

Un pour tous... les métaux

Metallica, 1001 Lausanne

Un peu d'histoire

L'ouest lausannois regorge d'entreprises d'industrielles et notamment d'un nombre important de distributeurs de métaux. Parmi ceux-ci, la société Metallica, qui jouit d'une belle santé, et d'une histoire riche, puisqu'elle débute en 1917 avec la maison Mayer et Cie, qui deviendra Metallica SA en 1940. Installée initialement à Lausanne, la société déménagera à Crissier où elle construira ses dépôts. L'entreprise agrandira à diverses reprises sa surface, pour installer notamment un parc de machines permettant le parachèvement de la matière. En 1986, le siège de l'entreprise rejoint les halles de stockage de Crissier dans un bâtiment flambant neuf et encore aujourd'hui très agréable, spacieux et aéré. Autre étape importante dans la vie de l'entreprise, le rachat en 2007 du capital-actions par le groupe Häuselmann. En 2005, alors que Metallica conforte sa position comme leader suisse romand de la distribution de métaux et spécialiste d'alliages ouvrés et semi-ouvrés en aluminium, une nouvelle ère débute pour l'entreprise, avec l'arrivée à la direction de M. Thomas Suter, cadre supérieur de l'entreprise Félix Constructions. Passionné par la gestion de projets, M. Suter est au bénéfice d'un riche passé orienté vers les façades métalliques et la construction du bâtiment.

Des directions qui marquent leur empreinte

Thomas Suter reprendra la direction de l'entreprise comme un défi, avec un souci constant de créativité et soucieux de ses quelque soixante collaborateurs. Parcours remarquable pour un homme dont la formation de menuisier ébéniste ne le destinait à priori pas à re-



prendre une entreprise de vente de métaux. Tâche d'autant plus difficile que seuls deux directeurs s'étaient succédés depuis 1940 à la tête de Metallica SA, M. Hans Good jusqu'en 1973, puis depuis 1974 Hans-Rudolf Kunz. La présence de directions, sur une aussi longue période, ne laisse aucun doute sur le fait que

chaque homme aura pu laissé son empreinte sur l'entreprise de façon marquée. S'imposer comme nouveau manager nécessitait d'instaurer un changement radical au sein de l'entreprise, en un minimum de temps. Ce défi, Thomas Suter l'a relevé aujourd'hui avec succès.



Un profond changement de philosophie

L'objectif prioritaire de la direction a été de remettre le client au centre de l'entreprise, tout en lui offrant des services nouveaux par un parachèvement de la matière toujours plus poussé et des livraisons toujours plus adaptées aux délais très courts imposés aux entreprises. Tomas Suter le reconnaît aujourd'hui, s'il connaissait parfaitement bien la façade métallique, l'apprentissage du secteur de l'industrie technique fut pour lui révélateur. Il se félicite d'avoir réorganisé l'entreprise en quatre secteurs distincts, dont le bâtiment et l'industrie, avec comme mission pour chacun de servir la clientèle avec le souci constant de l'efficacité, du conseil et de la performance.

L'industrie explose

Cette réorganisation s'est avérée salutaire. Elle s'est accompagnée de l'engagement d'un collaborateur attiré au département de l'industrie, M. Roger Blesi. En peu de temps, le secteur de l'industrie s'est révélé être particulièrement performant et capable de progression, puisque les marges brutes dégagées par celui-ci représentent désormais 45% contre 55% pour le secteur du bâtiment. Pour Tomas Suter, ce qui distingue essentiellement le bâtiment de l'industrie, c'est certainement la notion de suivi de l'objet. Si Metallica entend vendre ses métaux sur un projet de construction, elle doit le suivre dès le projet d'architecte, jusqu'au moment de la soumission. Dans l'industrie, les besoins sont constants, ils évoluent sans cesse et sont très spécifiques. Il ne s'agit pas de suivre un objet, mais de faire preuve d'une très grande souplesse et cela justifiait la séparation entre le secteur de l'industrie et celui de la construction métallique pour le bâtiment. Le changement a



pris plus d'une année pour s'imprégner profondément dans la structure de l'entreprise et pour que les collaborateurs changent certaines pratiques. Aujourd'hui, les clients le ressentent et sont très généralement satisfaits.

L'entreprise en forte croissance

Les résultats financiers de l'entreprise montent à quel point la stratégie de Tomas Suter est intelligente et le chiffre d'affaires a fortement progressé à plus de 50 millions en 2006. L'entreprise a pu réengager des vendeurs, hommes et femmes, et s'est surtout lancée dans la formation d'apprentis, ce qu'elle ne faisait pas

auparavant. Metallica SA forme désormais 4 apprentis, dont 2 apprentis gestionnaires de logistique et 2 employés de commerce. Issu de la filière de l'apprentissage, Thomas Suter connaît la valeur de cette formation et a immédiatement souhaité que l'entreprise s'investisse, pour assurer la relève professionnelle dont l'industrie technique a besoin.

Une entreprise sociale

Les changements profonds apportés par la nouvelle direction n'ont toutefois pas enlevé à l'entreprise son caractère très familial, attentive au bien-être des collaborateurs. Tomas Suter rappelle que la société disposait de prestations sociales bien avant l'entrée en vigueur de la LPP. Le personnel est très stable et la fidélité et toujours la preuve d'un bon comportement patronal. Chaque mois, Tomas Suter propose à ses collaborateurs une idée, par exemple le mois de la santé, où chaque collaborateur doit être particulièrement attentif à sa forme physique ou le mois des économies d'énergie. Il se réjouit des échos très encourageants rencontrés par ses initiatives, qui s'inscrivent dans l'esprit de Metallica SA, tout comme les activités sportives, les repas d'entreprises, toujours dans l'esprit de créer une grande famille.

