

VERRE & PROTECTIONS ^{mag}

N°101
NOVEMBRE-DECEMBRE 2017

Un numéro 100% dédié aux réseaux

HOMKIA
L'OUVERTURE SUR VOTRE CONFORT

- FENÊTRES
- PORTAILS - CLÔTURES
- PORTES - VOILETS
- STORES - PERGOLAS
- PORTES DE GARAGE
- ISOLATION

Prenez HOMKIA BOOSTER!

Donne de l'Énergie #
Optimise vos Performances #
Vitalise votre Croissance #

www.homkia.fr / devenez-concessionnaire

HOMKIA

Contact : inforeseau@homkia.fr 0 800 61 60 60 Service & appel gratuits

PAGE 10



Nouvelle stratégie pour Reynaers Aluminium qui réactive son réseau

PAGE 12



Un nouveau réseau BtoB lancé par Sapa

PAGE 14



Convention Aluminiers Agréés Technal : l'excellence en objectif

PAGE 17



Nouvelle stratégie pour Grandeur Nature qui s'ouvre aux produits de l'habitat



LA BOUTIQUE DU
MENUISIER

PVC • BOIS • ALU • MIXTE

10 BONNES RAISONS DE NOUS REJOINDRE

1

LA PUISSANCE D'UN RÉSEAU NATIONAL

2

LA CRÉDIBILITÉ D'UN SAVOIR-FAIRE

3

LES MOYENS D'ÉVOLUER

4

L'OPTIMISATION DES ACHATS

5

UNE GAMME COMPLÈTE POUR **SE DÉVELOPPER**

6

COMMUNIQUER AVEC DES OUTILS EFFICACES

7

UNE BONNE **VISIBILITÉ** SUR INTERNET

8

DES CAMPAGNES DE PUB **AMBITIEUSES**

9

LE PARTAGE DES **EXPERIENCES**

10

FAIRE PARTIE D'UNE **FAMILLE**



www.laboutiquedumenuisier.com
contact@castes-industrie.fr - 05 65 45 04 20

“Prenez HOMKiA BOOSTER !”

HOMKIA
L'OUVERTURE SUR VOTRE CONFORT

- FENÊTRES
- PORTAILS - CLÔTURES
- PORTES - VOLETS
- STORES - PERGOLAS
- PORTES DE GARAGE
- ISOLATION

Donne de l'Énergie #
Optimise vos Performances #
Vitalise votre Croissance #



www.homkia.fr/devenez-concessionnaire



tour de france
à la voile
2017



Contact : infoseau@homkia.fr

0 800 61 60 60 Service & appel gratuits



06 ÉDITORIAL

Les conventions doivent-elles sortir... des conventions ?

08 ACTION COM'

KparK à la Nuit de l'accessibilité 2017

09 AUTREMENT DIT **Mikaël Bouyer**

16 ASSURANCES AVIS D'EXPERT

L'assurance des pertes d'exploitation

10 ACTU RÉSEAUX

- 10 Les **Portaliens** renforcent leur marketing digital
- 10 Nouvelle identité visuelle pour **Art & Fenêtres**
- 10 Nouvelle stratégie pour **Reynaers Aluminium** qui réactive son réseau
- 11 Le Centre de relation client **KparK** désormais ouvert le dimanche
- 11 Séjour savoyard pour les commerciaux du réseau **Veranco**
- 12 Un nouveau réseau BtoB lancé par **Sapa**
- 14 Convention 2017 : l'excellence en objectif pour les **Aluminiers Agréés Technal**
- 16 **Serge Ferrari Premium Partner** : Interview de Roberto Grosso, un an après la création du réseau
- 17 Nouvelle stratégie pour le réseau **Grandeur Nature** qui s'ouvre aux produits de l'habitat
- 18 Inauguration de nouveaux locaux à Bussy- Saint-Georges pour **Décostory**
- 18 Objectif : 80 partenaires sur l'ensemble du territoire à l'horizon 2020 pour le **Club des Menuisiers d'Excellence MC France**
- 19 **Repar'stores** : 160 franchisés participent à la sixième convention nationale
- 20 Une "signature olfactive" pour les showrooms **Profilis Systèmes**
- 20 Une convention 2017 entre les tours de La Rochelle pour **Renov'art**
- 21 **Côté Baies** : implantations dans cinq nouveaux départements
- 22 **Partenaires Référence Schüco** : un film de communication B2C en collaboration avec le réseau
- 22 **OuvertureS** : direction Lorient pour le séminaire commercial
- 23 Deux sociétés rejoignent le réseau **Menuisier Certifié Profilis Systèmes**
- 24 L'animation réseau : vecteur central de la réussite de **Tryba**
- 26 **Rénoval** : retour sur une année 2017 riche en initiatives
- 26 Un **Chouette Réseau** lance un nouveau site Web
- 27 **Vie & Véranda** : accélérer l'extension du réseau pour conquérir de nouveaux territoires
- 28 Lancement du magazine "inspirations" chez **Storistes de France**
- 29 Une convention 2017 en Corse pour **Terres de Fenêtre**
- 30 Convention des distributeurs pilotes **Internorm** en terre bordelaise
- 31 Nouvelle extension d'habitation brevetée à toiture plate Confort2Vie chez **Grandeur Nature**
- 31 **Fenétrier Veka** : le réseau s'agrandit
- 32 Deux nouveaux show-rooms dans l'ouest de la France pour **Homkia**
- 32 Imagine de **Reynaers** : une campagne de communication axée sur l'expérience client
- 33 Recréer le "reflexe-store" dans l'esprit des clients **Dickson**
- 34 **L'Expert Fenêtre** : Apporter un service sur-mesure et personnalisé est incompatible avec un trop grand nombre d'adhérents
- 35 **Veranco** mise sur la formation
- 36 Le réseau **Grosfillex** frappe à nouveau chez "Nos chers voisins"
- 36 Progression des ventes et retour sur les écrans TV pour **Batiman**
- 37 Une véranda au style victorien pour une demeure du XIXe siècle chez **Vérand'Art**
- 38 **Partenaire Certifié Janneau** : Partenariat fabricant/installateur pour un chantier de rénovation à Paris
- 40 Exemple de collaboration entre un Aluminier agréé et le BE **Technal** pour un chantier parisien

