



Wheelabrator Allevard

Un Leader Mondial

Présentation
du 9 décembre 2003



Wheelabrator Allevard

Wheelabrator Allevard, un leader mondial

- 1) Présentation de la société
- 2) Défis du marché
- 3) Les avantages compétitifs de WA
- 4) La stratégie de WA
- 5) Chiffres clé 2001-2003
- 6) Perspectives



1) Présentation de la société



Wheelabrator Allevard

Présentation
de la société

- N°1 mondial de la grenaille et N°2 mondial des outils diamantés
- 1750 collaborateurs, 28 nationalités
- CA 2002 = 288 M Euros
- 80 bureaux de vente directe et dépôts dans 30 pays
- 150 agents et distributeurs
- Plus de 30 000 clients directs dans le monde



Wheelabrator Allevard

Présentation
de la société

■ Grenaille d'acier, 2/3 des ventes (*) :

- N° 1 mondial, 40 % de part de marché (Ventes dans 102 pays)
- Présence industrielle sur 4 continents dans 14 pays
- Produit industriel destiné à nettoyer, préparer les surfaces métalliques
- Produit industriel destiné à scier le granite



■ Outils diamantés, 1/3 des ventes (*)

- N° 2 mondial (Pierre), 6% de part de marché (Ventes dans 30 pays)
- Présence industrielle sur 4 continents dans 8 pays
- Outils destinés à découper et travailler les pierres ornementales
- Outils coupants et forants pour le marché de la construction



Wheelabrator Allevard

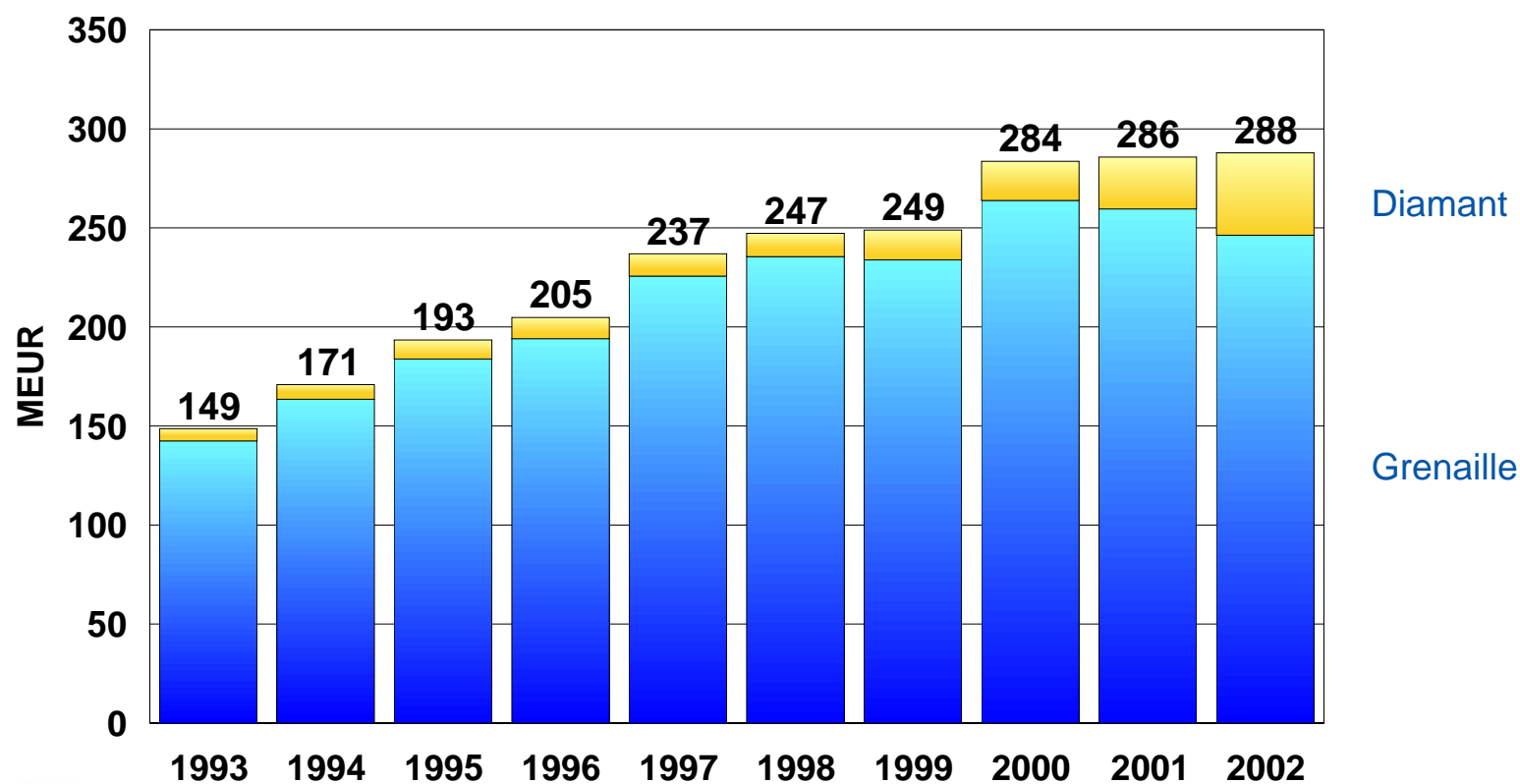
(*) en année pleine, après acquisition de WINTER

