

# Amada mise sur le laser fibre et l'Europe

Par [Patrice Desmedt](#) - Publié le 30 mai 2014, à 17h18

[Machines-outils](#), [Japon](#)



© Patrice Desmedt

## **Reconnu pour son savoir-faire dans le poinçonnage et le pliage de tôle, le japonais Amada mise sur sa nouvelle génération de machines de découpe laser à technologie fibre.**

*"L'Europe est l'endroit où il y a le plus de compétition, mais c'est également un marché stratégique pour nous."* Mitsuo Okamoto, PDG d'Amada, ne dit pas cela parce qu'il a devant lui un groupe de journalistes européens en visite au [Japon](#). Avec 17% de son chiffre d'affaires réalisés en Europe, Amada a encore une marge de progression, même si son PDG estime qu'avoir dépassé les 10% est déjà une réussite.

Pour croître face à son principal concurrent européen, l'allemand Trumpf, le japonais mise sur ses machines de découpe laser, en particulier sur ses modèles à technologie fibre. Le spécialiste du poinçonnage et du pliage de tôle dispose désormais d'une panoplie complète de machines pour le travail de la tôle.

*"Nous réalisons un focus sur le laser, insiste Mitsuo Okamoto. Avec le laser fibre, la productivité est multipliée par trois pour une consommation qui peut être réduite d'un facteur quatre."* Pour se distinguer sur une technologie plus accessible par les différents fabricants que ne l'était le laser CO2, Amada a décidé de développer ses propres sources laser, en partenariat avec le fabricant JDSU. Le rapprochement en mars 2013 avec Miyachi, spécialiste de la gravure laser, s'inscrivait également dans la démarche d'Amada de renforcement sur un marché au développement plus rapide que prévu.

## **La France pour tête de pont**

*"Nous aidons nos clients à grossir, c'est un élément important de notre stratégie."* Au-delà de l'affirmation marketing du PDG du groupe, cette approche correspond au départ au marché japonais, dominé par un grand nombre de PME. Le constructeur mise sur la convergence d'intérêts communs avec ses clients.

En les aidant à augmenter leur productivité, moteur d'une croissance future, il se place sur une stratégie de long terme. Pour cette raison, l'immense show room installé dans le siège

d'Amada à Isehara – et répliqué de manière plus modeste dans les principales filiales – n'est pas là uniquement pour présenter les machines. Les clients peuvent venir avec leurs fichiers CAO et fabriquer avec le conseil des ingénieurs d'Amada leurs propres pièces de la manière la plus efficace possible.

La France reste la tête de pont européenne du japonais, avec trois usines, à Château-du-Loir (Sarthe), Charleville-Mézières (Ardennes) et Auffay (Seine-Maritime), issue de la reprise de Promecam en 1986. 80% des machines vendues en Europe sont produites en France, avec un objectif de passer à 90%. L'investissement de 40 millions d'euros réalisé en 2013 allait dans ce sens. *"Nous avons une longue histoire avec la France, rappelle Mitsuo Okamoto. Il y a dans ce pays un énorme savoir-faire. Nous avons les hommes, c'est pourquoi nous avons décidé d'étendre la production européenne."*

***Patrice Desmedt, au Japon***