

Croissance : Armor ouvre une filiale en Colombie **Avec l'ambition de conquérir 60 % du marché andin des rubans Transfert Thermique**

Déjà implanté sur 26 sites dans le monde, le groupe industriel français quasi-centenaire Armor vient de s'implanter en Colombie, et renforce ainsi sa proximité avec ses clients colombiens, péruviens, équatoriens et boliviens.

Armor sur le marché de l'Amérique andine

Au début des années 2000 Armor initie l'expansion de ses sites de transformation de rubans Transfert Thermiques à l'international, notamment en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique. En 2004 c'est au tour de la Chine, puis un site de découpe ouvre au Brésil en 2007, et en 2014 trois autres en Inde, en Afrique du Sud et au Mexique. Aujourd'hui, Armor compte 26 sites partout dans le monde et 80% de son chiffre d'affaires est réalisé à l'international. Ayant déjà 50% de part de marché sur les 4 pays Colombie, Pérou, Equateur et Bolivie, Armor vise aujourd'hui les 60% de part de marché grâce à l'ouverture de sa filiale de production colombienne, Armor Colombia, basée à Medellin.

La co-industrialisation : aller chercher la croissance hors de France pour maintenir des emplois sur le territoire

Le business modèle d'Armor, et plus particulièrement de son activité Armor Industrial Coding & Printing (AICP), repose sur la production de produits semi-finis sous forme de grosses bobines encrées (jumbos) à La Chevrolière (Loire-Atlantique). Ces bobines sont ensuite envoyées aux unités de découpe industrielles locales réparties partout dans le monde, au plus proche des marchés adressés. Hyper réactives, les unités de découpe transforment ensuite à la commande les produits semi-finis en rubans, adaptés aux spécifications de l'imprimante Transfert Thermique de l'utilisateur. En effet, selon les clients et leur implantation, les contraintes techniques varient.

Les avantages de cette organisation pour le client ? Un circuit rapproché de la demande finale, une rapidité de livraison inégalée, potentiellement une meilleure compétitivité (barrières douanières). Pour Armor, l'avantage se traduit par un gain de parts de marché ainsi qu'une fidélisation de sa clientèle. De plus, grâce à ce modèle de co-industrialisation, la conquête de nouveaux clients à l'international permet la croissance en France et le maintien d'emplois sur le territoire.

« La création d'Armor Colombia marque une étape supplémentaire dans le modèle de co-industrialisation du groupe, qui est l'inverse d'une délocalisation. En effet, en renforçant nos parts de marché en Amérique Latine pour les rubans transfert thermique pour l'impression variable sur emballages et sur les étiquettes code-barres, nous augmentons la production en France des bobines de produits semi-finis. Nous construisons un cercle vertueux pour l'avenir » explique Hubert de Boisredon, Président-Directeur Général d'Armor.

Armor est leader mondial dans l'enduction des rubans Transfert Thermique pour l'impression sur emballage et sur étiquettes code-barres, leader européen de la production de cartouches jet d'encre en Europe et N°1 de la vente de cartouches laser remanufacturées en France. Ce spécialiste des consommables d'impression et des films enduits pour les énergies renouvelables promeut son modèle d'entreprise centré sur l'innovation, un savoir-faire industriel de haute technologie, et le développement personnel de ses collaborateurs. Avec un CA de 256M€, ARMOR dépense annuellement en France 13M€ en R&D. Ses 1 850 collaborateurs sont répartis dans 26 sites industriels et logistiques dans le monde, dont 850 en France.

Contact presse:
Gratiane Sametin (Giotto)
06 62 30 89 24 / g.sametin@giotto-cr.com