

APOLLO NE RÉPOND PLUS...

Et pourtant les vols dans l'espace seront bientôt ouverts au grand public!



Photo: NASA

Symbole d'une époque, un nom véhicule des valeurs fortes qui transcendent un produit. Il représente beaucoup, tant envers l'entreprise que pour ses clients. Malgré cela, il faut parfois savoir aller de l'avant, risquer de surprendre et évoluer! Le management de Tornos a décidé de faire bouger les choses du côté des DECO bien connues... une évolution que notre rédaction ne pouvait pas manquer! Rendez-vous a été pris avec les responsables de Business Units, Messieurs Cancer et Nef, ainsi qu'avec M. Kohler responsable marketing.

En me rendant à ce rendez-vous, je me demandais quelle allait être la ou les nouvelles qui me seraient communiquées. Dans la salle de réunion, je distingue des panneaux qui semblent comporter des alternatives de présentation sur les machines, ma curiosité est éveillée et je décide d'y aller «au culot».

DECO Magazine: Bonjour Messieurs, y aurait-il des changements de noms chez Tornos?

PYK: Plus que des changements de noms, nous devons parler d'une évolution de la politique de marque et de nom de l'entreprise. Nous n'allons pas

débaptiser plus de 5000 machines DECO et MULTIDECO installées. Nous avons procédé à un audit et planifions une révision globale de notre corporate identity. Nous voulons renforcer notre image innovatrice sur le marché, renforcer Tornos! Corollaire de cette décision, le logo Tornos et la marque Tornos se trouvent valorisés. Les logos «Tornos-Technologies» par exemple, passent à la trappe! Nous voulons être plus cohérents au niveau mondial. Tornos est une entreprise forte qui commercialise des gammes de produits aux positionnements précis.

DM: vous ne changez alors pas les noms de machines?

PYK: Certaines évolutions impliquent des changements planifiés. Pour vous donner plus de détails, je passe la parole aux responsables des Business Units, MM Cancer et Nef.

CC: En effet, nous avons analysé la situation sur la base des possibilités d'évolutions et nous voulions franchir une étape dans les appellations pour bien montrer que l'innovation est toujours importante pour nous. La force de la marque DECO est aussi sa

faiblesse à quelque part. Si l'image en est très positive chez certains clients, elle n'en demeure pas moins un peu vieillotte chez d'autres. Dès lors, nous avons réalisé un concept global qui tient compte de cette situation et qui influe sur les noms des futures machines, mais également sur DECO 8sp et 20s. Nous allons utiliser l'alphabet grec. Les machines qui œuvreront dans la réalisation de pièces complexes deviendront Alpha. Je précise que cette décision ne s'applique qu'aux produits futurs. Les DECO «a» bien connues ne changeront pas. Pour les machines de la [s-line], la problématique est un peu différente puisqu'il s'agit de nouvelles machines. Cette gamme devenant la gamme Sigma, nous avons décidé de rebaptiser nos machines DECO 8sp et DECO 20s qui deviennent donc DECO Sigma 8 et DECO Sigma 20.

DM: N'avez-vous pas peur de changer ainsi sur le marché?

CC: Je comprends que cette décision puisse vous surprendre, nous avons voulu réfléchir plus globalement et trouver une politique de nom «universelle». Le plus important pour nous est d'offrir des machines performantes et fiables à nos clients. Ce changement de nom s'inscrit dans notre politique d'évolution permanente.

PYK: La politique de nom d'une entreprise est toujours un sujet délicat, il existe des exemples sur le marché de produit dont le nom est devenu générique (Frigidaire par exemple) et dont l'entreprise n'existe même plus! De même, certains produits ont changé de nom (qui se souvient encore que les «Twix» s'appelaient «Raiders») sans être pénalisés.



Multi Alpha 6x32



Ce qui compte pour nous est d'être cohérents et transparents dans notre approche.

DM: La situation semble claire en ce qui concerne les monobroches et l'entreprise. Comment avez-vous traité les machines multibroches?

