



Proposition

Etude de marché pour la valorisation du liège des Pyrénées-Orientales

Institut Méditerranéen du Liège
Renaud PIAZZETTA

GROUPE EI

Le Fontbelle
22, rue des Chasseurs
34070 MONTPELLIER
Tél. : 04 67 602 623
Fax : 04 67 04 89 82

SOMMAIRE

<i>I - Cahier des charges</i>	<i>p.3</i>
<i>II - Méthodologie</i>	<i>p.4</i>
<i>III - Groupe projet</i>	<i>p.8</i>
<i>V - Equipe dédiée</i>	<i>p.11</i>
<i>III - Chiffrage</i>	<i>p.13</i>

I - CAHIER DES CHARGES

RAPPEL DE LA COMMANDE - CONTEXTE

Les suberaies des Pyrénées-Orientales sont depuis une quinzaine d'années au cœur d'une politique d'aménagement du territoire. Des actions importantes de protection ont été entreprises dans les Albères et dans les Aspres.

L'institut Méditerranéen du Liège souhaite mettre en oeuvre une étude prospective à partir de laquelle sera déployée :

- Une politique commerciale structurée et adaptée reposant sur :
 - ✓ Une stratégie commerciale élaborée,
 - ✓ Une dynamique de nouvelles sources de volumes de vente,
 - ✓ Une mise en place de moyens commerciaux adaptés,
- Une politique mercatique de positionnement reposant sur :
 - ✓ L'exploitation des ressources et moyens existants,
 - ✓ Un déploiement de l'offre auprès des clients actuels (développement d'une culture intensive c'est-à-dire, rechercher sur cette cible de plus en plus exigeante un développement de l'activité commerciale) et futurs,
 - ✓ Une dynamique de nouvelles activités.

CAHIER DES CHARGES

Après avoir conduit un diagnostic interne permettant l'analyse des capacités productives, des débouchés tant nationaux qu'europeens (surtout la Catalogne), il sera procédé à la définition d'une stratégie commerciale pertinente.

Celle-ci sera déclinée au travers d'un plan d'actions qui visera notamment à :

- La définition et au choix des moyens adaptés (exploration de nouveaux marchés/clientèles),
- Le déploiement de partenariats commerciaux et mercatiques,
- L'accompagnement à la mise en place d'actions de promotion/prospection,
- L'évaluation des potentialités de déploiement de l'offre de liège sur les produits actuels,
- L'examen de faisabilité d'activités de substitution ...

En définitive deux axes seront explorés :

- **L'axe commercial** (couples produit/marché portant sur les produits existants et les clients nouveaux),
- **L'axe mercatique** (couples produit/marché portant sur les produits nouveaux et les clients actuels ou nouveaux).

II - METHODOLOGIE

La méthodologie que nous proposons sera conduite en 5 phases :

Phase 1 : Diagnostic interne

Objectif

D'une manière générale cette première phase d'étude visera à mettre en évidence les forces et les faiblesses des suberaies. Cette analyse diagnostique permettra l'identification et la hiérarchisation :

- des facteurs clef de succès,
- des éléments et caractéristiques favorables,
- des points nécessitant correction,
- des handicaps.

Cette approche diagnostique matricielle visera un double objectif :

- ✓ Axer les orientations prospectives dans une dimension réaliste en termes de prise en compte des contraintes et limites internes,
- ✓ Valoriser et mettre en exergue les facteurs clef de succès et les points forts dans les approches commerciales et mercatiques.

Cette analyse diagnostique orientera également les priorités et les points de vigilance de l'étude de marché, afin d'affiner l'adéquation de l'investigation vis à vis des problématiques et enjeux particuliers.

Méthodologie

Le diagnostic interne reposera sur une investigation visant à établir un niveau de performance de capacité, de moyen ou de puissance en termes de :

- Potentiel humain
- Potentiel foncier
- Capacité de production
- Niveau et constance qualitative
- Capacité à innover.

Ce diagnostic mettra également en exergue les implications techniques, légales, financières émanant des forces et faiblesses identifiées en procédant d'une «valorisation» des écarts constatés entre les niveaux requis et les niveaux constatés.

La mise en œuvre du diagnostic sera conduite au moyen des techniques d'investigation suivantes :

- Diagnostics observatoires
- Entretiens conduits auprès d'acteurs internes
- Analyse documentaire de l'existant in situ.

