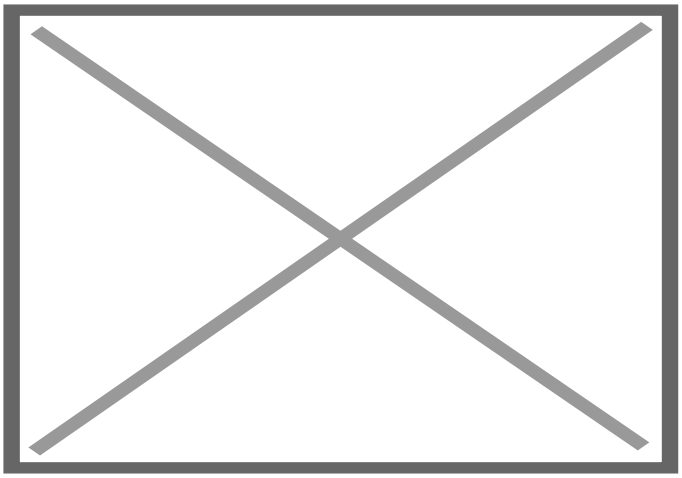
mars 2014

Milwaukee

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

Positionnement Premium et Innovations non stop

Après Barcelone, Rome puis Lisbonne, Milwaukee a choisi la cité balnéaire hollandaise de Noordwijk comme cadre de sa Conférence annuelle. La marque y a reçu ses revendeurs européens auxquels elle a présenté ses nouveaux produits et la stratégie appliquée pour faire grimper les ventes d'outillage de la distribution professionnelle.



Ce rendez-vous désormais traditionnel fut aussi l'occasion pour la marque créée aux Etats Unis en 1924 et aujourd'hui membre du groupe hongkongais Techtronic Industries d'illustrer de manière concrète, démonstrations et tests comparatifs à l'appui, le caractère Premium d'une offre qu'elle réserve à la distribution professionnelle. Au total, un millier de distributeurs venus de toute l'Europe ont été reçus à Noordwijk par la force commerciale Milwaukee au cours de la première semaine de février dernier. Parmi eux, une cinquantaine de revendeurs français s'était rendue à l'invitation de TTI France. En présence de Tommaso Camboni et Pierre Piniau, respectivement DG de TTI France et Italie et directeur commercial de Milwaukee en France, ainsi que de l'intégralité de la force commerciale de la marque dans l'Hexagone (une dizaine d'ATC et des démonstrateurs), ces distributeurs, négoces matériaux, spécialistes chauffage/sanitaire, fournitures industrielles et quincailleries, ont découvert les nombreuses nouveautés de la marque à l'occasion de démonstrations qui se sont succédé tout au long de la journée du 5 février dans un hôtel de la ville ainsi que sous une tente de 1 200 m² dressée pour l'occasion dans les jardins de l'établissement.

Croissance forte

A l'occasion de son allocution de bienvenue, le dirigeant de TTI France a souligné l'exceptionnelle croissance, interne et externe, que connaît le groupe, de l'ordre de 35% par an depuis cinq ans. Pour donner un chiffre jalon, Techtronic Industries qui, outre Milwaukee, possède des marques de forte notoriété comme AEG et Ryobi, pour évoquer le seul domaine de l'outillage électroportatif, enregistrait en 2011 un chiffre d'affaires proche de 4 milliards d'euros.

Concernant Milwaukee, fabricant ayant une capacité de production de 300 000 outils par jour qui revendique la deuxième place du marché mondial de l'outillage électroportatif et le leadership du segment des outils à batterie, la progression est particulièrement soutenue. *« En 2013, les ventes de produits Milwaukee ont augmenté de 14% sur l'ensemble de l'Europe, la progression sur le marché français ayant atteint 20% »* a précisé Tommaso Camboni. Et de citer certaines des innovations récemment intégrées à l'offre du fabricant précurseur dans le domaine des outils fonctionnant sur batterie au lithium-ion expliquant en partie cette progression : la batterie Red Lithium Ion en 2011 ; la technologie Fuel lancée à l'occasion de la Conférence 2012 et qui, en associant le moteur sans charbon Powerstate™, la batterie Red Lithium Ion et l'intelligence électronique RedLink Plus™ représente un très haut niveau de technologie sur le marché mondial des outils sans fil ou encore la gamme M12 dont les machines de 12 volts développent une puissance similaire à celle

d’outils de 14,4 volts.

