

## Bienvenue

La 3ème Newsletter est arrivée !



Vous en noterez son accent « Schwizerdütsch » : comme annoncé dans notre précédente newsletter, notre activité avance et se développe très bien en Suisse alémanique.

M. Huonder, de la Maison Schulthess, évoque dès la p.2 le projet d'optimisation sur lequel nous travaillons depuis l'été 2010. Nous le remercions beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à nos questions ! Par ailleurs, n'hésitez pas à consulter la newsletter en allemand présentée par Roger, directeur de Melioris à Baar (ZG).

L'optimisation des coûts d'impression de documents est un sujet régulièrement travaillé par Melioris. Fabrice, consultant senior, nous fait partager à la p.3 son expérience de projets de réduction de dépenses tout en optimisant la satisfaction des utilisateurs internes.

2011 aura été marquée par le défi que nous a proposé la force du Franc Suisse et vraisemblablement continuera à exercer en 2012 : Arnaud, responsable commercial, anime une réflexion sur le sujet en p.5.

Bonne lecture et envoyez-nous vos commentaires qui feront vivre cette newsletter !

Bruno Templier  
 Directeur Melioris SA

Contactez par [Email](#)

## Sommaire

### Focus clients

2

#### **Schulthess Maschinen AG**

Basé dans le canton de Zürich, Schulthess développe et produit des lave-linge, sèche-linge et machines de blanchisserie et les distribue en Suisse et en Europe.

Melioris réalise actuellement un mandat d'optimisation des achats non stratégiques.

**Gion A. Huonder**, Directeur Production et Logistique, nous a aimablement reçu pour nous parler de Schulthess, ainsi que de la collaboration avec Melioris.

### Optimisez vos achats

3

Les dépenses en **impression bureautique** sont devenues incontournables en entreprise. Celles-ci représentent également une part non-négligeable des dépenses hors production. **Fabrice Grière**, Consultant achat senior chez Melioris, nous en décrit les principaux axes d'optimisation et nous dirige vers deux pistes alternatives afin d'identifier des économies.

### Actualité

5

Force du Franc Suisse et impact sur les achats.

### Forum Aux Questions

6



## Schulthess Maschinen AG



*Schulthess Maschinen AG développe, produit et distribue des lave-linge, sèche-linge et machines de blanchisseries de la marque Schulthess pour les ménages, les professionnels et les blanchisseries industrielles. Ses produits sont vendus en Europe par le biais d'une commercialisation directe ou de revendeurs. Toutes les machines – arborant une marque du groupe ou un label privé – sont fabriquées en Suisse, sur le site de Wolfhausen. Doté d'installations ultramodernes, ce site constitue également le siège de Schulthess Group.*

### **Comment vos achats sont-ils structurés aujourd'hui ?**

Les achats stratégiques de Schulthess Maschinen AG sont répartis selon nos différentes catégories de produits, à savoir entre le marché des ménages et celui des clients professionnels. Cette organisation est soutenue par la méthode Kanban pour assurer les commandes.

### **Faites-vous une différence entre les achats stratégiques et non stratégiques ?**

En principe oui. Ces deux types d'achats sont séparés dans la comptabilité mais gérés par la même équipe. Par contre la pondération des deux secteurs n'est pas la même. Les achats stratégiques sont en constante phase de modification et d'optimisation, ce qui n'est pas le cas pour les achats non stratégiques. Ces derniers ne sont pas toujours traités avec le respect des principes économiques qu'il faudrait.

### **Pourquoi avez-vous décidé de travailler avec Melioris ?**

L'impression positive du concept de la société Melioris était décisive pour la décision d'une collaboration. Au départ, Melioris a effectué un audit préliminaire sur nos achats hors production et ils nous ont informés du potentiel d'économies qu'ils pourraient nous aider à réaliser. Cet audit était gratuit et sans

engagement pour nous. Cette démarche m'a permis de présenter ce projet en interne avec des faits et des chiffres déjà étudiés, ce qui a aidé à franchir les premiers obstacles. Nous avons pris aucun risque ni n'avons eu de coût.

### **A quoi avez-vous pensé après la présentation des économies potentielles et concernant la réalisation de celles-ci ?**

A ce moment là je n'ai pas pensé que les objectifs pourraient être atteints.

