

ENTREPRISES

Vernet-Behringer au rendez-vous des attentes de ses clients

Machines-outils. À travers ses EVOpen-Days, Vernet-Behringer fait plus qu'ouvrir ses portes. L'entreprise dijonnaise présente ses nouveautés mais affirme aussi sa capacité à élargir ses marchés, et à répondre aux besoins toujours croissants d'optimisation et de productivité exprimés par ses clients. Cerise sur le gâteau : elle démontre qu'elle sait faire efficace... et beau.



Elles répondent aux doux noms de MAGEvo, de FGEvo, de HD-Sevo ou de HD-Xevo2 et elles sont les dernières nées d'un des rares acteurs de la machine-outil française, Vernet-Behringer, à Dijon. On pouvait les découvrir à l'occasion des EVOpen-Days organisés par l'entreprise les 6 et 7 décembre. Deux journées portes ouvertes destinées aux clients de l'entreprise et à ses prospects, auxquelles s'ajoutait une manifestation réservée au personnel de l'entreprise (140 salariés) et à leurs familles, le 8 décembre. Lors des deux premières journées, on parlait beaucoup, et de nombreuses langues, dans les allées de l'usine dijonnaise : anglais, russe, arabe, espagnol ou allemand. Traduction du fait que l'entreprise est extrêmement impliquée à l'international : sur les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2016, 70 % concernent l'export.

PLUS QUE DES PORTES-OUVERTES

La clientèle de Vernet-Behringer est, de longue date, constituée de charpentiers métalliques, de stockistes et de spécialistes des pylônes, bref de tous ceux qui doivent découper du métal, y faire des trous, le modeler... Ces EVOpen-Days étaient en fait un peu plus que de simples portes ouvertes, comme le confirme Pascal Denis, l'un des trois dirigeants associés de l'entreprise, avec François Rossignol et Lionel Robelin : « Nous sommes sur un marché mondial et, y compris en

France, où nous opérons pourtant depuis 135 ans, nous continuons d'avoir un déficit d'image par rapport à nos capacités. Ces journées sont une des solutions permettant de combler ce déficit. De plus, nous entretenons un contrat moral avec nos clients. Ils n'ont pas de temps à perdre, donc si nous les faisons venir, c'est pour leur montrer de véritables nouveautés, pour les intéresser, pour les surprendre. C'est aussi la raison qui fait qu'un tel événement n'est pas organisé tous les ans. Quand nous le faisons, nos clients ne doivent pas avoir le sentiment qu'ils sont venus pour rien ». Effectivement, tel n'était pas le cas : les clients pouvaient découvrir les nouvelles lignes de perçage de la famille HD-X ou encore la machine à tôle MAGEvo. Par ailleurs, des machines qui, il y a encore peu de temps, ne faisaient que du perçage ou du sciage deviennent à présent de véritables centres d'usinage, qui pressent, ébaudent, marquent, fraisent ou taraudent, bref, qui sont aptes à optimiser l'utilisation de la matière, qualité toujours appréciée dans un secteur où la chasse aux coûts relève du défi quotidien.

NOUVELLES DÉCLINAISONS DE MARCHÉS

Armée de ces évolutions, au sein de la construction métallique, débouché historique des machines maisons, Vernet-Behringer prend aussi en compte de nouvelles déclinaisons de marchés, en direction des métalliers-serruriers, par exemple. Le secteur des fabricants de pylônes, rares en France mais très présents en Europe de l'Est et du cen-



La participation à ces EVOpen-Days a dépassé les espérances de l'entreprise organisatrice.

tre, a aussi ouvert de nouvelles perspectives. « Les pylônières, poursuit Pascal Denis, évoluent dans un marché très concurrentiel, répondant à des appels d'offres internationaux, avec des ateliers qui doivent être très productifs. Or, plus cette industrie se pose des questions en termes de productivité, plus une entreprise comme la nôtre a des choses à leur dire, et à leur montrer ». Autre marché de diversification : les fabricants de matériel agricole, de wagons, ou de semi-remorques, autant d'acteurs qui usinent de l'acier de moyenne et forte épaisseur.

Lors de ces EVOpen-Days, Vernet-Behringer mettait par ailleurs l'accent sur sa capacité à concevoir des lignes automatisées, réponse à la difficulté croissante du secteur métallurgique au sens large à recruter de la main d'œuvre. C'est là, pour l'entreprise, un énorme axe de développement, transversal.

« Ces éléments, poursuit Pascal Denis, ajoutés à un niveau d'équipement industriel assez obsolète en France, nous incitent à croire que nous sommes sur un marché qui va vraiment redémarrer en France, notamment si nous sommes au rendez-vous d'une automatisation croissante et performante ».

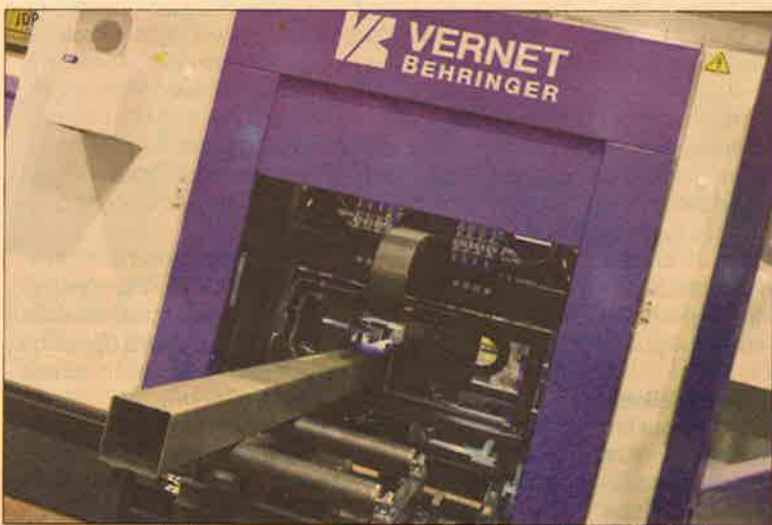
BERTY ROBERT

♦ vernet-behringer.com

Belle comme une machine !

La beauté d'une machine-outil n'est pas, a priori, le premier souci d'un industriel et il est vrai que, jusqu'à présent, ce secteur ne s'est pas caractérisé par une appétence particulière pour le design extérieur. Mais, là aussi, les choses changent. Chez Vernet-Behringer, on revendique l'envie de faire beau autant qu'efficace. À l'origine, on trouve une raison purement technique (la nécessité de « carteriser » des machines d'où peuvent être projetés des copeaux de métal) que l'entreprise a décidé de faire évoluer en argument marketing. Le résultat : des ensembles à l'esthétique soignée, dont le coût est certes, plus élevé, mais qui assurent également une plus grande sécurité pour les opérateurs. On disait « beau comme un camion », il faudra peut-être bientôt dire belle comme une machine. Chez Vernet-Behringer, ce design industriel est en tout cas le fait d'une équipe de jeunes ingénieurs « maison ».

B. R.



Dans le panel des clients de Vernet-Behringer, les pylônières figurent aujourd'hui en bonne place.



Élargissant le spectre de la machine-outil, Vernet-Behringer se revendique aujourd'hui comme un concepteur de centres d'usinage.