Wheelabrator Allevard

Historique des Ventes

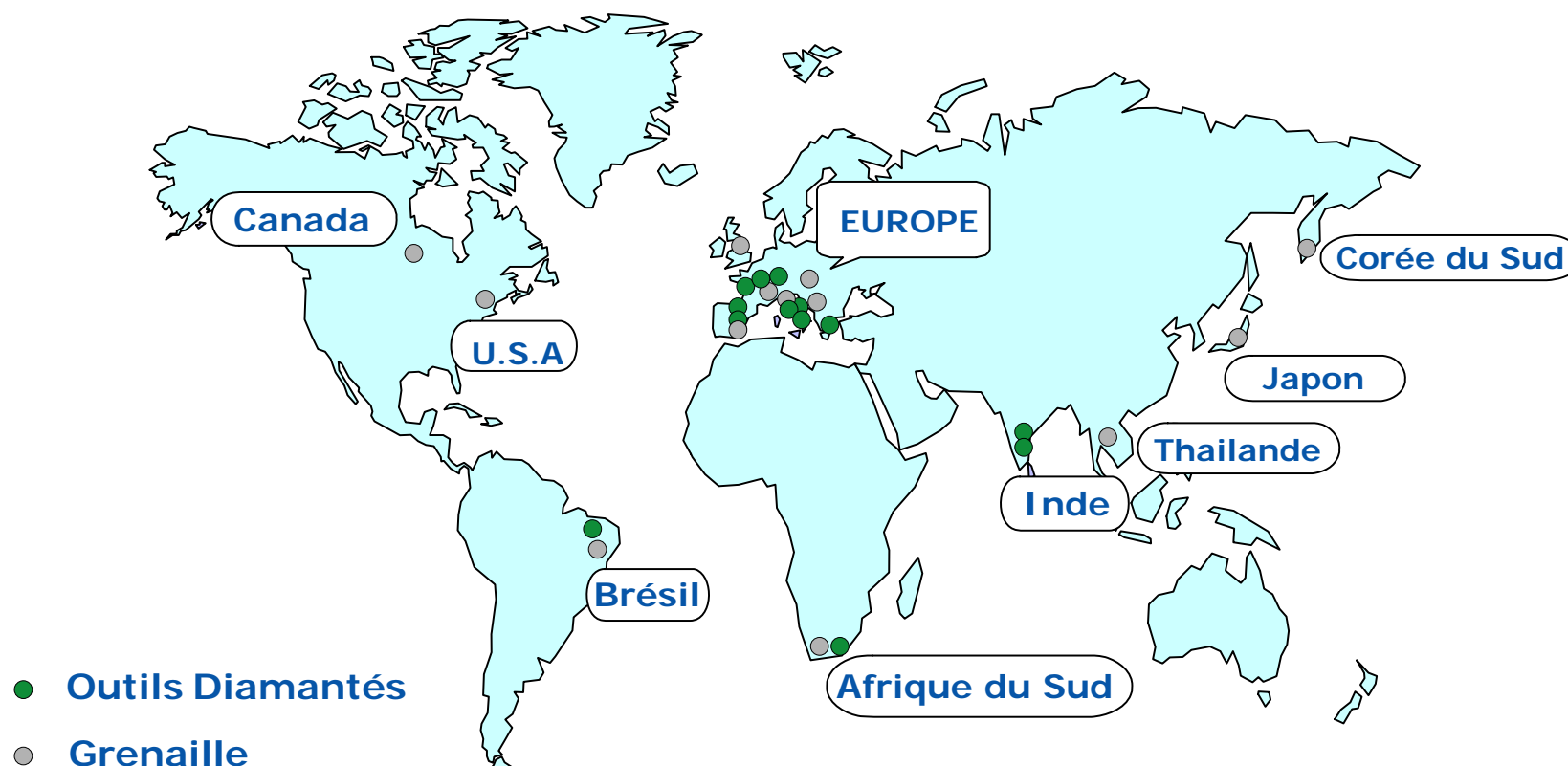
Présentation
de la société

Evolution des ventes WAE (MEUR)



Implantations industrielles

