



LOCATION DE MATÉRIEL

Kiloutou encore plus proche des "pros"

En 2015, le loueur n'aura pas retrouvé son niveau d'activité de 2013. Pourtant, en dix ans, son chiffre d'affaires a triplé. Désormais, il escompte un léger mieux sur le Bâtiment,

mais a peu d'espoir pour les TP. Le scénario qui se dessine pour 2016 ne l'empêche pas d'annoncer le franchissement de la barre des 500 M€ grâce, notamment, à l'acquisition conso-

lidée ce 7 janvier de la société Aquiloc.

D'ailleurs, la croissance externe reste un axe important pour le groupe, qui vient de renforcer sa gouvernance pour plus d'efficacité. En France, quatre leviers seront actionnés : « la qualité du matériel, l'excellence opérationnelle, l'innovation digitale et l'ancrage professionnel », note le président, Xavier Du Boys.

Faciliter le parcours client en ligne

Dans les faits, l'enseigne réformera cette année 4 000 machines. Elle va aussi renforcer son positionnement de multispécialiste intégré appuyé par des experts métiers (agences généralistes et spécialisées TP, élévation, module, réception). Résolument axées BtoB, la récente version 2 du site internet et l'appli mobile



doivent assurer un service simple et rapide à chaque étape du parcours client.

En dépit d'une conjoncture complexe caractérisée par un marché en surcapacité qui induit logiquement une dégradation des tarifs et la baisse de rentabilité de la location, Kiloutou affirme être en ordre de marche. Et prêt pour la reprise future. Illustration de son ambition : la création d'une nouvelle identité visuelle qui replace "l'Homme au centre". Porteur de modernité, le logo réaffirme son identité résolument pro. ● M.-L. B.



Dans un climat tendu sur le marché du BTP, le loueur s'internationalise et modernise son identité visuelle à l'attention des cibles BtoB.