

Editorial

Nous souhaitons vous présenter deux intéressants aspects liés à la thématique achat à travers un cas pratique et un cas théorique.

Dans le cadre d'une démarche d'optimisation dans une structure multi-sites, le rôle de l'acheteur est d'analyser si une mutualisation de certains fournisseurs entre sites est pertinente et souhaitable, ou ne l'est pas. Ci-dessous, Frank Weber vous guide sur des pistes de réflexion.



L'étude de cas client ci-joint concerne Rüeger SA, une entreprise solidement ancrée dans le tissu économique vaudois.

A tous, nous souhaitons de bonnes fêtes de Pâques.

[Arnaud Jobin](#)

Responsable Commercial Romandie

Economies grâce aux synergies achats dans les groupes

Par [Frank Weber](#), consultant achat senior chez Melioris

Dans certains groupes, les filiales profitent fréquemment d'une grande autonomie, notamment en ce qui concerne leurs achats. D'un côté, ceci garanti une grande flexibilité, mais, de l'autre, implique de nombreux coûts additionnels voire superflus. Par exemple, les synergies induites par le regroupement des volumes entre filiales, ou celles basées sur une consolidation des relations avec les principaux fournisseurs à l'intérieur du groupe sont perdues. Certaines entreprises contournent cette problématique grâce à une gestion partiellement centralisée de leurs achats. La plus grande difficulté consiste à satisfaire les différents besoins des filiales, qui ne sont pas toujours conciliables entre elles. C'est pourquoi ce processus peut devenir fastidieux et nécessite une attention toute particulière.



Notre équipe expérimentée peut en grande partie vous décharger de ce travail. Nous nous adaptons aux besoins et aux spécificités de chaque filiale, menons des entretiens sur les aspects qualitatifs avec tous les clients internes et réalisons des cahiers des charges détaillés. Les informations recueillies sont finalement retravaillées en étroite collaboration avec vos équipes pour formaliser un cahier des charges central et complet. Lorsqu'une standardisation n'est ni possible ou ni même forcément souhaitée, un compromis idéal parvient alors à concilier la réduction du nombre de références et de fournisseurs avec un grand degré d'acceptation par l'équipe concernée.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : les synergies permettent de réaliser des économies sur le long terme, aussi bien en termes de prix d'achat que dans les processus d'approvisionnement.

Etude de cas : **RÜEGER**

RÜEGER SA située à Crissier près de Lausanne, est l'un des leaders



européens dans la mesure de température et pression de haute précision. Dès sa création à Lausanne en 1942, RÜEGER s'est spécialisée dans le développement et la fabrication d'instruments de mesure de la température, en particulier de capteurs de température électriques, de thermomètres bimétalliques et de thermomètres à pression de gaz.

Les objectifs de RÜEGER pour ces prochaines années sont clairs: affirmer et augmenter sa présence en tant que leader dans la mesure de la température et de la pression, ainsi que de développer de nouvelles technologies dans le contrôle de la température et des émissions de gaz à combustion dans les moteurs atmosphériques. Le site de Crissier va se développer en tant que centre de compétences à fortes technicités.

En début de cette année 2016, Melioris a présenté à la Direction Rüeger les résultats des économies effectivement réalisées à la suite de la mission d'optimisation et de la période de suivi de 2 ans.

L'occasion nous fut ainsi donnée de faire le point avec Monsieur Jean-Marc Rüeger, Directeur général de Rüeger SA sur sa satisfaction quant aux résultats et au déroulement de la mission.

Rüeger a bénéficié d'une réduction de 20.3% sur ses coûts de 14 catégories d'achat

Débutée en avril 2013, le périmètre de la mission confié à Melioris avoisine CHF 500'000.- et se répartit sur 14 catégories d'achat hors production. Comme souvent dans une entreprise industrielle tournée vers l'étranger, les 2 familles principales sont les dépenses logistiques et d'emballages.

« Il aurait été dommage de se priver de ces économies » acquiesce Jean-Marc Rüeger, « car pour une entreprise comme la nôtre, une réduction des coûts de 20% est significative ». « De plus, je trouve rassurant de savoir que nous bénéficions depuis 2 ans des meilleurs prix du marché sur tous ces achats indirects qui n'étaient pas notre priorité ».

« Il aurait été dommage de se priver de ces économies »

Jean-Marc Rüeger, Directeur général de Rüeger SA

« En tant que pilote de mission, j'ai eu loisir d'interagir avec les consultants Melioris. Grâce à leurs fortes connaissances des marchés, j'ai apprécié observer leur crédibilité envers les fournisseurs. Bien qu'il ne soit pas aisé de réconcilier des données qui leur arrivent sous différentes formes, leurs analyses sont précises et documentées, et les économies annoncées se sont vérifiées ».

« Bien que Rüeger soit une PME de taille raisonnable, Melioris nous a apporté la dimension d'être pris en compte par nos fournisseurs comme étant un plus grand client. »

Propos recueillis par [Arnaud Jobin](#)
Responsable commercial