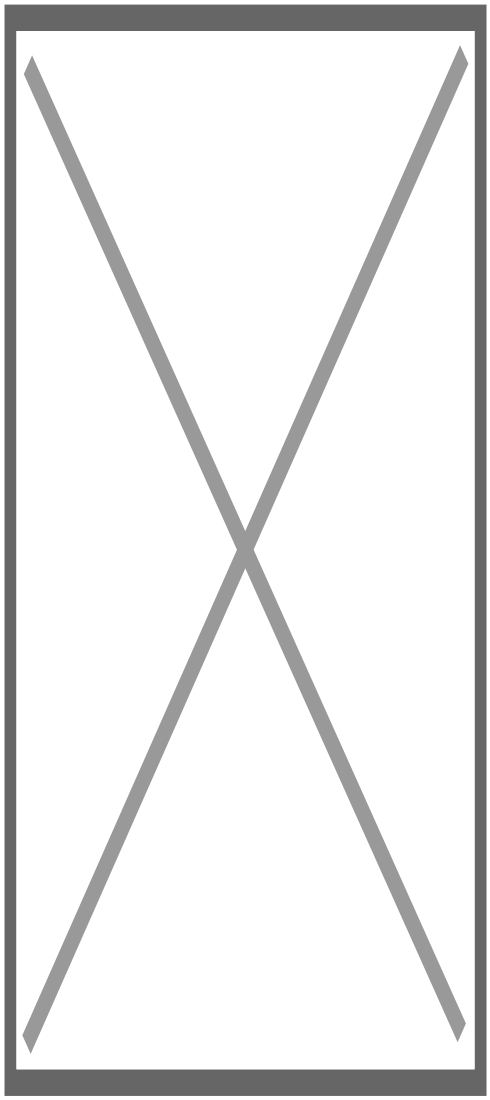
novembre 2010

Mirka

Accueil / BBI / Fournisseurs / Abrasifs

Une croissance placée sous le signe de la différenciation

Mirka France, la filiale du fabricant finlandais d'abrasifs, poursuit sa conquête du marché français en s'appuyant sur une stratégie de différenciation, basée notamment sur des produits exclusifs et innovants. En moins de dix ans, l'entreprise a ainsi multiplié par cinq son chiffre d'affaires et s'apprête à lancer une gamme complète pour les professionnels du bâtiment.



Mirka France peut s'enorgueillir d'une croissance ininterrompue depuis près de dix ans ! Son activité ne traduit même aucun fléchissement lié au contexte économique actuel. Certes, avec un chiffre d'affaires de 2,6 millions d'euros en 2002 pour neuf personnes, la filiale française de KWH Mirka, le fabricant finlandais d'abrasifs, ne pouvait que progresser si elle voulait compter dans l'hexagone. En quelques années, l'entreprise a ainsi réussi à se hisser à un niveau d'activité de 8,3 millions d'euros en 2009 (+ 8,5% par rapport à 2008) et s'appuie désormais sur vingt-cinq personnes, dont seize commerciaux et trois techniciens en mesure de faire des interventions et des démonstrations chez les clients.
« Cette croissance s'explique tout d'abord par le fait de notre petite part de marché, de l'ordre de 4 à 5% en France selon les segments. Nous disposons donc d'un potentiel de croissance important. De plus, l'abrasif est un consommable et ce marché est moins touché que celui des biens d'équipement. Et enfin, notre stratégie d'innovation systématique nous permet de nous différencier et d'apporter constamment de la valeur ajoutée à nos clients » explique Nicolas Couty, qui dirige la filiale française depuis dix ans.

Une stratégie tournée vers l'innovation

Surtout, le dynamisme du groupe, en France comme dans le reste du monde, est avant tout lié à ses investissements en faveur de la recherche et du développement (8% du chiffre d'affaires de KWH Mirka) et à sa stratégie tournée vers l'innovation. *« Nous cherchons à proposer au marché des produits qui n'existent pas chez nos concurrents. Sur un marché dominé par les produits standards, cela nous permet de nous différencier »*.

Fabriqués dans les deux usines finlandaises de KWH Mirka, à côté de Vaasa, les produits brevetés représentent actuellement 27% du chiffre d'affaires du groupe. L'un de ses concepts phare est notamment l'abrasif Abranet, véritable figure emblématique du savoir-faire de l'entreprise. Ce système repose sur une structure dotée de milliers...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.

Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue