

CONTRAT DE PROGRES

Filière ameublement bois en Lorraine

Programme d'actions pour l'année 2008

Pôle Lorrain Ameublement Bois

2 rue du 8 mai 1945

BP 8

88350 LIFFOL LE GRAND

VI - AXES PRINCIPAUX DU CONTRAT DE PROGRES **2006/2008**

Propositions et attentes des industriels

La filière ameublement connaît des crises structurelles :

- Marché confronté à la faiblesse de la demande interne
- Modification du comportement des acheteurs
- Concurrence importante des Pays de l'Est, de l'Italie,...

Les enjeux :

- Mettre en œuvre de nouveaux modes de penser et de faire
- Extension des activités à l'international
- Création de nouveaux produits, renouvellement de gamme, innovation
- Positionnement stratégique dans la filière, stratégie marketing et commerciale
- Optimisation des organisations en conséquence

Les actions à mener :

- Accompagnement à la participation aux salons (régionaux, nationaux, internationaux)
- Développement à l'export
- Création et accompagnement de réseaux d'entreprises
- Réalisation d'outils de promotion commerciale
- Communication, valorisation de l'image
- Appui au design, accompagnement à l'innovation

Par ailleurs, compte tenu des enjeux de la profession de l'ameublement, des différents contacts, des analyses de l'environnement, des attentes et besoins exprimés par les adhérents, et en cohérence avec l'Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement, nous vous proposons cinq axes principaux d'actions pour la prochaine convention du contrat de progrès janvier 2008 – décembre 2008.

PROGRAMME D' ACTIONS PROPOSE PAR LE PLAB

AXE I : DEVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE

Dans un environnement en pleine mutation, les entreprises de l'ameublement doivent chaque jour mieux comprendre leurs marchés pour affronter une concurrence plus intense.

Le PLAB se propose d'accompagner les dirigeants et autres personnels d'encadrement dans une démarche de réflexion et d'action par des modules spécifiques destinées à développer certaines compétences dans les différents domaines stratégiques de l'entreprise.

Objectifs :

1. Accompagner le chef d'entreprise dans sa réflexion stratégique
2. Apporter des méthodes et des outils pour optimiser les choix stratégiques
3. Créer une dynamique de rapprochement entre chefs d'entreprises

Formes d'actions :

- Comprendre, analyser le marché de l'ameublement et de son évolution
participation au colloque annuel de l'IPEA
atelier marketing de l'IPEA
- Analyser les tendances de consommation et de l'évolution sociétale :
accompagnement et adaptation de l'offre par l'utilisation de DOMOVISION et DOMOVISION Hôtellerie du VIA
- Avoir une démarche environnementale en y intégrant la notion de développement durable:
accompagner sur 3 ans la démarche de certification au label PEFC
- Assurer une veille commerciale et marketing (pour suivre les tendances et produits), technologique (pour suivre l'évolution des outils de production) :
accompagner les entreprises à visiter collectivement les salons internationaux de référence (Salone del mobile Milan, EuroShop de Düsseldorf, Xylexpo de Milan...)
- Proposer une formation à la carte en analyse financière
- Aider les entreprises à s'adapter à la mondialisation des échanges commerciaux :
proposer une formation à la carte (après test) de langue étrangère avec une priorité pour l'anglais

La mise en oeuvre de ces actions sera assurée par des prestataires externes. Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- collecte de l'information, choix des sujets abordés
- rédaction du cahier des charges
- choix et suivi des intervenants
- marketing et commercialisation des actions
- organisation, animation des réunions et restitutions
- préparation et collecte des indicateurs

Critères d'appréciation :

- Indicateurs quantitatifs : Nombre d'entreprises participantes, effectifs cumulés.
Objectif de participation de 56 entreprises.
- Indicateurs qualitatifs : Enquête de satisfaction des participants, compte-rendu d'appréciation des prestataires.
Une fiche d'évaluation par action sera développée.

Budget sur 3 ans :

Coûts externes : 238 000 € HT

Coûts internes : 42 000 € HT

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 66 300 € HT

Coûts internes : 22 750 € HT

AXE II : VALORISATION DES RESEAUX D'ENTREPRISES

Le secteur de l'ameublement n'a pas une pyramide des âges favorable et le manque d'intérêt général pour l'industrie de la jeunesse actuelle oblige les chefs d'entreprises à envisager d'externaliser une partie de leur production et/ou savoir-faire.