Cette phase prendra en compte les études techniques et d'opportunités déjà réalisées ou en cours de réalisation par l'IML.

Cette phase pourra, à la demande du commanditaire, également servir de base à une certification de la gestion forestière. En effet, notre analyse permettra d'élaborer un état des lieux et une politique de qualité de la gestion forestière durable au niveau régional pour engager une démarche de certification de la Suberaie.

Livrables

Note d'opportunité. Plan d'étude.

Référent

Pascal LAMBERT

Phase 2 : Etude de marché

Objectif

- ✓ Consolider les conclusions établies lors de la phase de diagnostic interne par une analyse du marché du liège en termes :
 - d'offre (concurrence et distribution),
 - de demande (circuits de distribution actuels, sources de volumes, pôles et groupes de consommation : segmentation de la demande, et analyse qualitative des comportements et tendances de consommation, tendances et évolutions prévisibles de la demande, ouverture vers d'autres marchés non encore explorés, ...),
 - d'environnement (impact législatif, réglementaire, fiscal, dispositifs incitatifs,).

Cette investigation sera contenue territorialement :

- au niveau national en priorité ;
- au niveau européen : nous procéderons à une investigation en priorité sur la Catalogne du Sud qui présente de nombreuses sociétés de transformation et valorisation du liège.

Méthodologie

- Recherches et investigation documentaires.
- Approche d'investigation concurrentielle et sectorielle.
- Recueil d'avis d'experts. La liste des structures interrogées sera déterminée de manière collaborative avec le commanditaire. Elle devra comprendre différentes organisations, privées, publiques, françaises et espagnoles (notamment AECork, Institut Catala del Suro).
- Organisation d'entretiens qualitatifs ou de focus groups. Le focus group consiste à rassembler différentes personnes sélectionnées selon des critères établis par l'équipe de projet. Ces participants sont invités à faire part de leurs réflexions à propos d'un sujet précis, sur base de leur opinion et expérience personnelle. Ces groupes d'experts pourront se réunir tant en France qu'en Catalogne du Sud.

Livrables

- Rapport de synthèse d'analyse de marché structuré en termes d'opportunités et de menaces relatives aux trois composantes (offre, demande et environnement)

Référent

Pascal LAMBERT

Phase 3 : Définition des stratégies commerciales et mercatiques pertinentes

Objectif

- ✓ Construire, en fonction des résultats du diagnostic conduit en phase 1 et de l'analyse du marché conduite en phase 2, les grandes lignes de la stratégie commerciale et mercatique adaptée à l'atteinte des objectifs de l'IML.

Méthodologie

Construction, dans un cadre budgétaire et financier projeté, des axes forts d'orientation à moyen et long terme :

- des moyens de l'organisation et du pilotage commercial,
- des moyens de formation et de consolidation des compétences et capacités professionnelles des salariés prélevant le liège,
- de la modélisation du positionnement des offres actuelles,
- du plan de marchéage spécifique à chacune des activités (politique de produits, de prix, de communication et de relation au marché),
- du déploiement d'activités nouvelles.

Les deux niveaux précisés par le cahier des charges seront spécifiquement visités sous les aspects mercatiques et commerciaux :

Niveau 1 : clients actuels produits nouveaux

Niveau 2 : clients nouveaux produits actuels ou nouveaux

Livrables

- Note de synthèse prescriptive contenant le plan de marchéage prescrit et le business plan (couples produits marchés valorisés et orientation prescriptive en terme de conquête) et présentation dynamique à l'interne.

Référent

Pascal LAMBERT

Phase 4 : Mise en place du plan d'actions

Objectif

- ✓ Décliner les stratégies commerciales et mercatiques en termes d'actions.

Méthodologie

En droite ligne des orientations retenues par le commanditaire en phase 2, il sera procédé à l'ordonnancement du déploiement des outils mercatiques et commerciaux pertinents selon le phasage suivant :

- **Une déclinaison du plan de marchéage** en termes d'actions productiques (innovation, technologie, outil...) de positionnement et de ciblage.
- **Une définition et planification des priorités en terme d'outils de l'action commerciale et de communication** : listage des outils et moyens de l'action et validation des projets : site internet, book de références, plaquettes et outils de mercatique directe, structuration d'équipe commerciale...
- **L'animation de groupes de travail** (en fonction de chaque activité) associés à la production et à la validation des idées,
- **L'installation des actions dans le temps** : mise en place d'un retro-planning,
- **L'attribution des responsabilités**,
- **La définition des modalités de suivi**, pilotage et communication.

