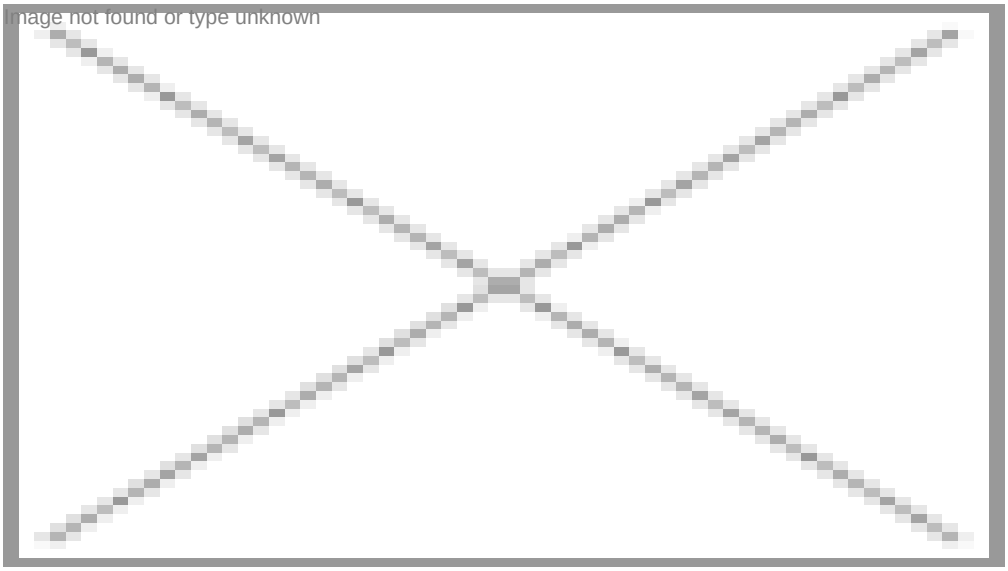
mars 2026

Telwin

Le noir, couleur de conquête

Telwin continue d'investir sur le marché français. Il s'appuie désormais sur une force de vente présente sur le territoire et gérée en direct et vient de lancer une nouvelle gamme encore plus technologique. De couleur noire, pour se distinguer du rouge historique de de la marque, elle sera commercialisée uniquement à travers des distributeurs spécialisés en soudage qui en auront une exclusivité locale.



Telwin, le fabricant italien de matériels de soudage et de coupage, témoigne de ses ambitions sur le marché français. « Le marché français est, pour Telwin, stratégique. Malgré l'arrivée d'offres asiatiques, nous constatons une demande pour la qualité et le service, deux critères importants pour nous, et une attention aux marques reconnues au niveau mondial. En France, nous affirmons donc notre présence sur le terrain pour renforcer la notoriété de notre marque » explique Francesco Andriano, responsable export de Telwin pour les marchés francophones et directeur des ventes sur la France.

Une présence directe et structurée en France

L'enjeu pour Telwin est clair : consolider, sur le marché français, une place en adéquation avec son image de fabricant et à ses positions ailleurs en Europe. Créée en 1963, la société familiale dirigée par Stefano Spillere, est notamment leader en Italie sur les équipements de soudage (MMA, MIG/MAG, TIG), de coupage plasma et de chargeurs-démarreurs. La quasi-totalité de ses produits sont fabriqués depuis son site de Villaverla, en Vénétie, dans la fameuse « Citadelle de la soudure » qui abrite l'ensemble de ses activités sur 120 000 m^2. « Notre objectif est de renforcer encore davantage notre présence en France à travers une organisation plus directe et structurée, en cohérence avec le positionnement de Telwin au niveau européen. Ces dernières années, nous avons fait évoluer notre modèle de distribution afin d'être plus proches du marché et de nos partenaires, en valorisant au mieux la qualité de nos produits et la culture du service qui nous caractérise. »

Après s'être adossée à des grossistes, la marque a revu sa stratégie en 2020 pour mettre en place une nouvelle équipe commerciale, coordonnée par Francesco Andriano. En 2022, elle a

intégré un responsable comptes-clé, Benoit Tanguy, en charge des relations avec les centrales d’achat et les...

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