



Performance économique responsable

P A R I S - L Y O N - A T L A N T A - D Ü S S E L D O R F

Design to cost



Contact

Olivier Brongniart

Président

obrongniart@cost-house.com

Notre métier

Performance Economique



Cost House est spécialisé en Performance Économique. Trois leviers d'action pour nos clients : la maîtrise des coûts, la réduction des délais et la création de valeur.



Coûts



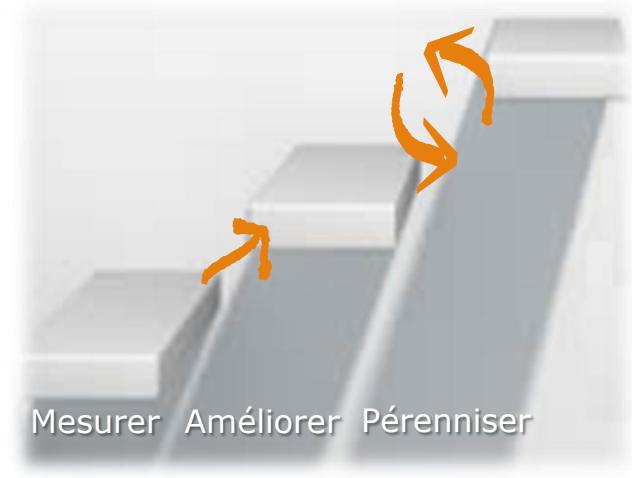
Délais



Valeur

Dépasser les approches classiques de réduction des coûts ...
... grâce aux trois marches de la performance économique

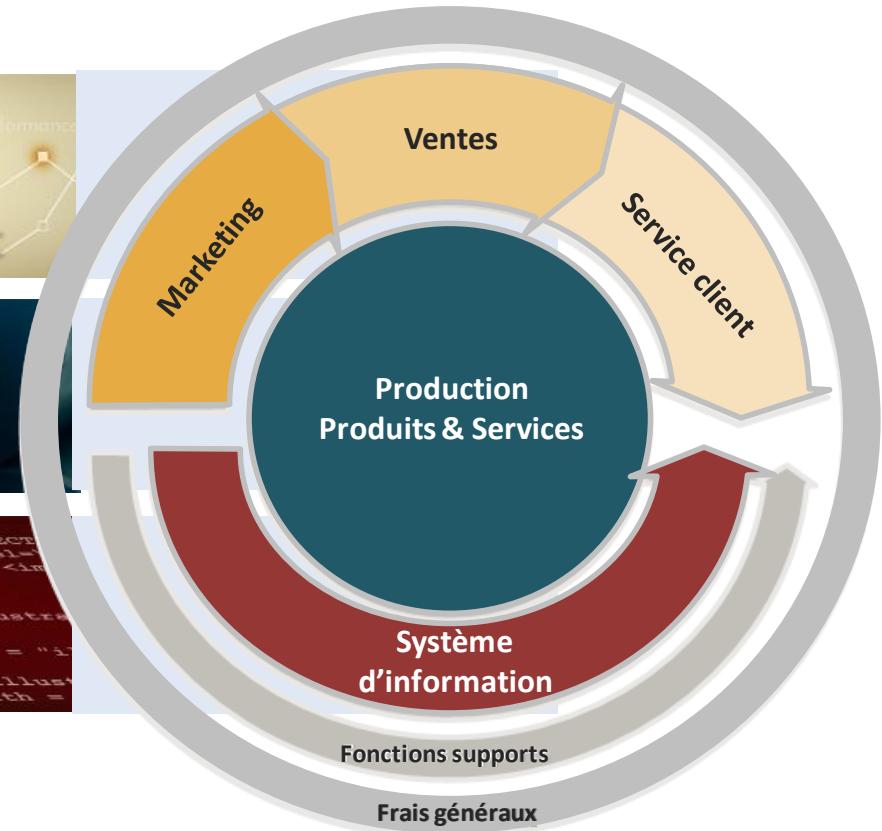
- Mesurer : Rapprocher le métier et l'économique
- Améliorer : Conduire des chantiers de compétitivité
- Pérenniser : Ancrer durablement les résultats et former les équipes



Nos domaines

Performance Economique

Le savoir faire développé par Cost House sur trois domaines d'intervention permet d'accompagner nos clients au cœur de leurs métiers :



L'équipe

Valeurs

Rigueur – Pragmatisme - Respect - Indépendance

Profils opérationnels

Les consultants ont rejoint le conseil après des expériences opérationnelles significatives dans des domaines d'activité variés

Diversité culturelle

Grâce à une politique de recrutement ouverte vers l'international, nous intervenons en **Français, Anglais, Allemand, Espagnol, Portugais et Russe.**

Doubles formations

Des formations variées et complémentaires : Grandes Ecoles d'Ingénieurs, Grandes Ecoles de Commerce, Executive MBA

Personnalités reconnues

Interventions en formation à l'Ecole Centrale Paris, à l'ESCP Europe, à la DFCG, à l'EM Lyon à l'INSA de Lyon et au Collège de Polytechnique.

L'équipe

Les associés



Olivier Brongniart
Président & co-fondateur



Igor Le Pivert
Associé
Domaine Compétitivité Produits & Process



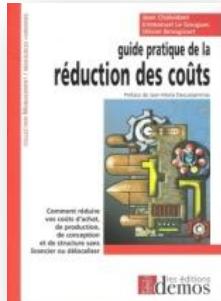
Joachim Treyer
Associé, directeur général
Domaine Performance Economique SI



Hubert Teste
Associé
Domaine Efficacité Chaîne de Valeur Client

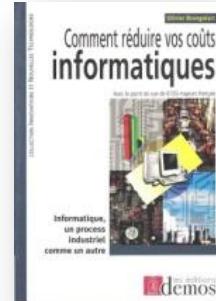


Publications



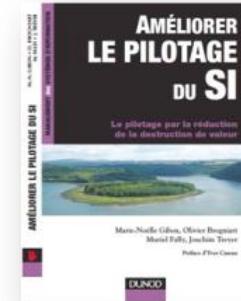
Guide Pratique de la réduction des coûts

Editions DEMOS – Sept. 2003



Comment réduire vos coûts informatiques

Editions DEMOS – Sept. 2004



Pilotage du SI par la destruction de valeur

Editions DUNOD – Janvier 2010



Modèle économique de la DSU pour un pilotage performant

Editions HERMES – Juin 2010

Nos clients

Performance Economique

Banque, Finance, Assurance & Protection sociale



Energie & Services



Grande consommation & Distribution



Nos clients

Performance Economique

Industrie manufacturière



GE Energy



Vaillant
Saunier Duval



SUPERIOR
ESSEX.