Avance technologique

Même si près de la moitié du chiffre d’affaires de la marque est aujourd’hui imputable à la vente d’outils filaires, Milwaukee a la conviction que le sans fil représente l’avenir du marché de l’outillage électroportatif et consacre à ce type d’outils une grande partie de son budget recherche et développement. Les produits réellement innovants mis au point par les équipes R&D du fabricant au cours de la décennie écoulée illustrent l’avance technologique de Milwaukee dans ce domaine. Dans ce registre, on peut citer le lancement de la première gamme d’outils sur batteries au lithium ion en 2005, la sortie d’une perceuse à percussion ultra compacte 12V 3â€¯Ah en 2008 ainsi que les batteries Red Lithium-Ion et la technologie Fuel, des innovations plus récentes déjà mentionnées. Il en va de même de la majorité des produits qui vont élargir sensiblement l’offre de Milwaukee tout au long de l’année 2014.
Nous évoquons dans l’encadré ci-dessous ces nouveautés dont la découverte a fait l’objet principal de la Conférence Milwaukee 2014 et vous invitons, pour une connaissance approfondie de l’offre du fabricant, à visiter son site internet milwaukeetool.fr.

Renforcer la pénétration de la marque

Pour renforcer la pénétration de Milwaukee auprès de la distribution française, la marque de Techtronic Industries a développé un vaste plan marketing et de communication de nature à lui permettre de reprendre des parts de marché aux marques concurrentes, y compris à celles qui vendent leurs produits en direct aux utilisateurs finaux. Parmi les actions visant cet objectif figure la mise en place d’équipes « Job Site Solutions » dédiées à la prescription de produits auprès des grands comptes ainsi que l’organisation de blitz. Tenues pour la première fois en Grande Bretagne il y a quatre ans, ces opérations qui ont rapidement essaimé en France permettent à la marque de concentrer sur une ville durant plusieurs jours tous les moyens disponibles pour toucher le plus grand nombre d’utilisateurs potentiels, y compris à travers la visite des chantiers locaux pour la démonstration de machines ou encore la récupération de machines usagées de toutes marques accompagnée de promotions sur les machines Milwaukee.

Parallèlement à la mise sur pied de campagnes promotionnelles diverses, de nombreux autres outils de communication ont été créés dont des supports de vente en magasin et autres flyers ainsi que le « Heavy Duty News », un document édité trois fois par an et diffusé à quelque 200 000 exemplaires en France. Très présente sur la chaine YouTube et les réseaux sociaux, Milwaukee vient tout juste de lancer un nouveau site web compatible avec une tablette ou un smartphone. Le mécénat sportif contribue également à renforcer la notoriété de la marque et à lui forger une image forte sur les différents marchés européens. Milwaukee est ainsi engagée dans le championnat de moto britannique au côté de l’équipe Yamaha et sera présente à la prochaine édition du Bol d’Or, les 26 et 27 avril prochain à Magny-Cours.

Pour terminer sur les projets à court terme du spécialiste de l’outillage électroportatif sur le marché national, on citera la création prochaine d’un centre de formation (pour l’instant, seule la filiale allemande du groupe était équipée d’un tel outil en Europe) et la proposition à la distribution professionnelle d’un tout nouveau linéaire et de dispositifs divers pour la mise en avant de la gamme dans les points de vente.

