

LE SPECTRE DU BRAND LABELLING



AVRIL
2025

Schneider Electric se veut innovante et toujours à la pointe de la technologie dans ses offres.

Ses collaborateurs conçoivent, industrialisent, produisent et vendent des produits nouveaux depuis des dizaines d'années, avec des TMO (time to market = mises sur le marché) toujours plus courts et contraints par une gestion des coûts drastiques.

Aujourd'hui, pour SE, la tentation d'aussi sous-traiter le coeur de la valeur ajoutée est de plus en plus forte.

BRAND LABELLING, C'EST QUOI ?

Sur certains compléments d'offres que Schneider Electric ne souhaite plus développer pour une question de Valeur Ajoutée jugée insuffisante au regard de l'investissement, nous faisons appel à des partenaires, partiellement concurrents, pour revendre des produits avec le logo SE.

Rien d'anormal et c'est une pratique généralisée dans le monde industriel, SE n'ayant pas vocation à développer tous azimuts des offres périphériques mais nécessaires à nos clients ou des offres packagées plus complètes.

CŒUR DE GAMME

Cela devient plus discutable lorsqu'il s'agit d'offre Cœur de gamme.

Lorsqu'une offre est vieillissante, il semblerait que SE puisse mandater un concurrent pour faire un brand labelling global, incluant le design R&D sur spécifications SE, et en suivant la fourniture de l'entièreté de la gamme en brand labelling contre un engagement sur les quantités vendues.

Pour la CFE-CGC, cela correspond tout simplement à une externalisation de toute une offre précédemment développée et produite en interne. Pour exemple et dernière opération envisagée = le renouvellement des colonnes lumineuses réalisées par les équipes d'Angoulême, ainsi que la boutonnerie Diamètre 16mm.

La CFE-CGC ne souhaite pas que le modèle mis en place avec la JV Starcharge par Schneider Electric devienne la norme. Utiliser un partenaire pour tenir des parts de marché avec des produits avec un sticker Schneider, pourquoi pas mais aller jusqu'à déléguer la totalité de l'offre, ce n'est pas acceptable pour nos emplois locaux.



DES CONSEQUENCES DRAMATIQUES

- | Que deviennent les équipes de R&D, d'industrialisation, de production in fine dans cette logique ?
 - | Que deviennent nos savoir-faire, notre ingénierie et nos outils de production ? Combien de personnes désœuvrées finalement ?
 - | Notre innovation, doit-elle se concentrer uniquement sur le marketing des offres ?
 - | Avons-nous une culture de la spécification de besoin efficace ?
 - | Savons nous gérer ce type de gestion de projets où la relation client/fournisseur est bien différente des pratiques que nous connaissons ? Le dimensionnement des équipes est-il pris en compte ?
 - | Sommes-nous formés pour aller vers ces pratiques qui doivent garantir une qualité importante des offres produites ?
 - | Et comment traiterons-nous les demandes clients et la gestion de la qualité d'un produit où nous n'aurons pas la souveraineté ?
- Et in fine, prendrons nous le risque en cas de rupture contractuelle avec un partenaire de perdre tout un pan de notre offre commerciale, comprenant un marché, un savoir-faire, des brevets ou licences, et une capacité de remise en production ?



CONCLUSION

Pour la CFE-CGC, il n'est pas admissible que SE puisse résoudre un problème de ressources (engagement financiers, engagement humain) par une sous-traitance de savoir-faire coeur, surtout lorsqu'il s'agit d'offres endémiques à notre core business.

La CFE-CGC dénonce des intentions douteuses tant sur l'aspect humain qu'économique, sur l'autel de gains immédiats.

Schneider se positionne en Leader mais le brand labelling pour nos produits coeur de gamme nous conduit tout droit à une position de suiveur technique.

Externaliser nos offres coeur de gamme, c'est nous appauvrir notre leadership stratégique et technologique.

La CFE-CGC souhaite que soit présentée aux instances représentatives du personnel la stratégie qui conduit à aller vers de telles pratiques et nous demandons que soient exposés les conséquences et enjeux humains et financiers associés.

VOS CONTACTS

Philippe BORDAS
Gérard LE GOUEFFLEC
Annabelle HALBERT
Alain DEMIRDJIAN

cfecgc.schneider@gmail.com

Adhérez
confidentiellement
à la CFE-CGC

