

A l'occasion de la présentation de

DECO 42 f,

une rencontre s'imposait...



M. Roland Breitschmid est directeur de la business unit «poupée fixe» et principal instigateur de la réorganisation de la production de TORNOS SA.

M. Breitschmid bonjour, tout d'abord quelques mots vous concernant, comment un directeur de production peut-il décider de prendre la tête d'une business unit ? Ne vous retrouvez-vous pas un peu coupé de vos premières amours ?

Je n'ai pas très envie de parler de moi, je dirai simplement que mon background est mixte puisqu'en plus de mon diplôme d'ingénieur, j'ai une formation d'économiste. Je sentais qu'il était temps de ne plus solliciter cette seconde facette.

Je ne vous cacherai pas que l'aspect «nouvelle aventure» m'a beaucoup influencé pour me décider à effectuer ce changement. Nous avons avec DECO 42 f la possibilité de toucher un nouveau marché potentiel très important en apportant aussi une solution totalement nouvelle.

Vous parlez d'aventure, ne pensez-vous pas que le mot puisse paraître un peu disproportionné ?

Si l'on tient compte des très hauts potentiels de développement associés aux connaissances et expériences reçues avec DECO et la reprise du savoir-faire SCHAUBLIN, je pense sincèrement que l'aventure qui démarre aujourd'hui créera un réel «effet DECO» sur ce nouveau marché du décolletage poupée fixe et qu'à ce titre, nous devrions revivre toute l'aventure DECO vécue d'une part en poupée mobile avec plus de 3000 machines vendues et d'autre part en multibroche avec des résultats très prometteurs.

Pour parler des marchés visés par ce nouveau produit, quels sont vos objectifs de segments ?

Ce nouveau produit est un authentique tour automatique à poupée fixe, le volume global de ce seg-



ment est au moins aussi grand que celui que nous touchons avec la gamme DECO de 7 à 26 mm.

Je présenterai nos objectifs répartis en trois axes :

1. En termes de satisfaction et de solution clientèle, notre objectif est d'offrir un tour disposant de la philosophie DECO, c'est-à-dire un produit standard (couvrant la majeure partie des besoins technologiques du marché) disposant d'un rapport qualité-prix-productivité extrêmement favorable.
2. Les domaines d'application de l'automobile, de la connectique, du médical, des roulements et généralement du tournage de grande précision sont globalement similaires à ceux touchés par DECO.
3. En terme de géographie, nous pouvons également dire que nous visons les mêmes marchés qu'en poupée mobile (USA, Europe, Asie).

Globalement, nous présenterons la machine à l'EMO en septembre, puis nous planifions de livrer encore 30 machines cette année et de réaliser 100 entrées de commandes.

Vous parlez de grands marchés et d'effet DECO, vous désirez toucher rapidement beaucoup de segments, pensez-vous que vous puissiez suivre une telle croissance ?

La business unit poupée-fixe est totalement intégrée dans le processus de fabrication de TORNOS, à ce titre nous bénéficions de toutes les évolutions que la production a déjà vécue (temps de passage d'une machine ayant passé de 8 mois à 6 semaines, flux tendu, système Kanban, etc...).

En terme de futur, un programme, très important d'évolution est en cours. Le but de ce programme est de doubler l'output de la production dans les 2 ans qui suivent. Pour y parvenir, nous investissons dans

de nouveaux bâtiments et effectuerons une refonte de la production avec notamment l'arrivée de nouveaux centres d'usinage, l'allongement de nos systèmes Fastems et l'augmentation massive de la robotisation.

Notre projet est en pleine action et nous nous en donnons les moyens nécessaires. Nous avons engagé du personnel spécialisé pour renforcer notre BU, tant pour le service à la clientèle que pour la réalisation des produits. Concernant la pro-



De plus, tout le savoir-faire en industrialisation acquis ces dernières années sera intégré dans le nouveau produit.

Cette nouvelle DECO à poupée fixe est-elle réellement une DECO ou n'est-ce qu'un nom pour «profiter d'un effet» ?

