

# Cas : Bois et Dérivés de Montbéliard

## **Document I - L'entreprise**

### **➤ Historique de l'entreprise**

Créée le 1er Mars 1998, l'entreprise bénéficie de 13 années d'expérience dans le domaine du négoce de bois bruts et dérivés. D'abord au service des professionnels, BDM (Bois et Dérivés de Montbéliard) s'ouvre au marché du particulier en 2003. Pour faciliter la vente et le choix des clients, 700m<sup>2</sup> d'exposition (Show room) sont mis à la disposition des professionnels et des particuliers.

L'entreprise dispose aujourd'hui d'un parc de stockage de bois de 19 000 m<sup>2</sup> qui comprend 5 000 m<sup>2</sup> de stock permanent et 14 000 m<sup>2</sup> de hangars fermés où sont stockés les produits à préserver des intempéries. De plus, de par la grande diversité des produits et l'évolution de son activité en phase avec le marché, l'entreprise compte aujourd'hui près de 42 salariés.

### **➤ Situation géographique**

L'entreprise « Bois et Dérivés de Montbéliard » est située dans la région de Franche-Comté, dans le Doubs près de Montbéliard qui est un secteur fortement peuplé. Implantée en pleine zone industrielle, la société bénéficie d'une implantation géographique favorable à son développement. Voir carte jointe page suivante.

Bois et Dérivés de Montbéliard  
Z.I de la Frachère  
25420 Montbéliard

### **➤ Présentation de l'entreprise**

Statut juridique : « BDM » est une SA (Société Anonyme) à conseil d'administration au capital de 100 000 euros. Le dirigeant est M. DUBOIS, le directeur M. DELABARRE.

Le chiffre d'affaires de l'année 2009 est de 8 500 000 euros. En 2010, il est de 10 500 000 €

### **➤ Activité de l'entreprise :**

L'entreprise est spécialisée dans le négoce de bois d'œuvre et de produits dérivés. Elle propose à la vente des biens diversifiés allant du plot de bois brut à la porte vernie. Elle est certifiée PEFC depuis 2007. Grâce à son important stock, l'entreprise offre en permanence le choix parmi de nombreux bois bruts, panneaux, charpentes et revêtements de sols.

Les produits peuvent se décomposer en quatre grandes familles :

Bois bruts (Bois de pays : Hêtre, Chêne..., Bois résineux et Bois exotiques)

Bois rabotés/construction (Charpentes, Poutres...)

Aménagements extérieurs (Rondins, Ecrans, Terrasses...)

Aménagements intérieurs (Parquets, Portes, Escaliers...)

### **➤ Nombre de salariés :**

Le nombre de salariés est d'environ 42 personnes composé de : 6 personnels administratifs et de direction, 10 magasiniers et livreurs, 12 commerciaux sédentaires, 12 commerciaux itinérants, 2 acheteurs.

### **➤ Les ventes :**

Deux types de clients sont ciblés par l'entreprise :

Un segment cible en B to B (tel que les charpentiers, menuisiers, parqueteurs, agenceurs, collectivités locales, constructeurs). Dans le fichier, actuellement, 150 clients sont inscrits et actifs.