WN: Nous avons été intégrés à ce projet d'entreprise dès le départ. Globalement, la réflexion a été la même. Le monde des multibroches n'est pas aussi clair, avec des machines MULTIDECO b, c et d.

Pour le futur, nous avons décidé comme la monobroche de gérer 2 lignes, la ligne «Alpha» et la ligne «Sigma».

DM: Laissez-moi deviner, il s'agit de MultiDECO Alpha 20/8?

WN: Absolument pas, vous pouvez le voir vous-même en le prononçant, c'est long et compliqué. Dès lors, nous avons fait le choix de laisser tomber DECO dans l'appellation et de supprimer tous les traits et barres.

Notre seconde question a été de savoir sur quelle machine cette politique serait appliquée (tout

comme DECO 10a reste une DECO 10a). Nous avons décidé que seules les machines «d» – à savoir dotées de motobroches et équipées de contre-opérations multiples – seraient rebaptisées.

MULTIDECO 20/8d devient ainsi MULTIALPHA 8x20, et la nouvelle machine 6 broches qui sera présentée à l'AMB 2006 MULTIALPHA 6x32.

DM: Vous faites un «grand saut», n'avez-vous pas peur d'être trop radical en laissant DECO de côté?

WN: Mais l'évolution est radicale! Une machine MULTIALPHA 8x20 est très différente d'une MULTIDECO 20/8b et je suis satisfait de notre évolution stratégique globale qui m'a permis de revaloriser l'innovation et l'évolution chez Tornos à sa juste valeur.

DM: DECO Sigma, Alpha, MultiAlpha, le changement est important.

PYK: Il est très important, il nous repositionne comme innovateur, mais il se base sur le succès de DECO et plus encore sur Tornos. En parlant de cela, nous voulons revaloriser l'entreprise, la qualité et la

précision suisse ainsi que notre savoir-faire. Pour ce faire, nous allons lancer également une nouvelle «corporate identity» unifiée au niveau mondial!

DM: Quel est le planning pour cette opération?

PYK: Globalement, c'est une opération qui s'étendra jusqu'à la fin de l'année 2006.

DM: Pour revenir aux machines, Monsieur Cancer, vous avez dit que la gamme Alpha serait destinée aux futurs produits pour la réalisation de pièces complexes. Est-ce à dire que des projets sont en cours?

CC: Notre département de recherche et développement est un véritable creuset d'idées, nous y travaillons aux technologies de demain et d'après-demain. Certes, de très nombreux projets sont en cours, mais je ne peux pas vous donner plus de détails pour le moment.

WN: C'est la même chose en multibroche, nous travaillons activement pour le futur, mais ça ne veut pas dire que les produits d'aujourd'hui sont obsolètes.

