

NOUVELLES DE L'USINE (8 février 2010)

SPÉCIAL SUIVI DES RENCONTRES DE COMMUNICATION

Au cours des rencontres de communication tenues le 20 janvier 2010, plusieurs questions m'ont été posées. Voici donc un aperçu des questions et des réponses - je crois que celles-ci sont intéressantes pour tous les employés de l'Usine.

Je vous remercie pour votre participation à ces rencontres. Je constate toujours avec plaisir que le futur de notre usine, des projets et des clients de notre business sont au cœur de vos préoccupations.

Quels seront les investissements pour Busy Bee en 2010 ?

Comme vous avez pu le constater durant la présentation, nous n'avons pas de nouveau projet important d'impartition prévu en 2010. Nous devons compléter le projet des dossierets assemblés au cours des prochains mois - la phase est maintenant terminée et nous devons continuer. Ceci ne signifie pas que des possibilités ne sont pas regardées - certains éléments sont envisagés de près. Nous continuons d'examiner les possibilités.

Est-ce qu'on peut utiliser l'espace du lave-vaisselle pour remplacer l'entrepôt sur Dickson ?

L'espace du lave-vaisselle ne peut être utilisé pour remplacer l'entrepôt de la rue Dickson. L'entrepôt de Mabe a une superficie totale de 165k pi² - soit prévue pour environ 42k appareils électroménagers. L'espace libéré par la démolition est beaucoup plus petit. De plus, l'espace sous la mezzanine est trop bas pour être utilisé comme lieu d'entreposage et les portes d'expédition/réception ne sont pas assez nombreuses.

Pour ceux qui n'ont pas vu les réaménagements des lieux, nous avons mis en place de nouvelles aires d'ordonnancement pour nous permettre de mieux répondre aux besoins des clients. L'expédition directe à certains clients américains sera facilitée par ces nouvelles zones.

Comment sont nos ventes au Canada ? Est-ce qu'on investit pour la publicité et qu'est-ce qu'on fait pour promouvoir nos produits sur le marché canadien ?

Nos ventes au Canada n'ont pas été à la hauteur de nos attentes en 2010 - très loin des estimés du début de l'année. Les résultats financiers de Mabe Canada en sont aussi le reflet.

Au cours des prochains mois, Mabe investira pour mettre la marque GE Profile de l'avant par une campagne publicitaire comme nous n'avons pas vu. On nous indique que des pubs à la télévision aux heures de grande écoute sont prévues dès le mois de mars.

Combien a coûté la démolition du lave-vaisselle ? Est-ce inclus dans le montant d'investissement en 2009 ?

Les frais de démolition du lave-vaisselle n'ont pas été inclus dans le montant d'investissement de 7.6M\$ en 2009. Le coût de démolition de 210k\$ est sous le chapitre des frais de restructuration (qui sont des frais de l'entreprise qui sont hors des opérations courantes des organisations).

Est-ce qu'on peut faire une Magellan avec une porte sans vitre pour diminuer les coûts ?

Nous pouvons toujours faire des changements à nos produits pour en réduire les coûts. La question plus importante est : Est-ce que le client voudrait en acheter ? Je ne sais pas si ce serait au goût du jour.

Nous produisons principalement pour GE Appliances aux États-Unis. Nous leur proposons certains changements régulièrement mais leur désir de modifier une plateforme ou non, dicte nos projets et la définition de nos produits.

Avec les investissements à GE, y a-t-il un danger qu'ils nous prennent du volume ?

À court ou moyen terme, il n'y a pas de risque que GE produise des appareils qui pourraient prendre la place de nos produits dans les gammes offertes. GE a annoncé à l'automne dernier son intention de produire une laveuse et une sécheuse haut de gamme dès 2012 et 2013. Ces appareils seront adaptés au système de 'smartgrid' qui permettrait de mieux contrôler la consommation d'énergie en période de pointe.

Quelle est la productivité faite à chaque année en pourcentage ?

Au cours des dernières années, nous avons atteint une productivité de l'ordre de 3% à 5%. Cette productivité est nécessaire pour compenser les hausses de coûts inévitables. Notre contrat nous dicte un prix de vente qui ne peut être augmenté que sous des conditions d'inflation des prix des composantes très particulières. Nous ne pouvons donc pas refiler au client les hausses des salaires, avantages sociaux, des coûts d'énergie ou de taxes par exemple.

Est-ce que la vision de faire plusieurs nouvelles lignes est encore valide ? Pourquoi est-ce qu'on ne passe pas à l'action tout de suite pour travailler sur la ligne A ?

Notre vision manufacturière demeure inchangée malgré la situation passagère dans laquelle nous sommes aujourd'hui. Nous espérons que notre client saura réagir pour revenir à des niveaux de ventes connues auparavant. Ce que l'on voit comme étant un bon plan pour nous assurer de produire sur un seul quart de travail devrait prendre forme cette année. Nous débuterons les travaux d'ingénierie et de planification des travaux plus précis pour transformer la ligne Horizon. Nous devons aussi augmenter la capacité de production de tambours pour réaliser cette vision.

La transformation de la ligne A constitue tout un défi. Nous devons la planifier avec soin et prévoir aussi que nous devons répondre aux besoins du client durant la phase des travaux. La transformation de la ligne A ne se réalisera qu'en 2011.

Est-ce vrai que GE veut vendre sa division d'électroménager ?

GE a déjà eu l'intention de vendre sa division d'électroménagers et la division d'éclairage en 2008. Les acheteurs éventuels, dont Mabe, avaient fait connaître leurs intentions. Certaines parties intéressées ont eu des discussions avec GE vers la fin de 2008.

Depuis ce temps, GE a annoncé des investissements à Louisville (pour l'assemblage de chauffe-eau et pour la nouvelle laveuse-sécheuse) et remis de l'avant le nom de GE Appliances. Il semble donc que cette vente ne soit plus dans les plans immédiats de GE.

Lors des fermetures du vendredi, est-ce qu'il y aura des travailleurs dans l'usine ?

Notre intention est de fermer l'Usine le vendredi. Aucune opération ne doit avoir lieu à moins d'avoir été autorisée par moi. Tous les employés d'Usine, des bureaux ou même les gestionnaires ne peuvent travailler à moins de problème important qui nécessiterait une intervention pressante.

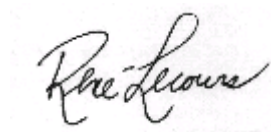
UN MOT SUR LES VENTES

Les ventes de nos produits en janvier correspondent aux attentes prévues dans le plan identifié en début d'année. On nous indique que certains plans ont été présentés aux grandes bannières pour des promotions afin d'augmenter les ventes au cours des prochaines semaines.

L'explication de la débâcle de novembre et décembre 2009 réside dans le refus de notre client d'entrer dans une enchère folle à la réduction de prix. Dans cette situation, LG et Samsung dans la plateforme frontale et Whirlpool dans le marché des produits réguliers semblent avoir eu le haut du pavé.

Au Canada, les ventes aussi correspondent aux prévisions, ce qui est un bon signe pour Mabe Canada Inc.

Bonne semaine à tous !



Vice-président, Opérations de Montréal

Retirer le 22 février 2010