Par conséquent, la valorisation des réseaux et compétences constituent pour les entreprises un moyen efficace et pertinent permettant de compenser la faible attractivité de notre secteur en proposant notamment une communication sur leur compétence et leur savoir-faire par l'intermédiaire des différents outils de communication actuelle.

Objectifs :

1. Promouvoir les réseaux d'entreprises par compétence.
2. Créer une dynamique de rapprochement entre chefs d'entreprises.
3. Favoriser des groupements d'entreprises complémentaires.
4. Mutualiser les moyens : achats, production, communication, commercialisation.

Formes d'actions :

- création d'une plaquette de communication pour valoriser certaines professions (sous-traitants, acteurs de l'hôtellerie...) selon les différentes typologies de clientèles (prescripteurs, architectes, décorateurs, donneurs d'ordres, acheteurs, industriels, particuliers...)
- création du site internet portail du PLAB à vocation intranet et extranet pour valoriser les entreprises, les produits, et communiquer envers un public large tel que les prescripteurs, architectes, décorateurs, donneurs d'ordres, acheteurs, industriels, particuliers...
- continuer l'animation du réseau de mutualisation des achats entamée au cours de l'année 2007

La mise en oeuvre de ces actions sera assurée par des prestataires externes. Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- rédaction du cahier des charges
- choix et suivi des intervenants
- marketing et commercialisation des actions
- organisation, animation des réunions et manifestations
- préparation et collecte des indicateurs

Critères d'appréciation :

- Indicateurs quantitatifs : Nombre d'entreprises participantes, effectifs cumulés, nombre de plaquettes de communication créées et diffusées, nombre de visites du site internet, nombre de pages consultées

Objectif de participation de 100 entreprises.

- Indicateurs qualitatifs : Enquête de satisfaction des participants, visuel des outils de communication élaborés, compte-rendu d'appréciation des prestataires, durée de visite sur le site internet, utilisation des visites sur le site internet

Une fiche d'évaluation par action sera développée.

Budget sur 3 ans :

Coûts externes : 270 000 € HT

Coûts internes : 35 000 € HT

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 63 000€ HT

Coûts internes : 22 750€ HT

AXE III : DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DES ENTREPRISES

B to B : La baisse régulière de la part de budget des ménages dédié à l'ameublement sur le marché français, l'accélération de la concurrence mondiale, l'évolution des modes de consommation et de distribution et la paupérisation qui en résulte, obligent nos entreprises à accentuer leurs efforts à l'international. L'accompagnement au développement commercial sur le marché export a pour objectif d'accroître l'efficacité des actions engagées par les entreprises.

B to C : Attirer et capter directement l'acheteur est primordial pour les entreprises oeuvrant dans la vente en direct au consommateur final. Les entreprises ne disposent pas systématiquement d'un point de vente géographique bien situé et cherchent l'opportunité de toucher le plus grand nombre de clients potentiels lors de participation à des foires régionales. L'accompagnement au développement commercial sur le marché intérieur a pour objectif d'inciter les entreprises à doper leurs activités commerciales.

ACTION 3-1 : Accompagnement à l'export

Objectifs :

1. Inciter et soutenir une offre lorraine sur les marchés internationaux
2. Permettre l'accès à de nouveaux débouchés commerciaux : salons professionnels, missions de prospection
3. Promouvoir l'offre lorraine de l'ameublement et de la décoration

Formes d'actions :

- Participation à des salons internationaux ou à vocation internationale (Moscou, Cologne, Valence...)
- Valorisation des savoir-faire régionaux avec produits connexes, notamment de l'aménagement et de la décoration (arts de la table, émaux, faïencerie, verrerie...).

Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- marketing et commercialisation de l'action
- mise en relation entre acheteurs potentiels et fabricants
- organisation, animation, visite et/ou présence sur salons
- préparation et collecte des indicateurs

Critères d'appréciation :

- Indicateurs quantitatifs : Nombre d'entreprises participantes, effectifs cumulés, nombre de manifestations concernées, évolution du chiffre d'affaires export d'année en année
Objectif de participation de 8 entreprises.
- Indicateurs qualitatifs : Enquête de satisfaction des participants, chiffre d'affaires généré sur les salons + chiffre d'affaires induit (période de 12 mois, évolution triennale du CA export),
Une fiche d'évaluation par action sera développée.