Il est clair que nous avons basé ce nouveau produit sur le concept DECO, il travaille avec PNC-Deco et dispose d'une cinématique basée sur l'expérience DECO (peignes par exemple).

Toutefois, nous sommes allés plus loin, il s'agissait pour nous d'un nouveau marché, d'une nouvelle catégorie de Ø et de nouvelles contraintes. Pour y répondre, nous avons bien évidemment utilisé le savoir-faire de SCHAUBLIN (je vous rappelle que l'acquisition des activités tours et centres de tournage SCHAUBLIN a été, dès le départ, conçue en ce sens).

Et qu'en est-il des produits SCHAUBLIN ou TORNOS-SCHAUBLIN justement ?

Nous avons dû fixer des priorités dans nos développements, malgré les importants moyens mis en œuvre (tant en terme de recherche et développement qu'en terme de moyen de production), il nous était impossible de tout réaliser.

Pour cette raison nous avons décidé de nous concentrer sur mise au point d'une solution radicalement nouvelle sur le marché et de renoncer à développer les centres de tournage repris de SCHAUBLIN.



duction, la BU poupée fixe bénéficie évidemment chaque jour des évolutions qu'elle subit.

Est-ce à dire que les produits «TORNOS-SCHAUBLIN» actuels sont en voie de disparition ?

En tous les cas les tours 125 et 180 CCN restent dans notre assortiment, il ne s'appellent toutefois plus TORNOS-SCHAUBLIN. Les centres de tournage 42 et 65, eux, seront progressivement remplacés par notre nouvelle solution.

N'avez-vous pas peur de déstabiliser votre clientèle actuelle et future avec une nouvelle technologie telle que celle qui est proposée ?

L'effet DECO dans le domaine de la poupée fixe sera évidemment identique à celui rencontré en poupée mobile, le tour devra être bon et justifier le fait de devoir changer de technologie. Toutefois trois éléments tempèrent un peu cette supposition:

1. Une grande synergie entre DECO a (advanced), b (basic) et f (fixed headstock) est possible, tout comme avec MULTIDECO. Une bonne partie de notre clientèle actuelle est déjà active dans les marchés que nous visons avec notre DECO 42 f; pour celle-ci le transfert devrait être très simple puisque le concept est le même. Le pas que franchit TORNOS aujourd'hui renforce cette clientèle dans la pérennité des choix qu'elle a effectués et dans la pertinence de l'esprit pionnier dont elle a fait preuve il y a maintenant quatre ans.
2. Avec l'élargissement de la palette de produits TORNOS, les clients qui jusqu'ici ont hésité à faire le pas vers le concept DECO doivent revoir leur approche d'investissements car ce concept devient un standard

dans l'industrie du décolletage. Le concept DECO a largement fait ses preuves, nous avons développé un très grand savoir-faire dont nous tirons profit.

3. Le monde moderne a beaucoup évolué depuis 1996, à l'époque la programmation sur PC et l'aspect informatique constituait un frein plus important qu'aujourd'hui.

Merci M. Breitschmid, avez-vous une conclusion à apporter à cette première présentation ?

Je profite de cette occasion pour dévoiler en détail le programme de commercialisation de notre nouvelle machine dont le thème pourrait être:

Ne ratez pas cette nouvelle chance de profiter du concept DECO.

- ◆ 2 mars: conférence de presse IPO de TORNOS, présentation du produit.
- ◆ Juin: la vente de TORNOS est opérationnelle pour DECO 42 f, elle dispose de listes de prix, de documents et peut procéder aux premières calculations de pièces.



- ◆ 12 sept.: Lancement à l'EMO de Hanovre.
- ◆ Jusqu'en déc.: livraison des premières machines, entrées de commandes de 100 machines.

Il s'agit d'un programme très ambitieux, toutefois nous sommes convaincus d'avoir réalisé une «troisième révolution» et nous nous donnons les moyens d'en faire bénéficier notre clientèle.

...relevons ensemble les défis du futur.

Nouveau

F