### **Le résultat vous a-t-il satisfait ?**

Nous sommes très satisfaits du résultat. Melioris a été pour nous un partenaire très compétent. Grâce à leur professionnalisme, les résultats ont même dépassé les objectifs, ce qui nous a confirmé que nous avons pris la bonne décision.

### **Quel est votre avis sur votre collaboration avec Melioris et que disent vos collègues de ce projet ?**

Nous estimons la collaboration avec la société Melioris comme très profitable. La communication ouverte et la haute compétence sociale du manager de projet a permis d'avoir très vite un accès avec les personnes concernées. Nos employés ont ressenti cette collaboration comme très professionnelle,

motivante et ont été rapidement convaincu de l'utilité et de la valeur ajoutée du projet.

#### **Gion A. Huonder**

Depuis 24 ans, Monsieur Gion A. Huonder travaille dans l'entreprise Schulthess Maschinen AG, et depuis 14 ans, en tant que membre de la Direction, il dirige le département Production & Logistique.



### **Avez-vous remarqué des changements dans les postes optimisés ?**

A la suite à des recommandations certaines démarches ont été modifiées lors d'achats non stratégiques. Ces modifications permettent une réduction assez conséquente du travail administratif. Pour quelques postes la phase d'implémentation prend un peu plus de temps afin d'adapter les processus mais je suis convaincu que nous allons bientôt obtenir les résultats escomptés.

### **Quelle vision avez-vous sur les consultants Melioris ?**

Les consultants Melioris nous ont convaincu par leurs connaissances du métier. J'ai trouvé leur démarche réfléchie, organisée, opérationnelle et allant droit au but. Au travers de questions précises, les

consultants ont très vite acquis une vision d'ensemble bien que notre culture et notre environnement soient différents du leur.

***Votre relation avec les fournisseurs a-t-elle changé ?***

La collaboration avec nos fournisseurs était et est restée très bonne. Nous n'avons eu aucun écho négatif de leur part.

***Avez-vous eu des doutes en engageant Melioris au vu de la petite taille de leur structure ?***

Au contraire, nous apprécions beaucoup la collaboration avec les petites structures. Pour nous il est important d'avoir un accès direct avec les bons interlocuteurs dans les entreprises. Les petites structures sont généralement plus flexibles dans beaucoup de domaine.

***Quelle est la plus grande valeur ajoutée que Melioris vous ait apporté ?***

Dans une journée, beaucoup d'activités se déroulent en parallèle, sans que nous puissions apporter notre attention sur chacune. De ce fait, le volume des achats non stratégiques a été largement sous-estimé de notre part. Melioris a mis le doigt sur des sujets que nous ne voyions plus. La plus grande valeur

ajoutée apportée par Melioris est de nous avoir ouvert les yeux sur les potentiels d'économies inattendus sur nos achats hors production, et nous savons dorénavant comment les identifier.

***Suite à ces optimisations avez-vous fait des changements organisationnels ou structurels ?***

Le projet est encore trop récent pour qu'on puisse parler aujourd'hui de changements dans la structure ou dans l'organisation. Par contre je suis convaincu que nous allons refaire un projet de taille comparable avec Melioris dans quelques années. Nous voulons continuer de profiter des compétences professionnelles de Melioris dans le temps.

***Quel est votre avis sur la durée de 3 mois d'un projet ?***

Au départ j'étais sceptique par cette durée car je la trouvais trop courte. Durant le projet j'ai révisé mon opinion et maintenant je suis d'avis que cette durée est réaliste. Une durée plus courte du projet aurait signifié une plus grande sollicitation de nos employés. En 3 mois, je peux vous assurer que leurs tâches quotidiennes n'ont pas été impactées.

**Schulthess Maschinen AG**



**Siège de l'entreprise :**  
CH-8633 Wolfhausen  
**Nb d'employés :** 380  
[www.Schulthess.ch](http://www.Schulthess.ch)

**Conclusion :**

Les résultats ont confirmé que notre décision de travailler avec Melioris était la bonne. Nous avons pu identifier d'importantes d'économies que nous sommes entrain de réaliser aujourd'hui. Avec Melioris, nous avons fait la connaissance d'un partenaire très compétent et nous aspirons à de futures collaborations.

Je vous remercie Monsieur Huonder pour cette interview !

