

red'cost

Le 1^{er} Forum Exposition de la réduction et du contrôle des coûts

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 23 janvier 2008

Red'Cost PARIS

1er Forum-Exposition de la Réduction et du Contrôle des Coûts

16 et 17 septembre 2008

Paris Expo, Porte de Versailles, Hall 5.1

200 Modèles de réductions de coûts à appliquer, s'appuyant sur des cas réels

12 conférences plénières et thématiques

3.000 visiteurs

Red'Cost VOUS FAIT DEPENSER MIEUX ET MOINS

À la fois forum et salon professionnel, Red'Cost est la première manifestation française entièrement consacrée à la réduction et au contrôle des dépenses des entreprises. Créé par Media Salon et MLG Consulting, ce grand rassemblement se tient à Paris, mais également dans les grands bassins économiques de France, au plus près des décideurs en entreprise : Lille, Lyon, Strasbourg, Bordeaux, Toulouse, Nantes, etc. La première édition de Red'Cost Paris se tiendra les 16 et 17 septembre à Paris-Expo Porte de Versailles, dans le hall 5.1.

Une nécessité pour les managers en quête de performance

Comment trouver de nouvelles sources de rentabilité ? Y-a-t-il des méthodes pour dépenser moins et optimiser ses coûts ? La question est sur les lèvres de tous les dirigeants d'entreprise. Pour la première fois, un grand rendez-vous professionnel prend en compte cette problématique. « *Pourquoi les politiques de réduction de coûts sont-elles souvent anxiogènes dans l'entreprise ? Car les méthodes les plus fréquemment employées sont celles du rationnement et des restrictions.* » note David Puech, le Directeur de Red'Cost Paris. Les stratégies gagnantes associent désormais des collaborateurs de l'entreprise aux profils variés, capables d'apprécier les justes besoins, de modéliser les procédures d'approvisionnement, de conduire le changement et d'établir le reporting. Tous les départements sont ainsi mobilisés : direction générale, achats, administration et finances, services généraux, ressources humaines, logistique, risk management, direction commerciale, marketing, communication, etc. Toutes les entreprises sont aussi concernées : PME et grands comptes. Le marché a beaucoup évolué et les innovations de produits et de services amènent des réductions appréciables de coûts directs, apportent un meilleur contrôle des postes budgétaires et éliminent les coûts cachés.

Mais le panel des besoins des entreprises est si large qu'il est très compliqué de se tenir sans cesse au courant des meilleures pratiques dans tous les domaines. *« C'est simple, aujourd'hui, améliorer la performance de ses dépenses, c'est connaître les meilleures méthodes et les appliquer dans son entreprise, explique David Puech, Red'Cost répond à cette demande ».*

Une visite pratique pour une efficacité maximale

Concrètement, Red'Cost Paris offre à ses visiteurs 200 cas réels d'entreprise qui ont réduit significativement leurs coûts. Tous les postes de dépenses sont concernés : paie, formation, propriété, voyages d'affaires, flottes automobiles, informatique, téléphonie, télécommunications, reprographie, impression, transport, assurance, fournitures, immobilier, papier, achats de prestations, conseil..., Red'Cost aborde tous les postes et coûts fixes de l'entreprise à l'exception des achats industriels de production. Ces 200 cas réels sont présentés de façon pratique et interactive par les 120 partenaires-exposants dont les clients interviennent en qualité de témoin. Les présentations se déroulent sur différents ateliers au cœur de l'exposition et durent chacune 8 minutes selon un déroulé imposé : 1.diagnostic, 2.solutions mises en œuvre, 3.résultats. Elles peuvent donner lieu à des prolongements de discussions et d'échanges sur les stands. Parallèlement aux études de cas, Red'Cost offre donc l'opportunité aux visiteurs de rencontrer ces partenaires-exposants sur leurs stands et de découvrir en un minimum de temps un maximum de nouveautés produits et services. *« Nous nous engageons à ce que chaque visiteur reparte avec une mine d'idées pour améliorer ses coûts et tous les contacts de fournisseurs potentiels capables de les mettre en œuvre. »* assure l'organisateur.

Un dispositif gagnant

Red'Cost réunit à la fois les compétences de Media Salon, société spécialisée dans l'organisation d'événements à forte image (Mobile Office, SEVE) et de MLG Consulting, spécialiste de l'animation de conférences et de création de contenus professionnels à forte valeur ajoutée. Tout est prévu : un large plan média, un puissant dispositif de marketing direct, des théâtres-ateliers interactifs et conviviaux, un plateau-TV pour les conférences, des espaces de rencontres et de restauration, un site internet et un intranet pour chaque partenaire-exposant et chaque visiteur. Par exemple, lors de son inscription gratuite, chaque visiteur se verra proposer de fixer des rendez-vous avec les partenaires-exposants qui répondent à ses besoins. Autre particularité du salon, tous les stands sont livrés aménagés et packagés par l'organisateur. *« Le salon sera beau et convivial, mais pas ostentatoire, car la différence entre les exposants doit se faire sur le contenu. Par ailleurs, nous nous imposons également des procès de rationalisation des coûts, au service de l'efficacité, pour nos visiteurs et nos partenaires exposants. »* ajoute Stéphan Saraf, Directeur Général de Media Salon.

Un maximum d'animations

Toujours pour un maximum d'efficacité, le programme du salon est entre les mains de MLG Consulting. Marc-Lionel Gatto, son Pdg, réunit un comité d'orientation formé d'une vingtaine d'éminents représentants des différents secteurs exposés, d'utilisateurs, de journalistes et d'institutionnels. Le comité élabore les grandes orientations du salon, les thèmes d'actualité et de prospective. Tout au long de Red'Cost Paris, 12 conférences rassemblent des experts et des personnalités du monde économique autour de la réduction et du contrôle des coûts des entreprises. Également, tout au long de l'année, un jury composé de journalistes, d'étudiants en achat et en management et de leurs professeurs assiste aux études de cas et récompense les solutions les plus performantes, les plus novatrices et les plus originales. Enfin, et ce n'est pas le moindre attrait, Red'Cost crée le label « **Red'Cost Environnement** », apposé sur les stands de partenaires exposants dont les produits ou prestations sont clairement destinés à améliorer l'impact de leurs clients sur l'environnement et réduire les charges liées. Enjeu économique et sociétal majeur, la réduction du coût environnemental est à l'honneur sur Red'Cost.

Le nouveau rendez-vous de la performance

La première édition de Red'Cost Paris se tient les 16 et 17 septembre 2008 au Parc des Expositions de la Porte de Versailles à Paris. Plus de 3.000 visiteurs sont attendus. Red'Cost se tient également à Lille, Lyon, Strasbourg, Toulouse, Bordeaux et Nantes. Au total, Red'Cost accueillera 6.000 visiteurs, 200 partenaires exposants, organisera 48 conférences et présentera 500 modèles à suivre pour réduire ses coûts. Red'Cost réunit tous les décideurs impliqués dans la réduction des coûts cachés fonctionnels et opérationnels. Un rendez-vous gagnant pour réaliser des économies et optimiser les marges opérationnelles. *Red'Cost s'impose comme le 1er Forum Exposition de la Réduction et du Contrôle des Coûts.*

Informations complémentaires

Franck David - FD. COM

Tél : 01.43.41.65.59/ 06.71.11.75.94

E-mail : presse@communication.fr