Alcatel-Lucent

DUNGS®
Combustion Controls



Plysorol
LE CONTREPLAQUE

SPERIAN



Carestream
HEALTH

ARDÈCHE
rhône-alpes



THALES

Serge Ferrari
COMPOSITE TEXTILES FOR LIGHTNESS

Desjoyaux
PISCINES

Industrie de process & Chimie

Ciments Calcia
Italcementi Group

CCB
Italcementi Group

Τσιμέντα Χάλυψ
Halyps Cement
Italcementi Group

NOVAPARB

NOVAPEX

Nos clients

Performance Economique

Tourisme, Transports & Logistique

amADEUS
Your technology partner

 **ACCOR**

FM LOGISTIC
made in satisfaction


UCPA


RATP


LA POSTE


telintrans
CRÉATEUR D'INFORMATION


SNCF

Télécom


Bouygues Telecom


SFR


**orange™
Tunisie**


**INEO Com
GDF SUEZ**


gemalto

Edition logicielle, Média & Communication


Le Particulier


Newzy.fr
UN BUSINESS D'AVANCE


GMSANTÉ
Global Média Santé


**Gaumont
DVD**


**SONY
PICTURES**

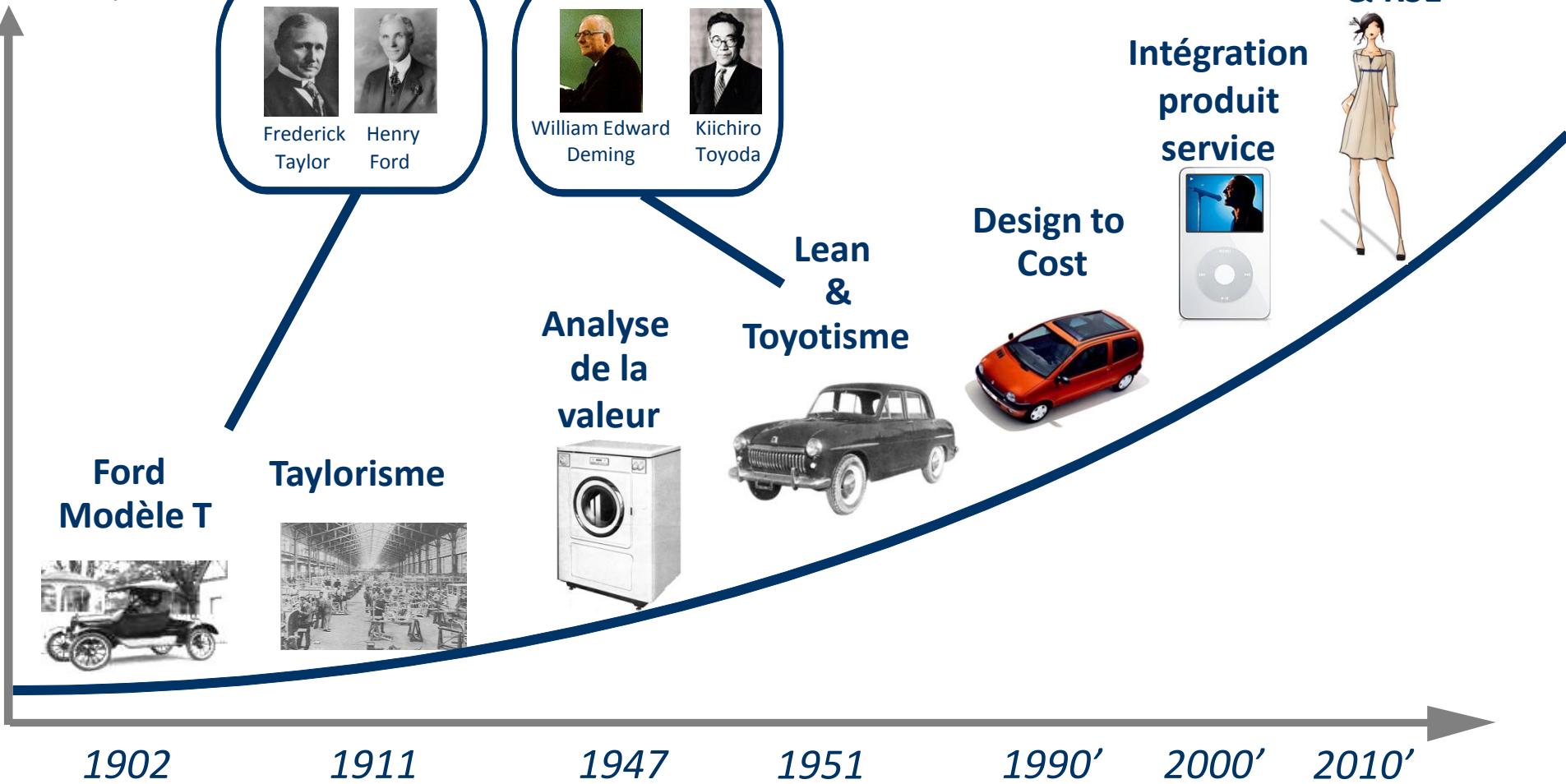

JCDecaux


xerox


Viveo

Historique des approches de compétitivité

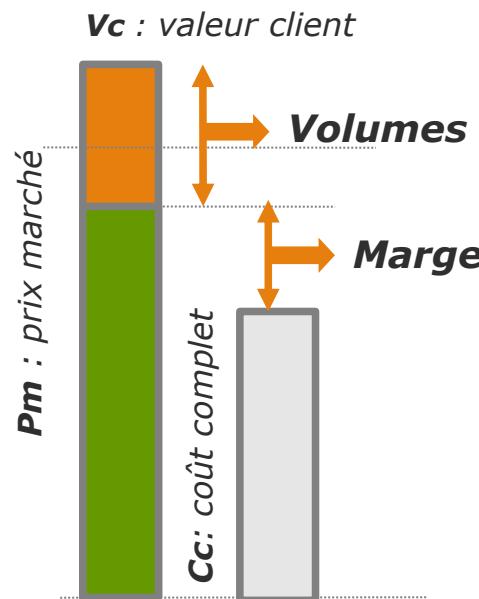
Performance
Économique



Performance économique d'un produit

Des fondamentaux qui restent inchangés....