ANNUAIRE
RESEAUX
2018

PAGE
44



LE H
SORT DE
ŒUF

 ELCIA
PRODEVIS

Découvrez la nouvelle version sur BATIMAT
ELCIA Hall 5a St

PAR **FRÉDÉRIC TADDEÏ**
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION



Les conventions doivent-elles sortir... des conventions ?

A quoi servent les conventions et autres grand-messes annuelles que les réseaux organisent pour leurs adhérents ?
À souder les membres de la famille entre eux ? Oui.
À renforcer les liens avec l'équipe d'animation et in fine, avec l'entreprise qui "chapote" le réseau ? Encore oui.

À passer un bon moment au soleil avec des confrères ? Oui, aussi.

À se former et s'informer tant sur le plan marketing que technique ? Oui, souvent.

À se remettre en cause, analyser les critiques et mettre à jour les problèmes ? Assez peu. Et c'est peut-être là que le bât blesse. Il ne suffit pas, en effet, d'aller faire un rallye en 4X4 ou dîner sur une plage méditerranéenne avec quelques confrères pour faire de son entreprise, un adhérent prospère. Il faut peut-être profiter de ces rendez-vous studieux-festif pour mettre le doigt là où ça fait un peu mal. Témoin, la récente convention des Aluminiers Agréés Technal, qui s'est tenue début octobre à Amsterdam (lire dans cette édition en page 14). Lors de la cérémonie d'ouverture de cette convention, Charles Gaël Chaloyard, directeur des réseaux, a frappé un grand coup : il a projeté sur grand écran des films de clients mécontents, expliquant leur déception à l'issue du chantier. Certains des professionnels, même s'ils n'étaient pas nommément cités, étaient dans la salle et un ange a certainement dû passer au-dessus d'eux.

Pourquoi avoir ouvert une convention sur ce qui ne va pas peut-on se demander ? Alors que les gens sont là pour "communier" ensemble, passer un bon moment ? Tout simplement parce que c'est le rôle d'un réseau d'accompagner ses membres. Et essayer de résoudre ce qui ne va pas, fonctionne mal ou pourrait être amélioré est le plus grand des services que l'on puisse leur rendre.

Mon avis est que TOUTES les conventions devraient suivre l'exemple de Charles Gaël Chaloyard et dire : « OK, tout va bien, on est bons, on en veut, on est motivé mais... c'est insuffisant, voilà ce qui ne va pas. » Sans faire une thérapie de groupe, l'exercice est, selon moi, la meilleure mise en lumière des adhérents, tout simplement parce qu'il les responsabilise.

Lorsque, avec les autres membres du jury des "Grand Prix des Réseaux – Verre & Protections, que nous lançons cette année, nous avons étudié les 51 candidatures pour l'un des huit prix en lice, une seule expression revenait régulièrement : "ils mettent le paquet !". Moyens dans la communication, dans l'accompagnement des adhérents, dans l'évènementiel, il est évident que les enjeux poussent les réseaux à investir dans le relationnel avec leurs adhérents.

Mais il y a une chose qui est certaine, c'est que les conventions, si elles veulent durablement porter leurs fruits, doivent en conséquence s'affranchir et sortir... des conventions. ■

26 rue Cardinet, 75017 Paris France
Tél : + 33 (0) 1 43 87 04 40
Fax : + 33 (0) 1 43 87 04 30
Mail : verreplat@wanadoo.fr
Web : www.verreprotections.com

Périodicité : bimestrielle (7 numéros/an)

Publié par : Verre Presse Services, SARL au capital de 22 867 euros constituée le 01/10/99.

Durée : 99 ans.

RCS PARIS : 425104973

SIRET : 42510497300036

Code APE : 221C

Commission paritaire : n° 1019T79159

Numéro d'ISSN : 1773-1933

Abonnement annuel :

France : 93 € T.T.C. (TVA 2,1 %)

Etranger : 180 € (par avion)

Dépôt légal : 4^e trimestre 2017

Impression : Imprimerie (87 000)

Prix unitaire : 17 €

Copyright : Verre & Protections mag tous droits réservés.

La reproduction ou traduction partielle ou totale du contenu de cette publication n'est pas autorisée sans l'accord écrit de la société V.P.S.

