

Milwaukee

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

La marque déroule son tapis rouge à Copenhague

La Convention 2018 de Milwaukee, qui s'est déroulée en janvier au Danemark, a une nouvelle fois mis en avant combien la stratégie de la marque s'appuie sur une démarche d'innovation permanente dans l'objectif de couvrir tous les besoins des différents corps de métier. Une force qui se nourrit aussi de démonstrations, le fabricant n'hésitant pas à promouvoir la performance de ses machines directement auprès des utilisateurs finaux, au profit de ses distributeurs qui ont ainsi l'opportunité de regagner des clients face au direct.

C'est au Danemark, à Copenhague, en terre scandinave, sa région d'Europe la plus importante en termes de CA, que Milwaukee a organisé sa huitième convention. Cet événement annuel réunit plus de 2 000 clients, les distributeurs et grands clients finaux européens du fabricant, pendant une vingtaine de jours, au rythme de deux jours par pays et par cible. « L'idée est d'échanger, d'avancer ensemble » explique Bastien Dubreuil, directeur de Milwaukee France, en précisant que 125 clients français ont fait le voyage de Copenhague. L'événement est d'ailleurs apprécié par les distributeurs. Il leur permet de découvrir en avant première les nouveautés, de participer à des démonstrations et de bien comprendre l'ADN de la marque. « Il y a dix ans, la marque était inconnue en Europe, vieillissante, n'avait pas encore coupé le cordon avec le filaire. Son rachat par le groupe TTI a donné à Milwaukee les moyens de lancer une nouvelle stratégie de marque » explique Jason Chiswell, vice-président marketing et comptes-clé.

Un stratégie basée sur le terrain

Vous connaissez la suite. Milwaukee fait le pari de se focaliser sur le sans-fil et de travailler en étroite relation avec les utilisateurs finaux, tout en commercialisant ses gammes uniquement à travers la distribution. « Nous lançons nos produits pour les utilisateurs et par corps de métiers. C'est une stratégie forte de la marque » poursuit Jason Chiswell. Cet approfondissement par corps de métier permet au fabricant de développer des innovations très pointues et de prétendre concurrencer des marques spécialisées, comme par exemple avec ses tout nouveaux déboucheurs de canalisation sur batterie.

Cette stratégie repose notamment sur les JSS (Jobs Site Solutions), dont la vocation est de démontrer auprès des clients finaux combien l'utilisation des outils de la marque leur permet de gagner en productivité, efficacité et sécurité. En Europe, ils sont aujourd'hui 112. Ils n'étaient que dix-neuf en 2013. Leur action porte ses fruits puisque les quelque 13 000 clients visités affichent un taux de conversion aux produits de la marque de 56%. En France, l'équipe de onze JSS s'enrichira en 2018 de trois nouvelles personnes, auxquelles s'ajoute un responsable. « C'est la France qui a lancé les JSS, une approche différente des clients qui vise à aller sur les chantiers pour étudier les besoins des utilisateurs » indique Bastien Dubreuil. « Notre stratégie de marque est de développer les ventes en poussant des prospects. La marque est aujourd'hui bien ancrée sur les chantiers. » Ces actions de prescription en amont auprès des professionnels traduisent aussi la volonté du fabricant de cibler les clients qui achètent en direct, pour mieux les rediriger ensuite vers les distributeurs qui commercialisent les outils Milwaukee.

En ce qui concerne la distribution, la stratégie de Milwaukee est de ne pas travailler tout azimut

mais de nouer de vrais partenariats avec les clients (fournitures industrielles, quincailleries, spécialistes sanitaire et électricité) en mesure de la suivre dans ses ambitions de développement. « Nous préférons tirer le chiffre d'affaires du magasin vers le haut. Nous venons en marque complémentaire car nous estimons que c'est parce que le client a du choix qu'il vient chez le distributeur. Notre objectif est donc d'apporter un chiffre d'affaires supplémentaire au magasin, en ramenant vers le point de vente des clients qui achètent en direct. Notre cible c'est Hilti » rappelle Bastien Dubreuil. Dans l'Hexagone, la marque s'appuie sur vingt et un commerciaux et trois chefs de vente, une force de vente complétée par trois démonstrateurs qui assurent les tournées accompagnées et l'animation magasin.