Présentation
de la société

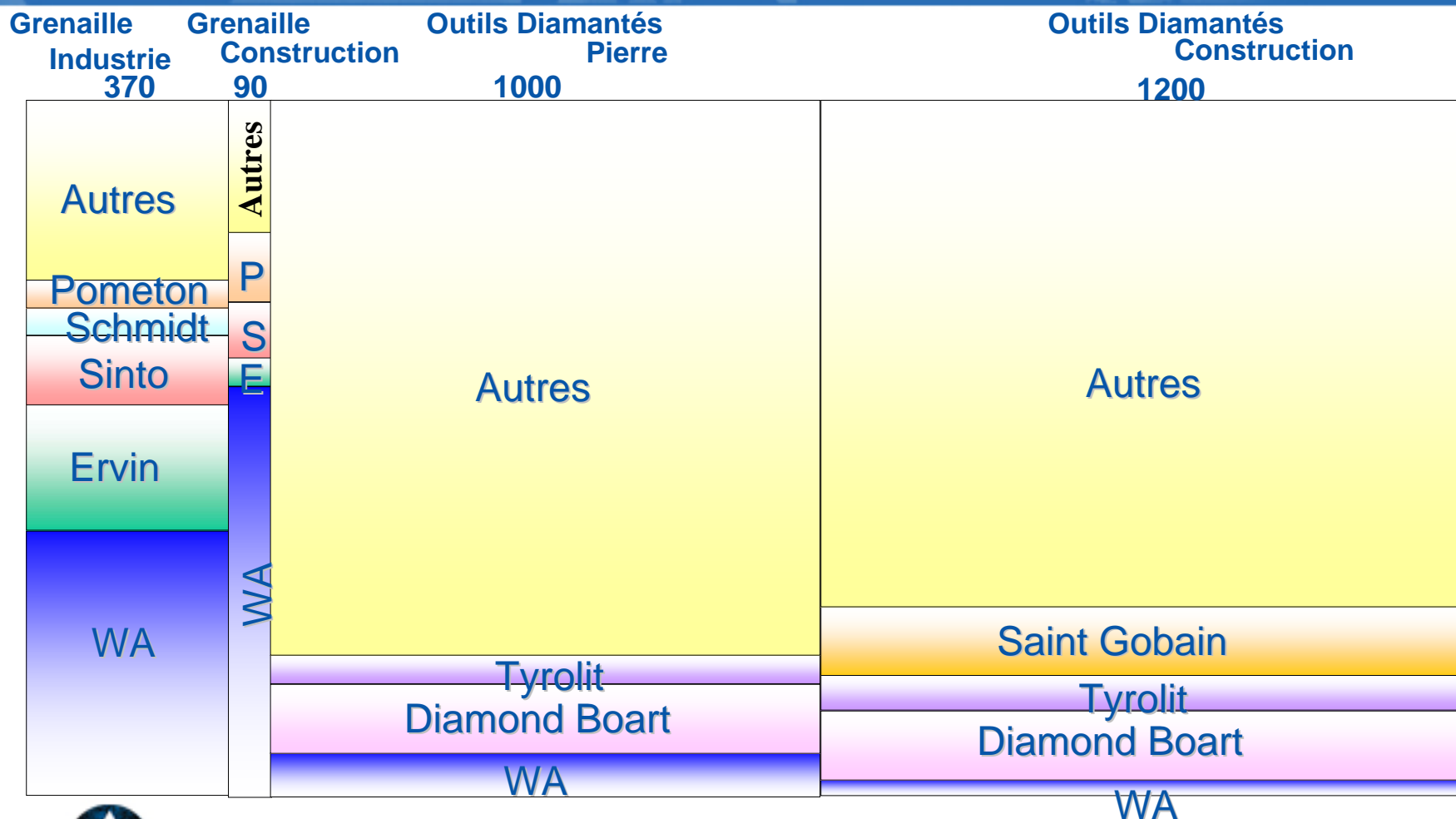


Certifiées 100%
ISO 9002



Total Marché Mondial Grenaille et Outils diamantés (Millions d'Euros)