- La performance économique d'un produit est un équilibre entre valeur & coûts.
Le positionnement prix induit ensuite la marge et les volumes :



Valeur



- *Marque*
- *Fonctions*
- *Prix*
- *Image produit & différenciation marketing*

Coûts



- *Coûts direct*
- *Coûts complets*
- *TCO (Total Cost of Ownership)*

Performance éco-socio responsable d'un produit

... de nouvelles dimensions à intégrer

- L'évaluation de la valeur produit mais aussi l'estimation puis la mesure des coûts doivent aujourd'hui intégrer de nouveaux paramètres :
 - Coûts énergétiques
 - Coûts matières premières
 - Coûts d'usage
 - Coûts de fin de vie
 - Risque environnemental
 - Ethique
 - Risque social
 - Image produit responsable
 - Sécurité & santé du consommateur ...



Performance éco-socio responsable d'un produit

Valeur



- *Marque*
- *Fonctions*
- *Prix (marge +/- new revenue)*
- *Image produit & différenciation marketing*



Corporate value



Consommation

Coûts



- *Coûts direct*
- *Coûts complets*
- *TCO (Total Cost of Ownership)*



Matières premières



Energie



Fin de vie

Au-delà de l'idéologie

Dimensions sociales & environnementales : de nouveaux leviers de compétitivité...

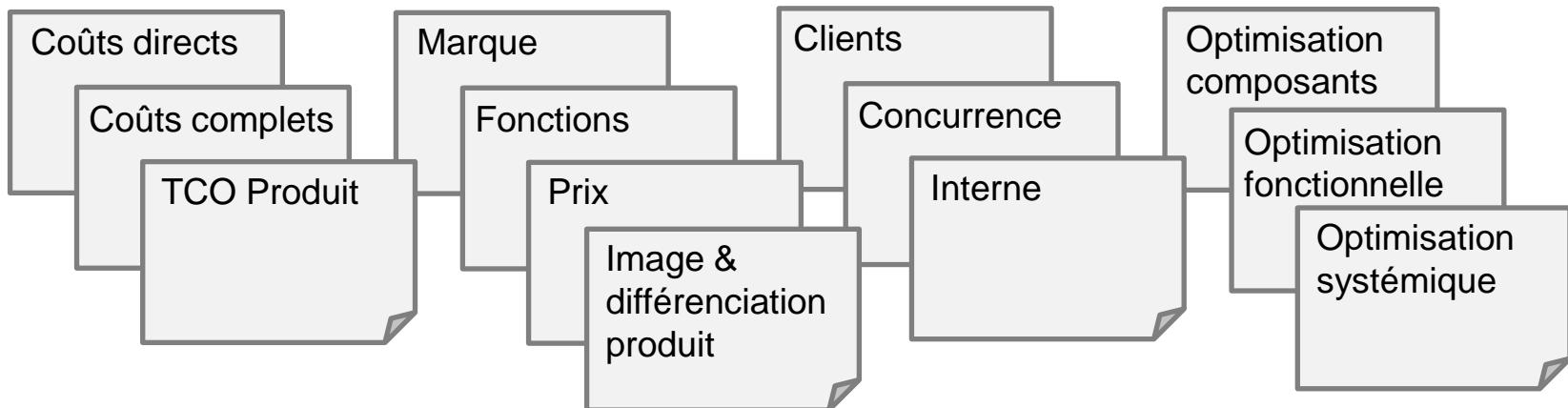
- Une intégration des dimensions sociales et environnementales dans le calcul des coûts et le modèle de valeur d'un produit, peuvent constituer de nouveaux leviers compétitifs :
 - *Anticipation des évolutions de structure de coût produit (ratio entre matière première et main d'œuvre)*
 - *Sécurisation du sourcing/ relocalisation activité*
 - *Optimisation des fonctions supports de l'entreprise (IT, logistique, relation client, communication)*
 - *Support à l'innovation (recherche nouvelles matières / procédés)*
 - *Anticipation réglementation & nouvelles charges fiscales ...*
- Il faut cependant rester conscient des limites des approches disponibles à ce jour (*ex : bases d'informations sur les consommations équivalent CO2 des process industriels, limites de modèles sur l'impact environnemental global, représentativité des certifications sociales...*)

L'éco-socio conception d'un nouveau produit au service de la performance économique responsable & durable de l'entreprise

Démarche méthodologique

Une approche structurée & optimisée...

- A chaque étape, le « *Coût* » et la « *Valeur* » doivent être mis en perspective selon trois dimensions :
 - *Economique - Environnemental - Social*



Référentiel coûts

Une cartographie précise des coûts directs et des enjeux RSE

■ Economique

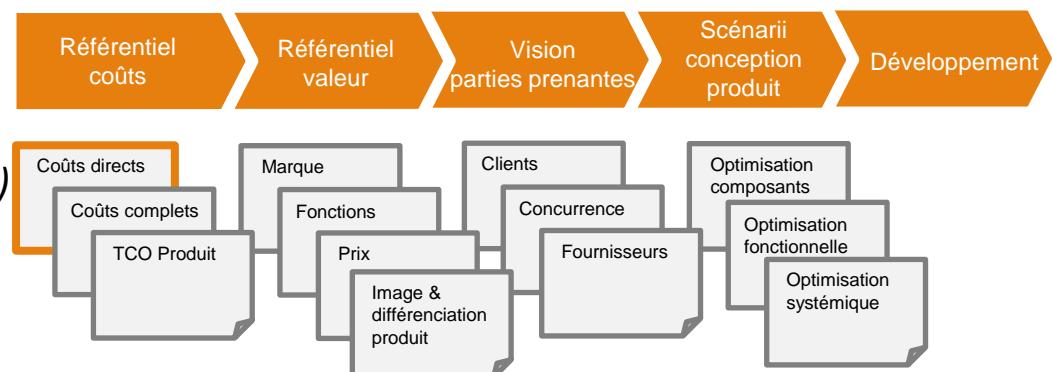
- *Analyse de la gamme de fabrication*
- *Analyse des nomenclatures*
- *Compréhension des structures de coûts, y compris sur les fournisseurs de rang 1 et 2*

■ Environnemental

- *Analyser les enjeux environnementaux*
- *Consommation matières premières engagées / nettes*
- *Evaluer des actions de réductions de l'impact environnemental processus (bonnes pratiques)*

■ Social

- *Analyser les enjeux sociaux*
- *Analyser les audits sociaux (conformité) (fournisseurs/ sous-traitants)*
- *Evaluer plan de progrès & Indicateurs*