Propos recueillis par Roger Burch

Contactez par [Email](#)

**Optimisez vos achats**

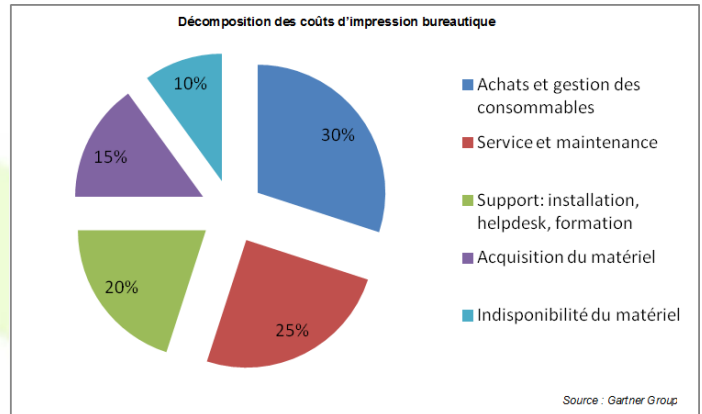
## Optimisation des dépenses d'impression bureautique

Par Fabrice Grière, Consultant achat senior chez Melioris

**Les coûts d'impression bureautique** (matériels, maintenance, consommables, papier) représentent en moyenne 5% à 8% des dépenses d'achats hors production d'une entreprise. Il s'agit donc d'un poste de dépenses non négligeable.

Les outils d'impression sont utilisés différemment d'un service à un autre et/ou d'un utilisateur à un autre. Les problématiques de gestion des solutions d'impressions sont donc nombreuses :

1. Selon les aspects techniques relatifs aux différents services (Informatique / Marketing / Achats / Logistique et autres)
2. Selon les besoins de chaque utilisateur : impression NB et/ou couleur / Format d'impression / scan to mail / brochures, fax etc.
3. Selon les critères de confidentialité (Services RH / Financiers / Direction Générale)
4. Selon les critères économiques de l'entreprise : coût des imprimantes / de la maintenance /des consommables.
5. Selon l'objectif de la politique d'impression de l'entreprise alliant l'optimisation des prix et le développement durable



**La démarche d'optimisation** des coûts doit commencer par un audit global, qui s'articule autour d'un inventaire machines et d'interviews auprès des utilisateurs pour comprendre comment sont générés les documents.

Une fois cet audit réalisé, **un document d'appel d'offres** peut être travaillé en prenant en compte tous les aspects mentionnés ci-dessous :

1. Les aspects techniques définis avec les utilisateurs et les services concernés :
  - a. Matériels, cadence d'impression, machines noir blanc et/ou couleur, options d'agrafage, de pliage ou de perforation
  - b. Partage des supports d'impression entre les utilisateurs/services: la mise en réseau
2. Les aspects d'organisation de l'environnement de travail :
  - a. Implantation géographique des matériels : importance de travailler sur le temps effectif passé par les collaborateurs pour aller chercher leurs documents imprimés.
  - b. Sécurité des documents : utilisation d'un identifiant personnel (code, badge ou empreinte digitale). La mise en commun des moyens n'est donc plus un souci !
3. Les aspects financiers : avantages et inconvénients de l'achat ou de la location et des durées d'investissements
4. Les aspects quantitatifs : volumes annuels d'impression/copie
5. Les aspects contractuels : définition d'un contrat cadre de maintenance : temps d'intervention sur site en cas de panne par exemple



L'appel d'offre envoyé à quelques fournisseurs pré-qualifiés va nous permettre d'identifier **un prestataire privilégié** où les sources d'économies vont venir de :

- ➔ L'optimisation des prix d'achats de matériels et de consommables. Standardisation des produits
- ➔ L'optimisation de l'organisation interne: regroupement des matériels autour d'un centre d'impression en lieu et place de matériels individuels optimise le prix de la copie ou de l'impression
- ➔ L'optimisation des coûts liés à la gestion du parc machines : moins de panne et maintenance informatique contrôlée

Par ailleurs, **plusieurs nouveaux développements** permettent également d'identifier des économies : la GED et l'externalisation :

1. Optimisation de tous les flux papier de l'entreprise en mettant en place une Gestion Electronique de Documents (GED). Cela permet une dématérialisation et un archivage de tous les documents d'une entreprise. La mise en place d'un tel système est dans la majorité des cas rentable à terme, mais nécessite un investissement important et un engagement fort dans le temps de la part de l'ensemble des équipes.
2. L'externalisation de tâches qui génèrent un grand nombre d'impressions comme la gestion d'envois de facture par exemple. L'intervention d'une entreprise externe spécialisée va permettre d'optimiser les coûts liés à ce type de travaux en utilisant des personnes dédiées qui utilisent des machines adéquates aux grosses productions.