Présentation
de la société



30 000 Clients

Présentation de la société

- 22 000 clients grenaille
 - Europe = 12 000. Amérique du Nord = 3 000.
 - Sciage du granit = 30 % des ventes
 - Industrie automobile = 20 % des ventes
 - Construction et secteur pétrolier = 20 % des ventes
 - Secteur maritime et ferroviaire = 15 % des ventes
- 8 000 clients outils diamantés
 - Pierre = 6 000. Construction = 2 000.
 - Pierre = 75 % des ventes, clients: carrières, usines de découpe, de polissage et marbriers.
 - Construction = 25 % des ventes; clients contracteurs, négociants et détaillants.



2) Défis du marché



Défis du marché Grenaille d'acier

Défis du marché

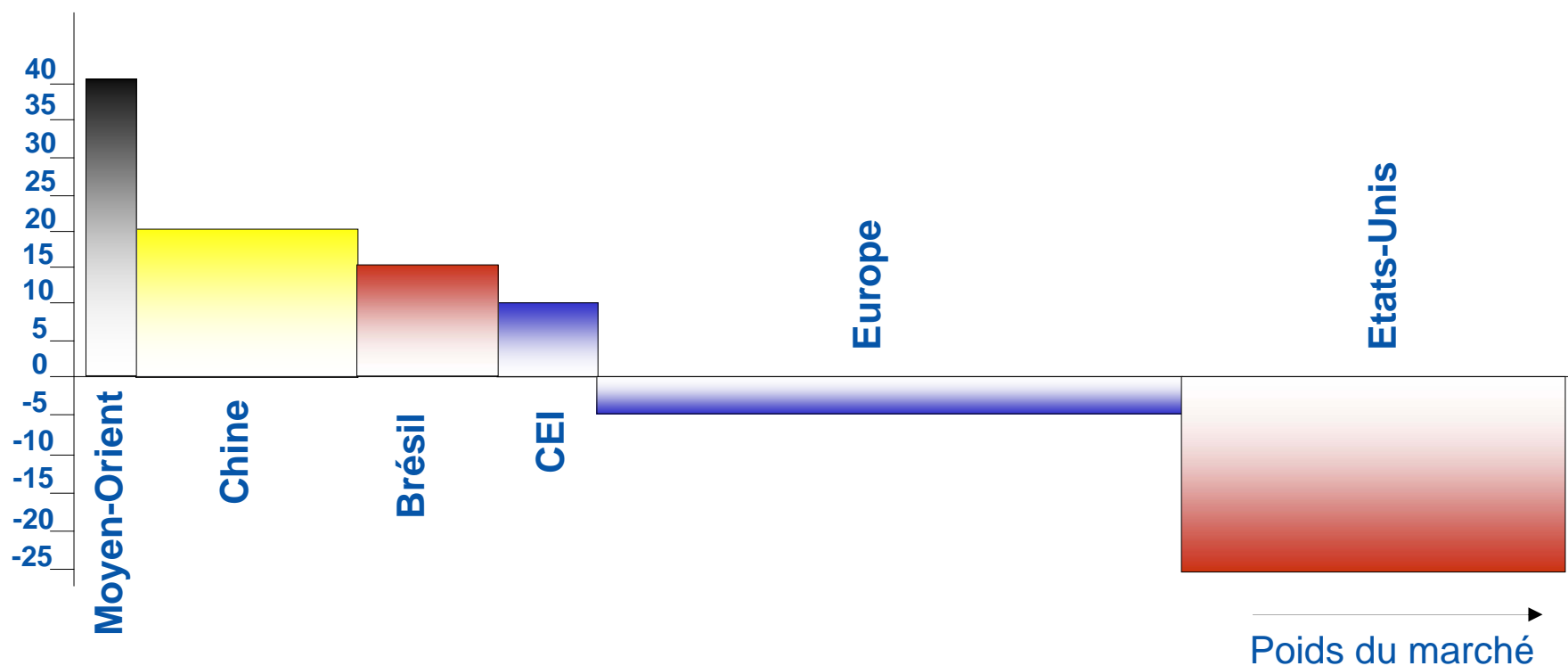
- Taux de croissance annuel moyen de 1995 à 2000 : 2,2%
et de 2000 à 2002 : 1%
- Baisse de la demande (-2% par an)
pour le sciage du granit mais substitution
par les outils diamantés
- Croissance dans le traitement des surfaces (+2% par an)
 - Impact positif des législations environnementales
 - Le grenaillage se substitue à des procédés polluants
- Affaiblissement relatif des concurrents de WA