Une croissance tirée par l'innovation

Deuxième filiale européenne de Milwaukee, la France n'a d'ailleurs pas à rougir de ses résultats. Si la marque gagne en Europe environ 25 points par an, Milwaukee affiche dans l'Hexagone une croissance à deux chiffres depuis 2011 et bénéficie encore cette année d'un gain de 40%. En France, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 130 millions d'euros, réparti équitablement entre ses différentes marques, Milwaukee, marque premium qui s'adresse donc uniquement aux professionnels, AEG qui opère sur les marchés professionnels et grand public, et Ryobi, pour le marché grand public, sachant que chacune dispose de sa propre force de ventes.

Ce développement s'effectue sur toutes les familles de produits, les outils sans fil, les accessoires mais aussi l'outillage à main, les EPI et l'éclairage, marchés que Milwaukee a investis récemment. Son approche verticale par métier a effectivement incité le fabricant à approfondir les besoins des utilisateurs finaux et à prendre son essor sur des marchés complémentaires à l'outillage électroportatif. « Quand nous arrivons sur un marché, notre volonté n'est pas d'y aller avec seulement une ou deux références, mais d'apporter une gamme complète. Sur les marchés matures, nous n'avons d'autres choix que d'apporter des solutions innovantes pour chaque métier » souligne Maxime Rondepierre, chef de marque.

Au-delà de la présence terrain, la croissance de la marque est incontestablement tirée par l'innovation. Le fabricant ne lésine pas, il est vrai, sur les investissements en R & D et en acquisitions de savoir-faire. Si les trois quarts de la gamme sont issus des unités de fabrication du groupe, aux États-Unis et en Europe, Milwaukee noue dans certains cas des partenariats avec des fabricants spécialisés, à partir de son propre cahier des charges. Mais le plus souvent, sa maison mère TTI, elle-même spécialisée dans les machines sur batterie, privilégie le fait d'acquérir des leaders dans leur catégorie. En ce qui concerne les consommables, par exemple, Milwaukee est ainsi devenu l'un des rares en Europe à maîtriser la technologie carbure, suite au rachat en 2004 de l'Allemand Drebo. Par ailleurs, le rachat d'Empire, le spécialiste des niveaux et mesures, a été le point de départ à la constitution de gammes en croissance régulière.

Devenir leader du sans fil

Bien entendu, la convention de Copenhague a témoigné une nouvelle fois de la puissance d'innovation du groupe. Ainsi, les plateformes d'outils sans fil M12 et M18 ne cessent de s'enrichir, proposant aujourd'hui respectivement 70 et 120 machines. Elles confirment leur position de système le plus large du marché, avec parfois des réponses pour des utilisateurs très ciblés, comme les plombiers, les électriciens, les maçons. La marque affirme même son ambition de débarrasser les chantiers des machines filaires et pneumatiques, ce qui la conduit à développer leur autonomie et leur puissance, au point d'être en mesure de proposer des outils qui peuvent travailler toute la journée avec une seule batterie. Si le marché de l'outillage électroportatif est partagé entre les deux technologies, sans fil et filaire, le sans-fil représente aujourd'hui 90% de la gamme de Milwaukee dont la part sur ce marché, en France, est estimée entre 11 et 13%. « Notre objectif est d'être leader sur le sans-fil en France fin 2019 » indique Maxime Rondepierre.

