décembre 2017

Stanley

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage à main

Servir le marché français avec des usines locales

« Fabriquer où l'on vend » ... voici comment pourrait se définir la stratégie de la marque Stanley. En Europe, sur les neuf usines du groupe américain auquel appartient la marque, quatre unités sont françaises.

Depuis 2013, la fabrication de couteaux et d'outils de mesure, préalablement fabriqués aux USA et en Asie, a été relocalisée dans l'Hexagone. A cette période, la marque qui passait d'une stratégie d'acquisition pure à une stratégie de croissance organique et d'acquisition prenait la décision de fabriquer à proximité de ses marchés, un plus sur différents plans dont le maintien d'emplois en France ainsi que du point de vue de la logistique et de l'impact environnemental. Pour le DG de Stanley Black & Decker Yves Antier « Il est important de servir le marché français, le deuxième plus gros marché du groupe pour l'outillage, avec des usines locales. Si nous avons les moyens de fabriquer en France, nous le faisons ».

En 2017, près de 20 millions d'outils Stanley sont sortis des usines de Besançon (l'ensemble des mètres rubans de largeur 32 mm distribués dans le monde y est fabriqué), de Laissey (25) et d'Arbois (39) qui totalisent près de 450 salariés.