Directeur de la publication :

Frédéric Taddei : verreplat@wanadoo.fr

Journalistes :

Mireille Bouniol : mireille.vp@orange.fr

Johanna Bensmaine :

johanna.bensmaine@verreprotections.com

Christian Faivre Delord : faivredelord@free.fr

Pascal Poggi : paspog@noos.fr

Directrice de publicité :

Claire Grau :

claire.grau@verreprotections.com

Assistante commerciale :

Aurore Level :

aurore.level@verreprotections.com

Directeur artistique :

Quentin Gonard : quentin.vp@wanadoo.fr

Community manager :

Marie Tran :

marie.tran@verreprotections.com

Abonnements :

EVO+ Gestion des abonnements VPS

Bât E, 62, rue Benjamin Baillaud

31500 Toulouse

Contact : Anne Cau

Tél : 05 34 25 91 69

Mail : abonnements-VPS@evoplus.fr

Abonnez-vous par carte bancaire sur

www.verreprotections.com

Prenez l'air du large

REJOIGNEZ LE RÉSEAU



**GRANDEUR
NATURE**
VÉRANDA | HABITAT

Vous méritez d'intégrer un réseau à la hauteur de votre expertise. Aujourd'hui, Grandeur Nature vous ouvre de nouvelles sources de marché en vous permettant de proposer toutes les menuiseries aluminium et équipements de l'habitat. Des produits innovants et exclusifs, spécialement créés par un bureau d'études dédié.



PERGOLAS



VÉRANDAS



FENÊTRES



COULISSANTS



PORTES



PORTAILS



GARDE-CORPS



VOILETS



REJOIGNEZ GRANDEUR NATURE,
LE RÉSEAU FRANÇAIS DES EXPERTS DE
LA MENUISERIE ALUMINIUM
WWW.VERANDA-GRANDEURNATURE.COM

SEPALUMIC
INNOVATION ET DESIGN ALUMINIUM

DES CHIFFRES ET DES RÉSEAUX

Source : Fédération française de la franchise

6,09

C'est en milliards d'euros le chiffre d'affaires annuel des réseaux spécialisés dans l'équipement de la maison.

118

C'est le nombre de réseaux spécialisés dans l'équipement de la maison en France.

ACTION COM'

KparK à la Nuit de l'accessibilité 2017

Afin de sensibiliser un peu plus chaque jour et être en mesure d'adopter les bonnes pratiques en matière d'accessibilité, KparK était présent à La Nuit de l'accessibilité 2017, organisée par l'association Jaccede.com. Jaccede propose une plateforme collaborative (site et application) permettant aux personnes à mobilité réduite de facilement trouver les lieux correspondant à leur mobilité.

KparK a participé à différentes épreuves d'handi-sport

La Nuit de l'accessibilité, est un événement organisé en clôture du "mois du handicap" centré sur la sensibilisation à ce sujet. Avec pour invités les championnes et champions de tennis de table Vincent Boury et Camille Frison, de judo Michel Boudon et Michaël Jeremiasz, porte-drapeau de l'équipe paralympique française et parrain de l'événement. KparK a ainsi pu participer à différentes épreuves permettant de mieux comprendre le handicap (goal ball, basket fauteuil...).

Faciliter l'accessibilité des sites internet du réseau aux personnes en situation de handicap

« Nous sommes fiers de contribuer à l'amélioration de la vie courante pour les personnes en situation de handicap et à la sensibilisation à ce sujet qui nous tient à cœur, explique-t-on chez KparK. Nous œuvrons d'ores et déjà pour l'accessibilité en certifiant nos sites RGAA (Référentiel général d'accessibilité des administrations), y ajoutant les fonctionnalités Facil'iti ainsi qu'en ajoutant la solution Acceo à nos call center afin d'être disponibles pour les per-



Employé KparK s'initiant au basket fauteuil



sonnes sourdes et malentendantes. Nous avons également à cœur d'améliorer sans cesse l'accessibilité de nos magasins pour permettre un meilleur accueil de tous les publics ».

Facil'iti et Acceo, deux outils mis en place pour faciliter la navigation sur les sites Web du réseau

Facil'iti, présente sur tous les sites internet de KparK, permet entre autres aux internautes de bénéficier gratuitement d'une navigation sur-mesure. Il suffit simplement d'accéder à une interface via le logo présent en haut de page de chaque site et de paramétrer son profil en fonction de ses besoins réels. Une fois le profil enregistré, le site internet s'adapte aux nécessités de l'internaute : simple, rapide, accessible. Pour exemple, les visuels pour un internaute épileptique sont adaptés de manière à rendre la navigation plus sûre. L'internaute navigue ainsi en toute autonomie et sans contrainte sur tous les sites. La solution Acceo est un service gratuit et accessible via une application ou une page Web depuis les sites KparK et qui permet aux utilisateurs de choisir entre deux types de service selon la nature de leur handicap : une transcription instantanée de la parole pour les personnes oralisées, une visio-interprétation en langue des signes française pour les personnes signantes. Le but : garantir une qualité de conseil et d'information pour les internautes en déficience auditive. ■

3 836

C'est le nombre de franchisés spécialisés dans l'équipement de la maison.

14 %

C'est le pourcentage de franchisés, tous secteurs confondus, qui sont recrutés via la presse professionnelle, soit près de 600 points de vente par an.

Verre & protections vous propose à chaque numéro un questionnaire un peu décalé d'une personnalité. Une manière différente d'élaborer le portrait d'un acteur de nos professions.

