



“Bruynzeel is a pearl in a closed oyster,” said CEO Alexander Collot d'Escury.
PHOTO
JEROEN KUIT

Bruynzeel veut atteindre un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros

Armoires de classement utilisées dans les pépinières urbaines et à l'hôpital

Par Yteke de Jong

AMSTERDAM • Bruynzeel, entreprise connue pour ses armoires de classement, cherche à se développer aux États-Unis. Voilà pourquoi elle a acquis, cette semaine, le distributeur américain RDT Concepts dans l'Ohio.

L'entreprise néerlandaise, qui compte 200 employés, est présente sur les marchés traditionnels de l'archivage que sont les bibliothèques, les administrations, les musées et les universités. L'acquisition de RDT Concepts doit permettre de décrocher des projets plus importants aux États-Unis. « Il est encore possible d'augmenter de manière significative la capacité de production dans notre usine des Pays-Bas. Nous avons un concurrent principal aux États-Unis. Quelle est la différence entre lui et nous ? La rapidité, une qualité supérieure et de meilleurs prix. Nous pouvons livrer un système complet depuis les Pays-Bas à un client aux États-Unis en 4 à 6 semaines », explique M. Alexander Collot d'Escury, PDG.

Voilà pourquoi nous continuons de produire aux Pays-Bas. Bruynzeel est présente dans le monde entier et travaille avec des partenaires locaux en Asie, par exemple. Toutefois, le marché américain est le plus important pour les systèmes de stockage, ce qui explique pourquoi Bruynzeel s'y intéresse fortement.

Basilic

M. Collot d'Escury anticipe une demande accrue aux États-Unis sur le marché de la santé, mais aussi en provenance des « fermes urbaines ». « Dans plusieurs villes, les bureaux servent aussi de serres pour cultiver, entre autres, des tomates et du basilic. Ceci correspond à la tendance du circuit court et des produits locaux. Les mètres carrés étant chers en ville, notre système d'armoires flexibles est également utilisé pour ces serres. On s'attend à ce que le nombre de ces pépinières urbaines augmente. » Les armoires de classement mobiles, qui peuvent être placées les unes à côté des autres, sont le produit phare de Bruynzeel. « À cause de

la pandémie de Covid-19, nous constatons que la demande en provenance de l'industrie pharmaceutique et de la santé est plus forte. Ces secteurs cherchent à augmenter leurs capacités de stockage parce que les chaînes d'approvisionnement

« Un système complet des Pays-Bas aux États-Unis en 4 à 6 semaines »

ment se sont rallongées pendant la pandémie. Un mètre carré dans un hôpital coûte cher à construire. Désormais, il leur suffit de nous appeler et nous utilisons un système mobile pour créer un dépôt, ce qui permet d'économiser de l'argent et de l'espace par rapport aux rayonnages statiques », explique le directeur. Il en va de même pour l'industrie et les clients tels que le géant des produits cosmétiques L'Oréal et la maison de Champagne Moët et Chandon. L'armoire de classement affiche une croissance entre 2 % à 5 % par an. À

cause de la crise du coronavirus, beaucoup de musées doivent réduire leurs coûts. On s'attend donc à ce que les dépôts soient combinés. Cela est également utile dans le plan de croissance. L'objectif de Bruynzeel est de faire passer son chiffre d'affaires actuel de 60 à 100 millions d'euros en quelques années. Ce plan est piloté par l'actionnaire norvégien Altor, qui souhaite améliorer le rendement de l'investissement néerlandais. M. Collot d'Escury a quitté le fabricant de tapis Desso pour rejoindre Bruynzeel il y a environ deux ans afin de façonner le plan d'expansion. « Nous continuerons notre politique d'acquisitions dans d'autres régions pour accélérer le plan de croissance. Comme je le dis parfois, Bruynzeel est une perle dans une huître fermée. Dans un avenir proche, nous allons travailler à mettre en valeur cette perle de l'industrie manufacturière néerlandaise. »