

# GOLDOR

No. 6  
Juli / August 2010  
CHF 15.00



ocus Verpackung und Inneneinrichtung 24  
ipangu: Diamant-Manufaktur in der Schweiz 32  
étonnante ascension de Schwarz Etienne 49  
oping – der letzte Schweizer Wecker 65

## Encore sonnés, les sous-traitants se méfient de la reprise

Méfiant: c'est l'attitude adoptée par nombre de sous-traitants de l'horlogerie à l'égard de la reprise. Un comportement qui s'explique par le coup de massue subit lors de l'arrêt brutal des commandes, fin 2008. Conséquence: malgré l'insistance des marques, les fournisseurs refusent de réengager, préférant jouer avec les délais. C'est ce qui ressort des derniers salons de l'Environnement professionnel de l'horlogerie-joaillerie (EPHJ) et de la microtechnologie (EPMT).

C'était de la prudence, c'est devenu de la méfiance. Les salons de l'Environnement professionnel de l'horlogerie-joaillerie (EPHJ) et de la microtechnologie (EPMT), qui ont fermé leurs portes le 11 juin dernier sur un excellent bilan, ont permis de mettre en évidence le mal-être des acteurs de la sous-traitance horlogère. Si leurs carnets de commandes semblent se remplir à nouveau, la plupart d'entre eux refuse d'engager du personnel supplémentaire malgré l'insistance de leurs grands clients. L'arrêt fut si brusque il y a quelques mois, et les abandons de commandes si lâches, que la branche peine à rétablir la confiance.

Durant quatre jours, du 8 au 11 juin dernier à Beaulieu Lausanne, l'EPHJ-EPMT accueillait près de 550 exposants, prestataires, fournisseurs ou fabricants de machines outils. Une manifestation qui s'est terminée sur une hausse de quelque 18 pour cent du nombre de visiteurs, tous professionnels. Mais la réussite de ces deux salons jumeaux uniques en leur genre ne reflète malheureusement pas la situation des sous-traitants, en pleine incertitude.

«Si le téléphone crépite à nouveau, il reste beaucoup d'inconnues et nous sommes prudents», explique Patrick Dubois, Responsable tests horlogers au Laboratoire Dubois, à La Chaux-de-Fonds. Actif dans le contrôle horloger et la fiabilité des matériaux, le laboratoire n'a ni licencié, ni eu recours au chômage partiel en 2009, malgré une baisse du chiffre d'affaires de douze pour cent. Une situation de quasi privilégié.

Car d'autres ont bien plus souffert de la crise en 2009: 30 pour cent de chiffre d'affaires en moins chez Billight, actif dans les appliques en Superluminova; 50 pour cent de moins chez Grisel Etampes, spécialistes du boîtier haut de gamme; et même un effondrement de 65 pour cent pour Décors Guillochés, l'un des derniers acteurs du guillochage fait main, contraint de licencier, en deux vagues, 60 pour cent de son personnel, passant de douze employés fin 2008 à cinq aujourd'hui. Un vrai crève cœur pour son patron, Yann von Kaenel.

Les patrons de ces trois sociétés, comme bien d'autres petits patrons, dénoncent le coup d'arrêt brutal dont ils ont été victimes. «Notre plus gros client, une marque haut de gamme, nous a poussé pendant des années à nous développer pour son compte, raconte Yann von Kaenel. J'ai donc engagé et formé du personnel. Il faut savoir que pour qu'il soit autonome, un guillocheur a besoin de 5 ans de formation et de pratique. Les coûts furent énormes. Puis ce client a voulu nous racheter, mais je tenais à notre indépendance, garante de créativité et de liberté. Une année plus tard, fin 2008, ce client avait tout internalisé. Conjugué à la crise qui commençait, le coup de massue fut presque fatal.» Seul le soutien d'une autre marque, prestigieuse également, a permis à l'entreprise de survivre.

Sébastien Grisel, patron de Grisel Etampes, a eu plus de chance dans son malheur: «Nous entretenons un bon partenariat avec notre principal client, qui nous a rapidement mis au courant de la situation, fin 2008. J'ai donc rapidement réagi en licenciant six personnes. Cela nous a permis de ne pas trop mal passer l'année. Reste que j'ai subi un effondrement des commandes.»

Ce décrochage abrupt a non seulement porté un coup aux affaires, mais également à la relation de confiance qu'entretenaient fournisseurs et clients. En sont nés de grands doutes, en particulier en ce qui concerne les discours sur la reprise claironnés par les marques. «Le premier trimestre a été bien rempli, poursuit Yann von Kaenel. Le début du deuxième a été vide. Et en juin, on n'arrivait plus à suivre! On reste très méfiant, personne n'a de prévision au-delà d'une ou deux semaines.»

«On nous a dit que les stocks en produits classiques devaient être refaits, ajoute Sébastien Grisel. C'est donc reparti très fort, trop à mon goût! Nous n'avons pas eu le temps

de nous réadapter: nous sommes directement passés du chômage partiel aux heures supplémentaires. Mais pour ce qui est du second semestre, c'est l'inconnu.»

Conséquence: les sous-traitants refusent ou retardent la réembauche malgré l'insistance des marques, préférant jouer avec la planification, et donc avec le retard. «Au début de l'année, on a essayé de lisser les commandes au maximum pour tenir au deuxième semestre, continue Sébastien Grisel. Le but était d'engager le moins de personnel possible. Cela n'a pas été possible longtemps, et nous avons dû reprendre quelques personnes, notamment des intérimaires.»

On le voit, le retour au beau fixe n'est pas pour demain, n'en déplaise aux directeurs de la communication des marques horlogères. Pire: les mauvaises habitudes prises avant la crise – délais trop longs et surstocks – semblent être reparties de plus belle. En toile de fond, après avoir débloqué des milliards d'euros pour venir en aide à l'économie privée, les finances publiques des Etats européens vacillent à leur tour. L'horlogerie de luxe n'est pas encore tirée d'affaire.

Fabrice Eschmann / BIPH



Les salons de l'Environnement professionnel de l'horlogerie-joaillerie (EPHJ) et de la microtechnologie (EPMT) ont fermé leurs portes le 11 juin dernier.



Les salons EPHJ-EPMT ont accueilli six pour cent d'exposants et 18 pour cent de visiteurs en plus que l'édition précédente.



Stefano Nassisi, patron de Billight, société active dans les appliques en Superluminova, a carrément perdu son plus grand client en décembre 2008, qui a annulé toutes ses commandes.



Sébastien Grisel, patron de Grisel Etampes, a pu quelque peu anticiper la crise grâce à la bonne communication entretenue avec son principal client.



Yann von Kaenel, directeur de Décors Guillochés, a subi un effondrement de son chiffre d'affaires de 65 pour cent en 2009 et a dû se séparer de plus de la moitié de son personnel.