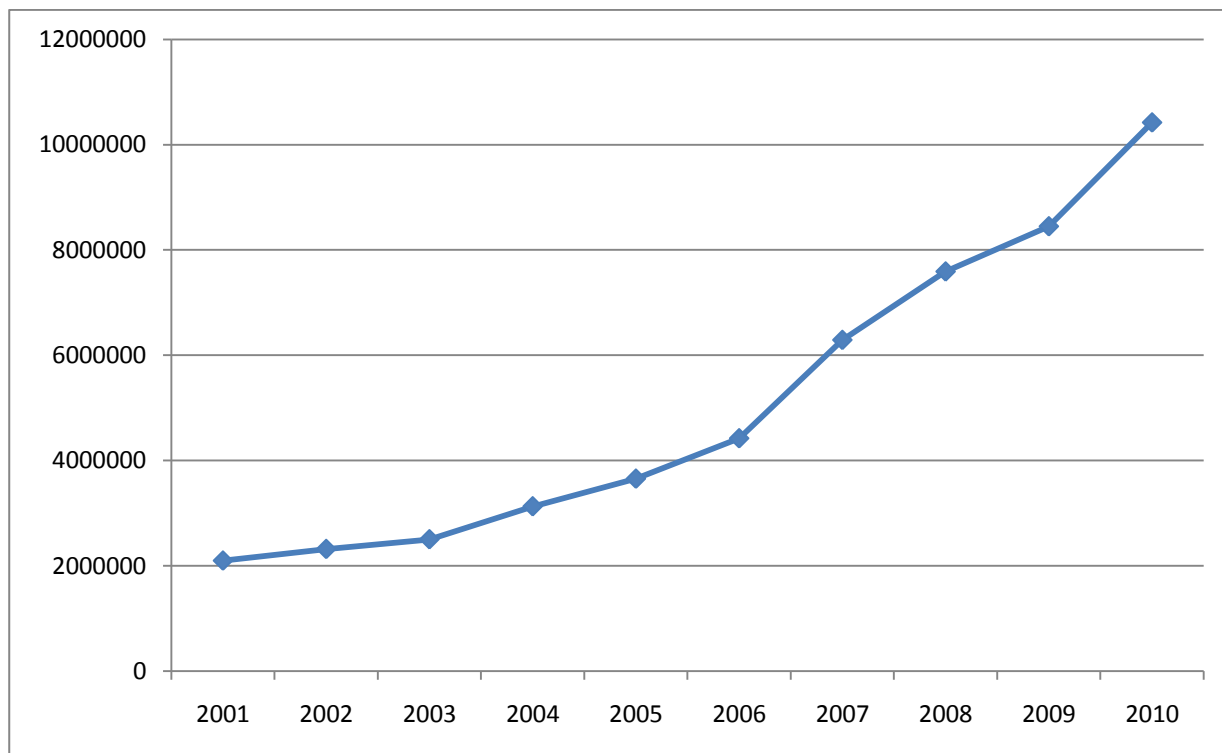
Un segment cible en B to C avec un volume d'environ 700 clients par an.

La proportion de ventes est approximativement de 50% pour les deux segments.