*Ce mois-ci, c'est **Mikaël Bouyer**, directeur du réseau **L'Expert Fenêtre** qui s'est plié à l'exercice...*

Votre mot préféré de la langue française ?

« Symbiose »

Le réseau confrère que vous admirez le plus ?

La **Boutique du Menuisier**

Un vin à partager avec un de vos adhérents ?

Un **Malvoisie** avec Philippe Bournigal

Un met à partager avec un fournisseur ?

Un **lieu jaune au beurre blanc** avec Patrick Bouvet

Le poste que vous auriez aimé occuper dans l'entreprise en dehors du vôtre ?

Chargé de communication

Un mot définissant le mieux L'Expert Fenêtre ?

« Émulation »

Le mot ou l'expression qui vous agace le plus ?

« Au jour d'aujourd'hui »

Le métier que vous auriez réellement pu exercer en dehors du vôtre ?

Animateur de soirées

La plus belle réalisation architecturale contemporaine à vos yeux ?

La **Sagrada Familia** (pour son côté atemporel et inachevé)

La plus belle réalisation architecturale non contemporaine à vos yeux ?

Le **Parthénon** d'Athènes

AUTREMENT DIT Mikaël Bouyer

Le sport dont vous auriez aimé être champion du monde ?

Le **rugby**

Quel mot symbolise le mieux l'activité de votre réseau ?

« Émulation »

Votre dernier achat « coup de cœur » ?

Un **caisson étanche** pour photos sous-marines

La question des journalistes qui vous déplaît le plus ?

Celle-ci !

Ce que vous aimez le moins dans ce magazine ?

Le numéro « **spécial réseaux** »

Ce que vous aimez le plus dans ce magazine ?

Le **traitement de pointe** des sujets professionnels.



Portaliers Agréés Horizal

Les Portaliers renforcent leur marketing digital

Les réseaux sociaux occupent une place de plus en plus importante dans le marketing du réseau des Portaliers. Actif sur Facebook et Twitter, le réseau Portaliers poursuit son développement sur les réseaux sociaux et s'ouvre sur Pinterest pour accompagner le lancement de ses nouveautés et affirmer son image et sa notoriété auprès du grand public. Plusieurs tableaux présentent les plus belles réalisations du réseau. La collection Night & Day, portails à éclairage Led avec connexion wi-fi intégrée, pilotable par smartphone et tablette, exclusivité du réseau Portaliers, occupe une position phare sur le compte Pinterest des Portaliers. « Positionné sur un produit différenciant, le portail aluminium, notre réseau, constitué de plus de 100 adhérents fait de son marketing digital un axe clé de son développement », précise-t-on chez Portaliers. ■



Collection Night & Day, portail battant motif Griffes

Art & Fenêtres

Nouvelle identité visuelle



En 2017 Art & Fenêtres a modernisé sa façon de se présenter afin de refléter la réalité de son réseau.

Inchangés depuis 2009, le logo et plus largement tous les éléments qui constituent l'identité visuelle d'Art & Fenêtres ont évolué. Plus claire, plus chic et plus cadrée, cette nouvelle identité graphique est plus moderne. Elle incarne les valeurs fondamentales de la marque et répond à toutes les problématiques enseigne à travers un concept 3C ;

- Chic : des couleurs sobres avec une pointe de dynamisme ;
- Clair : un travail épuré pour gagner en lisibilité et valoriser l'image de marque ;
- Cadre : pour répondre à toutes les problématiques, ZAC, centre-ville ABF (architecte des bâtiments de France) ;

Les magasins évoluent aussi : Art & Fenêtres a entièrement repensé les façades et enseignes de ses 200 points de vente en apportant des solutions adaptées aux magasins de centre-ville. ■

Menuisier Alu Agréé Reynaers

Nouvelle stratégie pour Reynaers Aluminium qui réactive son réseau



« Le challenge 2017 a marqué la relance complète de notre réseau de fabricants installateurs », ainsi s'exprime Reynaers qui vient de repenser entièrement son réseau Menuisier Alu Agréé Reynaers en intégrant une notion nouvelle pour ses adhérents : l'engagement mutuel. « Ce qui implique notamment pour les adhérents de payer une cotisation alors que l'entrée aux réseaux était jusqu'alors gratuite. En plus de cette cotisation nous demandons à nos menuisiers de s'engager sur un certain nombre de points très concrets », explique Sandrine Garcia, responsable marketing communication de Reynaers Aluminium France.

Cet engagement a été pris aussi par Reynaers avec de nouvelles promesses : gagner en notoriété en local, monter en

compétence et développer les business. « Nous considérons que nous sommes repartis de 0, poursuit Sandrine Garcia. Le résultat a été concluant car nous avons à ce jour 35 partenaires et 45 points de vente avec une perspective de 50 partenaires avant la fin de l'année ».

Le slogan du réseau est : "un partenariat à la dimension de vos objectifs"

La volonté de Reynaers est d'accompagner ses clients fabricants installateurs indépendants dans le développement de leur activité sur le marché du résidentiel. « Nous avons développé une nouvelle offre qui tient compte des nouveaux enjeux du marché du résidentiel notamment un comportement clients qui évolue tant sur la recherche d'information que sur la mise en concurrence. De plus, nos fabricants sont répartis sur tout le territoire ; les attentes des consommateurs selon la région sont donc variables, ajoute Sandrine Garcia. Partie de ce constat, notre politique est donc de créer une solution pour les nouveaux arrivants axant la priorité sur l'accompagnement personnalisé ».

