



La trajectoire idéale sur piste et hors piste

De la conception à la commercialisation en passant par la finition: Stöckli évolue à toute allure sur les pistes de Coupe de monde et dans le monde numérique. Le fabricant de skis de Malters entend maintenant révolutionner le domaine de la location.

Le ski et la Suisse sont indissociables. La belle époque de l'industrie du ski suisse s'est pourtant achevée il y a plusieurs décennies. Des marques comme Authier, Streule ou Attenhofer ont disparu depuis longtemps. Il paraît presque anachronique qu'une société traditionnelle de l'arrière-pays lucernois soit parvenue à s'établir dans le haut de gamme à l'échelle mondiale. Quelque 50 000 paires de skis Stöckli sortent chaque année de l'usine de Malters pour dévaler les pistes et la poudreuse dans les Alpes, dans les Rocheuses ou, c'est nouveau, dans le massif chinois de Yin. La production devrait encore augmenter, notamment grâce aux possibilités de la numérisation.

Travail artisanal et techniques les plus modernes

Dans la production, Stöckli mise déjà depuis quelque temps sur des processus numérisés. Les différents produits sont modélisés et peaufinés avec des logiciels de CAO, deux ponçuses créées spécialement pour Stöckli veillent à une finition parfaite, pour ainsi dire sans intervention humaine. «Le travail manuel reste malgré tout important», souligne Marc Gläser, CEO de la société. Une cinquantaine de personnes s'occupent de la production et du développement, dont jusqu'à six jeunes menuisiers.

D'après Marc Gläser, la numérisation joue un rôle décisif pour la commercialisation. Stöckli a revu la gestion de son fichier clientèle, ce qui lui a permis de raviver les contacts avec nombre d'anciens clients. La société utilise également intensivement les réseaux sociaux. Une société haut de gamme comme Stöckli qui souhaite conquérir un marché immense et nouveau tel que la Chine doit pouvoir cibler précisément des clients potentiels.

La location de skis revisitée

Le projet le plus révolutionnaire de Marc Gläser concerne un tout autre domaine : la location de skis. L'an dernier, Stöckli a lancé la plateforme en ligne getmyski.com, qui se veut la plus rapide et la plus flexible. Les clients peuvent réserver leurs skis et autres équipements en ligne et récupèrent le tout dans un casier au départ des télécabines. Ainsi, ils peuvent se lancer sur les pistes sans attendre. «Le segment de la location ne cesse de gagner en importance, et nous voulons en devenir un acteur important», a déclaré Marc Gläser. Les retours enthousiastes récoltés dans la phase de test le confortent dans son idée d'étendre ce modèle à l'échelle nationale, puis à l'étranger.

La stratégie numérique adoptée est un défi pour l'entreprise et ses collaborateurs à de nombreux égards. Marc Gläser pense que chez Stöckli aussi certaines tâches répétitives ne seront plus effectuées par la main de l'homme à l'avenir. « En contrepartie, de nouveaux métiers, plus variés, apparaissent. » Son objectif n'est pas de réduire le nombre de collaborateurs mais d'«accomplir plus de choses avec son équipe.» La capacité de l'usine est de 65 000 paires de skis par an. C'est l'objectif que vise Marc Gläser, notamment grâce à la Chine.