

Face à un marché difficile, Buhler France développe son activité d'ingénierie

Autor(en): **Rudisuhli, Pierre A. / Pelletier, Richard le**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **74 (1994)**

Heft 4

PDF erstellt am: **08.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886690>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Face à un marché difficile, Buhler France développe son activité d'ingénierie

Entretien entre Pierre A. Rudisuhli, Gérant de Buhler France, Paris-La Défense et Richard le Pelletier

Buhler a trois activités principales qui sont :

- **l'alimentaire : meunerie (la première activité de Buhler), chocolaterie, café, cacao, aliments composés, huileries, pâtes alimentaires, malterie, brasserie, produits alimentaires...**

- **le non alimentaire : chimie, encres, peintures, procédés thermiques, techniques de l'environnement, techniques des manutentions, silos portuaires...**

- **technique de la coulée sous pression...**

La diversité de ces trois activités est un des points forts de Buhler qui, intervenant en tant que fournisseur d'installations complètes clefs en main a développé pour celles-ci une activité automation et électronique industrielle.

Après une année 1993 difficile, l'exercice 1994 s'inscrit encore en chiffres rouges et 1995 ne devrait guère être mieux. Pour ce qui est des perspectives, la prudence est le maître-mot bien que beaucoup de projets soient à l'étude ; les clients cependant ont du mal à se décider.

Le marché français, tout comme celui de l'Europe occidentale, est « en plein déclin » pour les grands projets ou réalisations. Si, en 1992, 60 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du groupe Buhler était réalisé en Europe, en 1994, la proportion est passée à 40 %. Le remplacement, l'adaptation ou les modifications de matériel sont les principales composantes du marché français, très peu porteur donc en termes d'extension des capacités de production. Beaucoup de clients travaillent en surcapacité (meuneries, brasseries, pâtes alimentaires, par exemple) et les installations ne sont pas utilisées à leur optimum ; une forte reprise de la consommation serait donc nécessaire au redémarrage des investissements.

Par ailleurs, les grands clients traditionnels collaborent de plus en plus étroitement avec les entreprises de la grande distribution. Ce partenariat implique une réduction de leurs marges commerciales et, par-là même, les oblige à être beaucoup plus attentifs au prix et à la durée de vie du matériel existant.

Le coût du franc suisse est pénalisant surtout vis à vis des concurrents originaires de pays à faible devise qui peuvent faire des offres à des conditions bien plus intéressantes. Il faut savoir en effet qu'environ 50 % du matériel installé par Buhler France provient de la maison mère en Suisse.

Pour garder, voire augmenter, sa part de marché, Buhler France s'appuie sur trois piliers : qualité, fiabilité, rentabilité. Son objectif est d'accroître encore les relations de partenariat avec ses clients, d'être davantage une société d'ingénierie plutôt qu'un simple fabricant et n'hésite pas, dans ce cadre, à étudier des projets très spécifiques, jugés difficiles à réaliser (Buhler est d'ailleurs connu pour l'étude et la mise au point des « moutons à cinq pattes »).

L'implantation de Buhler en France est très ancienne (1891). Cette entreprise est perçue sur la place comme une entité suisse et bénéficie ainsi de l'excellente réputation qu'ont les fabrications helvétiques notamment en matière de qualité et de fiabilité, un atout utilisé d'ailleurs pour promouvoir le sérieux de ses prestations comme par exemple la rapidité du dépannage et le service après-vente. Buhler France travaille avec des sous-traitants préférentiels dans différents domaines en complément du matériel importé ; ceci lui permet de suivre ses clients même en dehors de l'Hexagone.

Quant au non de la Suisse à l'EEE, l'entreprise ne rencontre pas de problème lié à cette décision du peuple suisse, une partie des installations proviennent en effet des usines du Groupe situées en Allemagne et en Espagne.

Les communications sont facilitées dans le groupe par l'existence d'une culture et d'un esprit Buhler : tous les ingénieurs et techniciens, quelques mois après leur embauche par la filiale française, sont détachés un an au siège de la maison mère favorisant ainsi un véritable esprit maison et une meilleure perception de l'ensemble du Groupe. ■