

Axiom Performance grandit à l'international

Soucieuse de renforcer sa présence à l'international, Axiom Performance vient de s'implanter en Tunisie. La société alsacienne de conseil en lean management, spécialisée dans l'agroalimentaire, le luxe et les industries de process, vise une croissance de 10 % par an.

Axiom Performance vient de franchir une nouvelle étape. Huit ans après sa création, la société alsacienne de conseil en lean management a entrepris d'exporter ses compétences. Elle vient tout juste « d'ouvrir une succursale en Tunisie », annonce Hubert Siegfriedt, son directeur commercial, avec une satisfaction non dissimulée. Et pour cause : cette jeune société a d'ores et déjà décroché « un premier gros contrat dans l'industrie pharmaceutique ».

Chasser les gaspillages pour améliorer les performances

« Notre objectif maintenant, c'est le marché nord-africain », précise M. Siegfriedt, convaincu que « l'Algérie et le Maroc sont des cibles potentielles ». Pas question cependant pour Axiom Performance de réduire son aire d'intervention à cette seule région du globe. L'entreprise strasbourgeoise a en effet aujourd'hui « de plus en plus de contrats à l'international », souligne le dirigeant. Ses six consultants seniors, appuyés par « un panel d'indépendants » et par deux assistants, interviennent un peu partout

tiers étant constitués par des grands groupes, indique le directeur commercial.

Les industriels ne sont pas les seuls à adopter cet outil de gestion. « Nous avons par exemple amélioré les processus administratifs dans une société d'assurance et réduit le temps d'attente aux urgences de 4 heures à une demi-heure dans un hôpital de la région ».

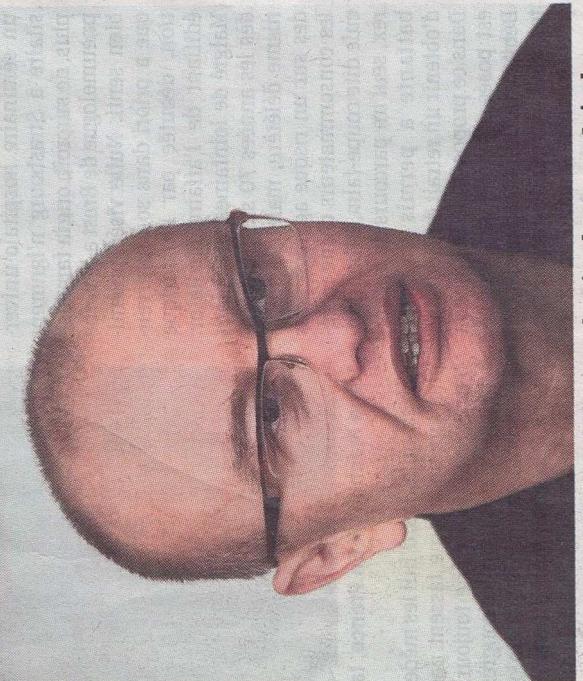
Axiom Performance peut s'appuyer aussi sur son département formation, Lean University, qui pèse à présent 20 % de son chiffre d'affaires. Et elle n'exclut pas, si sa succursale tunisienne monte en puissance, de prendre pied ailleurs. « Si ça marche, confirme M. Siegfriedt, nous pourrions envisager de nous installer en Asie du Sud-Est ». ■

ODILE WEISS

LES SALARIÉS AU CENTRE

PHOTO DNA - JEAN-CHRISTOPHE DORN

Axiom Performance n'exclut pas de s'implanter en Asie du Sud-Est, indique son directeur commercial Hubert Siegfriedt.



son métier au Japon, source du lean management, et qui a dirigé pendant plusieurs années l'institut Kaizen à Paris. Cette stratégie « nous a permis de nous faire un nom dans ces secteurs d'activité » et, accessoirement, de ne pas trop souffrir de la crise puisque « l'agroalimentaire, la pharmacie et l'industrie du luxe ont été relativement épargnés ». Peu importe où nous travaillons, les méthodologies sont toujours développées avec les hommes car ce sont eux qui trouvent les solutions », insiste le dirigeant. « Souvent, des clients nous font venir pour améliorer la qualité, les coûts et les délais. Nous leur proposons

dans l'agroalimentaire, le luxe et l'industrie de process », explique le « consultant en amélioration des performances » qui a appris

pour cette méthodologie qui permet de réduire les coûts de production et d'augmenter la productivité. Le chiffre d'affaires de l'entreprise a ainsi tutoyé les 2 millions d'euros.

L'an dernier, l'équipe revue quelque peu à la baisse a vu son volume d'activité reculer à 1,6 million d'euros. Mais cette tendance, estimée Hubert Siegfriedt, devrait s'inverser dès cette année. « Notre objectif est d'atteindre 1,7 million d'euros de chiffre d'affaires en 2014 » puis « de croître de 10 % par an », précise-t-il.

La société de conseil sait pouvoir compter sur une nouvelle clientèle, celle des PME-PMI, de plus en plus nombreuses à avoir recours au lean management. « Elles constituent aujourd'hui un tiers de nos clients », les deux autres

Hubert Siegfriedt est catégorique. Sauf à être dévoyé, « le lean management n'est pas un outil de destruction de l'emploi ». Bien utilisée, c'est-à-dire « en mettant l'humain au centre du dispositif », il permet au contraire « d'améliorer à la fois les performances et les conditions de travail », affirme-t-il. « Peu importe où nous travaillons, les méthodologies sont toujours développées avec les hommes car ce sont eux qui trouvent les solutions », insiste le dirigeant. « Souvent, des clients nous font venir pour améliorer la qualité, les coûts et les délais. Nous leur proposons

dans l'agroalimentaire, le luxe et l'environnement » du personnel. C'est, souligne-t-il, le seul moyen « de fédérer l'entreprise autour de ces outils » et donc de garantir le succès de la démarche.