

Région de Saverne / La page Économie

Lean Training : la chasse au gaspillage

Crise oblige, la chasse au gaspillage est dans l'air du temps. La société de conseil Lean Training, basée à Hochfelden, en a fait son credo depuis trois ans. Et affiche, aujourd'hui, un chiffre d'affaires de près de deux millions d'euros.

« Le lean c'est le BSP », assure Hubert Siegfriedt. Comprenez le bon sens paysan. « Avec de la discipline et de la rigueur », précise le directeur général de Lean Training.

Créée en 2006, cette société de conseil - basée à Hochfelden, en face de la mairie - vient en aide aux entreprises. Et contribue à booster leur performance. Avec un seul mot d'ordre : haro sur les gaspillages. « Prenez l'exemple d'un parfum. Le client est prêt à payer le contenu et le contenant. Tout le reste c'est du superflu (recherche, temps de transport...), explique Hubert Siegfriedt. Dans les meilleures usines du monde, un produit c'est 98 % de gaspillage, 2 % de valeur ajoutée. » Une chasse au gaspi qui s'inscrit dans l'air du temps. Avec un chiffre d'affaires de 1,8 millions d'euros en 2008, Lean training table sur deux millions d'euros

cette année. « Malgré un mois de mai catastrophique du fait des ponts. » Par ailleurs, si son directeur général reconnaît un « coup de frein » en novembre-décembre, il constate une reprise de son activité dès janvier. « Deux phénomènes se sont confondus : les entreprises cherchaient à trouver des moyens d'économie. Parallèlement, certaines d'entre elles ont utilisé les jours chômés pour former leur personnel au lean afin de préparer le redémarrage de l'activité. » Danone, LVMH, Henckel... Avec onze salariés - neuf conseillers et deux assistantes -, la société de conseil travaille aussi bien pour les petites entreprises que pour les grandes sociétés. Hubert Siegfriedt cite Danone, LVMH, Henckel... D'ailleurs, sa société a signé un contrat avec Danone baby nutrition, qui commercialise notamment la marque Bledina en France. Une collaboration de plus de 1 000 journées de conseil dans 21 usines et qui a démarré fin mai par l'usine tchèque (DNA du 26/05/09). Et si 75 % de son chiffre d'affaires est réalisé en France (20 %

en Alsace -Lorraine, comme Alsapan à Wasselonne), la société se déploie aussi à l'étranger. « Un marché qui monte en puissance. » Et a créé, en janvier 2008, une nouvelle antenne en Grande-Bretagne. Ses principaux clients (75 %) sont des industries de processus : pharmacie, agro-alimentaire, industries de luxe..., mais aussi, à moindre échelle, des industries d'assemblage. « Actuellement, nous sommes en train de nous diversifier vers les métiers de services, notamment les hôpitaux. D'ailleurs, nous avons déjà signé un premier contrat avec un établissement de Saint-Avold », annonce le directeur. « Il ne faut pas rester cantonné à un marché ciblé, mais avoir une large palette de sociétés de service. » Serait-ce la clef de la réussite ?

Toute une technique !

Selon Hubert Siegfriedt, le lean est de plus en plus plébiscité par les sociétés françaises. Une technique de gestion de production créée au Japon, par Toyota. En pratique, cette méthodologie se traduit par un diagnostic, des propositions et une mise en oeuvre. « En Europe, on n'a pas cette culture d'aller sur le terrain, si on veut résoudre un problème on fait une réunion. Nous, on se rend sur place. On voit ce qu'il faut parfaire. Et on améliore certains points avec les gens, dans une démarche participative », explique le directeur général de Lean Training. Car souvent « les responsables d'une société n'ont pas le recul suffisant pour analyser la situation ». Cette chasse au gaspillage passe par la surproduction ; le stock qui « crée une immobilisation des produits et nécessite souvent des hangars » ; le transport « nécessaire, mais qui ne sert à rien » ; les attentes ; les mouvements inutiles ; les processus ; la mauvaise qualité qui « engendre des déchets ». Aujourd'hui, la société de conseil s'oriente également vers l'ergonomie (étude de la relation entre

l'homme et son outil de travail) et l'ergométrie (étude du travail des muscles). Selon Hubert Siegfriedt, le lean s'utilise partout. « Même dans une cuisine. » Il sourit. « Ma femme me parle souvent des 5 S (trier, ranger, nettoyer, standardiser et suivre) à respecter. » Des règles de base visant à éliminer les pertes d'efficacité. D'ailleurs, la mise en oeuvre de ces outils demande « peu d'investissement financier et matériel. L'essentiel se résume à l'intervention d'un consultant et à la mobilisation de collaborateur au sein de l'entreprise ». Car d'après le directeur : « Quand on se lance dans le lean, il y a un début, après on est dans la continuité. C'est ainsi que nous travaillons depuis trois ans avec Givenchy. »

V.K.