Ainsi chaque nouvel adhérent jouit d'un support commercial et marketing personnalisé. Si des éléments restent communs car une partie des besoins des membres du réseau sont les mêmes, néan-

Le Centre de relation client désormais ouvert le dimanche

« Il s'agit d'une révolution dans le monde de la fenêtre », explique-t-on chez le réseau KparK. Depuis le 17 septembre, le centre de relation client du réseau, implanté à Libercourt (Pas-de-Calais) est ouvert sept jours sur sept. Il est disponible du lundi au vendredi de 8h30 à 19h30 et le samedi-dimanche de 10h à 18h. ■



La nouvelle brochure fait état des nouvelles ambitions du réseau.

moins tous les outils sont modifiables et adaptables. À titre d'exemple :

- la création de pochette devis totalement personnalisée aux couleurs du partenaire ;
- un pack de marketing direct pour aider à détecter des projets afin d'assurer son activité commerciale. Ce pack comprend une offre commerciale totalement personnalisée, la sélection de bases de données pertinentes sur la zone de chalandise de nos clients ; les relances téléphoniques pour détection de projets au nom du client ;
- pour les partenaires vérandalistes, un partenariat avec Véranda Magazine permettant de mettre en avant une réalisation commune ;
- une landing page (page de présentation Web) personnalisée pour chaque partenaire sur le site www.reynaers-particulier.fr ;
- des formations sur-mesure. Par exemple "formation commerciale" : transformer vos devis en commandes. Le formateur part des devis et problématiques client. Il ne s'agit pas d'une énième formation générique. Nous nous adaptons à leurs besoins

pour que la formation soit efficace et concrète ;

- un accompagnement pour la création de showroom avec une architecte d'intérieur spécialisée.

Mise en place d'un "crédit marketing"

Enfin, pour accentuer cette volonté d'accompagner ses clients sur leur secteur, Reynaers a mis en place un "crédit marketing". Le nouveau partenaire peut choisir les actions qu'il veut mettre en œuvre localement et nous y participons financièrement. « Nous nous adaptons à un marché qui évolue vite. Le fait d'accompagner nos nouveaux adhérents de façon personnalisée leur permet de profiter de notre expertise marketing pour leurs problématiques. Et pour Reynaers c'est d'une grande richesse car nous renforçons la connaissance de nos clients et de leur environnement. La montée en compétence de nos partenaires est une de nos priorités car c'est ce qui leur permet de développer durablement leur business. », conclut Sandrine Garcia. ■

Veranco

Séjour savoyard pour les commerciaux du réseau



Cette année Veranco et ses partenaires se sont réunis pour un séjour aventure à Landry, en Savoie.

« Si le concours vendeur 2017 a été une réussite aux yeux du monde de la véranda et de la pergola, explique-t-on chez Veranco, et si nous avons pu partager les émotions magnifiques que Veranco a pu nous procurer au cours de ces deux journées des 20 et 21 juillet, c'est grâce à nos partenaires Veranco. » ■



Solutions Pro Sapa

Un nouveau réseau BtoB lancé par Sapa

L'entreprise Sapa vient de lancer "Solutions Pro Sapa", son nouveau réseau de fabricants de menuiseries aluminium prêtes à poser dont elle a confié la responsabilité à Jean Camet. Il se compose à ce jour de huit entreprises (MPS / Puget - 83, Compex / Pégomas - 06, Foxal / Lagrave - 81, Abadie / Cazères - 81, Tellier / Chemillé - 49, Seeuws / Masnières - 59, Ekoalu / Chasselay - 69 et Stab / Colombelles - 14), situées au sud d'une ligne Bordeaux/Nice, en Bretagne, Île-de-France, et dans les régions de Lyon et Lille.

« Nous avons réuni certains membres du réseau, précédemment animé par Sapa, en juillet dernier, nous leur avons soumis notre projet, avec notamment le nouveau nom, le logo, la baseline, le tout accompagné d'une proposition de contrat, explique Jean Camet. D'ici la fin d'année 2018, le réseau a pour volonté de recruter une quinzaine de nouveaux adhérents afin de renforcer le maillage à travers la France », poursuit-il.

Rappelons que ces spécialistes multi-produits réalisent sur mesure l'offre complète Sapa : fenêtres, coulissants et portes Performance 70, baies coulissantes XXL Artline ou à levage Confort Smartline, vérandas Eden+, pergolas Sunline, garde-corps Confiance, façades NRGY 62 et Élégance...

Accompagner les adhérents face à une surcharge de travail ou recherchant une solution spécifique

Solutions Pro Sapa souhaite également accompagner les fabricants-installateurs, membres du réseau, qui font face à une surcharge de travail ou recherchent une solution spécifique pour laquelle ils ne possèdent pas la machine adé-

quate. « En mutualisant notre expertise, explique-t-on chez Sapa, nous apportons rapidement aux clients des réponses aux problématiques rencontrées sur le terrain. Nous



Le logo spécialement créé pour le nouveau réseau.

mettons en commun des moyens, services et outils, et les développons ensemble pour proposer des offres personnalisées comme par exemple la porte repliable Orizon+ ». Prochaine date de réunion des membres du nouveau réseau, le 9 novembre 2017 à Batimat sur les lieux mêmes de la manifestation afin que les adhérents puissent également visiter le salon avant de participer, le soir, à une soirée organisée à Paris par Sapa. En attendant, peut-être, d'avoir son propre stand sur le salon Equip'Baie en novembre 2018. ■

QUATRE QUESTIONS À JEAN CAMET, RESPONSABLE DE "SOLUTIONS PRO SAPA"

Quand avez-vous lancé ce nouveau réseau ?

