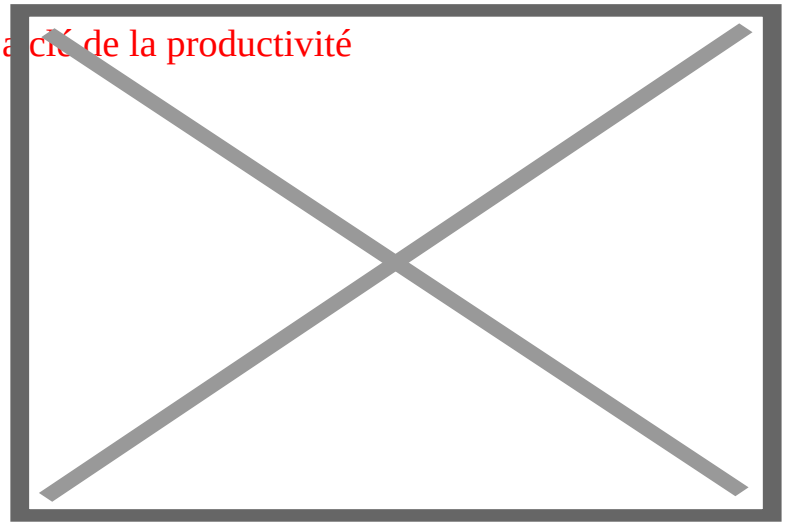
mars 2013

Stahlwille

La clé de la productivité



Parmi les leaders mondiaux du serrage contrôlé, le fabricant allemand Stahlwille déploie en France sa stratégie d'accompagnement technique des clients finaux, notamment sur certains marchés de pointe, ce qui lui permet de valoriser une offre à forte valeur ajoutée. Pour Stahlwille, le but n'est pas seulement de vendre des outils à main mais d'apporter des solutions de productivité à l'entreprise.

C'est au cœur du berceau de l'outillage allemand, dans la vallée de la Wupper, qu'Eduard Wille, l'inventeur de la clé mixte, a posé en 1832 les fondations de la firme Stahlwille. Si le climat volontiers arrosé et le caractère vallonné de cette région proche de Düsseldorf ont été propices au développement de forges, alimentées généreusement en énergie hydraulique, ils ont été tout aussi favorables à l'essor de l'entreprise considérée aujourd'hui comme l'un des dix premiers fabricants mondiaux de clés dynamométriques.

Cent cinquante ans plus tard, la famille Wille tient toujours les rênes de la société sur le plan capitalistique mais elle a su doter le groupe d'une structure de direction moderne, avec un management indépendant, contrôlé par un conseil de surveillance. Réalisant un chiffre d'affaires de 74 millions d'euros (dont 80% en Europe) pour 700 personnes, Stahlwille est présent partout dans le monde, à travers des distributeurs et onze filiales (Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, France, Grande-Bretagne, Hongrie, Italie, Pays-Bas, Pologne, Suède). 65% de son chiffre d'affaires est d'ailleurs réalisé hors d'Allemagne.

Si le savoir-faire du fabricant est notamment reconnu en dynamométrie, son offre se décline aujourd'hui en dix gammes de produits orientés sur le professionnel : servantes d'ateliers, caisses à outils et assortiments d'outils, clés de serrage, douilles, accessoires et éléments de liaison pour actionnement manuel, douilles, accessoires et éléments de liaison, actionnement machine, tournevis, pinces, outils pour tubes, marteaux, burins, limes, outils spéciaux pour automobile et bien entendu outils dynamométriques et appareils de contrôle.

Une maîtrise du savoir-faire

Obsédé par la précision, la qualité et la performance de ses outils à main positionnés premium, le fabricant veille à maîtriser l'ensemble de son savoir-faire. De l'étude au produit fini, en passant par la réalisation des

matrices de forge et des robots machine, chacun des outils est entièrement fabriqué en Allemagne, notamment dans les trois sites de production du groupe.

La forge d'origine a été déplacée de Wuppertal en ex-Allemagne de l'est, occasion d'agrandir l'atelier en passant de quatre à dix marteaux. Avec environ un million de pièces forgées produites par mois, Stahlwille se hisse ainsi aux toutes premières places parmi les fabricants d'outils à main forgés d'Europe. Les deux autres sites sont situés à côté du siège social et de l'entrepôt logistique, à Wuppertal (usinage des pièces forgées à chaud) et Remscheid (forge à froid). Entièrement automatisés, ils intègrent l'ensemble des phases de production ainsi que les processus de contrôle de qualité et autres tests de résistance. Un cliquet est ainsi testé pour 50 000 utilisations tandis qu'une clé mixte doit répondre à des exigences de résistance de 40% supérieures à la norme Din. Autrement dit, elle n'a ni le droit de casser, ni de se déformer. Par ailleurs, avant d'être mise sur le marché, toute clé dynamométrique a été rodée sur 5 000 utilisations, de façon à en assurer la précision.