Référentiel coûts

Des coûts complets pour visualiser les coûts de production

Economique

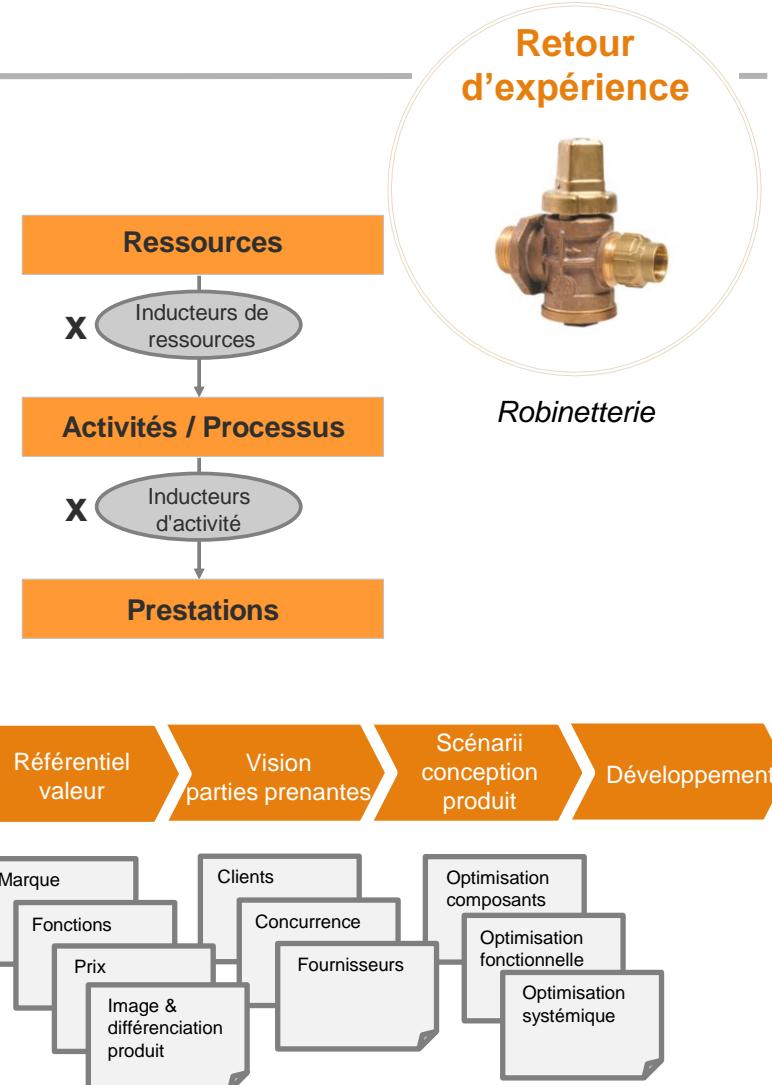
- Analyse de type « Activity Based Costing » des coûts indirects de production et des charges des fonctions supports & commerciales pour une juste allocation des indirects par ligne de produits & service et un calcul plus juste des contributions à la marge.
Possibilité d'arbitrage de type make or buy, sourcing

Environnemental

- Analyse par méthode ABCO₂
- Mesurer l'empreinte environnementale multicritères (CO₂, eau, déchets, biodiversité...)
- Identifier les pistes d'améliorations

Social

- Evaluer la maturité RSE (support / DOP)

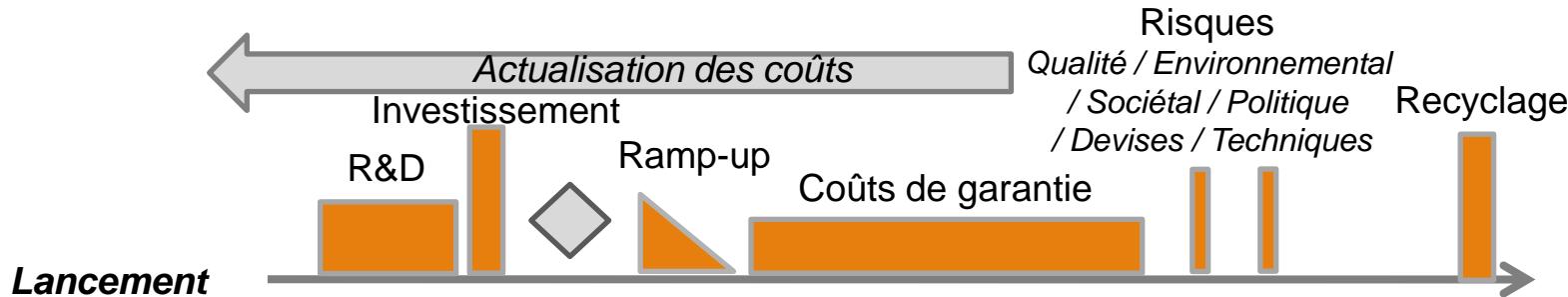


Référentiel coûts

Une approche TCO Produit, reflet réel du « cout responsable » (économique, social et environnemental) du produit

- Economique

- *Prise en compte des couts de l'ensemble du cycle de vie du produit :*



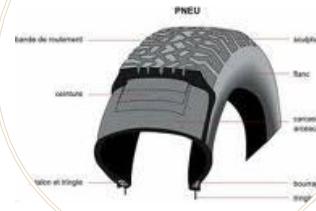
- Environnemental

- *Déclinaison CO₂, matières premières ...*

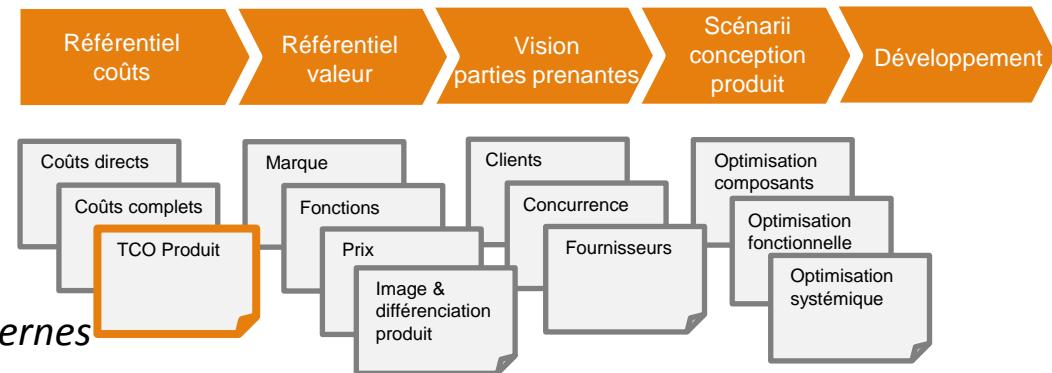
- Social

- *Evaluer la vision RSE 26000™*
 - *Cartographier les parties prenantes internes*

Retour d'expérience



Pneumatique



Référentiel valeur

La marque , création de valeur immatérielle ...

