

Guide des meilleures pratiques

La Synergie

Partager pour économiser



Conception



Production



Amélioration
Continue

Sommaire

La synergie inter-produits est une stratégie de réduction de coûts qui permet de maximiser les profits de l'entreprise en partageant des ressources, compétences et connaissances entre plusieurs produits. On retrouve des possibilités de synergie à plusieurs niveaux dans l'entreprise, par exemple l'utilisation de pièces communes, de matériaux communs, de processus de fabrication communs, d'équipements de fabrication communs, du partage des services d'emballage, de garantie, de réparation, etc. La synergie s'inscrit dans un contexte d'amélioration continue, où l'objectif est une réduction de coût par une meilleure utilisation des ressources.

Saviez-vous que... ?

Le mot « synergie » vient du grec *synergos* qui signifie « travailler ensemble ».

Description

Exemples de synergies

- Ligne de produits : collection de produits ayant des similitudes (technologie, segment de marché...) (figure 1)
- Plateforme de produits : Sous-ensemble commun à plusieurs produits de la ligne de produits. (ex. Plateforme CD2 de Ford-Mazda pour les modèles Mazda 6, Ford Fusion, Lincoln Zephyr, Mercury Milan, Mazda CX-9, Ford Edge et Lincoln MKX)
- Famille de produits : comme la ligne de produits, mais axée sur le processus de fabrication semblable (figure 2)

Équipe d'optimisation synergie

Dans le but d'implanter des opportunités de synergie dans l'entreprise, il est possible de former des équipes d'optimisation synergie. Formées de représentants des fonctions critiques de l'entreprise (marketing, conception, fabrication...), elles tentent d'identifier les possibles liens entre les produits, définissent les plateformes, innovent pour réduire le nombre d'équipements, etc.



Figure 1. Exemple de synergie de ligne de produits de Honda

UQAR

Chaire CRSNG-UQAR
en génie de la conception

Guide des meilleures pratiques



Conception



Production



Amélioration
Continue



Figure 2. Exemple de synergie de famille de produits

Pour en savoir plus

Belotti, J. (2005) *La synergie dans l'entreprise*, Hermes Science Publications

Davenport, T.H. et Norton, D.P. (2000) *The Strategy-Focused Organization*, McGraw-Hill
Ryerson Agency