

Stöckli Swiss Sports

Le dernier fabricant suisse de skis se lance dans les articles d'été

Stöckli Swiss Sports, domicile à Wolhusen (Lucerne), atelier à Malters, effectif total: 250 collaborateurs, est le dernier fabricant suisse de skis. Dirigée par Beni Stöckli, de la troisième génération, cette entreprise familiale est cependant très diversifiée. En plus des skis, Stöckli fabrique ses propres vélos et s'est aussi fait un nom dans le commerce d'articles de sport. **Par Michael Zollinger**



Photo: Michael Zollinger

La présence en coupe mondiale de ski aura été l'élément clé pour stimuler l'exportation, constate le directeur Beni Stöckli.

«Mon grand-père était exclusivement dans le ski et mon père a commencé à faire de l'entreprise une maison de commerce de réputation internationale. Il nous appartient aujourd'hui de soutenir sur une large base son développement.» Beni Stöckli, 41 ans et directeur de la 3^{ème} génération, nous reçoit dans la salle de conférence de Wolhusen. Il nous retrace très succinctement l'histoire de l'entreprise. En qualité d'économiste d'entreprise et d'informaticien diplômé, il entre dans l'entreprise familiale en 2000, après avoir fait ses premières expériences professionnelles dans d'autres PME. En 2008, son père Beni Stöckli lui confie la direction opérationnelle de la maison. Beni senior préside actuellement le conseil d'administration et se charge de diverses tâches de représen-

tation, dans le ski de compétition notamment.

«Nous nous ressemblons beaucoup», dit Beni junior de son père. Les choses ont néanmoins changé depuis que le fils dirige l'affaire. Alors que du temps de son père, presque tout passait par le bureau du patron, le fils dirige en équipe et de manière beaucoup plus ciblée. Des instruments informatiques comme la planification des ressources d'entreprise (ERP), entre autres, font aujourd'hui partie du quotidien dans l'entreprise de Wolhusen.

Clé du succès: la distribution directe

Les principaux jalons avaient toutefois été posés par le grand-père et le père. Dans les années 1980 et 1990, il y avait

encore en Suisse de nombreux fabricants de skis, comme Authier, Streule et Schendener, pour ne citer qu'eux. Seul Stöckli a survécu. Pourquoi? Pour deux raisons, explique le jeune directeur. D'abord le haut niveau permanent de qualité: «Nous n'avons jamais eu de problèmes de qualité sur toutes ces années». Ensuite une décision importante prise en 1967, date à partir de laquelle la pression croissante sur les marges poussa Stöckli à se détourner du commerce pour se concentrer sur la distribution directe, d'abord avec la vente sortie d'usine à Wolhusen puis, les années suivantes, grâce à la mise sur pied d'un réseau de filiales de distribution qui compte aujourd'hui 14 employés.

Dans le même temps, l'entreprise élargissait sa gamme avec divers produits

tels que fixations, chaussures de ski et articles de ski de fond. Elle ne tarda pas non plus à prendre pied dans les affaires d'articles estivaux car, explique Beni Stöckli, «nous ne pouvions pas occuper nos vendeurs uniquement les mois d'hiver». Trois quarts du chiffre d'affaires annuel de 60 millions de francs proviennent aujourd'hui des ventes d'articles d'hiver, un quart des produits d'été, dont font partie, outre les vélos Stöckli conçus et montés en Suisse, les articles de running, trekking, walking et roller en ligne. «Notre objectif est de renforcer les affaires d'été et nous investissons en conséquence», relève le directeur. Cette orientation s'explique aussi par le changement climatique et les incertitudes croissantes de l'enneigement sous nos latitudes. Bien que le secteur ski n'assure plus qu'un tiers du chiffre d'affaires, Stöckli demeure connu surtout comme fabricant de skis. «Nous voudrions changer cette image dans les années à venir. Pour cela, nous comptons particulièrement sur nos vélos» (voir encadré).

