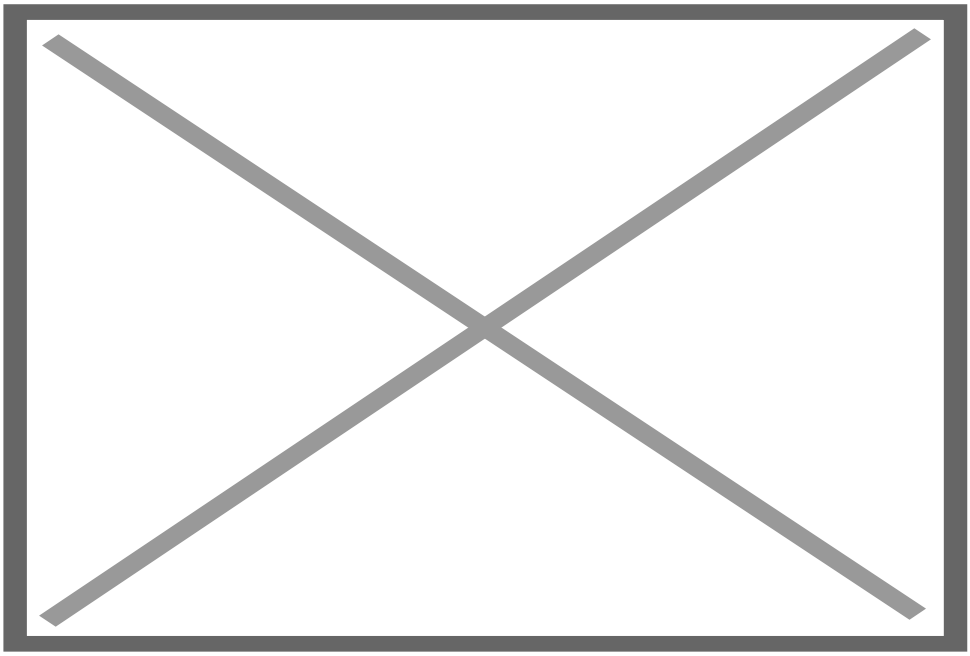
juillet 2026

Coverguard/LMA

Créer un multispécialiste européen des EPI

La société Coverguard vient d'annoncer son rapprochement avec LMA/Lebeurre, spécialiste du vêtement technique de travail. L'objectif est de renforcer l'expertise métier du groupe et de construire un leader des EPI en Europe.



En six ans, Coverguard a fait un sacré bout de chemin dans sa stratégie de transformation sur un marché des EPI très concurrentiel et de plus en plus exigeant. Passant d'un modèle d'importateur porté par l'entreprise qu'était alors Euro Protection, le multispécialiste se positionne aujourd'hui comme concepteur et un expert de l'ensemble des univers des EPI.

Un leader européen

Son ambition ne s'arrête pas là. Soutenue par son actionnaire Detressangle, l'entreprise de Mionnay, dans l'Ain, vise à renforcer durablement ses expertises et sa présence sur le marché européen des EPI, et affirme son objectif d'en devenir un leader d'ici 2030, par croissance organique et croissance externe.

Quatre ans après le rachat de Weltek, reconnu pour les cagoules de soudage, Coverguard est ainsi entré en négociations exclusives en vue de l'acquisition de LMA, spécialiste français du vêtement technique et de travail implanté à Querrieu, dans la Somme. La réalisation de cette opération, qui reste soumise aux procédures réglementaires et sociales applicables, devrait être pleinement effective à l'automne. Le groupe Coverguard pourra alors clore 2026 avec un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros pour 260 personnes, contre 120 millions actuellement (dont environ 40% réalisés en France). « *En réunissant nos expertises avec celles d'une maison aussi reconnue que LMA, nous renforçons notre position sur le marché français tout en poursuivant notre ambition de développement européen* » se félicite Hervé Zipper, CEO de Coverguard.

Le renforcement des positions de l'entreprise en France n'est pas un moindre enjeu. « *Le marché français étant le troisième marché européen après l'Allemagne et l'Angleterre, c'est pour moi un marqueur important, en termes de positionnement et d'identification, pour poursuivre le développement de la marque sur de nouvelles zones stratégiques. La stratégie de Coverguard est de devenir un multi-spécialiste européen de référence, et plus largement sur la zone EMEA, Europe, Middle East et Afrique. L'acquisition de LMA s'inscrit dans cette stratégie de développement qui a pour vocation de nous positionner parmi les leaders européens.* »

Un acteur historique

Créée en 1855 à Amiens (80) autour d’une activité textile, LMA – Le meilleur d’Amiens – devient dès 1880 la marque officielle de l’entreprise, connue également dès 1921 sous l’appellation Etablissements Lebeurre, suite au mariage 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