

### ● COMMENT J'AI FAIT



Le P-dg Laurent Morillon poursuit le chemin tracé par son père, celui de l'export des extracteurs pour produits difficiles fabriqués par la PMI d'Andrézé.

# « J'exporte mes extracteurs depuis 30 ans »

● **SON DÉFI** Laurent Morillon, P-dg du fabricant de matériels de manutention en vrac, compense la faiblesse des investissements de clients français via ses exportations.

Les grosses coopératives n'investissent plus beaucoup en France, les usines d'aliments pour animaux sont aussi plutôt en train de se restructurer. En tant qu'équipementier, spécialiste du matériel de manutention, l'exportation atteint désormais 80% de notre chiffre d'affaires. Pour nos vis balayeuses, qui permettent d'extraire les céréales des silos, c'est même 95% de nos ventes.

#### Accélérer en sécurisant son assise financière

Nous exportons depuis plus de 30 ans. Mon père avait démarré un réseau de distributeurs et dès le début des années 80, il exposait dans des salons professionnels à l'étranger, comme le Victam aux Pays-Bas pour l'alimentation animale. Ces salons internationaux constituent notre première voie d'entrée sur un marché. Il s'agit d'y être présent régulièrement, à l'instar de notre pro-

chaine participation au Victam Bangkok début février 2012. Nous avons fait partie des premiers exposants européens dès le lancement de cette version asiatique du salon en 1991. La même logique s'applique dans le segment du bois énergie. Je rentre par exemple d'un salon en Allemagne, qui concerne toute l'Union européenne dont les nouveaux pays de l'Est car nous envisageons d'ouvrir prochainement un bureau en Europe Centrale. Depuis une dizaine d'années, il a fallu accélérer l'export et notamment sortir de l'Union européenne car la situation est assez similaire dans tous les pays d'Europe de l'Ouest. C'est l'un des objectifs que soutient notre actionnaire industriel Siparex qui a pris 20% de notre capital l'an dernier.

#### Récolter des informations

Pour être forts à l'exportation, il faut bien analyser les différents marchés et répondre avant tout aux besoins exprimés. Le mois

dernier, nous étions au Japon, chez un fabricant de manutention industrielle pour présenter notre extracteur. Dans ce genre de rencontres, à défaut de vendre, nous récoltons des informations importantes sur le marché local, les clients, les projets, les acteurs majeurs... Il faut sans arrêt être en avance sur nos concurrents par la qualité des produits et les services associés.

#### Élargir le réseau

Pour réussir, il nous a fallu trouver des distributeurs fiables. Nous en avons 15 à travers le monde, avec lesquels nous avons un "gentlemen's agreement", excluant qu'ils proposent par exemple les matériels de nos concurrents directs. Nous sommes également intégrés par des sociétés d'ingénierie dans leurs propres marchés à l'exportation. Aujourd'hui, après quatre ans de travail, nous cherchons à développer nos ventes sur le continent américain, sur les terres de

notre principal concurrent. Pour progresser, rien ne remplacera un bureau Morillon décentralisé...

Pour l'Amérique latine, nous avons un partenariat avec une société française implantée au Brésil, pays sur lequel nous misons beaucoup sur les prochaines années. Mais avec beaucoup de place au sol et une main-d'œuvre nombreuse, les Brésiliens stockent souvent à même le sol dans des hangars. Je mise sur leur prise en compte de la qualité du produit et la sécurité du personnel pour aller vers des silos de stockage verticaux avec des extracteurs... Morillon de préférence ! [rires] »

Yanne Boloh

#### MORILLON

(Andrézé)  
P-dg : Laurent Morillon  
CA : 9,1 M€  
Salariés : 45  
Contact : 02 41 56 50 14