Au sein de ces deux plates-formes, la gamme Fuel™ doit ses performances à l'association de différentes technologies. Les batteries Red Lithium™, qui vont jusqu'à 9.0 Ah, permettent une gestion individuelle des cellules pour maximiser la puissance, le couple, la vitesse, le frein moteur et l'autonomie de la machine tout en protégeant les batteries contre la surcharge, la surchauffe et la décharge. Le système électronique Redlink™ est capable de communiquer entre la batterie et le moteur, de façon à en optimiser les performances et la durée de vie de l'outil. Fabriqués par Milwaukee, les moteurs Powerstate™ sont eux conçus en fonction de l'outil et de son utilisation pour encore mieux s'ajuster aux besoins et maximiser la durée de vie de la machine et de sa batterie. « La gamme Fuel comprend ainsi trente machines, avec vingt moteurs brushless différents. Nos concurrents ont un moteur et adaptent la machine. Nous, si nous n'avons les performances que nous recherchons, nous développons un moteur. Nous proposons un outil, une puissance par rapport à une application » précise Bastien Dubreuil.

Nouveaux outils M18 et M12

En 2018, la gamme M18 se dote ainsi de 31 nouveaux outils, dont certains peuvent être dotés du système One Key qui, au-delà des notions de géolocalisation de la machine et de gestion du parc, permet aussi de configurer la machine par rapport à l'application. La vitesse de la scie sabre peut ainsi être adaptée à la découpe d'aciers, dont elle aurait du mal à venir à bout sans un paramétrage ajusté. De son côté, la nouvelle boulonneuse M18 peut rivaliser avec ses concurrentes pneumatiques et filaires, avec une capacité de couple de serrage de 1 356 N et de couple de desserrage de 1 898 N.

La gamme 12 V n'est pas en reste. Elle s'enrichit de 15 nouveautés et vient d'être complètement renouvelée, ses outils gagnant notamment en compacité tout en se renforçant côté puissance. La visseuse à chocs M12 gagne ainsi 25% en puissance, capable de fournir un couple de 146 N digne d'un modèle 14,4 V ou 18 V et devient la plus rapide de sa catégorie avec 3 300 impacts à la minute. « La gamme M12 est complémentaire à la gamme M18. Elle est plus compacte donc plus maniable, et convient bien pour les travaux d'assemblage, en hauteur. L'objectif est de proposer aux professionnels la machine la plus adaptée aux applications. Cette gamme M12 permet également de remplacer des outils manuels.» C'est le cas de l'agrafeuse M12 qui, malgré sa batterie 2.0 Ah, ne pèse que 2 kg et permet de poser rapidement et aisément un grand nombre d'agrafes de 6 à 40 mm, y compris en hauteur ! De plus, la mise en place de nouveaux packs Pack NRG 18 Volt, intégrant aussi une batterie 12 V, donne les moyens à l'utilisateur de jouer entre les outils 18 V et 12 V, en acquérant des machines 12 V en version zéro, sachant que le chargeur 18 volts est en mesure de recharger toutes les batteries. « Demain un client peut avoir besoin de s'équiper sur certains produits en 12 volts, comme l'éclairage. »

Ça carbure autour des accessoires

La marque a également étendu son offre en accessoires, gamme qui compte désormais 2 800 références, dont 146 nouvelles en 2018. Milwaukee mise notamment sur son expertise en carbure, avec ses nouveaux forets 2 et 4 taillants, une technologie qu'elle étend sur ses scies-cloche et lames de scies sabre, fabriquées dans ses usines américaines. « Nous intégrons la technologie des dents carbure sur les scies-cloche, ce qui leur permettra de gagner en polyvalence en termes de matériaux. » Les nouvelles scies-cloche aux dents carbure sont ainsi en mesure de faire face à des applications complexes comme la coupe de l'inox, tandis que la lame de scie sabre

Torch affiche des performances accrues par rapport au modèle traditionnel. Elle met une vingtaine de secondes pour venir à bout d'un matériau dur alors que deux à trois minutes sont nécessaires à son aînée. Par ailleurs, le fabricant continue d'optimiser ses consommables à la technologie sans fil, au profit d'une durée de vie plus importante.