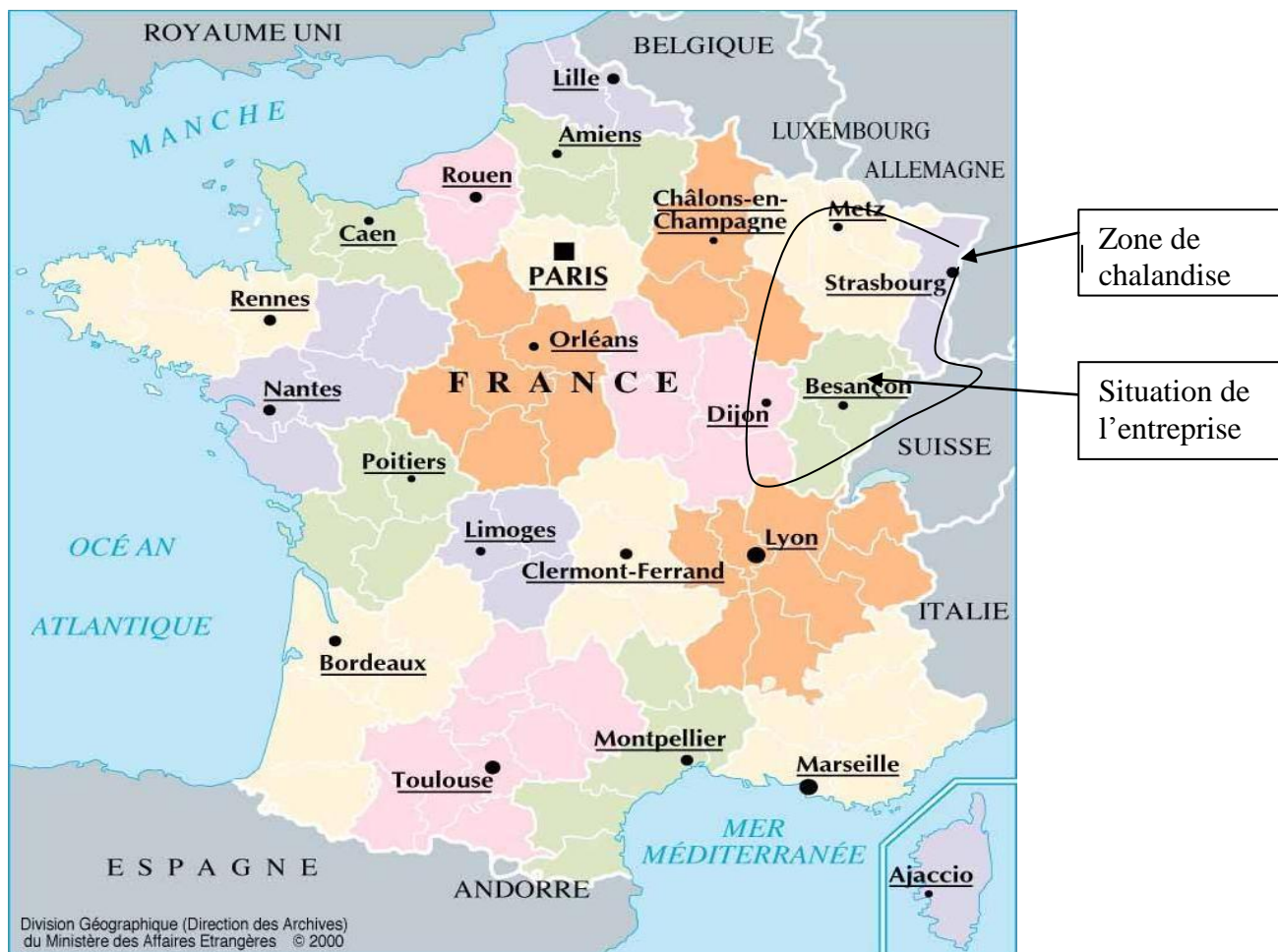
Deux types de facturations sont pratiqués, avec une distinction pour les clients sans compte (professionnels ou particuliers) et les clients en compte (professionnels et administrations). Une grille de tarifs est appliquée pour chaque segment visé.

Le règlement s'effectue au comptant pour les clients sans compte et à 30 jours fin de mois pour les clients en compte.

### Evolution du CA



### Situation de l'entreprise





## Document II - Les produits Design Parquet

DESIGN PARQUET a créé une ligne de parquet contrecollé en chêne : la série loft. Grâce au processus de fabrication différents effets spéciaux apparaissent sur les lames (vieillessement). Choix de lames très larges 190mm, longues 1820, et d'une épaisseur de 14mm. Les produits sont certifiés PEFC.

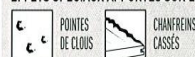


PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup> **67,00**

### Rocky Mountains

Chêne rustique de caractère avec gros nœuds, cérusé huilé blanc.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup> **67,00**

### Himalayas

Chêne rustique de caractère avec gros nœuds et aubier, double huilage blanc.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup> **75,00**

### Ozark

Chêne fumé rustique de caractère avec gros nœuds, huilé, aspect gris.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup> **75,00**

### Apennines

Chêne fortement fumé, de caractère avec gros nœuds, huilé, aspect gris foncé.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES

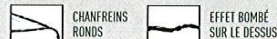


**Parquet contrecollé chêne 3 plis rustique, huilé, latté bois, parement de 3.6mm. Pose collée ou flottante compatible chauffage au sol. Tous les nœuds sont bouchés en noir. Ce parquet nécessite un huilage après pose. Dix références sont proposées au catalogue (tarif public de 59 à 79 euros).**

### Andes

Chêne rustique de caractère avec gros nœuds, légèrement huilé blanc naturel.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



**67,00** PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup>

### Black Mountain

Chêne fumé teinté noir rustique de caractère avec gros nœuds et aubier, huilé, brossage renforcé.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



**79,00** PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup>

### Atlas

Chêne fortement fumé rustique de caractère, avec gros nœuds, huilé marron foncé.

EFFETS SPÉCIAUX APPORTÉS SUR LES LAMES



**79,00** PRIX € PUBLIC HT / M<sup>2</sup>

## Document III - Le marché du parquet

Définition du parquet : appellation exclusivement réservée aux produits dont la couche d'usure est en bois noble et dont l'épaisseur affiche au minimum 2.5 mm.

Le parquet est un produit apparu au XVIIème siècle, naturel, chaleureux, esthétique. Son marché est en forte croissance. Aujourd'hui, pour répondre aux attentes des clients, il conjugue tradition et modernité.

### OFFRE

De nombreux groupes à taille européenne sont présents sur le marché : Chêne de l'Est, Berry, Parqueterie Berrichonne, Margaritelli, Weitzer Paket, Terhürne...

Des fabricants à la fois de parquets et de stratifiés : ex Berry Wood & Berry Floor.

On note que les stratifiés veulent ressembler aux parquets, alors que ces derniers font tout pour se différencier des stratifiés.

Première essence de parquet en France : **le chêne (44%)**, suivi du hêtre (40%).

Les ventes des exotiques progressent mais présentent des problèmes de qualités quand ils sont usinés dans les pays producteurs.

Les fabricants s'adaptent à l'évolution du marché au travers :

- Du renouvellement rapide des gammes et de leurs l'élargissement (la meilleure vente de Chêne de l'Est est un produit lancé il y a 6 mois). Intégrations des contraintes environnementales et réglementaires.
- Travail sur la facilité de mise en œuvre (les poseurs ont des problèmes de main-d'œuvre).
- Vieillesse artificielle des parquets qui doivent intégrer les gammes des producteurs.

→ Pour toutes ces raisons, ils investissent....

Les fabricants doivent respecter la réglementation, en particulier pour les finitions (nouvelle norme entrée en vigueur en 2007 sur les CVO (Composés Volatils Organiques). Ils proposent des produits pratiques à poser. C'est une opportunité supplémentaire pour vendre des parquets finis en usine et simples à mettre en œuvre (pénurie de main d'oeuvre et gain de temps à la pose grâce aux parquets à clipser).

Le parquet contrecollé présente une qualité essentielle face au principal produit concurrent (le parquet massif) : sa très grande stabilité. Le parquet massif est néanmoins suffisamment stable s'il est posé en respectant les DTU (Documents Techniques Unifiés).

Devant la difficulté d'approvisionnement en bois exotiques certifiés, certains producteurs (La Parqueterie Berrichonne, Weitzer Parkett...) donnent les couleurs des bois exotiques à des essences européennes. D'autres (Henup, Margaritelli...) préfèrent investir dans les pays producteurs (Brésil, Bolivie).

Sur la zone de chalandise différents concurrents sont identifiés : des grandes surfaces de bricolage (Leroy merlin, castorama, bricomarché, brico dépôt), des négoce de matériaux (Point P, Gedimat,...), des négoce spécialisés bois.

### DEMANDE

La France est le 4ème marché européen (10%), le 1er marché étant l'Allemagne. Le marché européen fait presque 100 millions de m<sup>2</sup>.

C'est un marché axé sur la rénovation.