Livrables

- Plan d'actions marketing et commercial global et sectoriel. Présentation dynamique à l'interne,
- Coaching de cadrage des responsables désignés
 - pour la politique commerciale,
 - pour le pilotage du déploiement du ou des activités nouvelles.

Référent

Pascal LAMBERT

Phase 5 : Mise en place du plan de moyens

Objectif

- ✓ Instrumenter sur le plan humain, « process » et mercatique les plans d'actions en termes d'outils et de ressources.

Méthodologie

- Animation de groupes de travail impliquant l'IML et ses partenaires institutionnels et privés, français et catalans pour la validation thématique, temporelle et budgétaire des plans de moyens pressentis pour la mise en œuvre des plans d'actions.
- Construction et suivi des approches financières, et des approches de suivi de rentabilité (tableau d'exploitation différentiel prévisionnel),
- Recherche de partenaires institutionnels et privés,
- Accompagnement initial à la mise en place des moyens,
- Production des trames des cahiers des charges, des principaux outils mercatiques et commerciaux, activation et sélection éventuelle de partenaires d'exécution.

Livrables

- Bible des moyens mercatiques et commerciaux et cahier des charges de construction (plaquette, site Internet, fichiers prospects, book de vente ...)

Référent

Pascal LAMBERT

III - GROUPE PROJET

Le projet sera conduit par le groupement suivant :

- **GROUPE EI SAS (Montpellier) : spécialiste des études de marché et de l'accompagnement de projet**, il assurera la direction du projet et la réalisation de l'étude de marché.
- **CAIRN environnement (Perpignan) : BE technique** ayant une expérience dans la filière liège, il sera centre de ressource et en charge de l'animation des acteurs locaux et des contacts en Catalogne (relais local).

CAIRN environnement interviendra en tant que sous-traitant du groupe EI.

PRESENTATION DU GROUPE EI



« L'humain à cœur »

GROUPE EI SAS est un groupe pluridisciplinaire de prestation de service de conseil et formation professionnelle, dont l'offre est structurée selon trois marques :

- **EI CONSULTING**, qui signale les prestations d'Etudes, de conseil en management, de gestion de projet et d'audit
- **ISTEC**, qui signe les prestations de formation en santé et sécurité au travail
- **ECLIPSE**, qui identifie les prestations de formation dans les métiers des services à la personne.

EI CONSULTING est un cabinet de conseil national spécialisé dans le management de projet. Il offre une plateforme multi spécialiste de solutions d'études, de conseil et management.

➤ *Etudes et Conseil*

Comprendre ce qui vous préoccupe, agir sur ce qui vous importe, intervenir au plus près du problème.

Accompagner votre projet de l'élaboration du cahier des charges à la mise en marché.

➤ *Management des Compétences*

Concevoir et mettre en œuvre les actions de formation, d'accompagnement et de conseil adaptées aux besoins de votre structure.


➤ *Management de projet*

Accompagner le développement de votre organisation par l'ingénierie, le pilotage et l'animation des actions de valorisation des compétences...

REFERENCES RECENTES - DEPARTEMENT ETUDES & CONSEIL

ETUDES DE MARCHÉ


UCCIMAC (Union des chambres de commerce et d'industrie du Massif Central - Clermont-Ferrand)

 Etude de faisabilité et coordination de projet : « Le réseau des épiciers du Massif Central .com » :

Justifie de la mise en place d'une action expérimentale visant à rapprocher les moyens Internet et l'activité de détail alimentaire de proximité sur le territoire du Massif Central. 2006


CONTACT : CHEF DE PROJET M. MAISONNIAL


APF INDUSTRIES

 Enquête de satisfaction client par une collecte des données portant sur un ensemble d'indicateurs liés à la satisfaction client 2006

CONTACT : : DIRECTEUR GENERAL M. REY


METEO FRANCE

 Etude des attentes de 600 « urbains » concernant les bulletins de prévisions météorologiques diffusées par audiotel. Février - mars 2006


 Etude des besoins de 1200 agriculteurs concernant les bulletins kiosque de Météo France Juin - octobre 2005

**CONTACT : DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION
MME CORINNE GATEL**

CCMSA

 Synthèse statistique des résultats d'une enquête auprès des directeurs et enseignants de 801 établissements scolaires agricole publics et privés. Etude portant sur la mise en évidence la plus claire possible de l'ensemble des besoins permettant de mettre en place au sein des établissements une politique de prévention.