Une concurrence vive

L'esprit de famille, il le faut pour affronter avec succès une concurrence rude à côté de grands distributeurs. Le fait d'être dans un grand groupe n'est pas une rente de situation et Metallica SA doit aujourd'hui se battre, comme elle s'est toujours battue, pour rester leader sur

Portrait

Nom:	Suter
Prénom:	Thomas
Date de naissance:	1966
Etat-civil:	marié, trois enfants
Origine	Aubonne, où il a fait toute sa scolarité.
Parcours professionnel:	il effectuera un apprentissage de menuisier ébéniste, puis une maîtrise fédérale de menuiserie. Très attiré par la gestion, il suivra une formation de cadre supérieur au CPCG de Genève. Après avoir travaillé auprès de la société Schmidlin, puis chez Félix Constructions, toujours à des postes de cadre dirigeant, il reprend la direction de l'entreprise Metallica.

Il n'aime pas la malhonnêteté et la violence. Il est passionné par la vie et par les gens. La vie de famille est pour lui une priorité. Autres passions, le ski extrême et les sports nautiques.





ses marchés et notamment celui de l'aluminium qui représente 80% du chiffre d'affaires. Ainsi que nous l'avons déjà vu dans d'autres articles, le monde de la vente du métal est particulièrement complexe et les concurrents sur certains marchés peuvent s'avérer être des partenaires à d'autres occasions, voire des acheteurs. Au sein d'un même groupe, des sociétés filiales peuvent être concurrentes, rendant encore plus complexes les relations entre les uns et les autres. Il faut savoir «garder ses nerfs» et rester toujours proche du client, même si le monde devient chaque jour un peu plus complexe.

Le client avant tout

Le client est au cœur de toute la réflexion de Thomas Suter. Aujourd'hui, il ne suffit pas de livrer de la matière, il faut la préparer, la conditionner et peut-être demain faire encore plus pour répondre aux attentes des clients. Metallica s'est dotée d'un parc de machines composé de cisailles à tôle, de machines à découper, de scies pour panneaux composites. Des collaborateurs capables de renseigner les entreprises sur les spécificités des métaux, les contraintes d'usinage, complètent cette palette de prestations de plus en plus large. Finalement une flotte de six véhicules sillonnent la Suisse romande pour alimenter quotidiennement les quelque 3'000 clients de Metallica SA, Metallica SA livre aussi deux fois par semaine au Tessin et une fois par semaine en Suisse Alémanique.

Petit mais costaud

Aujourd'hui, il faut garantir la qualité, les délais et des prix attractifs. La Suisse est un petit pays, rappelle Roger Blesi et Metallica est une

petite entreprise. Pouvoir s'alimenter sur le marché international, en garantissant à ses clients des prix compétitifs est un défi majeur, lorsque les quantités que l'on peut commander sont forcément limitées par rapport à des concurrents de taille bien plus grande. C'est tout le savoir-faire des acheteurs et l'historique de l'entreprise qui entre alors en jeu. Aujourd'hui, il faut être capable de trouver de la matière toujours plus loin, en Europe de l'est, parfois en Chine, mais surtout en Suisse où l'entreprise a développé des partenariats avec des fournisseurs très spécialisés. Il faut savoir, quand on réserve une capacité de production auprès du fournisseur, que le produit n'est bien évidemment pas encore réalisé lorsque l'on passe la commande plusieurs mois à l'avance. Il faut donc être capable d'anticiper les besoins

des clients et ce n'est que deux semaines avant de lancer la production que le client peut encore définir ce qu'il souhaite parmi les quelque 20 000 articles du catalogue Metallica.

Un stock impressionnant

Il est bien évident que l'entreprise ne pourrait pas satisfaire ses clients sans disposer d'un stock important, qui représente 10 millions de francs pour les produits standard de Metallica SA. Chaque acheteur connaît la rotation du stock. Chez Metallica, c'est le vendeur qui fait les achats hors stock pour ses clients, il reste ainsi responsable et impliqué auprès de son client.

L'entreprise, bien que spécialisée dans l'aluminium, est également un important revendeur d'acier inoxydable, de laiton, de cuivre, en tôles ou en profilés. Nous renverrons le lecteur sur le site Internet www.metallica.ch, pour de plus amples informations.

Une véritable équipe

Ce qui frappe dans les locaux de Metallica SA, c'est l'ambiance qui y règne, très agréable. Que cela soit dans les bâtiments administratifs ou dans les halles de stockage, on perçoit l'implication des collaborateurs. Même récemment arrivés, les gens sont très rapidement intégrés dans les équipes et capables d'effectuer des travaux polyvalents sur les machines. Proche de ses collaborateurs, Thomas Suter les connaît tous et est très attaché à ce climat de travail. A n'en pas douter, l'entreprise a trouvé avec ce nouveau directeur l'homme dont elle avait besoin, pour affronter les défis de ce début de 21^e siècle, espérons-le sur une période tout aussi longue que ses deux prédécesseurs et avec le même succès. Bravo à Metallica, la région Romandie SWISSMECHANIC - GIM-CH est particulièrement fier de compter cette entreprise parmi ses membres fournisseurs.

