LEAN MANUFACTURING

Fiche outil

Définition

Le LEAN pour « **penser l'usine au plus juste** », est une vraie culture d'entreprise, basée sur une panoplie d'outils (ou boîte à outil) pour améliorer les flux, ne garder que les tâches à valeur ajoutée pour le client, en éradiquant toutes les sources de déchets et de gaspillage : la juste quantité au juste moment à chacune des étapes du flux, avec l'engagement juste nécessaire des ressources. Le LEAN a été développé par TOYOTA en 1950.

Pourquoi utiliser cet outil ?

Utiliser les outils du LEAN MANUFACTURING pour améliorer les résultats de l'entreprise sur les axes suivants : amélioration globale de l'entreprise, satisfaction du client, satisfaction des employés par une amélioration des conditions de travail. Le **LEAN** est empreint de **bon sens** et fait appel à la **force de l'équipe**, ses **résultats** sont **pérennes**, visibles mais demandent un **engagement de toute l'entreprise**.

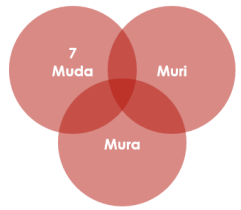
Illustration

Identifier la valeur perceptible par le client, concentrer l'énergie de l'entreprise pour l'amélioration des processus afin de tendre vers la perfection

➔ **Le LEAN : La création de valeur sans aucun gaspillage**

7 Muda (gâchis) :

1. Surproduction de produits, de données ou de documents
2. Temps d'attente
3. Transports et déplacement de dossiers, documents
4. Stocks inutiles de produits, de données, de dossiers ou de données
5. Processus de fabrication, opérations inutiles (copies multiples vérifications inutiles)
6. Mouvements inutiles (des personnes)
7. Pièces défectueuses, erreurs de traitement

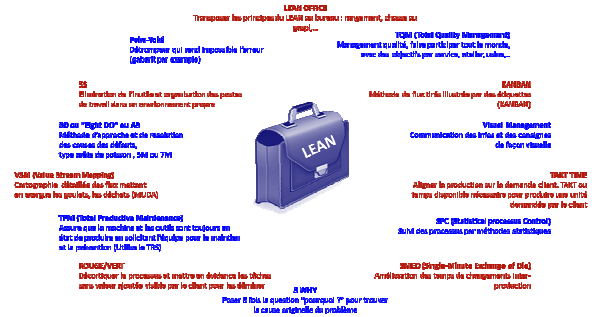


Muri (Excès)
Moyens surdimensionnés
Surcharge
Pénibilité
Stress

➔ Contribution au gaspillage
Energie / Santé /RH

Mura (Irrégularité, variabilité) :
Machines irrégulières, réglages différents
Pratiques RH différentes, variables d'une équipe à l'autre
Ecarts par rapport aux standards établis

La facilité : ne travailler que sur les MUDA....attention aussi aux MURI et aux MURA !



Méthodologie

L'esprit LEAN, en équipe :

1. •Spécifier ce qui fait de la valeur pour le client : réfléchir en position « client »
2. •Identifier les tâches sans valeur perceptible pour le client (outil VSM : Value Stream Mapping)
3. •Agir pour favoriser l'écoulement du flux
   •Chercher l'enchaînement optimal des opérations créatrices de valeur pour le client
4. •Tirer les flux : ne produire que si le client le demande
5. •Viser l'excellence opérationnelle
   •Mettre en place des outils d'amélioration continue

ALOER