



Le cliché est aussi grand et aussi haut que les Tours Petronas de Singapour mais c'est une vérité inébranlable: mesurer, c'est savoir. Lorsque Lord Kelvin lança cette théorie dans les années 1800, elle fut accueillie avec beaucoup de scepticisme. Aujourd'hui, l'équipement de mesure performant et universel est une donnée indispensable et fondamentale de la technique de processus. Control & Automation Magazine s'est entretenu à ce sujet avec Klaus Endress, CEO de la société Endress+Hauser établie en Suisse, le spécialiste en développement et construction d'équipement de mesure et de systèmes destinés à l'automatisation de processus.

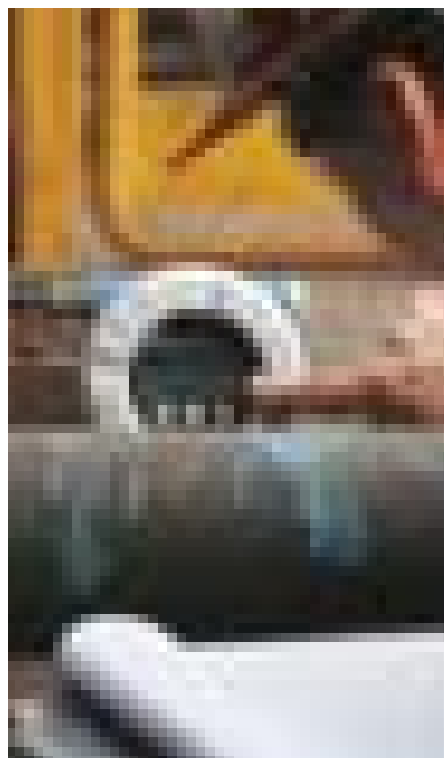
Nous avons intercepté le CEO lors de sa visite à la Foire de Hanovre en Allemagne, où sa société faisait un 'acte de présence' mondial. Interviewer une personne aussi occupée que Klaus Endress durant le plus grand salon technologique au monde, voilà qui n'est pas une sinécure. Cependant, malgré son agenda hyper chargé, il a accepté de discuter avec Control & Automation Magazine de l'entrepreneuriat dans son secteur, à savoir l'instrumentation de processus. Rien que ça constitue déjà une primeur belge. Selon Klaus Endress, l'entrepreneuriat n'est réussi que s'il rencontre aussi les responsabilités sociales, et cela d'une manière acceptable pour toutes les parties impliquées. «L'entrepreneuriat doit répondre aux besoins du marché et aux attentes des utilisateurs. Simultanément, une société qui réussit doit disposer

de collaborateurs compétents qui comprennent les clients et peuvent les aider. Chaque société doit toutefois aussi satisfaire ses propriétaires et intéressés, car ce sont finalement eux qui doivent piloter le business effectif. En fin de journée, un maximum de revenus doivent donc revenir vers la société pour être réinvestis pour l'avenir. Je suis persuadé aussi que le bonheur et le succès dans la vie privée sont essentiels pour bon nombre d'autres réussites” souligne Klaus Endress.

C&A: Endress+Hauser est un acteur mondial en matière d'ingénierie de processus, d'instrumentation et de technologies durables. Vous vous profilez souvent comme partenaire stratégique. Quelle stratégie se cache derrière cela?

KLAUS ENDRESS, CEO D'ENDRESS+HAUSER “Il est **utopique** de penser pouvoir tout faire”

par Hubert Lahaut, Control & Automation Magazine



Klaus Endress: “Une entreprise comme la nôtre, où la technologie évolue rapidement, doit toujours adapter et actualiser sa stratégie. Le pétrole, le gaz, la technologie de l'eau, les énergies renouvelables et d'autres industries additionnelles exigent que nous 'marchions sur la pointe des pieds'. Nous devons mesurer notre succès à celui de nos clients. S'ils réussissent, nous pouvons également réussir en tant que société. Pour réussir, nous devons veiller à ce qu'ils enregistrent d'excellents résultats, grâce aux applications, services et solutions d'automatisation très qualitatifs, efficaces et innovants que nous pouvons leur offrir. En tant que société, nous partons du principe que cela doit être un 'plaisir' pour nos clients/utilisateurs de travailler avec nous. La compétence et les conseils individuels sont la clé. Voilà, selon moi, le seul moyen pour gagner et garder ses >>

A gauche: production d'Endress+Hauser à Maulburg. A droite: technologie de bus de terrain numérique dans le haut fourneau d'ArcelorMittal à Fos-sur-Mer en France. La société suisse est en charge de l'instrumentation de ce grand projet.

clients. C'est tout simplement la base de notre succès."

C&A: Le succès et la vision à long terme sont de beaux mots que l'on entend dans la bouche de toute entreprise. Comment concrétisez-vous cela?

Klaus Endress: "Ce sont effectivement de beaux mots mais ils ne signifient rien si vous ne pouvez les concrétiser. Je peux vous affirmer que ce n'est pas le cas chez nous. Notre large gamme constitue notre atout majeur. Nous y avons travaillé sérieusement. De ce fait, l'utilisateur dispose non seulement de suffisamment de possibilités de choix mais il peut même souvent choisir parmi plusieurs principes de mesure. Voilà qui l'aide aussi dans l'ingénierie complète de son application de bus de terrain, y compris la commande, la configuration matérielle et logicielle, la visualisation et la communication de données. La formation et le training cadrent aussi avec cette politique. Sur la base de notre Care Concept, nous offrons même des Total Plant solutions."

C&A: Votre société a récemment lancé une nouvelle stratégie (interne) – 'Strategy 2011+'. Quel est l'objectif de cette stratégie et comment évolue-t-elle?

