

Marc-Alain Zimmerli, CEO de Zimmerli SA, Cortaillod

«Notre atout: rendre chaque machine-outil unique»

Depuis plus de 30 ans, l'entreprise Zimmerli SA machines-outils à Cortaillod (NE) agit en conseillère et prestataire de solutions sur mesure pour les secteurs de l'horlogerie, du médical, de l'automobile, de l'outillage ou encore de la tôlerie. Elle s'est spécialisée dans le service après-vente sous l'impulsion de Marc-Alain Zimmerli, CEO, et Président de l'Association PME-CE Arc jurassien. **Par Emilie Pralong**

Monsieur Zimmerli, quelles sont les particularités de votre entreprise?

Marc-Alain Zimmerli: Fondée par mon père en 1972, l'entreprise Hahn & Kolb Suisse SA est devenue Zimmerli SA en 1990. Parti seul dans cette aventure, mon père a commencé, muni d'une carte de représentant, à démarcher des clients en Suisse romande et en Suisse alémanique. Puis, les clients répondant à l'appel, il a formé une petite équipe composée d'un ingénieur de vente et d'une secrétaire et a développé ses activités en Suisse et en Allemagne. Son idée: mettre les machines-outils à disposition des clients, afin qu'ils puissent les essayer eux-mêmes. Ainsi ont débuté les démonstrations, deux fois par an: un atout particulier, avec l'avantage de se rapprocher des clients. Depuis, l'équipe a grandi, et j'ai repris l'entreprise il y a 8 ans, avec plus de 15 collaborateurs.

Qu'en est-il aujourd'hui en terme de prospection?

Aujourd'hui, nous allons à la rencontre de notre marché plusieurs fois par année avec une présence au Salon Emo Hanovre – leader européen dans le

du client. Nous en vendons près de 35 par année, à un prix variant entre 100 000 et 400 000 francs l'unité.

Les forces de votre entreprise, plutôt innovation ou perpétuation de la tradition?

À mon arrivée à la tête de l'entreprise, j'ai décidé de développer notre service après-vente. Nos ingénieurs travaillent en effet constamment sur les machines que nous vendons. Lavage-dégraissage, usinage laser et machines d'usinages sont nos domaines de prédilection. Nous sommes prêts à intervenir rapidement pour tout service d'assistance ou de maintenance. Dans le domaine du lavage-dégraissage, nous proposons, dans notre gamme, des machines qui consomment 10 fois moins d'énergie pour un litre de solvant que pour un litre d'eau. Vu l'importance de la préservation de l'eau aujourd'hui, c'est une réelle plus-value. D'autant plus que le niveau de consommation de solvants par les machines-outils s'est vu divisé par 15 ces dernières années.

Votre entreprise s'engage-t-elle au niveau de la formation professionnelle?

Nos techniciens se forment en continu auprès de nos fournisseurs. La réception des machines chez ces derniers puis chez le client leur permet de rester à la pointe des avancées techniques. Nous offrons aussi des stages d'un à quatre mois dans notre entreprise à des gymnasiens. Il faut encourager les jeunes à se former dans le domaine de la mécanique. L'industrie suisse a besoin de mécaniciens! A ce titre, l'apprentissage dual (école-entreprise) est une belle création helvétique à encourager.

Quelles sont les clés de votre succès?

Je mets un point d'honneur à ce que nous nous adressions à nos clients dans leur langue. Ainsi nos ingénieurs et techniciens sont polyglottes. La maîtrise du français, de l'allemand et de l'italien nous

«L'apprentissage dual est une belle création helvétique à encourager»

domaine de la mécanique industrielle, des visites personnalisées chez le client et deux expositions dans nos locaux... atypiques: Zimmerli SA est installée dans un ancien chantier naval, où se côtoyaient ailes de parapentes et voiles de bateau. Ces démonstrations nous donnent l'occasion d'illustrer nos compétences, vis-à-vis des marques que nous représentons et de nos clients. Nous agissons de concert avec nos fournisseurs pour optimiser au maximum les machines-outils selon les demandes. En somme, nos compétences techniques rendent chaque machine unique, adaptée aux besoins



Photo: Emilie Pralong

Marc-Alain Zimmerli a rejoint l'entreprise de son père en tant qu'ingénieur de vente, chargé de développer les activités en Franche-Comté. Puis, le métier «appris sur le terrain», il prend la Direction en 2008. Mécanicien de précision, il a poursuivi ses études à l'école d'ingénieur ESIG+. Il a aussi oeuvré avec Jacques Müller, co-inventeur de la Swatch et pour la marque Toblerone. Plus qu'une passion, la photographie l'a emmené des podiums de la mode au Prix de Lausanne.

ouvre les portes de toute la Suisse – nous y occupons 60 pour cent du marché. En plus, nous sommes géographiquement proches de nos clients, avec un maximum de deux heures de trajet pour rejoindre chacun d'eux. Avec notre label «Qualité Zimmerli», nous assurons un travail de précision, de la transmission par écrit de toutes nos connaissances sur le produit à la gestion de toutes les phases du projet. Nous intervenons de la recherche de partenaires jusqu'à la prise de décision et au service après-vente. Nos clients sont au centre de nos préoccupations et nous soutenons leurs efforts de A à Z.

Votre implantation à Cortaillod est-elle un avantage ou un inconvénient ?

Je vois un désavantage à notre situation en dehors de l'Europe. Imaginez les contraintes liées aux livraisons de pièces détachées à l'étranger, du listing des pièces aux horaires d'ouverture restreint des douanes. Par contre, nous sommes idéalement implantés au cœur du monde de l'horlogerie, avec une densité industrielle élevée au mètre carré.

Selon vous, quelles sont les forces et les faiblesses de la place industrielle suisse ?

Depuis 2008, le franc fort a eu des conséquences importantes sur le chiffre d'affaires d'une bonne partie des 90 pour cent de PME que compte le panorama de l'entrepreneuriat suisse. Pour notre part, nous avons enregistré un déficit de 1,5 millions sur notre chiffre d'affaire annuel. Couvrir nos frais fixes de 1 million constitue la base qui nous permet de garder nos ingénieurs de vente. Je compare souvent notre entreprise au fameux Toblerone. Toutes les pointes sont nos atouts, il faut néanmoins une base solide pour les maintenir ensemble. Acheter à l'étranger en Euros nous a permis de minimiser les pertes.

Votre ouverture vers de nouveaux marchés ?

La Chine est devenue la «boîte à outils du monde». Toutefois, on observe une tendance à l'équilibrage des prix d'achat de la matière première entre la Suisse et les pays émergents. Aussi, certaines

entreprises choisissent de revenir s'implanter en Suisse, à l'instar de l'industrie du ski français. Nous continuons à acheter nos machines-outils en Allemagne et en Italie.

Un projet prioritaire pour les années à venir ?

Je me concentre sur la meilleure manière de faire évoluer l'entreprise; innover est le maître mot. Jacques Müller, Elmar Mock et Ernst Thomke, les inventeurs de la Swatch, ont offert, avec cette montre en plastique, un bel exemple d'innovation de rupture, détonnant dans l'horlogerie suisse des années huitante. Il faut avoir du culot pour oser l'innovation de rupture: un rêve ou la prochaine étape? ... Affaire à suivre. ■

Emilie Pralong est rédactrice chez Cadence Conseils à Lausanne et à Sion.