« Nous avons réuni les membres du réseau précédemment animé par Sapa, mais que nous avons volontairement mis en sommeil, en juillet dernier. Nous leur avons soumis notre projet, avec le nouveau nom, le logo, la baseline, le tout accompagné d'une proposition de contrat ».

À qui s'adresse "Solutions Pro Sapa" ?

« C'est un réseau BtoB uniquement composé d'entreprises à 100% tournées vers une clientèle professionnelle, ce qui le différencie de notre précédent réseau Sapa qui était plutôt orienté vers le marché du particulier. Donc notre réseau est un réseau de fabricants qui mettent en œuvre toute la gamme de menuiseries offerte par Sapa ».

Que va apporter Sapa aux membres du réseau ?

« Au travers des commerciaux de Sapa, nous allons apporter des affaires à ces entreprises dans leurs zones de chalandise respectives. Le message que je souhaite leur faire passer est que la force commerciale de Sapa sera, entre autre, au service des adhérents de "Solutions Pro Sapa". Depuis mars dernier, le réseau a également recruté Christophe Estival, qui vient du groupe Deva et qui a la charge de manager une équipe de quatre personnes chargées de contacter les entreprises générales et les promoteurs afin de trouver des commandes de menuiseries prêtes à la pose pour leurs chantiers. La préfabrication représente environ 25% de l'activité de Sapa. Et bien entendu, nous allons mener des campagnes de communication et de promotion typiques de ce genre de réseau. Nous comptons également organiser des réunions quatre fois par an, notamment pour leur présenter des produits qui seront lancés par Sapa, spécifiquement pour eux tout en les associant le plus en amont possible au développement de ces nouveaux produits ».



Quelles autres actions allez-vous mener auprès de ces nouveaux adhérents ?

« Nous les avons également incités à entamer les démarches de labellisation "fenêtre alu" auprès du SNFA avec les audits réalisés par Socotec. Trois de nos huit adhérents le sont déjà et nous exigeons contractuellement que nos membres entament cette démarche dans les six mois. Nous leur proposons également de faire une démarche vers la certification NF Fenêtre du CSTB. J'ajouterais que nous leur mettons à disposition le centre d'essais qui est implanté sur notre site de Puget-sur-Argens (83). Ils peuvent aussi procéder à leurs essais sur les sites de Technal à Toulouse (31) ou Wicona à Courmelles (02) en fonction de leurs implantations géographiques respectives ».

Réseau de concessionnaires de vérandas aluminium prêtes à poser.



Voici 5 bonnes raisons de devenir RÉNOVALISTE.

Le marché porteur de la véranda s'appuie sur un fort potentiel de développement: **19 millions de maisons individuelles.**

et de faire le bon choix!



Une entreprise solide, fière de ses **34 ans d'expérience** dans la conception, la promotion, la vente, et la pose de vérandas en aluminium **prêtes à poser.**

Une signature créative portée par toute une équipe de 150 collaborateurs au service de **14 collections** inventives et inédites de vérandas et de pergolas.

Une position privilégiée au sein d'une zone de chalandise dédiée et à haute rentabilité où vous accédez sans royalties ni redevance d'enseigne. Vous disposez d'un **territoire en totale exclusivité.**

Une véritable alliance qui se vérifie dans les **outils de communication** puissants, les formations efficaces, les soutiens techniques et commerciaux. Des atouts pour conforter durablement **votre réussite.**



www.renova.com

 **Rénova**
LA VÉRAND'ATTITUDE

Contactez
Caroline LACOUTURE
84, rue François de Chabot
49360 YZERNAY
Tél. 02 41 49 15 49
c.lacouture@renova.com

Aluminiers Agréés Technal

Convention 2017 : l'excellence en objectif

C'est du 4 au 8 octobre dernier que s'est déroulée la 27^e convention des Aluminiers Agréés Technal à Amsterdam (Pays-Bas). Cette année, 230 personnes avaient répondu présent, un record absolu depuis la création des conventions, selon les organisateurs.

Le programme a été des plus riches pour les participants, qui, dès le premier jour ont assisté à leur première réunion plénière dans la salle Koopel Kerk de l'hôtel "Renaissance Amsterdam Hotel", une majestueuse église luthérienne du XVII^e siècle en plein cœur d'Amsterdam. Au cours de cette première réunion, Charles Gaël Chaloyard, directeur du réseau, a mis l'accent sur la notion d'excellence, la grande thématique de ces rencontres.

« Nous devons monter d'un cran notre niveau de service pour viser l'excellence » a-t-il annoncé aux participants. Une série de films, tournés chez des clients d'aluminiers, a ensuite été projetée, montrant ces consommateurs finaux déçus ou mécontents de leurs chantiers ou du suivi de leurs projets. L'objectif de ces présentations : marquer les esprits et, selon Charles Gaël Chaloyard « monter d'un cran notre niveau de service pour viser l'excellence ».

