

SERVICES

Challenger modèle dans les élévateurs

Neuwerth. Toutes les entreprises affirment qu'elles vendent davantage du service que des produits. L'entreprise valaisanne montre ce que cela peut vouloir dire dans le domaine très disputé de la logistique.



MAINTENANCE. Les entreprises aiment les formules forfaitaires. Tout est ensuite affaire d'organisation et de direction.

FLORENCE GOFFART

Ardon, entre Martigny et Sion. A l'emplacement de ce qui fut d'abord un garage, puis un constructeur et installateur d'ascenseurs, Neuwerth est aujourd'hui importateur et distributeur d'élévateurs. De la marque japonaise Komatsu plus précisément, avec exclusivité. Et sur un marché passablement disputé. «Il y a une cinquantaine de marques

d'élévateurs sur le marché suisse, et aucun constructeur national, indique Patrice Neuwerth, deuxième génération, dans l'entreprise depuis 1976. L'immense majorité de nos concurrents sont des filiales de vente de grands groupes mondialisés, et ils sont tous basés en Suisse alémanique.» Voilà en gros la scène sur laquelle évolue cette entreprise d'à peine 25 personnes. Sachant en plus que la plupart des élévateurs sont aujourd'hui élec-

triques, avec des moteurs en général parfaitement standards, et qu'il se livre dans le milieu une concurrence féroce sur les prix, on s'étonne de l'apparente prospérité des lieux.

«Nous ne nous contentons pas de vendre des machines, poursuit Patrice Neuwerth. Nous offrons surtout du service.» Mais tout le monde dit cela! «Tout le monde le dit, mais rares sont ceux qui le font vraiment.» Le service, c'est difficile à mettre en place et à ma-

nager. Et c'est surtout une affaire de proximité. «Nous avons des clients dans toute la Suisse, nous y tenons. Mais nous préférons travailler en Suisse romande, où nous sommes d'ailleurs devenus leaders dans les élévateurs.»

CURIOSITÉ. Neuwerth vend ou loue en full service ses machines à des entreprises de toutes tailles (Migros ou encore Darty parmi les plus connues). Schématiquement, le service consiste à proposer des contrats de maintenance (toutes marques) intégrant les imprévus imaginables, aux prix les plus forfaitaires et les plus réguliers possible. Très apprécié par exemple des entités reliées à des groupes internationaux pour lesquels le respect des budgets est une religion. En plus, la fidélité d'une année à l'autre augmente le taux de fiabilité de la machine ou du parc, permettant de faire baisser les coûts de maintenance.

Neuwerth prépare même dans ses locaux les utilisateurs (caristes) aux examens de permis de conduire (obligatoires depuis trois ans pour la prévention des accidents). Tout est affaire ensuite d'organisation et de direction d'équipe, composée de plus de 60% de techniciens. Lorsque le constructeur Komatsu, basé à Tokyo (près

Discrète technologie

Mise à part la généralisation de l'électricité pour la traction, quelle différence entre un élévateur d'il y a quinze ans et une machine d'aujourd'hui? Apparemment aucune. En réalité, même ce domaine connaît des innovations régulières. La nouvelle gamme de Komatsu (la précédente avait environ dix ans) offre des

stabilisateurs d'assiette inspirés de l'automobile, des détecteurs de présence sur la machine, des suspensions hydrauliques. «Plus de confort et plus de puissance, soit une amélioration du rendement. La pénibilité diminue, les accidents aussi, et ces conditions réunies incitent à la performance», commente Patrice Neuwerth.

de 15 milliards de dollars de ventes annuelles dans différentes divisions), réunit comme chaque année ses distributeurs nationaux d'élévateurs, Neuwerth fait un peu figure de curiosité. Une sorte de pionnier dans le service. Et lorsque Takeo Shibuya, président exécutif du groupe, se rend en Europe, c'est à Ardon qu'il fait sa seule visite aux distributeurs (où il est reçu comme un chef d'Etat par

une délégation du gouvernement cantonal).

TAXES. Ces échanges permettent aussi de se faire une idée plus concrète de la situation réelle de la Suisse en matière de prix et de coûts. Comme en témoignent les équivalents européens de Patrice Neuwerth, Komatsu pratique les mêmes prix partout (le groupe japonais prenant en charge indirecte-

ment les différentes taxes d'importation, soit 25 à 35 francs les 100 kilos en Suisse).

«Nous avons pourtant l'impression d'être 5 ou 6% plus chers dans la vente d'élévateurs par rapport aux pays qui nous entourent. Alors que les coûts nous paraissent nettement plus élevés, jusqu'à 50% dans les salaires. Mais, en définitive, notre marge nette n'a pas l'air plus basse.» Conclusion: c'est la productivité du travail, de toute évidence plus élevée en Suisse, qui rétablit l'équilibre.

Sur le plan du service, le rapport est évidemment différent. Des opérateurs d'Europe de l'Est proposent de faire de la maintenance chez eux (en déplaçant les élévateurs là-bas),

à un tarif horaire inférieur à 20 euros. Cette concurrence existe, mais elle reste passablement théorique. Qui aurait envie d'acheminer ses véhicules en Silésie pour gagner quelques pour-cent sur la facture finale? En tout état de cause, Neuwerth n'envisage pas de le faire en sous-traitance. On ne sous-traite pas son core business.

Autre particularité du marché suisse: le conservatisme persistant des clients. Contrairement à ce qui se passe en Allemagne ou au Japon, ils veulent des machines robustes qu'ils garderont dix à quinze ans. La demande est donc beaucoup plus forte que l'offre sur le marché de l'occasion. **PME**