Klaus Endress: "Strategy 2011+ est le prolongement de notre stratégie actuelle que nous avons développée et adaptée pour rencontrer les stratégies et exigences actuelles du marché. De la sorte, nous pouvons mieux répondre aux exigences des diverses industries. Nous avons aussi l'intention d'étendre notre business en offrant des services supplémentaires et d'autres solutions d'automatisation. Nous renforçons simultanément aussi les compétences et expertises de nos centres de production européens. Notre culture d'entreprise nous aide à atteindre ces objectifs. Raison pour laquelle nous voulons aussi stimuler et cultiver cet esprit Endress+Hauser. La meilleure manière de rencontrer les exigences du marché et des clients est de proposer la gamme de produits la plus large et la plus qualitative possible. D'autre part, il n'est possible de maintenir les coûts de cette grande diversité à un niveau acceptable qu'en évitant tous les tracas inutiles. La concurrence interne ne génère que des différences internes, qui ne font qu'accroître la complexité. De la sorte, vous ne partagez aucune expérience et/ou n'acceptez pas les bons conseils. Tout le monde souhaite alors réinventer la roue dans son petit coin. Ce n'est qu'une perte de temps et d'argent qui ne sert en rien les intérêts de nos clients. Nos clients considèrent d'ailleurs une telle concurrence interne comme non professionnelle. Raison aussi pour laquelle notre stratégie adaptée consacre un pour-cent de notre chiffre d'affaires à la formation. En ce qui concerne la R&D, nous y investissons toujours sept à huit pour-cent, malgré notre chiffre d'affaires en forte hausse."

C&A: Le succès requiert une stratégie claire. Les bonnes personnes au bon



Né en 1948, Klaus Endress a d'abord étudié à Zurich pour ensuite terminer ses études d'ingénieur industriel à l'Université technique de Berlin. Il a travaillé pour plusieurs sociétés aux Etats-Unis avant de rejoindre Endress+Hauser. En 1987, il est devenu Managing Director de la plus grande usine de production d'Endress+Hauser à Maulburg (Allemagne) et en 1992, il a été détaché à Reinach (Suisse). Début 1995, il a pris la relève de son père et fondateur, Dr h.c. Georg H. Endress, au poste de CEO du groupe entier.

endroit, de bonnes idées et une vision à long terme. En tant que CEO, vous devez maîtriser tout cela. Ne faut-il pas une dose de chance pour cela?

Klaus Endress: "Il est clair qu'il faut aussi avoir un peu de chance. Cependant, n'oubliez pas le proverbe: 'à long terme, seuls ceux qui travaillent dur réussissent'. Et comme tant d'autres proverbes, il contient une grande vérité. Je ne veux naturellement pas dire que seul le travail dur rapporte. Cependant, si la vision et la stratégie sont bonnes, si les employés collaborent efficacement et si l'esprit est bon,

alors vous avez le savoir-faire pour développer de nouveaux produits innovants. Si tout cela fonctionne bien, notre entreprise est également en mesure de profiter de certaines circonstances 'heureuses'. Sachez toutefois que le hasard n'est pas une stratégie."

C&A: Quel est, selon vous, le prochain saut technologique en technique de processus et technologies annexes?

Klaus Endress: "Nous nous concentrons pleinement sur les futurs développements mais il est utopique de penser pouvoir tout faire et tout prévoir. Les rêves doivent rester réalistes et ne doivent pas trahir la réalité. Voilà pourquoi nous ne prônons pas de révolutions, mais des évolutions. A chacun son métier, disons-nous. J'admets toutefois qu'il faut dans tout cela une part de chance. Nous ne disposons malheureusement pas d'une boule de cristal. Je constate par exemple que les systèmes ouverts et l'efficacité opérationnelle ne cessent de gagner en importance. L'ouverture, sous toutes ses facettes, a changé le monde industriel. Je pense ici aussi aux ouvertures politiques et économiques de ces dernières décennies comme la chute du mur et l'émergence économique de la Chine et de l'Inde notamment, où nous sommes d'ailleurs fortement présents. Ensuite, il y a aussi le phénoménal développement technique des technologies de l'information et de la télécommunication. Tout cela a été possible grâce à une standardisation générale. Ce qui est en soi déjà une forme d'ouverture. Des processus et plateformes standardisés, des interfaces ouvertes, des journaux et systèmes de production, de fortes alliances et de bonnes collaborations... cela ne signifie rien d'autre que faire certaines choses ensemble de la meilleure façon. Nous devons être disposés à partager nos connaissances et notre expérience afin d'améliorer de la sorte la qualité de nos produits et services et de compresser nos coûts. D'autre part, il faut éviter jalousie, imprévoyance, manque de respect, mauvaise communication et collaboration. Si l'on veut réussir le saut vers le futur de manière optimale, il faut une parfaite collaboration dans le cadre de règles préétablies."

C&A: Comment estimez-vous l'importance du site belge au sein du groupe?

Klaus Endress: "Créé en 1960, le site belge est une organisation de vente et de service. A tout seigneur tout honneur: notre site belge a récemment été reconnu comme la meilleure organisation du groupe dans sa catégorie. En recourant à divers principes de mesure et techniques, il réussit parfaitement à proposer pour chaque application la meilleure solution, ce qui induit naturellement des réductions de coût. Le département de service belge est par ailleurs aussi un centre de compétences reconnu au sein du groupe et peut par exemple fournir un rapport de test indépendant pour chaque client." (Note de la rédaction: cela ne porte que sur une partie des activités de l'organisation de service, à savoir les calibrages; le département de vente ne vend que des produits d'Endress+Hauser). <<