Une conférence sur Amsterdam a ponctué cette première journée qui s'est achevée avec la soirée de remise des Prix du Palmarès l'Architecture au Maritime Museum d'Amsterdam, ancien bâtiment du comptoir des Indes Orientales (lire également notre article dans Verre & Protections n°100).

Huit ateliers de travail en mode "speed-dating"

Le deuxième jour, huit ateliers "pour progresser ensemble" ont été proposés aux aluminiers sous forme de "speed dating", pour échanger sur des sujets qui, précise-t-on chez Technal, « feront le réseau de demain ».

Durant 35 minutes, les participants ont pu assister à des présentations sur des sujets aussi variés que : la démarche environnementale pour se différencier ; les outils numériques, optimiser votre atelier, "best practice" du parcours client, manager la performance commerciale, innovations Technal, actualité produits et mutualiser les achats.



Gilles Geromel, directeur commercial, et Charles Gaël Chaloyard, directeur du réseau Technal, animent la réunion plénière.

230 sites internet lancés en 2017

Lors de la seconde réunion plénière, qui s'est déroulée le troisième jour de la convention, Gaël Chaloyard a établi un bilan de l'année écoulée. « Nous avons lancé 230 sites internet Aluminiers dernier cri, en mode "responsive" afin de mieux attirer la demande locale en proximité. Notre nouvel extranet, très simple et convivial est aussi "responsive" ». Côté vie des réseaux, Technal s'est également montré plus exigeant avec les Aluminiers pour favoriser leur participation aux actions du réseau. Résultat : une hausse d'environ 30 % d'engagement des adhérents du réseau sur les huit actions principales du réseau au cours de l'année 2017. « Nous avons donc raison d'être plus fermes, de vouloir un réseau plus participatif avec plus d'exigence, et de viser l'excellence », ajoute Charles Gaël Chaloyard.

Lancement de nouveaux services pour la mutualisation des achats

Pour les actions 2018, priorité encore à la satisfaction client qui, selon les responsables de Technal, sera déployée et pour laquelle il faudra évaluer toutes les sources de contacts du réseau avec les consommateurs finaux et architectes (du lead



jusqu'au SAV). « Nous piloterons cela à la tête de réseau Aluminier par Aluminier » a précisé Charles Gaël Chaloyard. « Nous allons aussi monter d'un cran dans la mutualisation des achats en lançant de nouveaux services avec la puissance des 230 Aluminiers », a-t-il ajouté avant de décliner les actions à venir par marchés : réseau des Fabricants, Aluminiers bâtiment, Aluminiers résidentiel et Maison de Lumière. D'autres caps sont également au programme pour le réseau en 2018, notamment dans le domaine du digital, là aussi « présent dans toute la vie l'entreprise : GED (gestion électronique des documents), BIM, site internet, réseaux sociaux » a conclu le directeur des réseaux. En fin de réunion, Daniel Roy, vice-président du groupe Hydro, est revenu sur les cinq dernières années, le chemin parcouru, les grandes étapes, la progression de Technal et des réseaux. Pour Daniel Roy, Technal est véritablement

monté d'un cran dans le professionnalisme et le service apporté aux Aluminiers Agréés Technal, aux Maisons de Lumière ainsi qu'aux Fabricants Technal.

Place à la détente

Cette convention, qui a nécessité six mois de préparation, s'est ensuite poursuivie par des activités multiples : 62 Citroën 2CV louées pour faire le tour des polders et autres moulins, 230 vélos loués pour un après-midi de découverte d'Amsterdam à deux roues, visite du musée Van Gogh, promenades en bateau sur les canaux, visite du "Heineken Experience", etc.

Notons que, pour cette édition 2017, une application dédiée pour la convention avait été créée avec programme, annuaire et coordonnées des personnes présentes, enquêtes satisfaction, alerte flash, photos... ■

LES GAGNANTS DES "PRIX DES RÉSEAUX" 2017

Au terme de la troisième journée, au cours d'un dîner de gala, ont été remis huit "Prix des Réseaux" :

Prix région Nord-Est : Gam Protections, Pascal Letellier

Prix région Sud-Est : VMV, Karim Cheikhrouhou (absent pour la remise de prix)

Prix région Sud-Ouest : Normand, Jérôme Affre

Prix région Nord-Ouest : Sud Métallerie, Arnaud et Julie Pons

Prix Maison de Lumière : AMDF, Luc et Jacques Sabater

Prix Fabricants Technal : Fabalutec, Tchavdar Smilov

Prix Initiative Commerciale : CFIM / Close2home / Art de L'habitat, José Sallot

Prix Réseau : AVI, Romain Crespo



Serge Ferrari Premium Partner

Interview de Roberto Grosso, un an après la création du réseau



Il y a exactement une année, nous annonçons dans notre édition “spéciale réseaux” la création, par Serge Ferrari, d’une nouvelle enseigne de distribution de ses produits : “Serge Ferrari Premium Partner” (lire Verre & Protections n° 95, page 12).

Nous avons interrogé Roberto Grosso, directeur réseau chez Serge Ferrari et fait avec lui, le point sur la première année de son nouveau réseau.

Verre & Protections Mag : Le réseau “Serge Ferrari Premium Partner” fête sa première année d’existence. Quel bilan tirez-vous de ces 12 premiers mois ?

