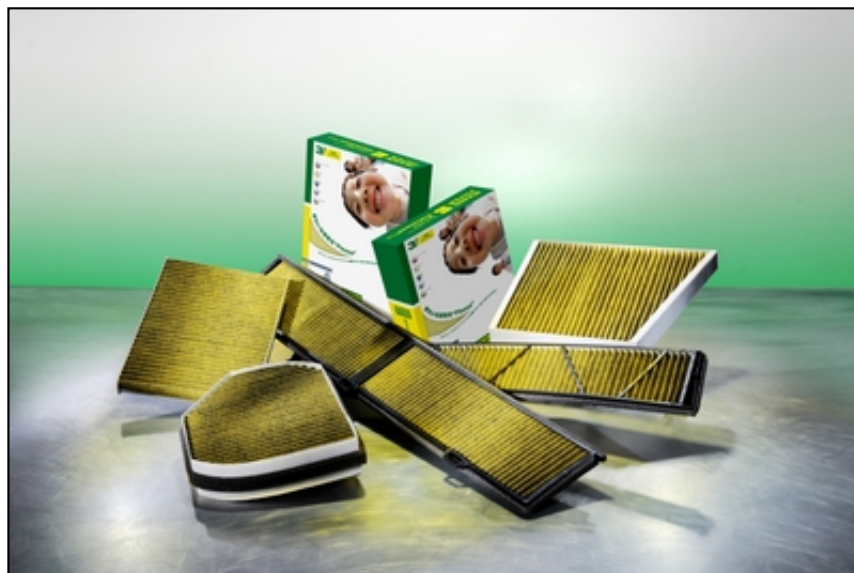


Equip Auto 2011 - Mann+Hummel: des filtres et des services

mardi, 18 octobre 2011



Mann Filter (groupe Mann+Hummel),

a présenté sur son stand plusieurs nouveautés pour la première monte. A commencer par un concept de mélangeur d'air pour les motorisations Diesel afin de respecter la future norme Euro VI. Il s'agit d'un mélangeur optimisé (développé à Laval, en France), agissant en amont du compresseur et permettant de minimiser la perte de charge de l'EGR à l'aide d'une géométrie spécifique. Il autorise également une meilleure homogénéité du débit ainsi que de la température des gaz mélangés ; en évitant les éventuels pics de température, il augmente la durée de vie de la roue du compresseur...

Autre nouveauté : un séparateur d'eau pouvant être installé sur les systèmes existants, pour une qualité de carburant exempte de gouttes d'eau. "*Un critère d'autant plus important sur les dernières technologies de common rail qui se développent en parallèle les bio-carburants*", souligne Marie-Jo Faivre, responsable Marketing Mann+Hummel France. En effet les gouttes d'eau présentes dans ce type de carburant sont particulièrement fines, et donc capables de passer au travers de medias "standards"... Aussi, l'équipementier a développé un séparateur à trois étages, qui permet d'agrandir successivement ces très fines gouttes d'eau via un media filtrant coalescent pour pouvoir ensuite mieux les séparer du combustible.

Enfin, Mann a présenté un filtre d'habitacle nouvelle génération recouvert d'une couche de polyphénols (*photo*), empêchant gaz, odeurs et autres particules (allergènes notamment), de pénétrer dans l'habitacle du véhicule. Ce filtre premium, pour l'heure destiné au marché japonais, où les clients sont particulièrement sensibles à la qualité de l'air, devrait à terme investir les marchés européens où de plus en plus de consommateurs sont victimes d'allergies.

Des outils pour la rechange

Qu'il s'agisse du marché VL comme PL (Mann Filter partage son CA français pour moitié sur le VL et pour l'autre sur le PL), la couverture de parc est une condition nécessaire mais loin d'être aujourd'hui suffisante. *"Notre objectif au regard de l'importance de cette ligne de produits à l'atelier est de se positionner comme un référent, explique Marie-Jo Faivre ; Si le distributeur fait figure de spécialiste dans ce domaine, il fidélise son client réparateur et cela profite à son CA dans sa globalité."*

Outre des gammes très profondes, Mann Filter entend donc accompagner ses clients dans des marchés actuellement à la fois très concurrentés et difficiles (pour le PL notamment depuis le mois de mai), par le biais de services et autres actions marketing. A l'image de la campagne filtre à huile qui se déroule cette année. *"Il s'agit de donner des argumentaires de vente aux professionnels vis-à-vis des consommateurs finaux qui n'ont plus toujours à l'esprit qu'un filtre fabriqué par un grand équipementier est un gage de fiabilité et d'une plus grande durée de vie de son moteur"*, explique Marie-Jo Faivre.

Autre action, ciblant cette fois la population des artisans et de leurs VUL: *"cette campagne déployée localement permet à un distributeur d'animer ses ventes en mettant à la disposition de réparateurs choisis par ses soins, leaflets et coupons de réduction qu'il envoie à destination des artisans dans leur zone de chalandise, précise la responsable marketing ; Ces derniers bénéficient d'un coupon de réduction s'ils viennent faire remplacer les filtres de leur utilitaire dans le garage en question."*

Quant au désormais fameux Mann in Box, un présentoir lancé en 2008 et permettant aux réparateurs de disposer d'une trentaine de références pour 80% de leurs besoins, il continue de se multiplier et devrait atteindre très prochainement la barre des 1 000 présentoirs installés chez les professionnels.

[Jérémy Morvan](#)