Les projets d'optimisation d'achats permettent aux entreprises de faire des économies de l'ordre de 20% à 50%, et de contribuer à la préservation de l'environnement : réduire le nombre de consommables, maîtriser les volumes et convaincre les collaborateurs du bienfait de telles dispositions sont nos (et vos ?) objectifs de demain !

A votre disposition !

## Actualités

### Force du Franc Suisse et impact sur les achats

Par Arnaud Jobin, Responsable commercial chez Melioris

Largement commentée dans les médias depuis l'été passé, la force du Franc Suisse que nous connaissons a un impact direct sur le chiffre d'affaires, le carnet de commande et la rentabilité des entreprises exportatrices en zone Euro ou en zone Dollar US.

Comme conséquence, les marges opérationnelles se retrouvent sous pression. Une enquête menée par SWISSMEM indique qu'en octobre 2011, 36% de leurs entreprises membres ont enregistré des pertes et que 35% des entreprises s'attendent à une évolution négative des commandes en 2012 \*.

L'apport principal de Melioris est de générer des économies récurrentes sur les achats hors production de ses clients. De ce fait, nos services offrent une part de réponse à cette problématique. Les économies que nous réalisons pour nos clients allègent, dans une certaine mesure, la pression exercée par la force du franc sur leur résultat d'exploitation.

De plus, certains de nos clients nous lancent de nouveaux défis vis-à-vis de leurs achats : comment aller chercher des gains sur des achats (production et hors production) qui peuvent être achetés en zone Euro à des prix unitaires bien plus compétitifs ? Comment travailler au plus juste avec des fournisseurs nationaux sur des projets d'optimisations de produits ou de services venant de l'étranger ?

Notre performance achats s'exprimera sur le coût global proposé par les prestataires actuels, ou par de nouveaux fournisseurs où les contraintes logistiques et d'organisation interne propre à notre client devront être calculées au plus juste.

Dans cette période de franc fort, la performance des achats doit être à la hauteur des contraintes qui s'imposent aux sociétés basées en Suisse !



**Arnaud Jobin**

Responsable commercial

Contactez par [Email](#)

\*article du 14 nov 2011 'Situation tendue dans l'industrie MEM', Swissmem.ch

## Quelle différence faites-vous entre économies projetées et effectives ? Sur lesquelles vous rémunérez-vous ?

On parle d'économies « projetées » lorsqu'on « projette » les nouvelles conditions négociées sur les commandes à venir, généralement sur une période d'un an. On arrive ainsi à calculer les économies annuelles qui devraient être réalisées avec le nouvel accord, en se basant sur l'historique de commande ou sur le budget de l'année à venir.

Les économies « effectives » sont celles qui ont réellement été faites sur la période donnée. Il s'agit donc d'un calcul *a posteriori*. En analysant les factures fournisseurs de notre client sur l'année écoulée, nous arrivons ainsi précisément à calculer les économies effectivement réalisées.

Une évolution des volumes d'achats et une évolution du mix d'achat sur une période donnée sont les deux raisons principales pouvant engendrer chez notre client une différence entre les économies projetées et les économies effectives.

Dans le cadre de projets d'optimisation d'achats rémunérés au succès, la rémunération de Melioris se base sur les économies effectives ; il s'agit donc bien d'un partage du gain réellement atteint.

### **Melioris SA**

Route des Avouillons 14 – 1196 Gland – Suisse  
T : +41 22 995 01 60 F : +41 22 995 01 61

Cette newsletter est également disponible en  
langue allemande à l'adresse <http://www.melioris.ch/d/>

### **Melioris Einkaufsberatung AG**

Grabenstrasse 25 – 6340 Baar - Schweiz  
T : +41 41 760 92 92 F : +41 41 760 92 86

Dieser Newsletter finden sie ebenfalls auf Deutsch unter  
<http://www.melioris.ch/d/>