

# **MECA****FILTER**

YOUR SMART CHOICE

## **DOSSIER DE PRESSE**

7 JUIN 2019



# **Nouvelle plateforme de marque**

# **MECAFILTER**

YOUR SMART CHOICE

MECAFILTER, le deuxième acteur Français de la filtration, refond cette année l'intégralité de sa plateforme de marque. Une nouvelle identité visuelle plus moderne et dynamique, un packaging totalement revu et une signature forte : YOUR SMART CHOICE.

L'illustration de l'engagement de la marque à toujours proposer le meilleur rapport qualité /prix à ses clients.

## **Sommaire**

- 1 Qui est MISFAT ?
- 2 Qui est MECAFILTER ?
- 3 Le site de Crépy-en-Valois
- 4 L'ADN de la marque
- 5 La plateforme de marque
- 6 Les applications concrètes

# 1 – QUI EST MISFAT ?

Basé à Tunis, le Groupe MISFAT est l'un des spécialistes de la filtration automobile et poids lourds depuis 1979. Il appartient à la Holding MECATECH, avec la société LTM qui commercialise des amortisseurs pour tous types d'applications VL et PL. Les 2 entreprises seront d'ailleurs présentes sur un stand commun lors de la prochaine édition du salon Equip Auto Paris.



Le Groupe MISFAT dispose de 7 implantations en Europe et au Maghreb, pour un total de 1 200 employés. Il a réalisé un CA de 66 millions d'euros en 2018, avec une production annuelle de 25 millions de filtres.

## Le Groupe MISFAT produit des filtres :

- sous ses propres marques MISFAT, MECAFILTER et LAUTRETTE (exclusivité Automotor France);
- sous la marque LUCAS, MISFAT détenant l'exclusivité de la fabrication et de la distribution des filtres LUCAS pour l'Europe continentale et l'Afrique du Nord ;
- sous une cinquantaine de marques de distributeurs, d'industriels ou de constructeurs automobiles ou poids lourds.



Le Groupe est ainsi présent sur tous les segments (OES, IAM premium, IAM Marques De Distributeurs). Ce mix particulièrement équilibré lui permet de profiter de la dynamique de chacun de ces marchés.



## 2 – QUI EST MECAFILTER ?

# MECAFILTER

YOUR SMART CHOICE

Créée en 1993, la société SOLAUFIL a été rachetée par le Groupe MISFAT en 2009.

**La marque MECAFILTER est aujourd’hui le 2<sup>ème</sup> acteur du marché français de la filtration, avec 20% du marché de la rechange indépendante\*.**

Particulièrement complète, la gamme MECAFILTER se compose de :

- près de **2 200 références VL et VUL**, pour une couverture du parc français **supérieure à 96%** (source Headline – TecDoc Dec 2018)
- près de **600 références PL**



Les principaux clients de la marque MECAFILTER en France sont (par ordre alphabétique) :

- Alliance Automotive Group
- Alternative Autoparts
- Autolia
- Autodistribution
- GPI
- ID Rechange
- Mobivia (Carter Cash)
- Oscaro
- Speedy

**La marque MECAFILTER est distribuée dans 63 pays à travers le monde.**

*\*Estimation interne 2018*

## 3 – LE SITE DE CRÉPY-EN-VALOIS

Site historique de MECAFILTER, Crépy-en-Valois est dédié à la fabrication de filtres à air moteur et air habitacle.

Le site est à l'avant-garde des technologies du Groupe en ce qui concerne les filtres à air moteur et habitacle. Il s'est fortement développé depuis le rachat par MISFAT, passant de 70 employés en 2008 à 95 en 2018.



**Parallèlement, la production, qui a atteint 2,6 millions de filtres en 2018, a doublé en 10 ans !**

### Relocalisation «Made in France»

Cette évolution s'explique par le développement commercial de MECAFILTER, mais également par la relocalisation en France de certaines productions jusqu'ici réalisées en Tunisie. *«Les investissements réalisés depuis 10 ans par le Groupe ont permis au site de Crépy-en-Valois de rivaliser en compétitivité avec les autres usines du Groupe, pourtant situées dans des pays à faible coût de main d'œuvre. Nous sommes particulièrement fiers de développer nos productions Made in France»*, souligne Riadh Abdelkefi, Directeur Général du site.



Riadh Abdelkefi

Application concrète : une ligne de production de filtres à air automatisée, installée en 2018, qui permet de produire jusqu'à 24 références différentes à la fois !



Amine Ben Ayed

L'avantage de ce nouvel équipement ? Une productivité et une qualité accrues, mais également plus de flexibilité dans la production pour un investissement plus réduit en création de nouvelles références.

*«Sur un site dédié à la rechange comme Crépy-en-Valois, il était indispensable de disposer d'un équipement moderne permettant de développer plus vite de nouvelles références et ainsi réduire le time to market»* insiste Amine Ben Ayed, DG du Groupe MISFAT.

Un outil de production **adapté aux petites séries** ainsi qu'une **forte capacité à développer des nouveautés** sont indispensables sur le marché de la filtration : le changement de filtre constitue traditionnellement le premier contact du véhicule avec un réseau d'après-vente.

## **4 – L’ADN DE LA MARQUE**

Avec 20% de parts de marché\* en rechange, MECAFILTER est le deuxième acteur du marché français. Cette part de marché est toutefois bien supérieure à la notoriété de la marque. L’offre produits MECAFILTER est riche, qualitative et généralement mal évaluée par le marché et les concurrents.