Economique

- *Valorisation (norme ISO-10-668) intégrant :*
 - *Price premium*
 - *Contribution au volumes / CA*
 - *Notoriété/ image/ réputation (% assisté/ spontané)*
 - *Economie de fonctionnalité*

Environnemental

- *Identifier les bonnes pratiques environnementales de la marque/ légitimité*
- *Eco-marketing mix 7P™*
- *Indicateurs de performance RSE*

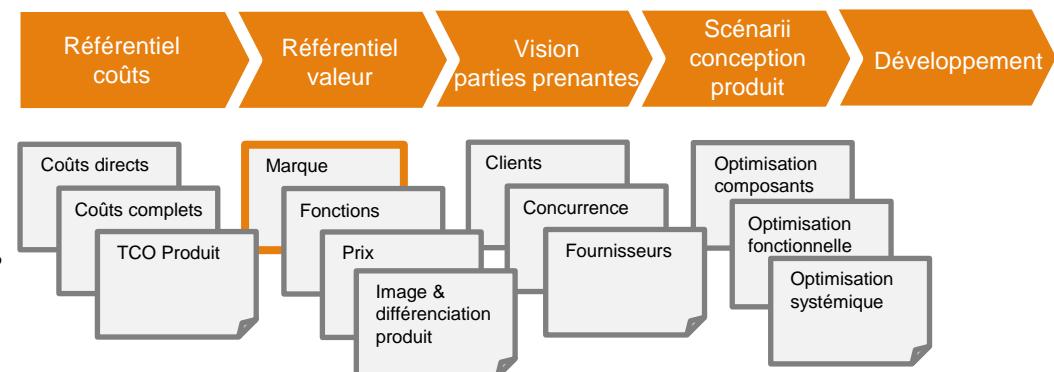
Social

- *Evaluer le capital humain de la marque*
- *Baromètre bien-être*

Retour
d'expérience



Agro-alimentaire



Référentiel valeur

De nouvelles fonctions pour augmenter la valeur perçue du produit par le consommateur....

■ Economique

- *Construction du référentiel fonctionnel du produit, en distinguant :*
 - *Les fonctions, qui apportent de la valeur au client*
 - *Les contraintes, qui sont imposées (réglementation, ...)*



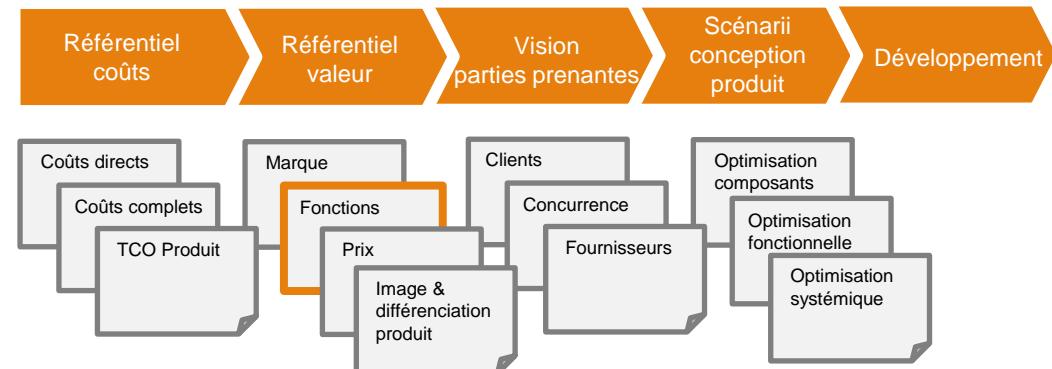
Automobile
Low Cost

■ Environnemental

- *Identifier les fonctions qui apportent des bénéfices environnementaux*
- *Arbitrer au regard des impacts sur l'environnement*

■ Social

- *Fonctions au service de la dimension sociale : sécurité, confort, bien-être...*

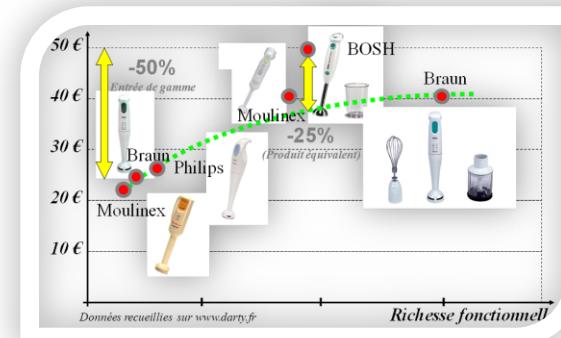


Référentiel valeur

Une approche méthodologique du « juste » prix ...

■ Economique

- *Positionnement prix d'un produit sur son marché*
- *Lien avec les autres critères de valeur :*
 - *Marque*
 - *Fonctionnalités / Performance*
 - *Image & différentiation*



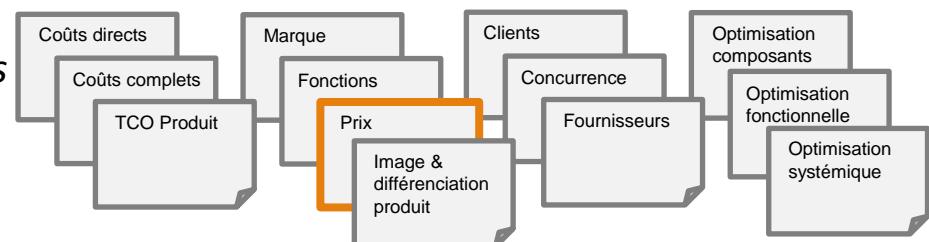
Petit électroménager

■ Environnemental

- *Pricing écologique*
- *Grille d'analyse multicritères/ mapping*

■ Social

- *Alternatives équitables MH & solidaires*
- *Offres dites « tarif social » (insertion/ social business)*