Succès dans la cour des grands

Les activités liées au ski demeurent bien sûr importantes pour l'entreprise. Avec une production annuelle de 50 000 pièces, Stöckli est aujourd'hui un acteur de niche incontournable à côté des «big five» Fischer, Atomic, Völkl, Rossignol et Head. Depuis 1994, quand Stöckli a été admis au sein du Swiss Ski Pool, la marque est présente aux coupes mondiales. Certes, ses moyens ne suffisent pas pour des descendeurs du calibre de Didier Cuche ou Bode Miller, mais elle

a réussi à passer contrat avec d'intéressants athlètes comme Tina Maze et Andrej Jerman de Slovénie, ou les Suisses Tobias Grünenfelder et Fabienne Suter. Le premier descendeur suisse chaussé de Stöckli fut en 1994 le vice-champion olympique Urs Kälin. Suivirent plus tard des cracks comme Paul Accola ou le Liechtensteinois Marco Büchel.

Pour stimuler l'exportation, la présence en coupe mondiale aura été l'élé-

«Un tiers environ de notre chiffre d'affaires total est assuré par le domaine du ski.»

ment clé, constate Beni Stöckli. La maison écoule aujourd'hui 40 pour cent de sa production dans 33 pays, ses principaux marchés étant les Etats-Unis, l'Italie et l'Autriche. A l'étranger, c'est surtout le «swiss made» qui compte. Mais la construction en sandwich à laquelle recourt Stöcki et qu'utilisent pour la compétition uniquement de nombreuses marques de ski renommées a aussi son influence. Au delà de son fort impact publicitaire, la coupe mondiale est également utile à la recherche et au développement, puisque cet engagement oblige l'entreprise à se maintenir techniquement au «top niveau». Enfin la notoriété télévisuelle due à la coupe mondiale a suscité un intérêt croissant en Suisse même, où les skis Stöckli sont de plus en plus demandés dans les com-

merces spécialisés. En position de force, le fabricant de Wolhusen a su mettre sur pied dans les domaines skiabiles des Grisons et du Valais un réseau de revendeurs exclusifs de produits Stöckli comptant aujourd'hui 35 partenaires triés sur le volet.

A la recherche d'un ski polyvalent

Grâce à l'innovation du ski parabolique, le marché du ski connaît, depuis quelque temps, une réjouissante reprise après l'essoufflement du snowboard. Les nouveaux produits sont surtout liés aux segments free-style et free-ride, la taille de ce marché restant toutefois difficile à évaluer pour l'heure. «Même si l'industrie s'est montrée très innovante ces dernières années, on n'a pas inventé la roue chaque jour», signale Stöckli. La tendance est au ski polyvalent. L'industrie du ski est un peu préoccupée par la propension à louer plutôt qu'à acheter ses skis que l'on voit se renforcer depuis quelques années. Elle a cherché à entrer dans ce créneau par ses offres propres. La location semble toutefois donner elle aussi des signes de stagnation, observe M. Stöckli.

Croissance progressive et substantielle

Le chef d'entreprise voit l'avenir avec optimisme, même pour les articles de ski. «Grâce à notre politique de production, dit-il, il ne nous reste jamais plus de 5000 paires invendues, même dans les saisons de faible enneigement comme l'hiver 2006/2007. On les écoule alors en solde à la saison suivante». Son objectif déclaré est une large diversification de l'entreprise, qui occupe 250 personnes. Il s'agit par là d'assurer durablement l'emploi. A côté des avantages d'une entreprise familiale, Stöckli cite l'inconvénient d'une possibilité de croissance limitée: «Comme nous finançons notre expansion nous mêmes, nous ne pouvons pas ouvrir plus d'un magasin par année», souligne ce chef de famille, père de deux enfants.

Quant à savoir qui reprendra le flambeau un jour, c'est de la lointaine musique d'avenir, l'ainée des deux filles du CEO n'ayant que deux ans et demi. ■

Stöckli lance son vélo électrique

Stöckli Swiss Sports entend être présent sur le marché en plein boom du vélo électrique. Vers la fin février, il livrera un e-bike de sa conception. L'été passé déjà, ce vélo a été distribué dans les magasins pour des tests comme modèle de présérie. L'innovation Stöckli consiste en accus intégrés. La batterie est logée dans la tige de selle, disponible en tailles variables selon les besoins.

«Ce développement nous offre une portée pouvant être jusqu'à 60 pour cent supérieure à celle des vélos électriques comparables», précise M. Stöckli. Equipée d'un moteur suisse, la bicyclette est d'allure très sportive. Sur demande, elle peut aussi comporter un «urban-kit» et/ou une fourche suspendue. Stöckli en escompte des synergies bénéfiques à tout le secteur bicyclettes. ■