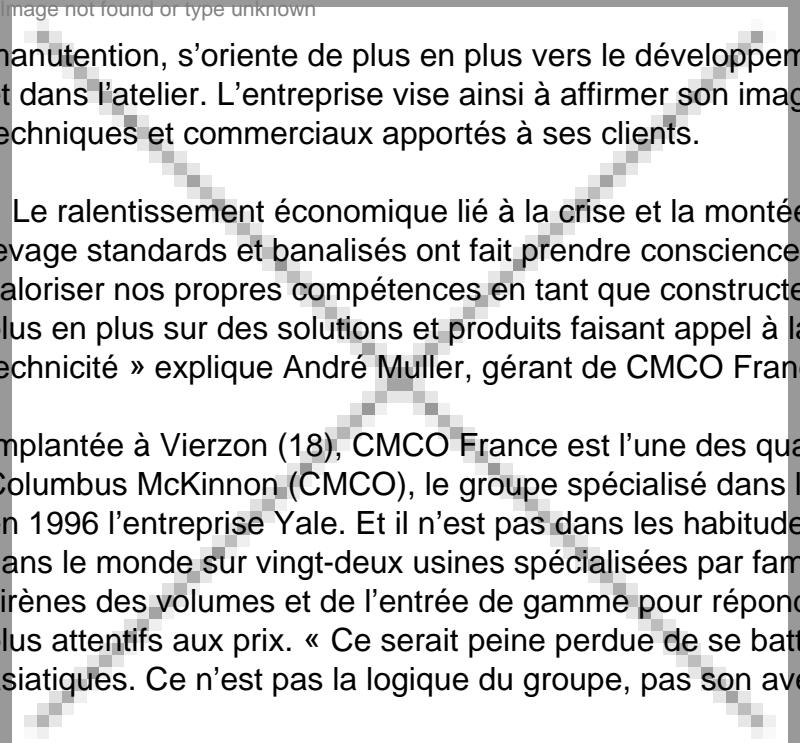


CMCO France

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Levage Manutention](#)

Solutions et produits de haute technicité

 in spécialisé dans le levage et la manutention, s'oriente de plus en plus vers le développement de solutions pour le poste de travail et dans l'atelier. L'entreprise vise ainsi à affirmer son image en ce qui concerne les supports techniques et commerciaux apportés à ses clients.

« Le ralentissement économique lié à la crise et la montée de la concurrence sur les produits de levage standards et banalisés ont fait prendre conscience à notre groupe qu'il était impératif de valoriser nos propres compétences en tant que constructeur de palans et de nous développer de plus en plus sur des solutions et produits faisant appel à la meilleure qualité et à une haute technicité » explique André Muller, gérant de CMCO France.

Implantée à Vierzon (18), CMCO France est l'une des quarante et une filiales de distribution de Columbus McKinnon (CMCO), le groupe spécialisé dans le levage et la manutention qui a acquis en 1996 l'entreprise Yale. Et il n'est pas dans les habitudes de l'industriel américain, qui s'appuie dans le monde sur vingt-deux usines spécialisées par familles de produits, de succomber aux sirènes des volumes et de l'entrée de gamme pour répondre aux attentes de clients de plus en plus attentifs aux prix. « Ce serait peine perdue de se battre avec les importateurs de produits asiatiques. Ce n'est pas la logique du groupe, pas son avenir non plus » précise André Muller.

Depuis 2008, le contexte économique n'a pourtant pas épargné CMCO France qui affiche en 2009 un chiffre d'affaires de 9,5 millions d'euros, en retrait par rapport à 2008 (12 millions d'euros). La chute de 30% du marché des appareils de levage en France n'est évidemment pas étrangère à cette situation. L'entreprise est présente dans cet univers à travers différentes familles de produits, à commencer par les palans (manuels et électriques), cœur de métier du groupe, qui représentent 60% de l'activité de la filiale française, mais aussi les treuils manuels et électriques, les accessoires de levage (outils de préhension comme les pinces, sangles...), les appareils hydrauliques pour le levage au sol, etc.

Un portefeuille de quatre marques spécialisées

Plus précisément, en France, l'activité du fabricant se décline en quatre marques, ce qui correspond à autant de catalogues produits que peuvent proposer les huit commerciaux en fonction de la typologie de leur clientèle et du mode de distribution. Partout dans le monde, chaque marque s'appuie sur le même positionnement. Le groupe a une stratégie multimarques. C'est l'une des raisons d'ailleurs pour lesquelles notre entreprise a...

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](#)