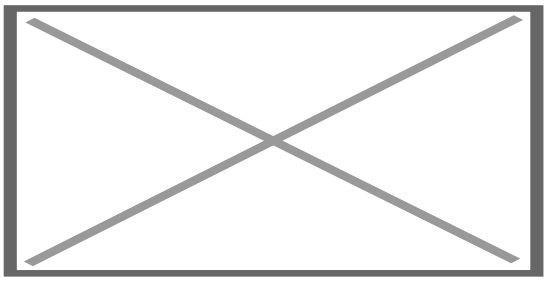
Dominique Totin

Une centaine de nouveaux produits en 2014

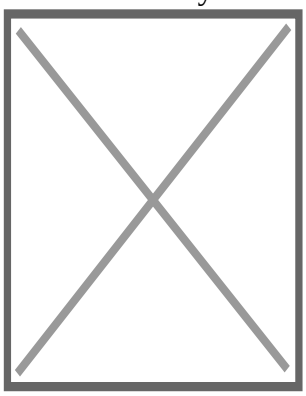
Bénéficiant de centres R&D importants où travaillent des centaines d’ingénieurs et de nombreuses usines, Milwaukee possède une capacité de renouvellement de sa gamme très importante. Au cours de l’année 2014,

la marque mettra sur le marché pas moins d’une centaine de nouveaux produits. Parmi ceux-ci figurent de nombreux outils sans fil 12 et 18 volts, à technologie Fuel ou pas, tous proposés en versions 2 et 4 Ah. Quelques nouvelles machines filaires, et notamment une ponceuse polisseuse de 1 450 watts et un performateur SDS+ 4 modes de 4,7 J, figurent également parmi les nouveautés. L’offre en accessoires de la marque appartenant à un groupe qui réalise régulièrement des opérations de croissance externe visant à étendre son savoir-faire dans le domaine de l’outillage s’élargira elle aussi, notamment avec de nouvelles lames de scie-sabres, les nouveaux forets carbure RS2, une gamme de forets étagés ou encore des embouts shock-wave pour machines de fortes puissances. Enfin, il faut mentionner l’existence récente d’outils à main Milwaukee, une famille dont l’apparition correspond à la logique de développement de gamme par métiers de la marque. Appelée à s’étoffer sensiblement au fil du temps, cette gamme est pour l’instant essentiellement composée de pinces et d’outils de coupe et de mesure.

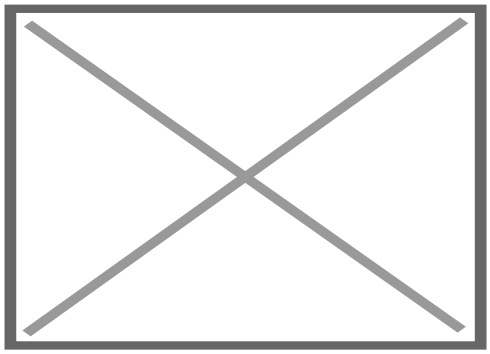
Parmi toutes ces nouveautés, nous avons choisi de vous présenter en images trois nouvelles machines du programme 18 volts de Milwaukee, d’ores et déjà disponibles.



La **meuleuse** entrant dans le programme d’outils 18 V technologie Fuel (moteur sans charbon Powerstate™, batteries RedLithium-Ion et électronique Redlink Plus™) permet, outre le meulage, le tronçonnage et l’ébarbage. Elle est équipée d’un carter de protection orientable sans outil, d’une poignée anti-vibrations, d’un filtre interchangeable contre les poussières et la limaille et d’un système de blocage de l’arbre pour faciliter le changement du disque.



Une nouvelle **perceuse visseuse** intègre la gamme d’outils sans fil 18 volts disponibles en 2 Ah ou 4 Ah. Ultra compact (seulement 184 mm), cet outil à moteur quadripolaire et engrenages planétaires fonctionnant avec des batteries RedLithium-Ion est équipé d’un mandrin métallique de 13 mm avec blocage de l’arbre, d’un éclairage par LED et d’une poignée ergonomique Softgrip.



Le **perfo-burineur** SDS+ 18 V 2 modes (stop de frappe pour le perçage du bois et du métal et rotation/percussion pour le perçage du béton) est un outil très compact de 250 mm facilitant la perforation dans les endroits confinés et en hauteur. Équipé d’une batterie RedLithium, il a une forte autonomie et possède un taux de vibrations limité (10,3 m/s^2). Possédant un carter en alliage robuste et un éclairage par LED, il bénéficie d’une triple protection contre les surcharges, les surchauffes et des décharges totales et possède un débrayage de sécurité.