

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Band: 74 (1994)
Heft: 4

Artikel: Qui dit qualité, dit suisse... : un atout important pour Bobst
Autor: Berti, Daniel de / Pelletier, Antony le / Pelletier, Richard le
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-886693>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Qui dit qualité, dit suisse... Un atout important pour Bobst

Entretien entre Daniel de Berti, Directeur de Bobst S.A., Antony et Richard le Pelletier

Bobst est dans un créneau très spécialisé : l'industrie du cartonnage. Fabricant de machines et d'équipements pour la production d'emballages tant en cartons plats, qu'ondulés, cette entreprise occupe une position de leader sur le marché mondial. La France fait partie des pays où sa position est la plus forte.

L'exercice 1994 sera, dans l'ensemble, meilleur que celui de 1993 surtout après le creux du 2ème semestre 1993. « Le carton ondulé redémarre plus rapidement que le compact » précise Daniel de Berti. Il faut toutefois remarquer que le domaine d'activité de Bobst étant celui des biens d'équipement lourds (prix d'un équipement compris entre 1 et 14 millions FRF) et, de plus, très ciblé, il est moins soumis aux variations brutales.

La reprise amorcée en 1994 devrait se confirmer en 1995 à condition cependant que les clients puissent répercuter les hausses de prix des matières premières (carton, papier) qui représentent, en moyenne, 40 à 50 % du coût d'un emballage.

Bobst a le sentiment que ses clients ont repris ou reprennent confiance. Du fait de sa position, elle n'est pas trop pénalisée par le coût du franc suisse, l'intégralité des équipements étant facturés en francs suisses départ Lausanne. Cependant, le taux de 4 FRF pour 1 CHF peut être pour certains clients un frein psychologique.

Bobst a su investir dans les « bonnes » années dans de nouvelles lignes de fabrication, ce qui lui permet d'être particulièrement souple et d'avoir des délais de livraisons très courts (3 à 4 mois) pour ce genre d'équipement. Un atout important de nos jours, car si le client met un certain temps à opérer son choix, dès que sa décision est prise, il souhaite une livraison « pour le lendemain ».

L'effectif de Bobst en France est stable ; dans les années précédentes, le secteur de l'après-vente - entièrement restructuré - a été toutefois nettement étoffé, ce qui lui a permis d'intensifier sa présence sur le terrain et d'être au plus près des clients.

Perçue comme une société « suisse », Bobst bénéficie de la bonne renommée de qualité et de fiabilité qu'ont les produits helvètes. Un renommée d'ailleurs qui se justifie pleinement pour ses fabrications : certaines machines tournent depuis près de cinquante ans et l'approvisionnement des pièces de rechange est garanti pendant plus de 30 ans.

Mais ceci ne l'empêche pas d'être à la pointe pour les avancées technologiques dans son domaine. Par exemple, la précision demandée est inférieure au 1/10 de mm, ce qui donne un label de produit horloger pour de tels équipements.

La concurrence italienne et espagnole, malgré l'avantage des dévaluations de la lire et de la peseta, n'arrive pas à entamer la position de Bobst, les clients français attachant une grande importance à la qualité des services.

Le « non » de la Suisse à l'EEE n'a posé aucun problème à cette entreprise. Son image étant telle qu'aucune norme ou label ne peut lui être opposée.

Proximité oblige, la succursale française a été la première implantation de Bobst à l'étranger ; les relations entre Antony et Lausanne, facilitées par un « esprit maison » et une aisance de communication, sont excellentes. L'activité internationale du groupe n'a en effet en rien affecté l'ambiance de société familiale qui perdure depuis sa création. ■

Proximité oblige, la succursale française a été la première implantation de Bobst à l'étranger