Une nouvelle gamme rangements

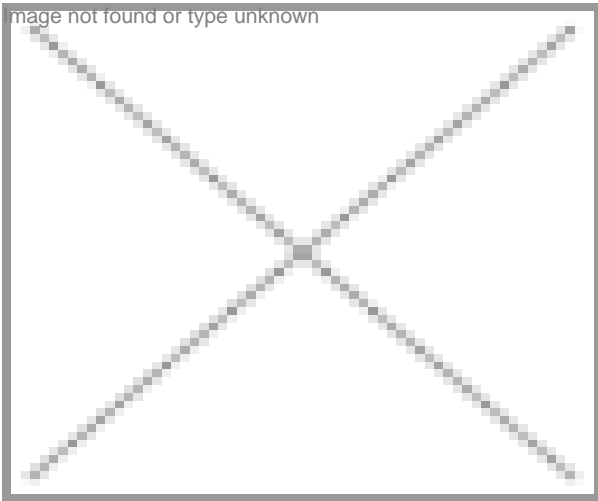
L'outillage à main accueille, lui, 30 nouveautés qui viennent compléter une gamme composée aujourd'hui de 300 références. C'est le cas de la gamme de mesures, dont les ventes sont en forte progression et qui se dote notamment de nouveaux produits avec structure ABS renforcée ergonomique, avec notamment un emplacement dédié pour le doigt. Quant à la gamme nivellement, lancée il y a un an, elle intègre 15 nouveaux produits dont le niveau spécial maçon. Grâce à l'introduction d'une semelle en magnésium, ce niveau peut lisser le béton sans que le matériau accroche, facilitant donc le nettoyage et évitant le recours à une règle d'aplanissement.

La gamme d'éclairage True View, lancée il y a deux ans sur les plateformes 12 et 18 V, avec sa technologie basée sur une lumière blanche proche de celle du soleil, se développe également avec, entre autres, l'arrivée de produits « Personal Light » conçus pour se recharger particulièrement rapidement, y compris sur un port USB ou sur secteur (batterie 2,5 A). Ils sont protégés de l'eau et des poussières, en témoigne un classement IP67.

Grande nouveauté de la saison, le Packout System, un système de rangement sur lequel Milwaukee a investi pendant trois ans, se présente comme le premier à pouvoir empiler et assembler de façon solidaire différents caissons permettant de ranger l'ensemble des outils de la marque, l'ensemble étant transportable sur un trolley. Selon la marque, ce système modulaire, très résistant et classé IP65, répond à une vraie demande, notamment en Île-de-France où l'artisan réussit rarement à se garer devant son chantier. D'autres évolutions sont encore à venir. Déjà, 50 000 pièces devraient être vendues à court terme sur le seul marché européen.

Agnès Richard

Le niveau Red Stick Concrete Level

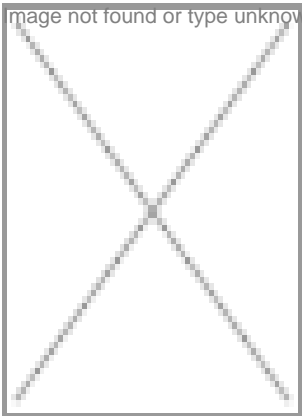


Le niveau de maçon Red Stick Concrete Level se présente comme un outil 3 en 1, en mesure de niveler bien entendu mais aussi de remplacer la truelle pour les bords droits et la baguette d'aplanissage. Il est donc conçu pour répondre précisément aux besoins des professionnels du béton, notamment dans le cadre d'applications liées à l'implantation de coffrages et de coulage de béton.

