

Petit clin d'œil sur un monde en mouvement,
Prenons conscience de ce mouvement qui s'accélère, des ruptures et des voies nouvelles.

La croissance ? La croissance par la consommation ? Peut-être !

Ce n'est pas du chiffre d'affaires qu'il nous faut, c'est de la marge !

Dans un contexte donné il y a, de façon classique, trois axes pour améliorer une marge contributive :

- La diminution des coûts,
- Une amélioration des prix,
- Un effet volume.

Mais il faut avoir conscience que dans un marché banalisé, la différenciation se fait par le prix, donc au détriment de la marge.

Si une baisse des prix est de nature à solvabiliser une demande et augmenter les volumes, à moyen terme cette baisse appauvrira tout le monde.....sauf un nouvel entrant.

Sur un marché désespérément stabilisé mais intégré dans un monde qui bouge, les recettes d'hier ne seront pas celles de demain.

Quand, sur notre territoire, nous perdons un emploi, combien sont créés en Asie, au Brésil ? Et ces emplois quels sont-ils ?

Les pays émergents ne fabriquent pas que des tee-shirts !

Des solutions

Aller ! Retrouvons de la valeur, des marges de manœuvre, pour cela commençons par rationaliser nos systèmes en profondeur.

Regardons autour de nous, changeons de couloir, **mutons** et re-connaissions les vrais besoins de nos clients ou de ceux qui pourraient le devenir.

Nos enfants ne sont plus ce que nous étions, nos clients ont donc, peut-être, aussi changé

Mais que recherchent-ils ?

Notre force est aussi dans le détail, dans la petite chose, dans la petite attention. L'innovation n'est pas pour les autres, elle est pour ceux qui sont actifs et curieux.

Assainissons nos bases, repensons notre chaîne de valeur interne pour retrouver un peu de jeunesse,

Osons !

Lettre d'actualité mai 2012
Jean-François LE MOAL