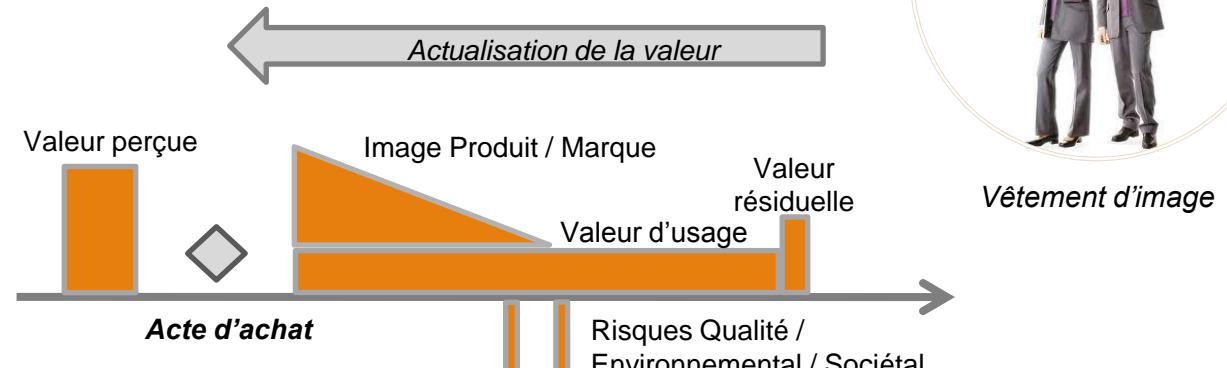


Référentiel valeur

Approche RSE, levier de création d'image/ réputation et de différenciation marketing

Economique

- *Analyse des couts du risque de réputation*
- *Calcul de la valeur ajoutée RSE du produit*

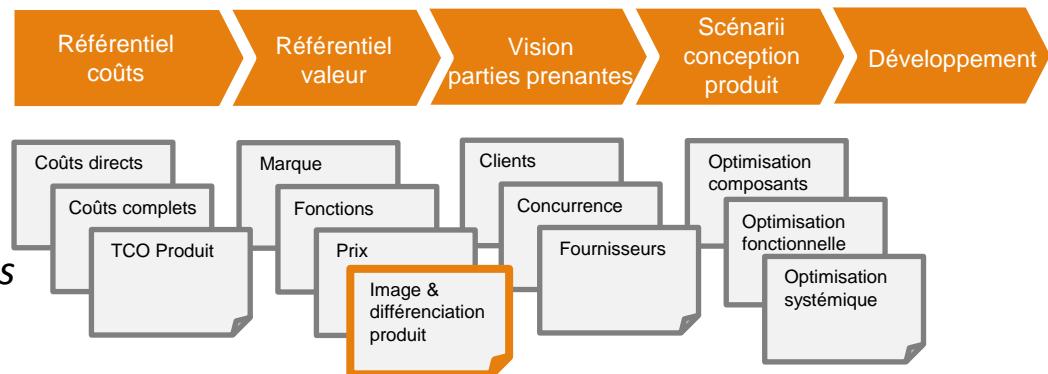


Environnemental

- *Valoriser la Green Added Value*
- *Focus sur expérimentations & success stories en cours*
- *Benchmark CSR sectoriel*

Social

- *Indicateurs de la performance RSE reliés au capital humain (mixité, diversité ...)*



Retour
d'expérience



Vêtement d'image

Visions externes

Echanges et travaux collaboratifs, co-production entre les parties prenantes internes et externes ...

- Economique

- Dépasser les études marketing générales, mettre en contact direct les équipes de développement et les clients.

- Environnemental

- Identification des bonnes pratiques sectorielles pour co-innovation
- Expérimentations avec les acteurs de la filière (partenaires stratégiques)
- Programme exclusif « cradle to cradle »

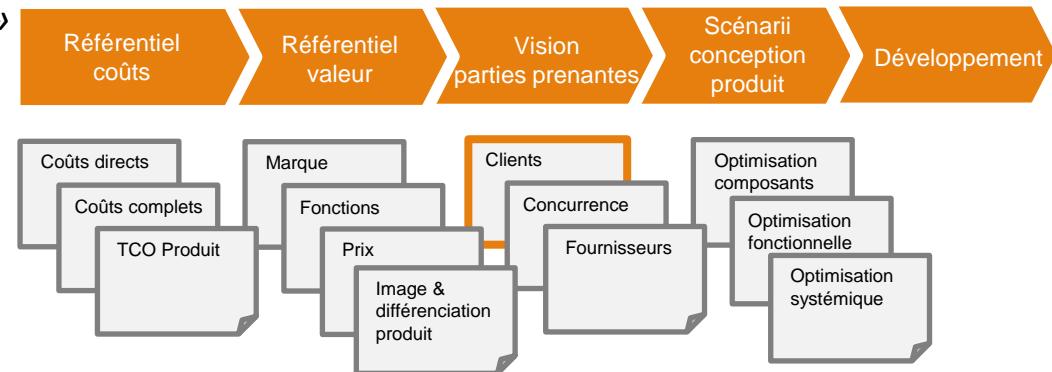
- Social

- Partage de vision / team building
- Mécénat de compétences

Retour
d'expérience



Motorisation grilles
magasins



Visions externes

Analyse quantitative des données internes & externes de la concurrence

Economique

- *Collecte multi-source : Collaborateurs, expositions, Produits concurrents, Fournisseurs, Maintenance, Clients, Transpositions autres domaines*
- *Analyse multicritères : géographiques, techniques, performance ...*
- *Animation et exploitation des pistes identifiées*

Environnemental

- *Benchmark environnemental*
- *Indicateurs & observatoire des bonnes pratiques*

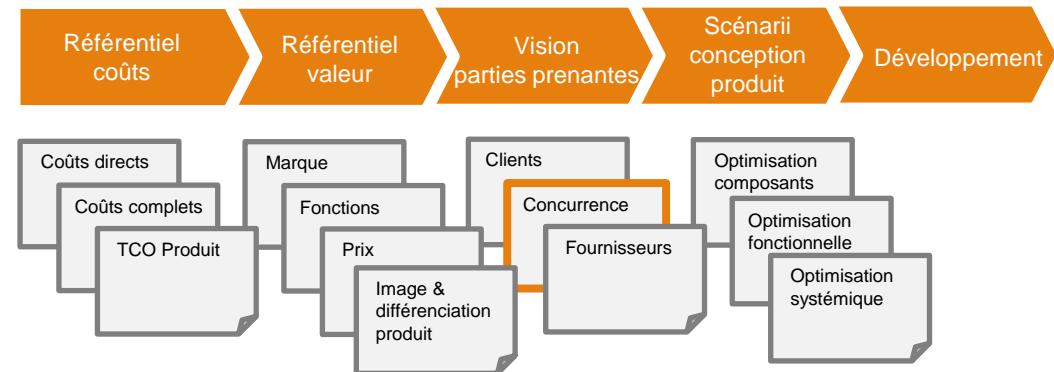
Social

- *Benchmark social & indicateurs*

Retour
d'expérience



Electroménager « blanc »