L'utilisation de magnésium au niveau de la base évite l'accumulation de béton et facilite le nettoyage. Le bord inférieur est arrondi et carré pour couper et finir le béton. Ce niveau dispose également de bulles

enveloppées SharpSite, résistantes aux rayures et à la saleté. La bulle centrale permet une visualisation à 360°. Sa légèreté et conception ergonomique, avec sa forme dite « en trou de serrure », favorisent sa maniabilité.

La visseuse à chocs M12 FID



Dotée du moteur sans charbon Powerstate™, la visseuse à chocs M12 FID se caractérise par sa compacité avec une longueur de 130 mm de long mais se présente également comme la plus puissante du marché 12 V grâce à un nouveau mécanisme de frappe pouvant fournir un couple de 146 N contre 135 N auparavant. Elle dispose de trois modes, avec un nombre d'impacts à la minute de 3 300, 2 400 et 1 300 t/min, ce qui la rend 24% plus rapide que l'ancienne gamme. Parfaitement adaptée aux applications des utilisateurs, elle autorise un meilleur contrôle du travail.

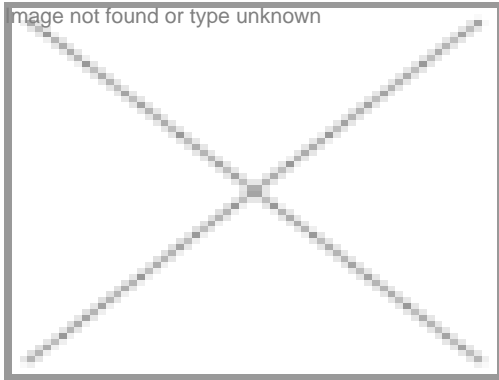
Sa capacité est similaire à un modèle 18 V, tout en étant plus légère (1,1 kg avec la batterie).

Le système Packout®



Le système de stockage modulaire Packout, qui comprend caisses, organisateurs d'accessoires, sacoches, sacs à dos ainsi qu'un trolley aux roues surdimensionnées pour rouler facilement sur tout terrain, est conçu pour fournir un empilage et un transport sécurisés pour tous les produits Milwaukee. Fabriqué dans du nylon balistique pour une durabilité maximale, ce système s'appuie sur des coques particulièrement solides et intègre des fermetures haute résistance ainsi que des charnières et loquets en acier inoxydable à l'épreuve de la rouille et des poignées d'extension également en acier. Chaque caisson dispose d'un joint d'étanchéité qui empêche la pénétration de l'eau et de la poussière (certification IP65). Les caissons sont disponibles en trois longueurs (25, 40 et 50 cm) et chaque bac est maintenu, empêchant leur contenu de se déplacer pendant le transport.

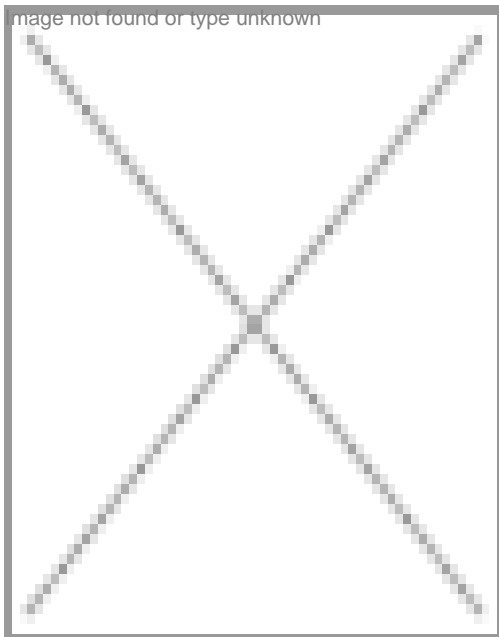
Perceuses à percussion M12 FPD



La nouvelle gamme de perceuses à percussion 12 V FPD à mandrin métal de 13 mm dispose du moteur sans charbon Powerstate™ qui permet aux machines de gagner à la fois en compacité et en puissance. Leur longueur est de seulement 168 mm, contre 197 mm pour l'ancienne gamme, et leur poids de 1,5 kg, ce qui les rend particulièrement maniables. Côté puissance, elles affichent un couple maximal de 44 N et une vitesse allant de 450 à 1 700 tr/min avec un réglage effectué à l'interrupteur. Disponibles en 2.0, 4.0 et 6.0 Ah, ces perceuses à percussion 12 V peuvent

