

# La brique et la tuile, jouets des Morandi depuis quatre générations



de briques et un million de m<sup>2</sup> de tuiles par an, soit de quoi équiper 5000 villas. On ne connaît pas le chiffre d'affaires: «En tant que société familiale, nous avons décidé de ne pas le communiquer», explique Claude Morandi.

Dans les années 50, elle employait jusqu'à près de mille personnes et se déployait sur dix usines, dont une en France. Mais la crise du pétrole frappe fort vers le milieu des années 70. «Le nombre d'usines s'est réduit: les logements construits en Suisse ont diminué de 60%», commente Claude Morandi. Toutes les entreprises actives à cette époque sont touchées. Les disparitions et les absorptions s'accéléraient. «Il y avait entre vingt et vingt-cinq sociétés en Suisse romande», souligne Raymond Girardier, directeur commercial de MBB. Aujourd'hui, avec les Tuileries Fribourg et Lausanne, il n'y en a plus que deux.

L'automatisation grandissante a conduit l'entreprise à rationaliser la production. Elle compte aujourd'hui 160 collaborateurs, répartis sur quatre sites de production: Corcelles-près-Payerne, où se trouve le siège social de la société, Peyres-Possens (VD), Bardonnex (GE) et Payerne, d'où sortent des briques en béton, production minoritaire du groupe.

## Un produit écologique

Car si le béton représente une concurrence, ce n'est pas le principal enjeu pour Morandi, selon Raymond Girardier. Le secteur de la terre cuite repose beaucoup sur son image de matière noble, produite sans ajouts chimiques, non polluante et facilement recyclable. Récupération de la chaleur résiduelle des fours pour le séchage, utilisation du gaz comme combustible, transformation des carrières épuisées en biotope: Morandi table sur ce capital de sympathie.

Enfin, le secteur a dû impéra-



**ÉCOLOGIQUE** La société Morandi développe de nouveaux produits adaptés aux standards en matière d'économie d'énergie, mais aussi de nouvelles techniques pour améliorer le rendement sur les chantiers. Ici, Raymond Girardier, directeur commercial de Morandi, montre un exemplaire de brique isolante, commercialisée depuis quelques années.

tivement s'adapter aux nouveaux standards en matière d'économie d'énergie (dont le label Minergie). Depuis quelques années, le groupe a mis sur le marché des briques isolantes. Plus épaisses, fabriquées de façon à ralentir la circulation de l'air, elles sont quatre fois plus performantes contre la pénétration du froid que des modèles ordinaires.

Constatant le succès de ce produit, la société proposera également dès 2007 une nouvelle technique pour améliorer la productivité en termes de temps de pose. «Les briques sont usinées après cuisson au dixième de mil-

limètre. Auparavant, la variation de taille entre chaque pièce devait être compensée par un joint épais», explique le directeur commercial Raymond Girardier. Le but de l'opération: diminuer le temps de réalisation d'un mur.

Ne reste pour le moment qu'un défi à relever pour le groupe MBB: la succession de Claude Morandi. Un problème d'importance dans ce secteur de l'industrie suisse, encore largement patrimonial.

Gageons que du côté de la France comme de la Suisse allemande, cette question occupe déjà l'esprit des concurrents.

KATARZYNA GÖRNIK

## La Suisse, terre d'argile

L'abondance des gisements d'argile en Suisse a favorisé l'industrie de la terre cuite dès l'époque romaine, selon le *Dictionnaire historique de la Suisse*. Jusqu'au XIXe siècle, voire jusqu'au début du XXe, les tuileries sont très nombreuses, mais leur rayonnement reste local.

En Suisse romande, deux familles s'imposent dans l'industrie de la terre cuite, les Morandi et les Barraud. Ces derniers débutent à Bussigny dès 1872, puis s'étendent à Eclépens,

Chavornay et Yverdon. Ils construisent l'usine de Bardonnex en 1943. Dix ans plus tard, la succession des Barraud n'étant pas assurée, les Morandi reprennent l'ensemble de la société avec Gétaz Romang. En Suisse allemande, on retrouve cette même prédominance des entreprises familiales, à cette différence près que le groupe belgo-autrichien Wienerberger, arrivé sur le marché à la fin des années 90, détient aujourd'hui plus de 50% du marché de la brique en Suisse.

K. G.

» **TERRE CUITE**  
Le groupe MBB, leader en Suisse romande, est encore une entreprise totalement familiale.

Quand Claude Morandi, directeur général du groupe MBB (Morandi-Bardonnex-Barraud), parle de l'activité que l'on se transmet de père en fils depuis quatre générations, le sourire lui monte jusqu'aux yeux. L'ingénieur en génie civil a repris les rênes de la société familiale en 1972, mais il a grandi au milieu de l'usine. Pour expliquer les différentes phases de fabrication d'une brique ou d'une tuile, c'est pourtant à l'image d'un autre secteur qu'il recourt. Extraction, façonnage, ensilage, séchage, cuisson: «C'est exactement la même façon de faire que chez un boulanger. On utilise de la matière première, on lui donne une forme, on la laisse reposer...» Petite différence par rapport au pain: pour provoquer une modification moléculaire la rendant plus solide, l'argile est cuite à 1000 degrés.

## De 1000 à 160 employés

Fondée en 1889 par l'arrière-grand-père venu du Tessin, Léonard Morandi, la société est leader dans le secteur en Suisse romande, avec une capacité de production de 100 000 tonnes