

Dassault Systèmes cède aux attraits du monotsukuri

Le ‘

monotsukuri (ou « manufacture »), c'est l'art japonais de la conception et de la fabrication de produits. Pas étonnant donc que les innovations apportées par Dassault Systèmes dans ses applications de PLM (*Product Life Management* ou gestion du cycle de vie des produits) y trouvent un écho plutôt favorable. Pour Bernard Charles, directeur général de Dassault Systèmes, le PLM « consiste à numériser leur manière traditionnelle d'appréhender la conception, la production et la finalité des produits, le *monotsukuri* ». Cette approche industrielle permet de concevoir un objet dans un environnement collaboratif multi-utilisateurs en réseau, et d'en simuler le fonctionnement, la production, les moyens et le temps d'assemblage, l'usage, la maintenance, le démontage et le recyclage. « Le Japon est notre plus gros client sur les solutions numériques de gestion du cycle de vie des produits. C'est le pays le plus avancé dans ce domaine. La moitié de notre chiffre d'affaires sur les produits de gestion des systèmes de production est réalisé sur l'archipel ». « Grâce aux entreprises japonaises, qui ont une approche très pragmatique, centrée sur les besoins et usages des utilisateurs, on invente des produits et des façons de procéder qu'on n'imaginerait pas sans eux ». Et de citer quelques exemples emblématiques de l'effet PLM au pays du soleil levant. Ainsi, le constructeur automobile Toyota aurait réduit d'un tiers ses temps de développement des nouveaux véhicules. « Sans les outils Dassault Systèmes, Toyota ne parviendrait pas à réaliser son objectif d'automatiser l'intégralité des tâches réalisées sur ses lignes de production. C'est notre plus gros client au monde dans ce domaine et le plus rapide dans l'adoption de nouveaux processus, nouveaux moyens et nouveaux outils ». Idem pour l'électronique grand public : « On a commencé avec Sony sur les écrans plats et les téléphones portables. Chez Matsushita (Panasonic), on est en train de remplacer tous les outils de CAD. On prend le marché, et on y va, obsessionnellement ». Et Dassault Systèmes ne cache pas ses ambitions. « Nous serons numéro un mondial en parts de marché dans la fourniture d'outils de conception et d'intégration des produits d'électronique de loisirs, au plus tard en 2006. Notre angle d'attaque c'est l'Asie ».