## Takeuchi France

# Les mini-pelles au maxi

**Portée par un marché au plus haut, la société Takeuchi France clôture un exercice 2007 record. En croissance ininterrompue depuis 2003, le spécialiste de la mini-pelle s'impose tant chez les utilisateurs finaux que chez les loueurs. Des résultats commerciaux qui permettent d'anticiper une nouvelle progression cette année.**





CHANTIERS DE FRANCE

Hiroshi Katsumi, vice-président directeur général de Takeuchi France : « Le renforcement et le développement du réseau est notre priorité pour l'année en cours ».

Sur un marché de la mini-pelle très concurrentiel, Takeuchi se démarque résolument des autres constructeurs. Normal pour l'inventeur du produit qui, depuis près de 40 ans, s'attache à faire évoluer le concept et ainsi à s'adapter aux évolutions des marchés. « Les mini-pelles Takeuchi n'ont pas d'équivalent en termes de performances et de fiabilité, ce que recherchent nos clients », souligne Hiroshi Katsumi, vice-président directeur général de Takeuchi France. Des clients de plus en plus nombreux, le constructeur ayant, pour la première fois depuis son implantation dans l'Hexagone, dépassé largement les 1 000 machines vendues sur une année. Micro-pelles, mini-pelles, pelles super compactes, et dans une moindre mesure chargeurs compacts et dumpers sur chenilles, toutes les lignes de produits progressent.

Les raisons d'un tel succès ? Une conception propre à la marque japonaise qui confère aux mini-pelles Takeuchi des spécifications techniques uniques. C'est le cas des mini-pelles de la gamme TB, les plus vendues étant les TB 016,TB 23 R, TB 125 et TB 145, qui se classent parmi les plus performantes de leur catégorie. C'est vrai aussi pour la gamme FR, dite Super Compact, dont l'architecture technique est protégée par un brevet exclusif et se caractérise par le déplacement latéral du pied de flèche. Conséquence ? Une visibilité totale sur l'équipement, quelque soit la configuration de travail et la possibilité d'excaver sur toute la largeur de la machine. En outre, la flèche repliée s'inscrivant dans le gabarit de la tourelle de la mini-pelle, la machine offre une absence totale de déport à l'arrière mais aussi et surtout à l'avant. C'est aussi ce que préfigure la présentation de la première machine bi-énergie Takeuchi 016H, qui annonce l'arrivée d'une solution 100 % électrique pour 2009.

### Un maillage plus fin du territoire

Les résultats commerciaux sans précédent conduisent Hiroshi Katsumi à faire évoluer les structures de la filiale française. Une nécessité quand on commercialise 1 200 machines (en 2007) pour un chiffre d'affaires de 46 millions d'euros, en progression de 35 % par rapport à l'année précédente. Priorité est donnée cette année au réseau de distribution. Pour faire face à ces volumes inédits et préparer l'avenir, Takeuchi entend densifier son maillage et s'ouvrir à de nouveaux segments de clientèles. Une mission confiée à Bruno Germain, directeur commercial, qui en finalise la réorganisation autour des enseignes « historiques ». Les heureux élus devront démontrer leur capacité à s'investir pour la promotion de la marque tout en étant capable d'offrir des prestations de SAV de qualité. Pour cela, la filiale a renforcé les actions de formations technique et commerciales et a significativement augmenté le stock de pièces de rechange pour gagner en disponibilité et en délais. ■