Comparaison de l'évolution des PDM du marché des revêtements de sols : un marché français en fort développement. Augmentation des ventes de 22.6 % entre 2005 et 2010 : 16.3 millions de m<sup>2</sup> en 2010

(mieux que le marché européen : + 4.9%). Mais la croissance du revêtement de sol stratifié est plus forte (+ 56.3% sur la période 2009/2010).

Les PDM (en %)

	2002	2010	Tendance
<b>Textiles</b>	43.4	28	-35.5%
<b>Carrelages</b>	25.6	30	+17.2%
<b>Plastiques</b>	21.6	19.7	-8.8%
<b>Stratifiés</b>	2.3	14.6	+534.8%
<b>Parquets</b>	5.7	6.4	+12.3%
<b>Résines</b>	1.4	1.3	-7.1%
<b>Total</b>	100	100	

Le parquet arrive en 2010 en 5ème position des Revêtements de sols (4ème position en 2002). Il perd donc une place dans le classement. Mais sa PDM se développe : 6.4 % (5.7 % en 2010)

Évolution des différents segments du marché du parquet (en %)

	2002	2010	Tendance
<b>Massif</b>	56	59.5	+6.25%
<b>Contrecollés</b>	44	40.5	-7.95%
<b>Total</b>	100	100	

Le massif est en progression alors que le contrecollé est en baisse. Les arguments économiques et écologiques jouent pourtant en faveur du contrecollé qui utilise 5 fois moins de bois.

Le parquet est avant tout un élément de décoration : l'esthétique compte beaucoup dans le choix final du produit (l'aspect fonctionnel arrive en deuxième position).

Certains produits sont à la mode : monolames larges, parquets vieilliss...

Et certaines couleurs : blancs, noirs, gris et bruns.

Il existe deux cibles distinctes : les primo accédants qui recherchent des produits moins chers, donc des stratifiés et les ménages voulant valoriser leur patrimoine et choisissent le massif ou le contrecollé.

### **MACRO-ENVIRONNEMENT**

Politico & Légal : réglementation drastique, en particulier pour la finition (nouvelle norme entrée en vigueur en 2007 sur les CVO). DTU pour la pose. Classement d'exigences fonctionnelles d'usage.

Economique : croissance du marché de la construction, malgré une économie atone.

Socioculturel : le parquet est un produit mode.

Ecologique : importance de l'écocertification (surtout pour les bois exotiques).

Technologique : innovation (vieillesse prématurée des lames de parquet), matériel de production toujours plus performant (au micron près pour les lames à clipser).

---

*Situation :*

---

Vous êtes technico-commercial sédentaire spécialiste des produits rabotés profilés chez Bois et Dérivés de Montbéliard. Cette entreprise décide de référencer et de commercialiser les produits de la société DESIGN PARQUET.

Vous êtes chargé d'intégrer la gamme de DESIGN parquet dans votre "famille" parquet.

---

*Question :*

---

Le directeur de la société Bois et Dérivés de Montbéliard vous charge de présenter ces nouveaux produits à l'ensemble de l'équipe commerciale pour leur permettre d'assurer le lancement du produit. Dans un premier il vous demande de lui dévoiler, en 5 minutes maximum, l'exposé argumenté que vous ferez à l'équipe.

---

*Situation :*

---

Vous êtes technico-commercial sédentaire spécialiste des produits rabotés profilés chez Bois et Dérivés de Montbéliard. Cette entreprise décide de référencer et de commercialiser les produits de la société DESIGN PARQUET.

Vous êtes chargé d'intégrer la gamme de DESIGN parquet dans votre "famille" parquet.

---

*Question :*

---

Le directeur commercial de Bois et Dérivés de Montbéliard vous charge de promouvoir les produits de DESIGN PARQUET auprès des poseurs. Présentez, en 5 minutes maximum, la démarche et les éléments que vous allez mettre en œuvre pour mener à bien cette mission.