Budget sur 3 ans :

Coûts externes : 525 000 € HT (principalement les coûts des salons concernés)

Coûts internes : 225 000 € HT (principalement recrutement d'un cadre commercial export)

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 123 800 € HT

Coûts internes : 68 650 € HT (dont 55 000 € de coût d'un cadre commercial export)

ACTION 3-2 : Accompagnement sur les marchés intérieurs

Objectifs :

1. Développer et pérenniser une offre lorraine large sur le marché français
2. Permettre l'accès à de nouveaux débouchés commerciaux : foires grand public (foire de Metz , de Nancy...)
3. Promouvoir les productions lorraines et les savoir-faire régionaux, notamment l'aménagement et de la décoration (arts de la table, émaux, faïencerie, verrerie...)

Formes d'actions :

- Participation à des foires régionales à vocation de vente directe aux consommateurs
- Actions de promotion des savoir-faire régionaux pour les TPE
- Valorisation des savoir-faire régionaux, y compris les produits connexes.

Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- marketing et commercialisation de l'action
- mise en relation entre acheteurs potentiels et fabricants
- organisation, animation, visite et/ou présence sur salons
- préparation et collecte des indicateurs

Critères d'appréciation :

- Indicateurs quantitatifs : Nombre d'entreprises participantes, effectifs cumulés, nombre de foires concernées

Objectif de participation de 20 entreprises.

- Indicateurs qualitatifs : Enquête de satisfaction des participants, chiffre d'affaires généré sur les foires, proportion du chiffre d'affaires généré par rapport au chiffre d'affaires annuel

Une fiche d'évaluation par action sera développée.

Budget sur 3 ans :

Coûts externes : 157 000 € HT

Coûts internes : 22 000 € HT

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 153 900 € HT

Coûts internes : 13 650 € HT

AXE IV : MARKETING ET CREATION VERS DES NOUVEAUX PRODUITS ET MARCHES

Afin de développer une compétitivité durable, les entreprises doivent s'orienter vers la conception et la réalisation de produits nouveaux permettant de se différencier de la concurrence, notamment émanant des pays à faible coût de main d'oeuvre.

Basé sur une approche des besoins des différents segments de marché, l'accompagnement à la caractérisation de ces produits se situe en amont des prestations réalisées par des organismes techniques.

Objectifs :

1. Favoriser la création de produits correspondant aux nouvelles demandes des marchés

2. Valoriser la création et le marketing sur une opération à thème « les seniors, l'hôtellerie, le luxe... » avec le recours de designers.
3. Développer et créer des partenariats avec le pôle fibre, le CRITT bois, les designers
4. Développer l'approche marketing et l'action commerciale sur les nouveaux produits

Forme d'actions :

- Développer et favoriser la création de binômes entre designers et entreprises de l'ameublement, avec possibilité d'un partenariat avec le VIA.
- Recourir aux potentiels créatifs des designers, du Pôle Fibres, du CRITT bois et d'autres prestataires spécialisés.
- Développer la capacité et la réactivité des entreprises face aux évolutions des marchés, en partenariat avec l'IPEA.

Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- recherche des designers et mise en relation avec les partenaires techniques compétents.
- organiser et suivre les partenariats.
- marketing, commercialisation de l'action.
- animation d'informations collectives.
- préparation et collecte des indicateurs

Critères d'appréciation :

- Indicateurs quantitatifs : Nombre d'entreprises participantes, nombre de projets développés (mono produit ou gamme complète) par entreprise.
Objectif de participation de 9 entreprises.
- Indicateurs qualitatifs : Outils marketing utilisés, chiffre d'affaires généré sur les nouvelles gammes produites (période de 36 mois)
Une fiche d'évaluation par action sera développée.

Budget sur 3 ans :

Coûts externes : 250 000 € HT

Coûts internes : 30 000 € HT

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 120 000 € HT

Coûts internes : 9 100 € HT

V : LES SERVICES PLAB

Ces prestations sont disponibles pour tous les adhérents du PLAB, et ne sont pas directement liées à une action collective définie. Toutefois, les résultats ou informations obtenus peuvent être utilisés dans le cadre des actions précédemment citées.

