

# Conception collaborative : repenser la relation donneurs d'ordres/fournisseurs

**Thésame, le Club des Dis, G.Scop et Grenoble I.A.E organisaient en janvier un séminaire entre donneurs d'ordres et fournisseurs sur le thème d'actualité de la Conception Collaborative. L'occasion de débats et de témoignages d'industriels autour de cette problématique aux enjeux stratégiques pour les entreprises françaises.**

**D**ans son introduction, Jean Breton, directeur associé de Thésame (réseau de ressources autour de la mécatronique) a souligné les nouveaux défis auxquels les entreprises européennes doivent répondre. Les produits se complexifient, la course aux prix et aux délais de développement est effrénée, enfin l'innovation s'inscrit désormais dans toute démarche industrielle au même titre que la qualité. Un contexte donc particulièrement favorable au développement d'un partenariat actif entre donneurs d'ordres et sous-traitants. Ce partenariat s'illustre plus particulièrement dans une démarche de conception collaborative, source de réduction des coûts de développement, mais aussi d'innovation notamment pour les PME aux moyens R&D limités. « La co-

conception n'est plus une alternative, c'est une obligation pour la pérennité de nos industries. »

Eric Rondolat, Executive Vice-Président de la division Power Business de Schneider Electric s'est exprimé sur l'importance de la fonction achat dans la performance industrielle. Schneider Electric achète pour 7 milliards d'euros auprès de 1200 fournisseurs !

« La relation donneurs d'ordres-sous-traitants comme on la pratiquait jusqu'à maintenant a atteint ses limites. Pour accroître notre performance, il faut trouver de nouveaux espaces de collaboration, notamment autour de la co-conception. La multiplication des technologies rend impossible leur complète maîtrise par une seule entité. Il s'agit

de trouver les bons partenaires, d'éviter d'investir pour acquérir des compétences inutiles, enfin de se recentrer sur son cœur de métier. Nos fournisseurs constituent une ressource trop souvent inexploitée. Il est possible d'œuvrer

ensemble pour gagner en productivité, partager les coûts de R&D, diminuer les temps de développement à travers une démarche de conception collaborative, mais également innover grâce à la complémentarité des expertises. Cette conception collaborative ne peut en plus que renforcer la qualité de nos produits, par l'intégration au plus tôt dans leur développement des informations et des exigences de qualité. Cependant, le co-développement nécessite une remise à plat de la relation



**Eric Rondolat, Executive Vice-Président de la division Power Business de Schneider Electric : « le co-développement nécessite une remise à plat de la relation entre donneurs d'ordres et fournisseurs. »**

entre donneurs d'ordres et fournisseurs. Il s'agit également de porter une attention particulière à la protection de la propriété intellectuelle de chaque contractant et à son cadre juridique. »

Yvan Cuesta, directeur des achats chez Numico (fabricant d'aliments pour bébé) identifie pour sa part cinq changements fondamentaux de notre monde : la globalisation des échanges, l'importance prise par la fonction achat, l'inflation notamment des matières premières, le transfert progressif du pouvoir de l'acheteur vers le fournisseur, enfin la disponibilité de l'information grâce au net. Face à cela, les entreprises doivent relever plusieurs challenges : soutenir leur croissance, innover,



*Beaucoup de monde pour ce symposium sur la conception collaborative.*

diminuer les temps de développement, et même être attractifs vis-à-vis de leurs fournisseurs.

« La relation entre donneurs d'ordres et fournisseurs est en pleine mutation. Perdre dans une démarche unilatérale de réduction

drastique des coûts est synonyme d'échec à court ou moyen terme. La chute de GM en est le meilleur exemple. Finalement, pour établir une relation constructive entre sous-traitants et fournisseurs, il faut prendre le temps d'établir un climat de confiance,

placer les bonnes personnes les unes en face des autres et conserver un contact avec les partenaires même en dehors de l'activité commerciale. La direction des achats de l'entreprise devient progressivement une direction des relations humaines... ».