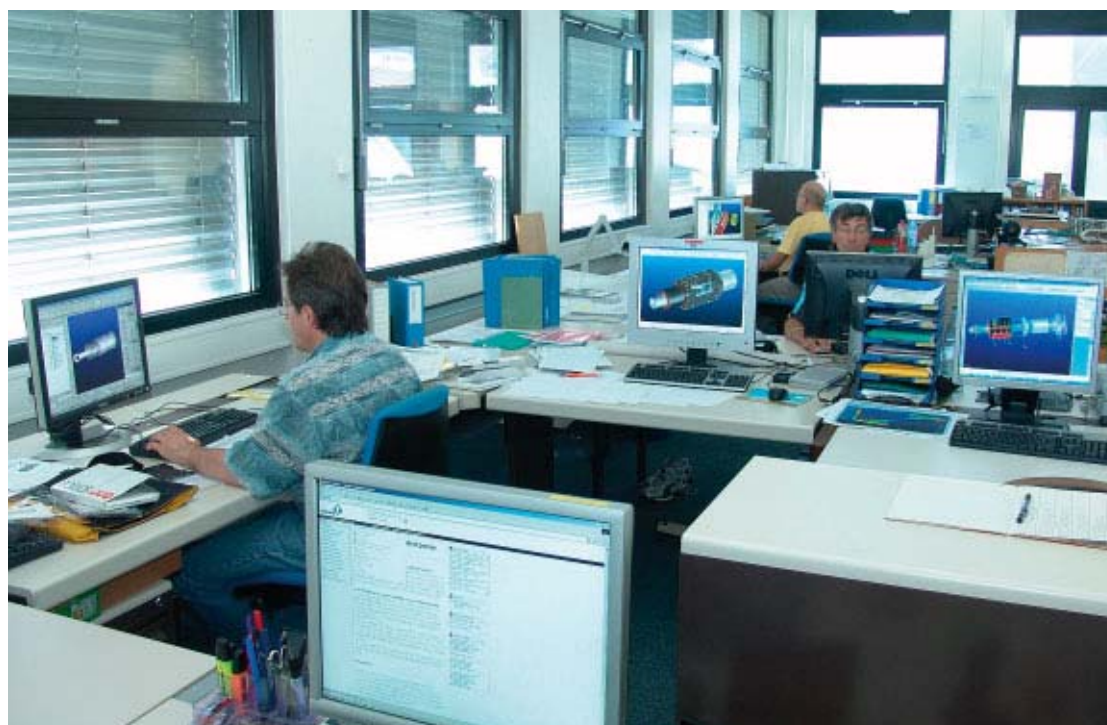
DM: On parle souvent de changements de noms qui finalement coûtent des millions. Qu'en est-il chez Tornos?

PYK: Pour ce type de changement, vous faites probablement référence à des changements de nom d'entreprise ou alors de produits grand public. Dans notre cas, ce n'est pas une opération «pharaonique». Le but est de réaliser une cohérence de gamme qui nous accompagnera durablement, tout en revalorisant Tornos.

DM: Pourquoi l'alphabète grec?

CC, WN & PYK (réponse commune): Pourquoi pas?

WN: En principe, il y a autant de noms possibles que d'idées. Pour nous, il s'agissait de trouver des patro-



Recherche et développement.

Interview



1996



2002



2006

nymes pour les gammes plus que de réels noms individuels, il s'agit avant tout de machines Tornos. Nous avons envisagé de nombreuses alternatives, finalement nous avons choisi des noms qui ne correspondaient pas à des concepts tels que «performance qualité» ou autre. Les stéréotypes sont tellement différents par pays qu'il est difficile d'en trouver d'universels. L'alphabet grec nous fournit des labels neutres qui nous permettent de clarifier l'offre auprès des clients. Rapidement, ces noms deviendront synonymes dans les esprits de nos clients.

CC: En résumé, aujourd'hui en mono pour les pièces plutôt simples, nos clients ont le choix entre DECO Sigma 8 et DECO Sigma 20. Pour les pièces plus ouvragées, DECO 10a, 13a, 20a et 26a.

WN: En multibroche, pour les pièces plus ouvragées MULTIAlpha 6x32 et MULTIAlpha 8x20. Pour les pièces plus simples, MULTIDECO 20/6b, 32/6c et 20/8b.

PYK: Depuis 1996, DECO a écrit l'histoire de Tornos et du décolletage. Nous allons continuer d'apporter des solutions novatrices et permettre à nos clients de gagner avec DECO [a-line], Sigma, Alpha, MULTIDECO, MULTIAlpha, MULTISigma. Nous nous sommes donnés les moyens d'être cohérents, l'avenir nous confirmera notre stratégie.

Conclusion

Tout le monde connaît les fusées Apollo, elles ont permis aux hommes de quitter l'atmosphère et de marcher sur la lune. Aujourd'hui il existe de très nombreux autres moyens d'aller dans l'espace, plus finement adaptés à des besoins spécifiques, ceci ne diminue en rien les performances des lanceurs Apollo.

Dans le même état d'esprit, sans renier son passé, Tornos a le courage de se remettre en question et d'aller de l'avant. DECO Magazine suivra cette évolution et ne manquera pas de vous tenir informés.

Les propos ci-dessus vous interpellent? N'hésitez pas à contacter la rédaction à: Redaction@decomag.ch