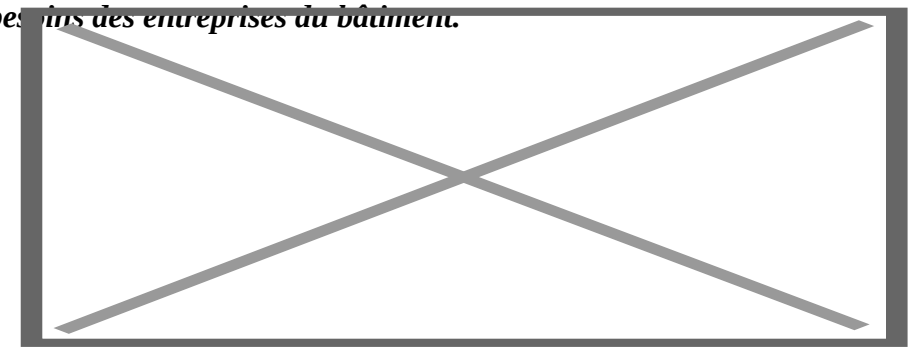
septembre 2016

Milwaukee

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

Le fil rouge du premium

Affichant sur le premier semestre une croissance nettement supérieure à celle du marché de l'outillage professionnel, Milwaukee poursuit son développement sur le marché français en affirmant son positionnement premium. Cet automne, la marque apporte deux innovations majeures sur le marché du sans fil, en lançant les premiers outils à disposer d'une batterie 9.0 Ampères ainsi que le premier perfo-burineur SDS-Max équipé de cette même batterie. La marque avait déjà frappé un grand coup avant l'été avec le lancement du système One KeyTM qui permet de personnaliser à distance, le paramétrage des machines, de les inventorier et de procéder à des rapports d'utilisations. Sa conquête passe également par une stratégie de services et de contacts directs avec les utilisateurs sur le chantier, à travers son équipe « Job Site Solutions », une équipe dédiée à la prescription de solutions personnalisées et adaptées aux besoins des entreprises du bâtiment.



Milwaukee est la marque d'outils professionnels qui enregistre la plus forte croissance dans le monde, y compris en Europe et plus particulièrement en France. Après une progression de +18% en 2015 pour un chiffre d'affaires brut de 22 Me, Milwaukee affichait déjà une croissance de +19% dans l'Hexagone sur le premier semestre 2016, soit un dynamisme presque deux fois supérieur à celui du marché de l'électroportatif professionnel (+11% à fin juin 2016, selon le Secimpac). Si ses ambitions sont bien là, la marque dont la part de marché était de 5% à fin 2015 dans un marché professionnel très atomisé, déploie une stratégie bien ciblée, qui s'appuie sur un savoir-faire bien spécifique. *« Milwaukee est aujourd'hui un challenger ambitieux sur le marché professionnel français et nous avons vocation à être leader sur le sans-fil d'ici trois ans* » explique Bastien Dubreuil, directeur du canal professionnel de TTI France.

Mais pas question d'une conquête tous azimuts. Positionnée sur le segment premium et commercialisant ses outils exclusivement à travers la distribution professionnelle, principalement dans les quincailleries et fournitures industrielles, ainsi que dans les négoces spécialisés électricité et sanitaire, Milwaukee s'attaque au créneau occupé par Hilti, qui réalise presque un quart du marché de l'outillage électroportatif pour les professionnels en passant essentiellement par le direct. « *Milwaukee est l'une des seules marques du marché français de l'outillage à s'adresser uniquement aux réseaux professionnels, avec une gamme large, très performante, beaucoup d'innovations et du service. Notre objectif est de nous développer à travers de véritables partenariats avec les points de vente et de leur donner ainsi les moyens de conquérir des marchés qui leur échappent.* »

Ainsi, Milwaukee n'a pas vocation à être présent partout mais travaille au développement de partenariats avec des distributeurs choisis aussi pour leur capacité à suivre la marque dans ses ambitions de développement, avec des investissements importants pour convaincre le professionnel d'utiliser ses produits.

« *Tout le monde se bat avec les mêmes offres et des prix qui tirent vers le bas. Avant de parler prix, nous parlons produit et affirmons une véritable démarche de spécialiste.* » Reflet de son expertise, la gamme Milwaukee est ainsi structurée par métiers : Automobile, Charpentier, Construction générale, Électricien, Plombier, Maintenance, etc. et propose des solutions qui sont adaptées aux besoins spécifiques de ces professions.

Un groupe industriel

Marque spécialiste, Milwaukee assoit tout d'abord ses ambitions sur une forte culture industrielle et de l'innovation. Numéro un aux États-Unis, où l'entreprise a été créée en 1924, Milwaukee est notamment l'inventeur de la scie-sabre. Elle a rejoint le pôle outillage électrique d'Atlas Copco en 2004 – aux côté d'AEG et du fabricant d'accessoires Drebo – qui sera acquis ensuite par Techtronic Industries (TTI) en 2006. Ce groupe, fondé à Hong Kong en 1985, spécialisé à l'origine dans les machines sur batterie pour le compte de grands donneurs d'ordre, est devenu au fil des ans le premier fabricant mondial de ce secteur, en réorientant sa stratégie sur le développement de...

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