Jouer la carte du réseau !

Dans un marché totalement désorienté, Takeuchi France a continué de jouer la carte de son réseau de distributeurs. Bien lui en a pris…



L'inversion de tendance du marché a été durement ressentie par les constructeurs de matériels compacts. Selon les premières estimations, Takeuchi France finira l'année 2009 sur la vente de quelques 450 machines, à comparer aux 1 187 unités commercialisées sur l'exercice précédent… Mais comme le souligne Hiroshi Katsumi, de Takeuchi France, *« notre marque a su préserver sa part de marché de près de 10 % sur le segment de la mini-pelle de 600 kg à 6 t. »* Pour 2010, le manque de visibilité ne permet pas de faire de réels pronostics fiables, mais Takeuchi France projette de vendre entre 550 et 600 machines et d'atteindre un équilibre financier sur l'exercice.

Le constructeur compte pour cela sur ses nouveaux distributeurs comme LEM Equipement en Bretagne et Loire-Atlantique, et Lesage Manutention sur la région Centre, pour dynamiser les ventes. Parallèlement, les chargeuses compactes sur chenilles continuent leur progression sur le marché. En 2009, elles ont représenté près de 30 % du volume total des machines commercialisées.

Sur un plan mondial, 2009 aura aussi été marquée par la montée de Toyota dans le capital de Takeuchi à hauteur de 7 %. Un rapprochement stratégique qui permet au constructeur japonais encore indépendant de bénéficier de la présence mondiale de Toyota et pourrait l'amener à élargir son offre en matière de chargeuses compactes sur roues.