

Plus connu pour ses montres, le fabricant japonais Citizen a vu ses parts de marché de ventes d'imprimantes s'éroder en France ces dernières années. La cause du mal : un réseau de distributeurs insuffisamment étoffé côté professionnel. Fort de ses bons résultats en Allemagne et en Angleterre et confiant dans la qualité de ses produits, Citizen Systems Europe entend reconquérir la France en mettant sur pied un réseau de distributeurs adapté.

CITIZEN Systems Europe Corriger l'exception française

S

scitizen ! La célèbre publicité dans laquelle Francis Perrin vantait les mérites des montres Citizen avec son redoutable bégayement a déjà 25 ans. Et pourtant, il suffit d'évoquer la marque japonaise pour que ce jingle d'à peine deux secondes nous revienne en mémoire. Serait-ce la raison pour laquelle l'image de fabricant de montres de Citizen est plus ancrée en France qu'ailleurs ?

Des montres aux calculatrices en passant par les imprimantes

Fondé en 1930, Citizen est effectivement le plus gros fabricant de montres et de mécanismes de précision. Avec 20.000 collaborateurs et plus de 40 filiales et sociétés affiliées dans le monde, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 3 Md€ en 2008. Mais depuis sa création, le groupe a diversifié ses activités, qui en plus de Montres & Mécanismes, comptent les Machines Industrielles (robots, tourneuses, machines à contrôle numérique), les Appareils & Composants (oscillateurs, LCDs, LEDs) et surtout, une division Techniques de l'information & Equipements électroniques. Cette dernière se divise en trois entités par zone géographique : Citizen Systems Amérique, Japon et Europe. Citizen Systems Europe est implantée à Stuttgart, à Londres et à Paris. Elle commercialise des imprimantes codes barres et des étiquettes, des imprimantes caisses et kiosques, des imprimantes portables et... des calculatrices.



**Mark
Beauchamp,**
European
Manager,
Citizen
Systems Europe

Un réseau de distributeurs trop peu étoffé

Récemment, forte de ses bons résultats en Allemagne et en Angleterre, Citizen Systems Europe a décidé de repasser à l'offensive en France au niveau des imprimantes codes barres. C'est la mission confiée à Emmanuel Kongolo, Business Account Manager, Citizen Systems Europe : « *La France est un territoire clef à conquérir. Depuis l'année dernière, nous remettons une structure en place* ». Objectif : renouer avec les bons résultats passés. « *Nous vendions plusieurs milliers d'imprimantes matricielles il y a 10/20 ans en France*, souligne Mark Beauchamp, European Marketing Manager, Citizen Systems Europe. *Mais le marché de l'imprimante matricielle étant en déclin, Citizen a dû se tourner vers de nouvelles technologies. La structure des distributeurs en France était plus morcelée qu'ailleurs en Europe. Nous avons des partenaires trop spécifiques et dont la couverture sectorielle était trop faible. Du coup, les gens n'avaient pas la possibilité d'apprécier nos produits* », analyse-t-il. Et d'ajouter : « *Nous étions en avance sur les besoins du consommateur. Avant, nous étions positionnés sur le marché grand public. A présent nous sommes plus orientés professionnels* ».

Faire valoir les produits et protéger les distributeurs

Pour reconquérir la France, Citizen Systems Europe veut s'appuyer sur un réseau de distributeurs qu'il envisage de séduire par les qualités techniques de ses imprimantes et d'autres atouts plus commerciaux. « *Notre gamme d'imprimantes thermiques présente des spécificités intéressantes pour nos distributeurs : le mécanisme métallique est plus robuste et dure deux à trois fois plus longtemps qu'une imprimante plastique ; l'ouverture verticale de l'imprimante et le changement de media de face par rapport à l'ouverture latérale classique fait gagner de la place et du temps ; enfin, nos imprimantes sont capables d'émuler les langages de programmation de nos concurrents, ce qui les rend plus aisément insérables dans un parc existant* », détaille Emmanuel Kongolo, qui poursuit : « *Par rapport à Zebra, Datamax ou Intermec, nous sommes au minimum à qualité égale, avec un positionnement tarifaire plus intéressant, d'où des marges bénéficiaires plus confortables pour nos distributeurs. Nous tenons par ailleurs à contrôler notre canal de distribution pour éviter une guerre de prix* », insiste-t-il. Et Mark Beauchamp de renchérir : « *Un transporteur voulait lancer un appel d'offre pour un parc de nos imprimantes qui avaient de cinq à dix ans. Mais comme elles sont très robustes, il a juste décidé de les nettoyer ! Nous faisons des imprimantes depuis vingt ans et il y a trois/ quatre ans, nous maintenions encore les premières !* » En dépit de la pression sur les prix qui sévit

sur le marché des imprimantes, Citizen Systems Europe fait le choix, en tant que fabricant, de préserver la qualité, d'où des prix planchers.

Le bon réseau pour de bons produits

Le plan d'attaque est de mettre en place un bureau en France, avec une équipe entièrement française dédiée aux imprimantes d'ici un à deux ans, intégrant un service après vente. « *Nous sommes passés à des produits professionnels qui réclament plus de support* », justifie Mark Beauchamp. Ensuite, les autres activités (montres, calculatrices...) pourront être développées en local (pour le moment, elles le sont par des francophones depuis l'Allemagne). Historiquement, Citizen Systems Europe s'appuyait sur RWT et Ultech (qui a mis la clef sous la porte) pour distribuer ses imprimantes. Depuis quelques mois, le réseau s'est étoffé avec Jarltech (distributeurs d'imprimantes pour points de ventes), Atscan, IPC France... L'objectif étant de couvrir la plupart des marchés où sont vendues des imprimantes et des étiquettes codes barres comme la logistique, le transport, l'agroalimentaire, la grande distribution, etc. « *Nous cherchons des partenaires qui ont un savoir faire en intégration de matériel et qui évaluent les produits Citizen d'un point de vue technique* », indique Emmanuel Kongolo.

Mark Beauchamp juge le marché « flat ». Il estime sa croissance à zéro cette année, voire à un ou deux pourcents en 2010 (contre 8 à 9 % avant la crise). Néanmoins, comparé aux résultats enregistrés en Allemagne et en Angleterre, il reste persuadé que ce marché est important. « *La qualité de nos produits parle d'elle-même. Trop peu de gens la connaissent !* », martèle-t-il. Les concurrents n'ont qu'à bien se tenir ! **CP**