Février - Avril 2005


 Etude portant sur la mise en évidence la plus claire possible de l'ensemble des besoins (matériel, organisationnel, informationnel ...) permettant de définir les modalités, objets et modes opératoires d'un accompagnement des CHSCT de 75 entreprises du secteur agricole.

Septembre 2004 - janvier 2005


CONTACT : CHEF DE PROJET MME STOCK

ACCOMPAGNEMENT DE PROJET


APF INDUSTRIES

 Etude de faisabilité de lancement d'une prestation de service de remise à neuf de batteries

Méthodologie : Enquête par questionnaires auprès des distributeurs et des cibles professionnelles, focus groups professionnels.


 Etude de faisabilité de lancement d'une activité Volets Roulants - Volets Battants


2005 - 2006

 Accompagnement expert de la mise en œuvre du concept de remise à neuf de batteries - 2007 (en cours de réalisation)

CONTACT : DIRECTEUR GENERAL M. REY


ATELIER DE LA VALLEE DE L'HERAULT

 Etude de faisabilité préalable au déploiement d'activités - 2007 (en cours de réalisation)

 Accompagnement de stratégie commerciale et mercatique - 2007 (en cours de réalisation)


CONTACT : DIRECTEUR M. PIERRE MATHIEU

DYNEFF

 Gestion supplétive de projet
Management de projet de reprise et développement de 4 sites autoroutiers. 2005 - 2006

CONTACT : DG MESSIEURS LECEA ET BRUGVIN

BEURON SA (SOCIETE DE MAREYAGE)


 Etude de faisabilité de lancement d'une gamme de poissons LS PAC spécifiquement dédiée aux petits formats alimentaires de proximité dépourvus d'un rayon marée traditionnel.

Méthodologie : Enquête par questionnaires et par sondages client final, entretiens semi-directifs auprès des distributeurs et des acheteurs, focus groups consommateurs finals et distributeurs.

Avril 2004 - Août 2005

CONTACT : DIRECTEUR DE DEVELOPPEMENT M. PATRICK DESPET

UCCIMAC* / DECAS

 Accompagnement technique d'un programme de développement concerté de réseaux de grossistes alimentaires indépendants et de leurs détaillants.

Ce programme concerne le déploiement des nouvelles technologies et des techniques de gestion marchande au sein des réseaux du Massif Central. 2001 - 2004

CONTACT : CHEF DE PROJET M. MAISONNIAL

PRESENTATION DE CAIRN ENVIRONNEMENT

CAIRN environnement est un bureau d'études généraliste dans le domaine de l'environnement, dont l'objectif est d'accompagner les entreprises et les collectivités dans des démarches de progrès. Pour cela, CAIRN environnement réalise une phase de diagnostic puis contribue à la définition d'axes d'amélioration.

Ses activités sont les suivantes :

- audits, formation initiale (IUT de Perpignan notamment) et en entreprise ;
- mise en place de système de management environnemental (ISO14 0001, éco conception) ;
- dossiers réglementaires Installations Classées pour la Protection de l'Environnement ;
- réalisation de Bilan Carbone (méthode ADEME de comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre d'une activité ou d'un territoire).

CAIRN environnement a réalisé en 2007 le bilan carbone d'une entreprise de production de bouchons de liège technologique, associé à un bilan carbone comparatif de différentes solutions de bouchage (liège naturel, bouchon technologique, capsule à vis). Dans ce cadre, une importante bibliographie a été réunie, de nombreuses visites de sites ont été réalisées (Estremadure, Catalogne, France) et des contacts ont été pris avec les centres techniques du liège (IPROCOR, Institut Catala del Suro, IML). CAIRN environnement a donc développé une vision générale de la filière liège, tant en terme d'impacts environnementaux que de défis technologiques et économiques dans le contexte d'une concurrence avec des solutions hors liège (synthétiques et aluminium).

