

SALON DE LA SOUS-TRAITANCE

Pierhor: endosser le risque

Le fabricant de pierres synthétiques pour l'horlogerie décrit un climat d'affaires sous hypothèque.

Pierhor, basé à Ecublens, Lausanne, présente deux particularités essentielles. La première est de figurer parmi les rares fabricants suisses de pierres d'horlogerie. Un composant de base que l'on retrouve immanquablement dans tous les mouvements de montres, dès qu'il y a un peu de mécanique. L'activité est ainsi, logiquement, calée sur l'évolution du secteur. La seconde est d'être le dernier opérateur indépendant de la place, depuis le rachat de Gasser-Ravusin (à Lucens) par le groupe jurassien Acrotec, en avril dernier. Pierhor tient ainsi une position très particulière, une sorte d'indicateur avancé de tout le secteur.

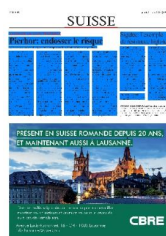
François Durafourg, CEO, a repris l'entreprise il y a 23 ans. La maison comptait alors 10 collaborateurs, un chiffre qui est monté à 70, pour s'établir à 40, dès 2015. Une conséquence directe du ralentissement observé depuis 2014 déjà. L'entrepreneur décrit une situation complexe, marquée par un cumul d'incertitudes dont on n'est pas près de voir la fin. Pour la grande image, il note que «les grands donneurs d'ordres ne sont pas revenus». En revanche, les petits fabricants sont bien présents et «comptent sur Pierhor». Soulignant au passage l'importance d'une bonne diversification de la base de clien-

tèle, quelque 220 clients.

«L'indépendant est une torpille à tête chercheuse»

Depuis son observatoire avancé, François Durafourg est à l'avant-scène de tous les mouvements de fond. Parmi lesquels, la surcapacité criante sur la production de mouvements mécaniques de base. Une question qui hante en réalité les couloirs du salon EPHJ et inquiète bon nombre de sous-traitants, qui ne s'expriment que hors micro sur cette thématique sensible. L'équation est pourtant facile à comprendre: la production de mouvements mécaniques a quasiment doublé en quelques années, pour monter à près de 10 millions d'unités produites sur l'année, alors que la demande est toujours écrasée par les stocks qui encombrer les marchés et la défection de la clientèle, chinoise en particulier. Pour l'entrepreneur, l'effet le plus direct est la nécessité de se montrer toujours plus réactif. Le propre d'un indépendant: «L'indépendant est une torpille à tête chercheuse, rien ne l'arrête.» Indispensable en réalité pour survivre dans une activité où la visibilité ne dépasse quasiment plus l'immédiateté. Il se souvient: «Il y a 23 ans, nous recevions les commandes en juin pour l'année suivante. Aujourd'hui, nous re-

cevons un email et la confirmation doit partir sous les 48 heures.» Impliquant au final, pour le sous-traitant, de devoir supporter un stock important. A cette exigence de réactivité accrue, s'ajoute une condition sine qua non très contraignante: le contrôle serré des liquidités. François Durafourg, qui avait repris Pierhor alors que l'horlogerie traversait déjà une récession, évoque un contexte plus difficile que jamais, avec ce changement fondamental: «Le chef d'entreprise aujourd'hui est obligé de prendre en charge le risque financier pour la clientèle. Ce n'est plus le meilleur fabricant qui gagne les marchés, mais celui qui gère le mieux son cash.» Une logique qui se déroule en cascade, puisqu'à son tour Pierhor est très prudent sur ses propres achats, obligeant le fournisseur de matière première à prendre sa part de risques. «Chaque acte doit être mesuré. Il faut être très clair dans ses commandes.» Une partie de la réponse tient dans la recherche de diversification. Le fabricant de pierres travaille ainsi pour d'autres secteurs, le médical, l'aviation, la connectique, l'écologie également: «Le temps, l'air, l'eau, le gaz. Une saine concurrence est obligatoire aujourd'hui. Tout le monde y aspire.» – (SG)



Sigatec: l'exemple de résistance high-tech

Marc-André Glassey, directeur de Sigatec, à Sion, occupe une place à part. Son entreprise, un spin-off de Mimotec (repris récemment par Acrotec) créé il y a 11 ans, 15 collaborateurs, compte parmi les rares sous-traitants vraiment high-tech de l'horlogerie. Sa spécialité est la fabrication de composant en silicium. Une technique en plein essor qui place Sigatec en position de partenaire de développement pour la plupart de ses clients, près d'une cinquantaine de marques, quasiment l'ensemble de l'horlogerie haut de gamme en Suisse, mis à part ceux, dont Rolex, Patek et Swatch Group, qui ont intégré la spécialité.

L'approche partenaire

Le dirigeant ne ressent ainsi pas les difficultés du secteur aussi for-

tement que d'autres. Il y a bien eu une baisse en 2016, mais «pas trop forte». Sur les dernières années, l'évolution est plutôt flat, avec des pics, des «solicitations inattendues», dont il se réjouit. Car ces demandes témoignent que certaines marques continuent à innover et à investir. Un signal fort dans le contexte actuel.

L'innovation ne s'arrête pas

Parmi les pièces phare du stand Sigatec de Palexpo, une ancre flexible réalisée pour Ulysse Nardin, la marque du Locle (reprise par le groupe français Kering) à l'origine du spin-off et du joint-venture avec Mimotec. Dans les vitrines, d'autres labels très en vogue apparaissent, comment le fameux «H» zébré d'une vague signant les montres Hublot. – (SG)