Visions externes

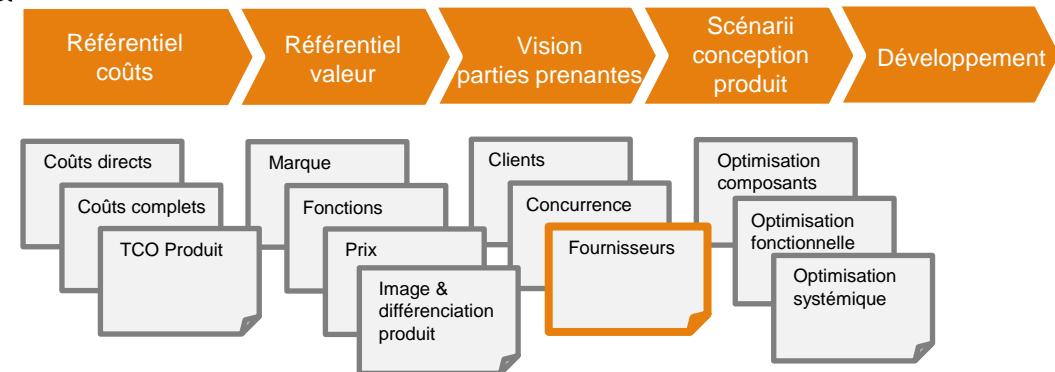
Une approche spécifique du panel fournisseurs et des sous-traitants stratégiques

- Economique
 - *Quantification des risques fournisseurs*
 - *Objectifs de réductions responsables des coûts*
- Environnemental
 - *Audits environnementaux/ formation*
 - *Actions d'évaluation, sensibilisation fournisseurs et plan de progrès «Achats durable & solidaires»*
 - *Programme de réduction des impacts & de compensation (finance carbone)*
- Social
 - *Audits sociaux (conformité)*
 - *Charte éthique/ code de bonne conduite/ adhésion label*
 - *Santé & sécurité du consommateur*

Retour
d'expérience



Convoyeurs logistique



Eco-socio conception produit

Optimisation des composants des critères RSE

Economique

- *Décomposition de coûts*
 - *Matière*
 - *Processus*
 - *Logistique*

Environnemental

- *Traçabilité géographique*
- *Energies alternatives, matières premières de substitution / recyclage*

Social

- *Chaîne de valeur ajoutée humaine*
- *Evaluation des collaborateurs (bilan de compétences)*
- *Adéquation avec fiche de postes*

Opérations de transformation		Production MCC Machine						Commentaire	
description	phase	unité	durée	Coût	taux	durée	Coût		
emballage	1	kg	0,0	28 660	14	23,0	1,0	286,8	0,0%
Assemblage à ensemble	3	kg	0,0	1 000	10	22,0	2,0	440,0	0,0%
Assemblage à pièce	4	kg	0,0	1 000	10	22,0	2,0	440,0	0,0%
assemblage produit	5	kg	0,0	1 000	10	23,0	1,6	303,0	0,0%
assemblage produit	6	kg	0,0	1 000	10	22,0	1,6	303,0	0,0%
assemblage produit	7	kg	0,0	1 000	10	23,0	1,6	303,0	0,0%
assemblage	8	kg	0,0	1 000	1	23,0	1,6	303,0	0,0%

Opérations de transformation spécifiques		Total VA spécifique						Commentaire
description	phase	Surface à traiter	Description	Coût	taux	durée	Coût	
traitement de surface	phase	Surface à traiter	Description	0,0	0,0%	0,0	0,0	description du item
Cette	2	pièce élémentaire	perçage et usinage 15 minutes	0,0	0,0%	0,0	0,0	

Matière première		Total VA spécifique						Commentaire
description	phase	# I produits	Matière primaire	Matière primaire	unité	taux	Coût	
9 230-JO	1	1	231,0	231,0	kg	35%	81,4	évaluation du système de candide chaude
PE	4	1	71,0	71,0	kg	4%	2,8	
descriptions matières							0,0	référence
9 330-JO	1	1	41,0	41,0	kg	0,1	4,1	

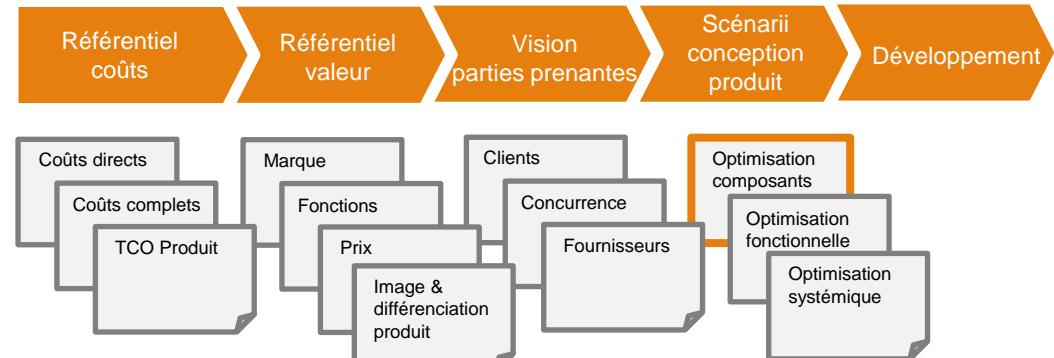
Composants		Total VA spécifique						Commentaire
description	phase	# I produits	Prix unitaire	Prix unitaire	unité	taux	Coût	
PC	1	1	0,5	0,5	kg	0,0	0,5	re standard
paliers filtres	5	2	0,5	0,5	kg	0,0	1,0	contraintes mécaniques filtres
repas	1	1	0,0	0,0	kg	0,0	0,0	évaluation des matériaux
capteurs	5	3	1,2	1,2	kg	AAA	3,6	Capteur optique (precision de calcul)

