

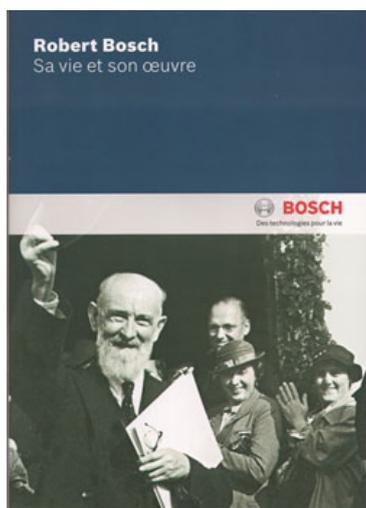
mai 2011

Bosch

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Outillage électroportatif](#)

L'innovation, le meilleur outil pour les ventes

Fidèle à sa stratégie d'innovations, la division outillage de Bosch a réussi à maintenir le niveau de ses ventes pendant la crise et affiche même en 2010 un chiffre d'affaires record en Europe. Le groupe, qui fête cette année ses 125 ans, entend bien poursuivre sur cette dynamique, en témoigne un programme d'innovations important, notamment sur le sans-fil, la mesure et les accessoires diamantés.



L'année 2011 marque un nouveau pas dans l'histoire de Bosch. Le

fabricant d'outillage fête cette année ses 125 ans et par la même occasion les 150 ans de la naissance de son fondateur. Robert Bosch était âgé de 25 ans lorsqu'il a ouvert, en 1886 à Stuttgart, les Ateliers de mécanique de précision et d'électrotechnique. «Ce qui fait la force de Bosch, c'est la culture forte de son fondateur qui a engagé sur le long terme une direction loyale des affaires. Aujourd'hui encore, nous essayons d'éviter les gains de court terme et de respecter notre parole» explique Guy Maugis, directeur général de Bosch France. Entrepreneur visionnaire, Robert Bosch a effectivement fait en sorte que ses exécuteurs testamentaires veillent à ce que les activités de l'entreprise se poursuivent en perpétuant sa volonté, «à savoir non seulement maintenir les activités de l'entreprise à long terme mais aussi permettre un développement puissant et plein de sens, afin de résister aux difficultés inévitables et aux crises futures ».

Ses principes semblent avoir notamment prouvé toute leur pertinence lors des trois délicates dernières années, et aujourd'hui le groupe a retrouvé des niveaux d'affaires d'avant-crise. Globalement, Bosch a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 47,3 milliards d'euros dont 27% pour le segment des biens de consommation dont relève l'outillage, 59% pour l'automobile, secteur qui a particulièrement souffert pendant la crise, et 14% pour les Techniques Industrielles (pneumatiques, panneaux solaires...). «Le secteur automobile a particulièrement souffert en 2009 mais nous avons fait le choix de garder nos salariés. Les entreprises qui ont su conserver la compétence de leurs salariés et leurs capacités industrielles reprennent aujourd'hui plus rapidement des marchés. C'était une bonne décision » poursuit Guy Maugis.

L'Europe tire l'outillage

Néanmoins, les difficultés du secteur automobile ne semblent guère avoir affecté l'outillage. Le fabricant estime le volume mondial de cette activité à 19 milliards d'euros (+6%) avec des segments enregistrant des croissances plus ou moins fortes : +7% pour l'électroportatif (7,5 milliards d'euros), + 4% pour les scies stationnaires (11,1 milliards d'euros), +4% pour les accessoires (6,3 milliards d'euros), + 12% pour la mesure (700 millions d'euros). Il n'y a guère que l'outillage de jardin à être stable autour de 3,1 milliards d'euros. Un marché sur lequel Bosch est présent mais, pour l'instant du moins, uniquement à travers une offre grand public. En volume, les...

Veillez 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](#)