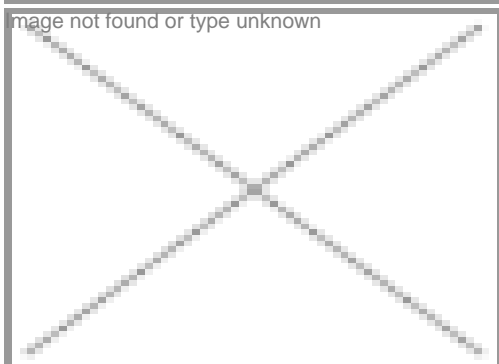
rivaliser avec un modèle 14,4 V, la légèreté en plus.

La boulonneuse M18 FHIW



La boulonneuse M18 FHIW se présente comme la plus puissante du marché, en mesure de remplacer ses concurrentes pneumatiques et filaires. Selon les versions, elle peut offrir un couple de serrage de 1 356 N et un couple de desserrage de 1 898 N. Elle est également plus compacte, du fait de ses 213 mm de long, ce qui lui autorise un meilleur accès dans les espaces confinés. Elle dispose de quatre modes de vitesse (0-950, 1 500, 1 800 et 1 800-750 tr/min), avec une fonction d'extraction des boulons pour le dernier mode. Une fois que l'outil détecte les boulons desserrés, il ralentit à 750 tr/min pour plus de contrôle lors du retrait du boulon. Le poids avec batterie est de 3,3 kg.

La scie sabre M18FHZ



La nouvelle scie sabre M18FHZ dispose d'une longueur de course de 22 mm avec une vitesse de course de 3 000 tr/min qui améliore de 30% sa performance de coupe. Un patin pivotant permet d'optimiser la position de coupe. Les vibrations sont réduites, ce qui minimise la fatigue de l'utilisateur et lui permet de réduire le temps de coupe. Elle est également équipée du système Fixtec qui permet le changement de la lame sans outil. Une lampe led éclaire la zone de travail.

Sa conception compacte autorise une utilisation à une main. Sa durée de vie est 1,5 fois supérieure par rapport à la gamme actuelle. Sa protection contre l'eau et la poussière assure notamment sa durabilité dans les conditions difficiles de chantier.

Milwaukee renforce son offre de services

La marque lance le “Full 36 service” destiné aux artisans. Cette offre comprend cinq services, à commencer par l’extension de garantie 3 ans réalisée par Milwaukee, la révision et la réparation, ce service assurant que la machine sera toujours en état de marche (outil, batteries, chargeurs, câbles, mandrins) pendant 36 mois. Elle intègre également le SAV express, une formule qui permet au souscripteur d’être prioritaire pour ses réparations. Les machines sont entretenues et nettoyées à chaque passage dans les ateliers, ce qui évite une immobilisation du matériel. L’enlèvement sur site est réalisé au choix sur le chantier ou dans les locaux de l’entreprise. Le transport aller-retour est pris en charge par la marque pendant cette durée de 36 mois.

Le “Platinum Services” est réservé aux partenaires grands comptes, gestionnaires de parcs machines importants. Au-delà des offres Full 36 Service, il propose quatre prestations : un suivi personnalisé du parc d’outils sur le site web dédié de Milwaukee, le marquage des machines, la compensation vol (en option), limitée à 20% de la valeur du parc, et une large gamme de consommables développés pour des conditions extrêmes: forets RX4, embouts Shockwave, etc.