Apporter plus que l'outil

L'activité de l'entreprise s'organise en fonction de quatre grands secteurs d'activité – aéronautique et aérospatial, industrie, transport et énergie – permettant à chaque équipe de focaliser ses efforts sur le marché auquel elle est dédiée, de bien comprendre le besoin des utilisateurs finaux et de leur apporter ainsi des solutions correspondant parfaitement à leurs attentes. « Nous avons tous les outils que proposent les autres marques. Ce qui est donc important, c'est d'apporter à l'utilisateur plus que l'outil. A travers la gestion de projets et notre démarche d'écoute du client, nous vendons des process plus que des produits » explique Christian Colombel, directeur de la filiale française. Ainsi, plus que des servantes, Stahlwille vend des solutions de rangement en mesure d'apporter des gains de productivité au client. Autrement dit, pour le fabricant allemand, le raisonnement qui consiste à vendre 250 outils pour 150 euros n'a pas grand intérêt. Mieux vaut pour le même prix fournir au professionnel une dizaine d'outils de qualité qui lui servent dans le quotidien. « Nous nous adressons à des gens qui produisent. On ne leur vend pas de l'acier mais de la productivité ! On ramène notre savoir-faire dans l'outil à la gestion du temps ».

Marchés cibles

Cette démarche est évidemment en vigueur chez Stahlwille France. Créée en 1986 à Huningue, dans le Haut-Rhin, la filiale a été complétement réorganisée en 2009 à l'arrivée de Christian Colombel. Si, jusqu'alors, l'entreprise s'était essentiellement développée sur le marché du SAV Automobile, la dégradation de la situation économique et la crise du secteur automobile ont incité Stahlwille à déployer dans l'hexagone la stratégie mise en place depuis quelques années dans d'autres pays : s'orienter vers des marchés exigeants en termes de rigueur, de qualité et de précision. « Nous nous sommes d'abord concentrés sur l'aéronautique, un marché long à adresser et qui nous permet de valoriser au mieux la dynamométrie. Dans les industries de pointe, la dynamométrie reste souvent le parent pauvre. De façon générale, l'outil à main est considéré comme du consommable par les services achats. Pour nous, il s'agit d'un outil de productivité ».

Au-delà de l'aéronautique, l'objectif de Stahlwille est de prendre des parts de marché significatives dans l'outillage en France et dans tous les marchés cibles que sont aussi les secteurs ferroviaire, poids-lourds, agriculture et énergie. Cette stratégie fonctionne puisque début 2012, Stahlwille France affiche une progression assez forte dans l'industrie (+8%), notamment dans les secteurs aéronautique (+9%) et ferroviaire (+13%). « C'est le fruit de notre accompagnement technique du client afin que son investissement soit rentabilisé très rapidement » se félicite Christian Colombel. « En un an, les contacts dans l'aéronautique se sont concrétisés, avec les premières prises de commandes de solutions Stahlwille – standards ou spéciales – pour l'assemblage des structures, de la motorisation, des trains d'atterrissage et la maintenance. Dans le ferroviaire, la SNCF a référencé l'ensemble du catalogue, notamment pour ses ateliers de maintenance industrielle, disposant de contraintes techniques et qualitatives fortes. Ce référencement est le résultat d'un partenariat constructif et engagé, avec le distributeur Outilacier, qui est titulaire d'un contrat-cadre national.

A noter également, les premières commandes dans le domaine des énergies renouvelables et de beaux projets en cours dans l'éolien. Quant à l'automobile, nous sommes en contact avec des grands groupes, intéressés pour des applications industrielles ».

Un soutien pour le distributeur

Les six technico-commerciaux de Stahlwille France accompagnent donc les entreprises pour leur proposer des solutions optimisées et adéquates. Cette proximité du terrain permet également au fabricant de parfaire ses innovations. Ainsi, le site pilote des essais industriels de la clé dynamométrique Manoskop 714 est un grand nom français dans le domaine aéronautique, intéressé par cet outil dans le cadre de l'amélioration permanente des procédures de montage, notamment pour le contrôle du serrage lors de l'assemblage des différentes pièces d'un réacteur. « La clé dynamométrique 714 est notre fleuron, l'alliance de notre savoir-faire traditionnel avec l'électronique. Avec une clé classique, l'utilisateur n'a jamais la garantie de ne pas avoir dépassé le couple, d'où un risque de rupture. Ici, l'affichage dit à l'utilisateur ce qu'il a déjà effectué ».

Si l'équipe de Stahlwille France préconise ses solutions aux entreprises, elle laisse en revanche à ces dernières le soin de s'adresser au distributeur de leur choix pour acquérir les outils. « C'est au client de choisir le distributeur qui vend nos produits, confirme Christian Colombel. Nous vérifions toutefois que la commande est conforme à nos préconisations et qu'il n'y a pas eu substitution d'outils ». Toutefois, lorsque l'entreprise obéit à une organisation grands comptes, c'est l'Allemagne. qui prend le relais. Ainsi, alors qu'en 2011, les ventes de la filiale française atteignent 2,5 millions d'euros, son chiffre d'affaires consolidé est de 3,8 millions d'euros, la différence s'expliquant par le volume des grands comptes gérés depuis Wuppertal.

Agnès Richard