janvier 2015

ISM Puma

Accueil / BBI / Fournisseurs / Chaussures de protection

ISM Puma change de dimension

Disposant de locaux plus spacieux et plus fonctionnels, avec notamment un nouvel outil logistique et un centre de recherche renforcé, ISM Puma affiche ses ambitions sur le marché professionnel de la chaussure de sécurité. L'entreprise allemande veut doubler son chiffre d'affaires en cinq ans.

L'entreprise créée en 1930 par Heinrich Krämer prend une nouvelle envergure. Dirigée depuis 2002 par Julia Krämer-Guemues, petite-fille du fondateur, ISM a inauguré en septembre des locaux flambant neufs, implantés dans la ville de Lippstadt, en Allemagne.

Spacieux et fonctionnel, le nouveau bâtiment, d'une superficie de 12 500 m2, intègre les services administratifs et le stockage. Il doit permettre à l'entreprise familiale de faire face à ses ambitions de développement. Si son chiffre d'affaires a déjà doublé entre 2005 et 2010 et même triplé entre 2005 et 2013, ISM envisage de doubler à nouveau ses ventes entre 2013 et 2018.

Trois marques

Aujourd'hui, la société s'appuie sur trois marques. Les chaussures Puma Safety Shoes, dont elle détient la licence en exclusivité mondiale, s'inscrivent sur les segments moyen et haut de gamme. En complément, ISM a développé deux marques qui lui appartiennent en propre, Footguard et Albatros (vêtements, chaussures et bottes), respectivement positionnées en entrée et milieu de gamme. Footguard vient d'ailleurs de lancer une nouvelle gamme de chaussures, comprenant une dizaine de modèles.

Si la notoriété de la marque Puma Safety dans le monde donne les moyens à ISM de cibler les USA, l'Australie, le Mexique et le Japon, son objectif principal est de renforcer son développement en Europe, et tout particulièrement l'Italie, la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France pour laquelle une nouvelle équipe commerciale est en place. Footguard, Albatros, nouveaux objectifs de développement d'une offre globale ISM sur la France seront commercialisées comme Puma

Safety exclusivement auprès de distributeurs partenaires du marché professionnel.

Une maîtrise complète

Avec sa nouvelle structure, ISM affiche sa volonté de maîtriser complètement ses produits, depuis leur création jusqu'à leur lancement chez les distributeurs, avec toujours comme leitmotiv, la qualité. Ses nouveaux locaux lui ont notamment permis de renforcer son centre de recherche et développement. Composé de quatre personnes dont un designer, ce centre est en permanence à la recherche de nouveaux produits, inspirés par les attentes des utilisateurs, ou encore teste de nouvelles matières pour les futures chaussures.

ISM dispose de ses propres moules et impose un cahier des charges très précis à partir duquel est fabriqué le prototype de la nouvelle chaussure, qui sera testé et certifié avant sa mise en fabrication. Les chaussures sont produites dans différentes unités en Asie et en Europe, le suivi de fabrication et le contrôle qualité à toutes les étapes du process étant assurés par des salariés de l'entreprise. Dès réception, le laboratoire de contrôle et de test de Lippstadt vérifie une dernière fois les produits avant leur mise sur le marché.

Réactivité renforcée

La notion de service a également été renforcée. Le nouvel entrepôt de 12 500 m2 dispose en moyenne de 250 000 paires, au profit de délais de livraison rapides, soit 3 à 5 jours ouvrés pour la France. Pas moins de huit à dix containers sont réceptionnés chaque semaine. Prochainement, ISM envisage de développer un système de gestion logistique qui permettra aux distributeurs de connaître en temps réel le stock disponible, d'où un gain de temps important. Le centre logistique abrite par ailleurs un showroom, conçu pour être très représentatif de l'ensemble des produits des trois marques, de façon à permettre aux clients qui visitent le site d'avoir une vision optimale de l'offre.

Le renfort de l'équipe marketing par l'arrivée d'un nouveau manager devrait également accentuer le savoir-faire et la réactivité de l'entreprise en termes de communication. Déjà, deux à trois fois par an, elle déploie des promotions autour de ses nouvelles collections, valorise son offre dans les points de vente à travers des visuels mettant les produits en situation, des bannières, des flyers ou encore des présentoirs permettant également de stocker les chaussures. Des catalogues dédiés à chaque marque sont également édités et traduits en français. L'ambition d'ISM Puma est bien de conquérir un statut mondial sur le marché des chaussures de sécurité premium.

AR