



L'Agefi
1002 Lausanne
021/ 331 41 41
www.agefi.com

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 5'500
Parution: 5x/semaine

N° de thème: 032.001
N° d'abonnement: 32001
Page: 7
Surface: 37'786 mm²

La sous-traitance face à sa diversification

MICROTECHNIQUE. Le salon EPHJ à Genève est en croissance continue depuis quinze ans. L'indicateur avancé d'un vrai changement de mentalité.

STÉPHANE GACHET

Il n'existe pas de recensement complet de la sous-traitance en microtechnique en Suisse. Le nombre d'entreprises, souvent des microstructures, est estimé entre 3000 et 10.000, seulement au niveau domestique. Avec ses quelque 870 exposants (867 en 2015), le salon international EPHJ-EPMT-SMT (horlogerie-joaillerie, microtechnologies, medtech) ne représente donc qu'une portion de l'activité. L'événement n'en demeure pas moins l'indicateur le plus avancé. La quinzième édition se tiendra mi-juin à Palexpo Genève et permettra de vérifier si la croissance continue enregistrée depuis la création se maintiendra cette année, alors que l'industrie est toujours sous le choc du franc et que la perspective générale est voilée d'incertitudes.

Malgré ce contexte, les organisateurs alignent déjà les signes de confiance. Barthélémy Martin, chef de projet de Palexpo, en charge du salon, note que le nombre d'exposants de 2015 a été dépassé à un mois de l'ouverture. Le seuil des 20.000 visiteurs professionnels atteint en 2015 pourrait lui aussi être dépassé. Quand bien même l'édition devait marquer un palier en termes de fréquentation, le salon confirme sa position leader, étant l'un des rares événements regroupant trois domaines d'activité. Le nombre d'exposants en fait aussi l'un des plus impor-

tants salons industriels professionnels en Europe.

Olivier Sängler, cocréateur avec André Colard, souligne que la croissance marquera toutefois bientôt sa limite, puisque la halle de Palexpo est maintenant proche de la saturation. Une extension obligerait à disséminer les exposants sur plusieurs étages, ce qui n'est pas recherché pour l'instant. Le salon avait été transféré de Lausanne Beaulieu à Genève Palexpo en 2012, aussi dans l'optique de réunir toutes les entreprises sur un même étage et favoriser ainsi les échanges commerciaux, entre visiteurs et exposants, également d'exposant à exposant.

La longévité et la progression régulière ferait presque complètement oublier que le salon a connu une période de grande instabilité. En 2011 le bâlois MCH Group a repris la direction de Lausanne-Beaulieu, marquant le début d'un désaccord qui a contraint l'installation à Genève. Une lutte d'influence s'est ensuite engagée entre Olivier Sängler et André Colard et MCH. Ce dernier ira jusqu'à monter un salon concurrent, mais ce sera un échec. Pour André Colard, c'est la preuve que le rapport de confiance est essentiel dans le milieu très sensible de la sous-traitance. En toute connaissance de cause, puisqu'il a fait sa première carrière (avant le salon) chez Stern, fabricant de cadrans à Genève Meyrin, où il est resté 30 ans, dont 15 à la di-

rection, jusqu'à la revente à Paragesa en 1996 (revendu en 2000 à Richemont, qui en a annoncé la fermeture fin 2015).

C'est à travers cette connaissance intime de l'activité et de sa mentalité, que les créateurs de EPHJ ont réussi à s'imposer. Plus encore, le salon a accompagné toute la transformation de la sous-traitance dans les métiers de la haute précision au cours des 15 dernières années. L'élément fort reste le regroupement de l'horlogerie et de la technologie médicale, autour des microtechniques. Cela peut paraître banal alors que la plupart des sous-traitants croisent depuis longtemps ces différentes clientèles, mais le changement est bien réel. Olivier Sängler: «Alors que la diversification a longtemps été un signe de faiblesse, elle est aujourd'hui reconnue comme une force.» La diversification est même une nécessité, dans le contexte actuel, dominé par la recherche d'optimisation des coûts et de la productivité, à travers l'automatisation en particulier. Des investissements lourds qui «obligent à toucher plus largement les marchés, à être moins ciblés qu'auparavant», pointe André Colard. La meilleure preuve que la formule est en phase avec l'évolution du secteur, selon Olivier Sängler: «Le taux de fidélisation, au niveau des exposants, atteint près de 90%. Et s'ils viennent, c'est parce qu'ils font des affaires.» ■



L'Agefi
1002 Lausanne
021/ 331 41 41
www.agefi.com

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 5'500
Parution: 5x/semaine

N° de thème: 032.001
N° d'abonnement: 32001
Page: 7
Surface: 37'786 mm²

L'horlogerie conserve un rôle moteur essentiel

Le salon de la sous-traitance microtech ouvrira le 14 juin sur la présentation d'un sondage exclusif sur la perception de l'horlogerie suisse par les 15-25 ans. En guise de mise en bouche, les organisateurs ont noté hier, lors de la conférence de lancement à Zurich, que les jeunes ont un grand intérêt pour l'horlogerie de tradition et un attachement profond aux valeurs de fiabilité et de précision associées au swiss made. Rassurant alors que la montre conserve un rôle moteur dans le développement des métiers microtechniques en Suisse. Le contexte actuel, frappé par le recul important des exportations horlogères, ne remet pas cette configuration en ques-

tion. Selon André Colard, cocréateur de EPHJ-EPMT-SMT, le secteur a les moyens de réagir et même d'agir: «La période est difficile, mais ce n'est pas la première fois. L'horlogerie a systématiquement connu un palier, un réalignement après une période de forte croissance. Mais la capacité à innover est très forte, sur l'ensemble des professions associées aux produits finis.» Pour Jean-Daniel Pasche, président de la Fédération horlogère, à Zurich hier, le salon, qui regroupe horlogerie, medtech et toutes les microtechniques, est un exemple vivant de cette réactivité: «Les sous-traitants sont forcés d'affronter le marché et de diversifier leur clientèle.» – (SG)