Défis du marché Grenaille d'acier

Défis du
marché

Taux de croissance 2000/2002 (%)



Défis du marché Outils diamantés

Défis du marché

- Croissance moyenne de 5% par an
- Le métier « Pierre » devient industriel et disqualifie les acteurs moyens
- L'innovation, la maîtrise de la qualité, le service aux clients et la solidité financière sont des barrières d'entrée qui se relèvent sans cesse
- Le marché se mondialise et s'organise autour de grands pays pierre : Italie, Espagne, Brésil, Chine, Inde...



3) Les avantages compétitifs de WA



Des fondamentaux solides

Avantages
compétitifs

- Wheelabrator Allevard dispose d'un savoir faire éprouvé pour réussir l'intégration d'entreprises de taille moyenne dans le monde entier.
- 30 acquisitions.... 27 réussies
- Benchmarking systématique de toutes les opérations
- Systèmes d'information et réseaux télécom homogènes, à faible coût pour l'entreprise
- Connaissance fine des marchés des clients
- Présence commerciale très dense



Une relation client maîtrisée

Avantages
compétitifs

- Contrôle direct des ventes
- Commercialisation multi-marques et multi-réseaux
- Part de marché importante par rapport à la concurrence en grenaille, sur presque tous les marchés.
- Synergies grenaille/outils diamantés dans la pierre

Une acquisition type: Itoh Kiko au Japon

Avantages
compétitifs

- En 1997, acquisition de l'activité grenaille du japonais Itoh Kiko
- L'intervention de Wheelabrator a porté sur :
 - Effort industriel, - **20%** sur les prix de revient
 - Redéploiement des effectifs vers des fonctions commerciales
 - Productivité administrative
 - Création d'un centre technique pour les clients
 - Relèvement des prix
- RN 1998 = -1,3 % / CA
- RN 2003 = 6 % / CA



4) La stratégie de WA



Stratégie grenaille

La stratégie et
ses moteurs

- Accompagner les évolutions des marchés:
 - réductions de capacité en Europe et en Amérique du Nord
 - mise en place et élargissement des réseaux de vente en propre en Chine, Russie, Mexique, Turquie, Iran, Vietnam, ...
 - recherche de solutions industrielles en Chine et Russie
- Développement de la valeur ajoutée par produits nouveaux
- Rachat de concurrents dans les pays à fort potentiel de développement



Stratégie outils diamantés

La stratégie et
ses moteurs

- Intégrer WINTER
- Poursuivre la croissance externe
- Organiser les ventes en multi-marques
- Compléter la gamme des outils pour la pierre par sourcing lointain
- Mondialisation de l'activité
- Exploiter les synergies grenaille/outils diamantés



5) Chiffres clés



Chiffres clés

Chiffres clés

Millions €	2000	2001	2002	2003 (fin juin)
CA	284	286	288	137
dont outils diamantés	20	26	42	24
MBA	35	36	34	12
RN consolidé avant goodwill et éléments exceptionnels	19	19	17	7



6) Perspectives



Les leviers d'amélioration de la performance

Perspectives

- Une position de leader mondial dans la grenaille à conforter en Chine et en Russie/CEI
- Optimiser la logistique européenne et mondiale
- Dynamisation de la gestion commerciale
- Centralisation des achats et benchmarking mondial
- Synergies commerciales Grenaille-Diamant sur les marchés à forte croissance à mettre en œuvre (Chine, Moyen-Orient, Brésil...)



Les leviers d'amélioration de la performance

Perspectives

- Croissance externe
- Croissance organique par le développement de la gamme et l'élargissement géographique des ventes (Brésil, Inde, Iran, Chine, ...)
- Optimisation des structures industrielles et administratives et commerciales en Europe / Intégration de WINTER.
- Développement des capacités industrielles et technologiques en Inde

