

DCI. Juin 2019. RAPPORT RÉGIONAL. PAYS-BAS

2019 est sans aucun doute une année palpitante pour l'entreprise Dunlop Conveyor Belting, basée à Drachten. Son carnet de commandes est à un niveau qui n'a pas été atteint depuis longtemps. En fait, l'activité est en plein boom. Dans le climat économique actuel, il est difficile d'imaginer une entreprise d'un secteur industriel quel qu'il soit qui puisse se targuer d'une augmentation de ses ventes de plus de 50% par rapport au même trimestre de l'année précédente et ayant engendré une augmentation de sa capacité et de ses effectifs de production de plus de 50 % afin de répondre à la demande.

Ce qui rend peut-être ce succès exceptionnel encore plus remarquable, c'est que les fabricants européens de bandes transporteuses comme Dunlop sont confrontés au défi croissant de la tactique de « saturation du marché » qui est pratiquée par les fabricants de bandes d'Asie de l'Est, principalement de Chine. Les importations de bandes transporteuses à des prix bien inférieurs aux prix du marché arrivent en Europe à une échelle sans précédent et représentent un risque considérable pour l'avenir même de la fabrication de bandes transporteuses en Europe, et cela devrait concerner tous les utilisateurs finaux, sauf les plus téméraires d'entre eux.

Répondre à la menace

La réponse de Dunlop à cette menace a été de se concentrer encore plus sur son approche traditionnelle du marché. Cela a toujours été de vendre en misant sur la qualité, la performance et d'offrir à ses clients une économie supérieure en fournissant des bandes transporteuses qui offrent une durée de vie qui dépasse nettement celle des bandes d'importation chinoise bon marché. « Il ne sert à rien d'essayer d'être compétitif sur les prix parce que, tout simplement, il est impossible de fabriquer des bandes transporteuses qui répondent aux normes européennes même les plus élémentaires, sans parler des aspects liés à la sécurité, à des prix qui sont



ceux pratiqués par les chinois », déclare Andries Smilda, Directeur Commercial et Marketing. « Tous nos clients, sans exception, pourraient acheter des bandes en Chine à un prix beaucoup plus bas que celui que nous pourrions leur proposer. Le fait que nos carnets de commandes soient en si bonne santé prouve sans équivoque que le prix reflète la qualité et le rapport qualité-prix. C'est pourquoi ils achètent chez nous ».

Nouvelle innovation majeure

Bien que cette stratégie soit clairement à son avantage, au moins une partie de cette hausse de popularité et de demande provient du développement et de l'introduction au cours de l'année passée d'une toute nouvelle bande de qualité

supérieure, super résistante et totalement unique à Dunlop. En Europe, Dunlop a baptisé son innovation *Ultra X*.

Ultra X est fabriquée avec une carcasse mono-ply conçue pour remplacer les bandes multi-plis EP315/2, EP400/3, EP500/3, EP500/4, EP630/3 et EP630/4. Bien qu'elle soit mono-ply, Dunlop affirme que, notamment grâce à sa carcasse spécialement tissée et unique en son genre, Ultra X est considérablement plus durable et plus résistante que les bandes multi-plis conventionnelles. Plus surprenant encore, malgré ses avantages mécaniques, Ultra X est également conçue pour être compétitive sur le plan économique. Cette stratégie de marché semble aller à l'encontre des prétentions de Dunlop d'être compétitive sur la qualité

plutôt que sur le prix, mais M. Smilda n'est pas de cet avis. « Nous n'essayons pas d'être compétitifs sur ce que nous appelons le marché des « prix fous » parce que les bandes qui y sont proposées ne peuvent pas être comparées le moins du monde aux nôtres en termes de performance et de durée de vie. Ce que les niveaux de prix d'Ultra X offrent aux utilisateurs finaux, c'est le meilleur des deux mondes : des prix raisonnables et des performances et une longévité de loin supérieures ».

Alors, comment peuvent-ils offrir des prix au moins comparables (et souvent inférieurs) à ceux des bandes multi-plies ? Dr. Michiel Eijpe, directeur du développement chez Dunlop aux Pays-Bas, explique : « Nous n'avons pas fait », dit-il, « et nous ne ferions bien sûr jamais de compromis sur la qualité pour offrir des prix plus bas. Ce n'est tout simplement pas notre culture. En fait, il est possible de proposer des prix aussi compétitifs pour Ultra X pour plusieurs raisons ». « Tout d'abord, la carcasse mono-pli est fabriquée à partir d'un tissu unique que nous fabriquons en interne. Il s'agit d'un gros avantage en termes de qualité et de coût. Avoir une fabrication mono-pli permet également une efficacité maximale de la production car il y a moins de cycles de calendrage. Et ne pas avoir de caoutchouc de liaison inter-plies permet non seulement d'obtenir une carcasse plus fine et plus résistante, mais également de réduire les coûts ».

À l'offensive

Ce n'est peut-être pas non plus un hasard si toute cette réussite intervient à un moment où l'image et le profil de l'entreprise sont également clairement en pleine progression grâce à un niveau d'activité marketing extrêmement élevé. De nouveaux documents d'informations techniques habilement conçus et très informatifs, de nouvelles vidéos techniques et promotionnelles, une visibilité médiatique sans précédent étayée par un tout nouveau et très impressionnant site Web « convivial » ne sont que quelques-uns des éléments. Les efforts de marketing ont été soutenus par des niveaux de contact clientèle nettement améliorés, basés

davantage sur les aspects techniques et les conseils aux clients que sur une approche de « vente agressive ».

Un salon réussi

Le salon Bauma, qui se tient tous les trois ans à Munich, est l'un des plus grands salons du genre et pour Dunlop Conveyor Belting, l'édition 2019 a été un grand succès avec un nombre record de visiteurs sur son stand très impressionnant. « Ce n'est pas seulement le niveau d'intérêt que nous avons suscité, mais aussi les commentaires extrêmement positifs des visiteurs », explique M. Smilda. « Un grand nombre de personnes nous ont indiqué que le profil, l'image et le niveau supérieur de notre activité marketing nous distinguaient de nos concurrents. Je ne peux pas

exprimer à quel point cela nous a fait plaisir. Il y a tant de personnes qui ont travaillé durement en amont pour atteindre ce résultat. Aujourd'hui, ces efforts commencent à payer ».

Tout roule

Si vous me permettez ce jeu de mots, on peut dire que tout roule pour Dunlop Conveyor Belting, même si l'entreprise n'a pas l'intention de s'endormir sur ses lauriers. « Nous avons plein de choses sensationnelles en cours et ce n'est que le début », déclare avec enthousiasme M. Smilda. « Comme on dit aux Pays-Bas, le meilleur moment pour réparer le toit c'est quand il fait beau. Mais nous ne voulons pas juste réparer le toit, nous voulons surélever ce toit ! »