Coût complet		Total VA spécifique						Commentaire
description	phase	# I produits	Prix unitaire	Prix unitaire	unité	taux	Coût	
Cost direct de production							0,0	
Termes de coût complet produit							0,0	
Taux direct							0,0	
Coût indirect de production		4,8					18,0	Il faut ajouter les dépenses de COO affecté à l'ensemble des éléments productifs de site
Coût total de production							0,0	
Réserve							10%	
margin							20%	-10%
Coût complet produit							0,0	

Retour
d'expérience



Imagerie médicale



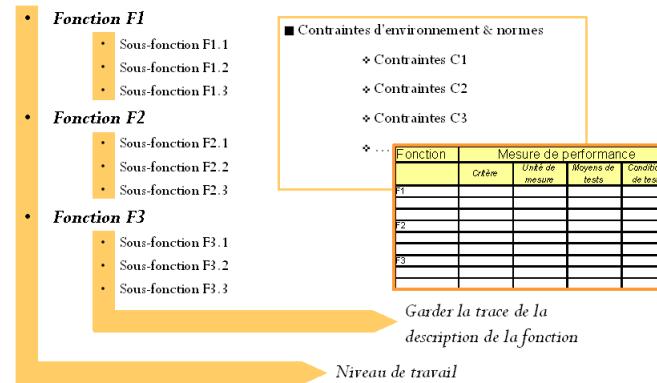
Eco-socio conception produit

Optimisation fonctionnelle

- Economique
 - *Ventilation fonctionnelle des coûts*
 - *Analyse de la valeur*

- Environnemental
 - *Intégration dans le modèle fonctionnel*

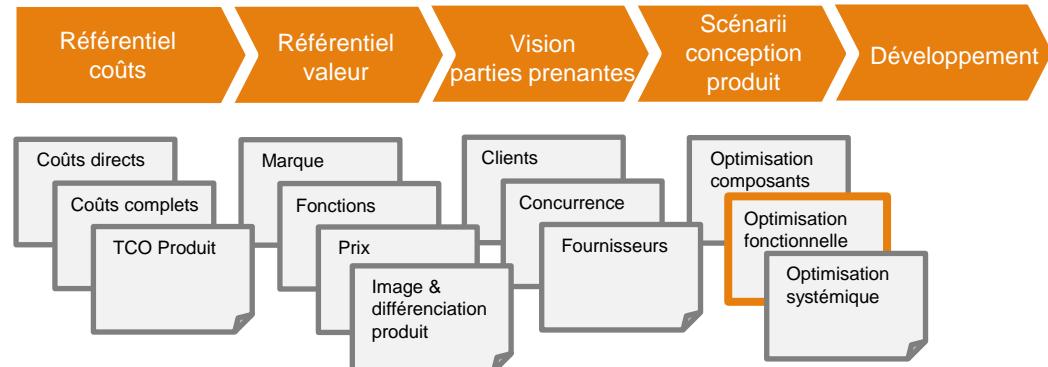
- Social
 - *Programme de gestion des carrières*
 - *Plan de mobilité des collaborateurs*
 - *Programme « Talent review for High potentials »*



Retour d'expérience



Thermique habitacle automobile



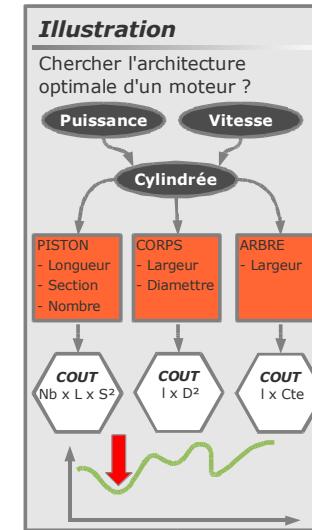
Eco-socio conception produit

Optimisation systémique

- Economique
 - *Décomposition en sous-système*
 - *Définition des inducteurs techniques*
 - *Modélisation numérique du modèle économique des sous-systèmes*
 - *Recherche de l'optimum global du système*

- Environnemental
 - *Impacts environnementaux*

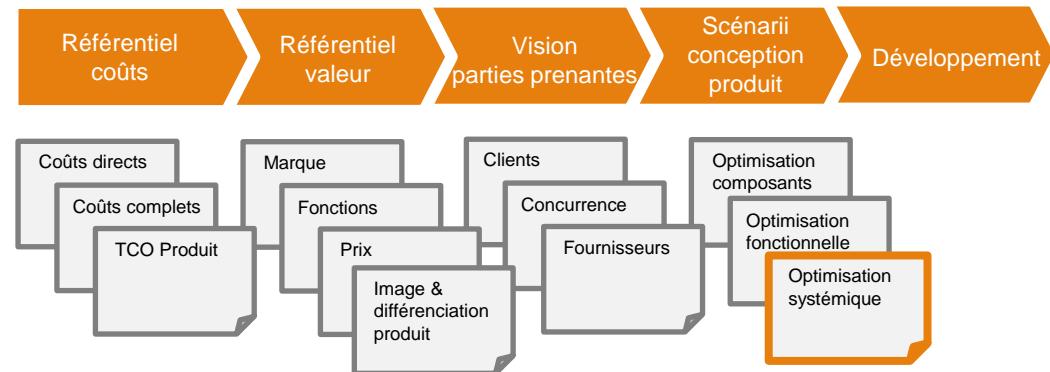
- Social
 - *Impacts sociaux*



Retour
d'expérience

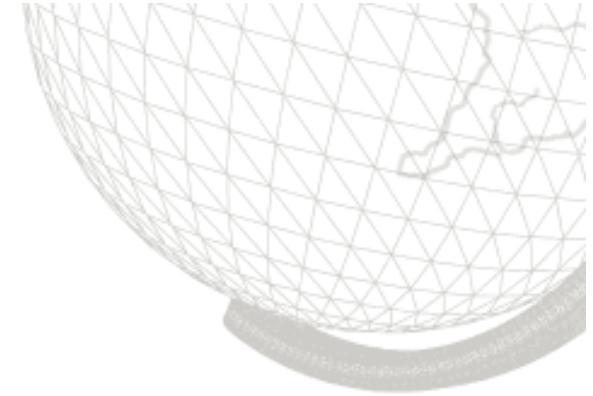


Moteur hydraulique



Contact

www.cost-house.com contact@cost-house.com



Siège

1, rue d'Uzès
F.75002 PARIS
Tel. : +33 1 46 94 66 28
Fax : +33 1 58 05 12 13

Bureau Lyon

Immeuble Le Bonnel
20 rue de la Villette
F.69328 LYON Cedex 3
Tel. : +33 4 26 68 50 46
Fax : +33 1 58 05 12 13