

INGÉNIEURIE

Le fragile héritage d'une vertu cardinale

En matière de qualité, depuis quelques générations déjà, les entreprises suisses ont tendance à s'appuyer sur l'héritage prestigieux d'un savoir-faire qui a su s'imposer au travers des âges. Si le logo «Swissmade» permet de jouir facilement d'une réputation internationale et de se prévaloir d'une forte valeur ajoutée, il ne faudrait pas pour autant se reposer sur des lauriers, même si ceux-ci ont été justement acquis. Car ce serait une attitude contradictoire avec celle que présuppose la qualité qui nécessite une remise en cause permanente.

La qualité ne peut être perçue comme un acquis. Elle ne peut être réduite à une «étiquette» que l'on apposerait ad vitam aeternam sur une marque. Ne commet-on pas une erreur en voulant réduire la qualité à un produit qui respecterait un cahier des charges donné? Ne ferait-on pas mieux de penser la «qualité» comme une quête sans fin? Cela change du tout au tout, car cela présuppose une constance de la part de l'entreprise qui cherche à l'atteindre. Il faut que cette dernière soit toute entière tournée vers cet achève-

ment. On comprendra alors que cette attitude dépasse la seule réalisation d'un produit en fonction de normes établies (FDA, CE, ISO, TÜV, AFNOR...) et doit s'inscrire sur la durée. Il s'agit bien d'un état d'esprit et d'une volonté clairement énoncée par l'entreprise.

La preuve en est qu'aujourd'hui, de plus en plus, les normes qualité ne concernent plus seulement l'industrie mais également le secteur des services qui entourent l'industrie. Aussi la capacité à fournir un service de qualité pour accompagner la vente d'un produit compte désormais autant, si ce n'est plus, que la qualité du produit lui-même.

On trouve de beaux exemples au travers certaines marque automobiles haut de gamme. Le client est prêt à payer plus cher le produit pour acquérir un véhicule de qualité mais également parce qu'il sait, qu'en cas d'ennui technique, il obtiendra un service à la hauteur de son achat.

Or la question qui se pose aujourd'hui, c'est bien de savoir si cette attitude de recherche de la qualité se trouve inscrite dans l'ADN de la plupart des entreprises.

S'agit-il d'une valeur primordiale? Une rapide revue de presse nous montre que l'on trouve très souvent des classements internationaux pour départager les pays les plus innovants, ou encore ceux qui créent le plus d'entreprises, mais, à notre connaissance,



ANTOINE LOROTTE
CEO FiveCo

La qualité ne peut être le fait d'une seule entreprise. Elle dépend d'un écosystème reposant sur l'éthique personnelle.

il existe peu de classement pour déterminer quels pays privilégient le plus la qualité. Certes, une fois de plus, c'est l'héritage des siècles qui vient à notre secours charriant avec lui la réputation respective des industries de chaque pays.

Le monde s'accroche à des croyances sur la qualité innée de l'industrie horlogère suisse et de l'industrie automobile allemande. Croyances, une fois de plus légitimes et fondées, mais qui nécessitent d'être constamment mises à l'épreuve. Et comme chacun sait, la crédibilité peut se perdre beaucoup plus vite qu'elle ne s'est acquise. Combien d'entreprises, pensant qu'elles pouvaient sous-traiter la qualité se sont rendues compte qu'elles faisaient face à davantage de difficultés et ont finalement décidé de rapatrier leur production ici?

Ce petit rappel, permet de développer une autre idée. La qualité ne peut être le fait d'une seule entreprise, elle dépend d'un écosystème. Comment faire alors pour que la qualité redevienne une vertu cardinale partagée par tous?

Ces dernières années, on a vu comment Internet et les avis de consommateurs ont fait progresser les choses. Surtout dans le domaine des services. A la suite de la transformation digitale, chaque prestation de service peut être désormais jugée et se retrouver sur la place publique. Les prestataires de services sont d'ailleurs les premiers à nous solliciter. Lorsque nous commandons un taxi via une application, nous devons systématiquement juger le chauffeur et de même, celui-ci nous met une note. Cela crée un cercle vertueux. Rien ne nous dit cependant que ce système d'évaluation mutuel soit la panacée.

Comme on l'a vu récemment, il peut toujours y avoir des abus. Notamment, certaines agences

se sont spécialisées sur la création de faux avis en ligne. Ce qui nous amène donc à la conclusion suivante: il paraît évident que la qualité relève d'abord d'une prise de conscience. Un entrepreneur qui se respecte ne devrait pas avoir besoin du regard des autres pour vérifier sa qualité. Il n'a besoin ni de s'appuyer sur la notoriété de son pays, ni sur celle d'un label, ni sur un enquête internationale, ni sur un avis de consommateur.

La qualité est d'abord une exigence personnelle, celle qu'un entrepreneur a de son travail accompli. Il doit lui-même être son premier juge. Il s'agit donc bien d'un problème d'éthique personnelle. C'est à cette condition et à elle seule que l'on retrouvera le chemin de la qualité. ///