Dans ce cadre, le Groupe MISFAT a décidé de conduire en 2017 une étude à 360 degrés afin de définir l’ADN de la marque et de l’évaluer face à ses principaux concurrents. Cette étude de positionnement visait à répondre à une question simple : quelle est l’image de MECAFILTER et qu’en attendent les clients ?

Une cinquantaine d’entretiens réalisés en face à face, de 2h en moyenne, avec des clients (plateformes, distributeurs, réparateurs), des prospects mais également des collaborateurs de l’entreprise, ont ainsi dressé un portrait extrêmement précis de la marque.

Une fois les résultats connus, un nouveau dispositif de communication a été mis en place.

### **Les notions-clés qui s’en sont dégagées sont :**

- **La qualité produits est irréprochable.** Les produits du Groupe étant présents avec les mêmes technologies en OES ou chez des acteurs industriels premium, ce point était attendu. Il est unanimement reconnu et apprécié.
- **Le prix reste un critère de choix déterminant,** mais le niveau de **service** est également équivalent, voire supérieur, à celui des marques premium : plus de flexibilité, des relations plus simples et plus directes.
- **L’engagement sur le marché de la rechange** est reconnu par tous : la marque comme l’organisation sont 100% orientés sur les problématiques de l’après-vente.
- Le **Made in France «abordable»** est en outre considéré comme un facteur d’attractivité.

**MECAFILTER est donc reconnu comme proposant le meilleur rapport qualité / prix du marché. Mais l’entreprise avait tout de même besoin de retravailler sa plateforme de marque.**

*\*Estimation interne 2018*

## **5 – LA PLATEFORME DE MARQUE**

---

**La plateforme de marque incarne l'identité de la marque MECAFILTER.  
Elle répond de manière simple aux questions suivantes :**

### **L'identité**

*Un spécialiste de la filtration*

### **La mission**

*Permettre aux distributeurs et réparateurs d'être compétitifs  
sur une ligne de produits essentielle*

### **La vision**

*Proposer le meilleur rapport qualité-prix du marché*

### **Les valeurs**

*Simplicité et honnêteté*

### **La promesse**

*Un produit premium, la simplicité et le service en plus*

## 6 – LES APPLICATIONS CONCRÈTES

### SIGNATURE DE MARQUE

Comment traduire en quelques mots la promesse de la marque MECAFILTER ?  
Au travers d'une toute nouvelle signature :

Y O U R   S M A R T   C H O I C E

**SMART** fait ici référence à la technologie de plus en plus avancée dans le domaine de la filtration, mais également au choix «MALIN», «INTELLIGENT» de ceux qui font confiance à MECAFILTER.

**CHOICE** insiste sur le choix assumé des clients MECAFILTER, qu'ils soient professionnels ou particuliers. Sur un marché ultradominé par quelques acteurs surreprésentés, travailler avec MECAFILTER est pour le client un véritable choix, un CHOIX INTELLIGENT.

**YOUR** souligne la force de ce choix, un choix porté par les clients.

La signature en anglais exprime l'empreinte internationale de la marque.

*Cette nouvelle signature de marque, révélée en juin 2019, sera désormais utilisée sur l'ensemble des supports de communication, print ou web, de la marque.*

### LOGO

MECAFILTER a souhaité offrir une nouvelle identité visuelle en cohérence avec sa stratégie et ses ambitions, tout en gardant une cohérence et une continuité avec l'identité précédente.

C'est pourquoi le logo MECAFILTER n'a été que légèrement retouché : le vert et le bleu ont été contrastés pour offrir plus de caractère à la marque.

# MECAFILTER

Le logo a par ailleurs été graphiquement allégé : en perdant ses effets d'ombres portées et de volume, il gagne en clarté et modernité.

## PACKAGING

Le packaging est bien entendu un élément-clé de l'image de marque.

C'est pourquoi la marque MECAFILTER se dote à partir de juin 2019 d'un tout nouveau packaging, pour l'ensemble des familles de produits :

- **Résolument international (12 langues)**, ce packaging traduit l'engagement fort de MECAFILTER en portant la nouvelle signature de marque.
- **Une illustration unique**, allégorie d'un fluide à filtrer, est présente sur l'ensemble des familles de produits.
- **Les couleurs traditionnelles de MECAFILTER**, le vert et le bleu, ont été contrastées pour affirmer le caractère de la marque.
- **Un QR code unique** est présent sur chaque boîte de référence à forte rotation. Il renvoie aux applications véhicules détaillées ainsi qu'à la notice de montage.



Geoffrey Duhamel

«Ce nouveau design nous permet d'affirmer encore plus clairement notre engagement pour la qualité. La marque MECAFILTER est bien mieux mise en avant, la signature de marque est revendiquée, tout en restant reconnaissable pour nos clients distributeurs, réparateurs et particuliers à travers le monde», souligne Geoffrey Duhamel, directeur Commercial France.

**MECAFILTER**  
YOUR SMART CHOICE

**A PROPOS DE MECAFILTER**

*MECAFILTER est une marque du Groupe MISFAT.*

Avec 1 200 employés, le Groupe MISFAT est 100% dédié à la filtration automobile (air, huile, carburant et habitacle), au service des constructeurs, des industriels et de la rechange indépendante partout dans le monde. Le Groupe MISFAT exploite également, sous licence et sur certains territoires, la marque LUCAS pour la filtration.

SOLAUFIL France, fort d'un site de production de 95 personnes à Crépy-en-Valois (60), est une filiale du Groupe MISFAT depuis 2009 et le second acteur du marché français.