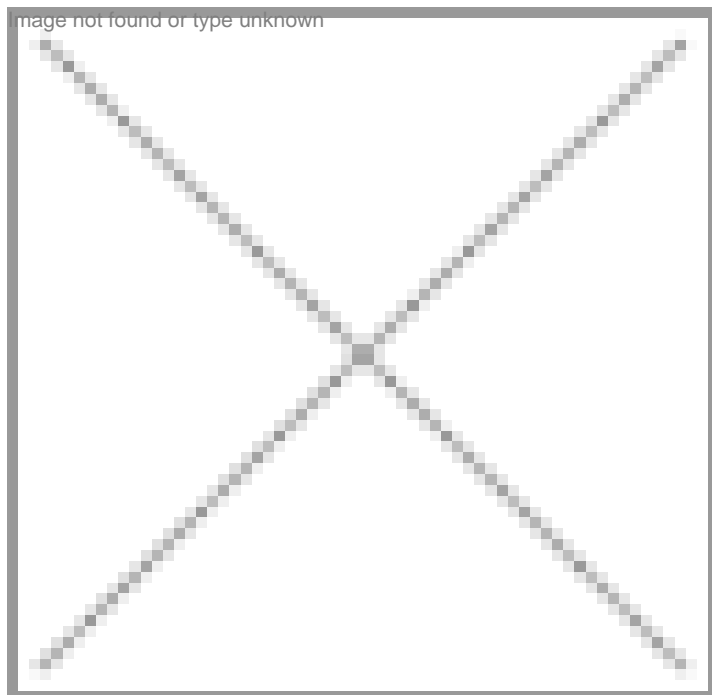


Hikoki

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Outillage électroportatif](#)

Une marque mondiale et locale



M. Atsushi Morisawa est le CEO de Koki Holdings Co Ltd, une compagnie née de la cession de la branche outillage du groupe japonais Hitachi au fonds d'investissement KKR en juin 2017. Brièvement baptisée Hitachi Koki, appellation de sa division chez Hitachi, avant de prendre sa dénomination actuelle le 1^{er} juin 2018, cette société commercialise depuis le 1^{er} octobre 2018 ses produits sous la marque Hikoki, rebranding qui a marqué l'étape finale de sa séparation avec son ancienne maison-mère.

BBI : Comment pouvez-vous définir Hikoki ?

Atsushi Morisawa : Le groupe Koki et sa marque Hikoki sont l'héritage de plus de 100 ans d'histoire industrielle dans le domaine de l'outillage électroportatif et tous nos

revendeurs ainsi que les utilisateurs de nos machines l'ont parfaitement intégré. Ils savent également que nous sommes le futur. Tout en bénéficiant des acquis d'un passé dont nous devons être fiers, l'indépendance que nous avons acquise depuis maintenant un peu plus de deux ans nous a propulsés sur une voie différente riche d'opportunités. Autrefois branche d'un puissant groupe investi dans de nombreux secteurs, nous sommes désormais une société à part entière spécialisée sur un métier et beaucoup plus réactive qu'auparavant aux mutations du marché.

BBI : Quelle forme prend cette réactivité ?

AW : Nous conservons nos points forts avec notamment notre focus sur l'innovation, notre force depuis toujours, mais nous faisons évoluer notre façon d'aborder le marché pour être plus près de nos utilisateurs finaux. Ainsi, nous donnons une autonomie plus importante aux différentes zones géographiques sur lesquelles nous intervenons avec la mise en place d'organisations dédiées dans trois régions, avec des structures propres en Allemagne pour l'Europe, aux Etats-Unis pour les Amériques et le Japon pour l'Asie et l'Australie. Chacune est placée sous la responsabilité d'un dirigeant local, lui-même en lien avec un global manager basé au Japon. Avant, tout était décidé au Japon, ce n'est plus le cas désormais et c'est un grand changement dans notre façon de fonctionner.

BBI : Et de façon plus concrète ?

AW : Il est important que les évolutions technologiques ne s'imposent pas aveuglement du haut en bas. Elles doivent au contraire se référer aux souhaits de nos utilisateurs, lesquels doivent nous guider dans le développement de produits adaptés à leur façon de travailler. Si le cœur de gamme

est commun, il y a des outils dédiés par pays ou groupes de pays qu'il nous faut prendre en compte. Ces trois structures possèdent ainsi leur propre product management, organisations qui ont été mises en place il y a maintenant un an et qui ont de nombreux contacts avec nos ingénieurs, essentiellement basés au Japon. Il est d'ailleurs prévu que des machines spécifiquement développées pour le marché européen soient lancées dans les 18 mois à venir.

BBI : Comment gérez-vous votre coopération avec Metabo ?

AW : Concernant la collaboration avec Metabo, société acquise en novembre 2015 par Hitachi Koki, les deux marques sont complémentaires, Hikoki est plutôt construction alors que Metabo est plutôt métal, même si des passerelles existent entre les deux marchés. Elles suivent chacune leur voie de façon indépendante avec leur propre philosophie de développement produits, leurs propres équipes commerciales et marketing, et doivent conserver leurs spécificités. A titre d'exemple, sur un point fondamental du marché de l'outillage électroportatif, Metabo a lancé avec succès le projet CAS et à aucun moment Hikoki qui promeut la technologie Multivolt ne viendra interférer avec le Cordless Alliance System. Toutefois, il est vrai que des synergies vont émerger petit à petit dans différents domaines et en premier lieu sur les achats (matériaux, pièces détachées, accessoires) et que des échanges ont lieu pour mieux appréhender le marché de l'outillage électroportatif.

BBI : Des objectifs chiffrés pour les années à venir ?

AW : Hikoki est rentré dans une nouvelle phase de son existence avec des armes très fortes parmi lesquelles nous pouvons citer une organisation recentrée sur l'utilisateur, une expertise technologique et industrielle confortée par de nombreux brevets, un partenariat de premier plan avec une autre marque premium, et une présence internationale. Nos ambitions sont très fortes nous projetons d'intégrer à moyen terme le Top 3 mondial de l'outillage électroportatif professionnel.