ACTION 5-1 : Veille sectorielle, commerciale et technologique

Objectifs :

1. Permettre une meilleure réflexion stratégique en terme de marchés, de produits et d'évolutions techniques
2. Proposer aux dirigeants une base documentaire sectorielle nécessaire pour analyser leur environnement, en mutation rapide
3. Assurer une démarche de sensibilisation sur des thématiques réglementaires

Forme d'actions :

- Achat et restitution d'études de marchés, sectorielles

- Constitution de bases de données marchés / produits / techniques
- Constitution d'une base documentaire de type « bibliothèque »
- Séminaires d'informations techniques / administratives / commerciales

Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- organisation, animation des réunions et manifestations
- marketing, commercialisation de l'action.

ACTION 5-2 : Etude prospective sur les tendances de la filière ameublement

Objectifs : Néant

Forme d'actions : Néant

ACTION 5-3 : Communications internes et externes

Objectifs :

1. Assurer la gestion et la maintenance du site internet du PLAB
2. Organiser la communication vers les entreprises sur les actions proposées et réalisées par le PLAB.
3. Diffuser la communication vers les institutionnels, les prescripteurs, le grand public.
4. Communiquer des informations susceptibles de favoriser la transmission d'entreprise

Forme d'actions :

- Rédiger une e-newsletter (ou INFO PLAB) d'information et de promotion des actions menées par le PLAB et les différents partenaires régionaux (GIPEBLOR, Pôle Fibre, CCI, CRITT, ADEME...)
- Communiquer les résultats des actions conduites par le PLAB sur le site internet

Le PLAB assumera les fonctions suivantes :

- portage de projet administratif et financier
- réalisation de la rédaction des documents
- gestion et mise à jour du site internet
- concertation et participation aux échanges avec les partenaires régionaux
- marketing, commercialisation de l'action.

ACTION 5-4 : Réalisation d'un audit qualitatif et quantitatif en fin de contrat

Cet audit, effectué par un prestataire externe, aura pour objectif de caractériser l'action du PLAB sur les 3 années du programme.

Objectifs : Néant

Forme d'actions : Néant

Budget sur 3 ans de axe 5 total:

Coûts externes : 128 000 € HT

Coûts internes : 148 000 € HT

Budget de la deuxième année :

Coûts externes : 17 000 € HT

Coûts internes : 9 100 € HT

Budget de l'opération (3 ans)

	Coûts externes k€	Coûts internes k€	Total k€
	HT		
Axe1 : DEVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE	238	42	280
Axe 2 : VALORISATION DES RESEAUX D'ENTREPRISES	270	35	305
Axe 3 : DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DES ENTREPRISES	682	247	929
3-1 : Accompagnement à l'export	525	225	750
3-2 : Accompagnement sur les marchés intérieurs	157	22	179
Axe 4 : MARKETING ET CREATION VERS DES NOUVEAUX PRODUITS/ MARCHES	250	30	280
SERVICES PLAB	128	148	276
5-1 Veille sectorielle, commerciale et technologique	15		
5-2 Etude prospective sur les tendances de la filière « ameublement »	40		
5-3 Communications internes et externes	38		
5-4 Réalisation d'un audit qualitatif et quantitatif en fin de contrat	35		
Budget total	1568	502	2070

Budget 2008 (1 an)

	Coûts externes k€	Coûts internes k€	Total k€
HT			
Axe1 : DEVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE	66,3	22,75	89,05
Axe 2 : VALORISATION DES RESEAUX D'ENTREPRISES	63	22,75	85,75
Axe 3 : DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DES ENTREPRISES	277,7	82,3	360
3-1 : Accompagnement à l'export *	123,8	68,65	192,45
3-2 : Accompagnement sur les marchés intérieurs	153,9	13,65	167,55
Axe 4 : MARKETING ET CREATION VERS DES NOUVEAUX PRODUITS/ MARCHES	120	9,1	129,1
SERVICES PLAB	17	9,1	26,1
5-1 Veille sectorielle, commerciale et technologique			
5-2 Etude prospective sur les tendances de la filière « ameublement »			
5-3 Communications internes et externes			
5-4 Réalisation d'un audit qualitatif et quantitatif en fin de contrat	-	-	
Budget total	544	146	690

* dont 55 000 € de coût d'un cadre commercial export