CAIRN environnement se propose de valoriser ce travail et ces connaissances du monde du liège dans le cadre de cette étude, en exploitant les données précédemment réunies et faisant le lien auprès des acteurs de la filière liège en France comme en Catalogne. **Situé sur le territoire d'étude**, sa présence dans l'équipe projet permettra une optimisation des déplacements et des prises de contact. **Extérieur au monde du liège**, ses capacités techniques lui permettront d'avoir un regard neutre sur les défis de cette filière sur les Pyrénées orientales.

Principales références de CAIRN environnement

Maître d'ouvrage	Nature de l'opération	Date
<i>Entreprises et administrations</i>		
SIBEL (Champagne)	Bilan Carbone	En cours
Oeneo Bouchage (Céret)	Bilan Carbone	2007
Pôle DERBI	Bilan Carbone de la conférence internationale 2007	2007
T.S.B. (Vendargues)	Accompagnement de la mise en place du système de management environnemental et dossier ICPE	2006-2007
APF (Montpellier)	Etude de faisabilité pour le développement d'activités de traitement des DEEE professionnels	2006-2007
Pôle Sud (Lézignan Corbières)	Bilan Carbone	2006
Espace Economique du Grand Saint-Charles (Perpignan)	Accompagnement et étude de faisabilité pour la définition de nouveaux moyens de gestion des déchets	2006-2007
-	Huiles alimentaires usagées : de la collecte auprès des professionnels à une valorisation locale - Etude sur les Pyrénées Orientales	2005
<i>Collectivités territoriales</i>		
Communauté de Communes des Albères	Etude du gisement de déchets professionnels et scénarios pour l'extension de la déchèterie	2006

IV - L'EQUIPE PROJET DEDIEE A L'ACTION

Responsable d'étude

Pascal LAMBERT - groupe EI - 40 ans



- Diplômé de l'Ecole Supérieure de Gestion de Paris
- Expert en Management
- Spécialisation "Marketing stratégique"
- Notions d'espagnol

- ⇒ Directeur d'étude
- ⇒ Consultant formateur marketing et stratégie

Didier POLYNICE - groupe EI - 36 ans



- D.E.A. Droit privé Montpellier I
- Maîtrise Droit de l'Entreprise
- Notions d'espagnol

- ⇒ Chef de projet étude de marché, diagnostic organisation, management
- ⇒ Consultant expert juridique

Ingénieure consultante

Caroline FORGUES - CAIRN environnement - 33 ans

- Ingénieure Procédés industriels INSA de Toulouse
- Auditrice environnement ACAE (AFAQ/AFNOR)
- Licenciée de la méthode Bilan Carbone de l'ADEME
- Espagnol maîtrisé, apprentissage du catalan en cours

- ➔ Animation du projet : lien avec IML, acteurs locaux et prise de contact en Catalogne
- ➔ Personne ressource technique

Technicienne - Coordinatrice

Nelly NOGUERA - groupe EI - 26 ans



- BTS Assistante de direction
- Notions d'espagnol

- ➔ Assistante projets : Chargée de la mise en œuvre des missions de rapportage, interface client.
- ➔ Opératrice de saisie qualifiée sur logiciel d'enquête : Sphynx®, Modalisa®.

Autant que nécessaire nous nous entourerons des ressources linguistiques (communication orale et traduction écrite) permettant la conduite de l'étude en Catalogne dans de bonnes conditions de communication avec les interlocuteurs identifiés.

V - CHIFFRAGE

Nous proposons ci-dessous une estimation du temps de travail nécessaire à la réalisation de l'étude, nous permettant de réaliser un chiffrage. Une discussion avec le maître d'ouvrage sur la conduite de l'étude pourra conduire à une modification de ce premier chiffrage.

Devis estimatif (valable sous 1 mois)

Phase	Mission	Jours techniciens (1)	Jours consultants (2)
1	Etude documentaire diagnostique	1	4
2	Etude de marché	6	6
3	Mise en place des stratégies commerciales et mercatiques	2	7
4	Construction des plans d'actions	1	5
5	Construction des plans de moyens	1	4
Suivi (interface client, coordination comptes-rendus)		4	6
<i>Durée totale</i>		15	32
Coût HT **		3 180,00 €	28 192,00 €
Frais de déplacements et frais de vie		A votre charge	
Coût total HT **		31 372,00 €	

(1) Jours techniciens : 212,00 € H.T

(2) Jours consultants : 881,00 € H.T. / jour

** TVA 19,6 % en sus