Roberto Grosso : « Avant de faire un bilan, il est important pour moi de remercier l’ensemble de nos partenaires qui nous ont fait confiance en 2017 et ensuite de rappeler les enjeux du réseau Serge Ferrari Premium Partner. L’ambition de Serge Ferrari Premium Partner est de construire le premier réseau de spécialistes dans le secteur de la protection solaire et de rendre visible et lisible les produits Serge Ferrari auprès du consommateur. Nos enjeux pour cette première année ont été de tenir nos engagements commerciaux et de prouver notre capacité à capter et transmettre des contacts qualifiés à l’ensemble de nos partenaires. Rendez-vous en 2018 pour un bilan chiffré ».

Vous annoncez 230 sociétés adhérentes à la fin de ce mois de septembre ? Est-ce un chiffre conforme à vos attentes ? Quels sont vos objectifs à moyen terme ?

« Notre objectif pour cette année est de fédérer 250 sociétés dans le segment de la protection solaire. Avec 230 sociétés aujourd’hui, nous sommes très proches de notre objectif. Pour 2018, nous allons développer un autre segment de marché à destination du consommateur et je pourrais vous en dire davantage début 2018 ! ».

Est-ce qu’une typologie générale de ces 230 adhérents se dessine ? Quels sont leurs principaux points communs ? Leurs disparités ?

« Nous avons la chance d’avoir un réseau avec des profils complémentaires sur le marché. Cela nous permet de répondre à l’ensemble des demandes grâce aux compétences de nos partenaires. Je vous invite à découvrir notre storelocator : <http://storelocator.sergeferrari.fr/> »

Quelles actions avez-vous mises en place pour ces adhérents ? Leurs attentes vis-à-vis d’un réseau BtoC sont-elles différentes de celles d’un réseau BtoB ?

« Soyons précis sur notre promesse commerciale, nous proposons à nos partenaires la possibilité de souscrire au réseau au travers de deux programmes. Le premier module B to C concerne le développement des ventes auprès du particulier et le second module est destiné au B to B tertiaire. Notre offre est consolidée au travers des valeurs du réseau qui sont les suivantes : la proximité, la fidélité, la proactivité, le service, le professionnalisme et l’excellence. Nous nous attachons à mutualiser les moyens et les ressources avec un seul objectif : convertir nos actions en chiffre d’affaires. Préoccupation commune à l’ensemble des réseaux ».

Lors du salon Equip’Baie, en novembre 2016, vous avez signé deux partenariats avec les réseaux Répar’stores et Storistes de France. Concrètement, quel bilan tirez-vous de ces deux premiers partenariats ?

« Nous sommes ravis d’avoir annoncé, lors du salon Equip’baie 2016, le lancement du réseau Serge Ferrari Premium Partner au côté de Répar’stores et de Storistes de France qui nous ont soutenus au démarrage de cette belle aventure. Cette collaboration a permis de proposer au consommateur des installateurs avec des profils complémentaires ».

Dernière question, avez-vous noué de nouveaux partenariats depuis Equip’Baie ? Si oui, lesquels ? Avez-vous des projets en cours et des annonces à venir ?

« À ce jour non, mais nous sommes actuellement en discussion avec d’autres acteurs du marché ».

Propos recueillis par Frédéric Taddei

“
« Pour 2018, nous allons développer un autre segment de marché à destination du consommateur. »



Grandeur Nature

Nouvelle stratégie pour le réseau qui s'ouvre aux produits de l'habitat

Le réseau de vérandaliste Grandeur Nature dévoile sa nouvelle stratégie de marque. Dans un contexte de croissance et pour affirmer une présence sur le marché national, Grandeur Nature se développe et a décidé de s'ouvrir aux produits de l'habitat : fenêtres, portes, portails, etc.

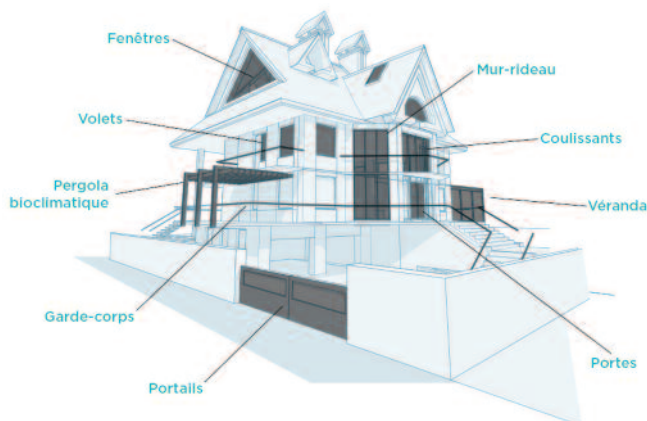
Une offre élargie de vérandas, menuiseries isolantes, stores, portes, portails

« Cette stratégie, indique-t-on chez le réseau du groupe Sepalumc, vise à imposer durablement Grandeur Nature comme un acteur clé et innovant dans le domaine de la rénovation de l'habitat ».

En affirmant son positionnement haut de gamme, il a la volonté d'offrir à ses membres de nouvelles sources de marché et d'accroître la notoriété de marque avec des actions de communication nationales et locales : cinq campagnes de communication opérationnelles relayées dans les 50 points de vente,

De plus, Grandeur Nature entend poursuivre l'évolution du chiffre d'affaires, en proposant désormais aux clients finaux un art de vivre plus qualitatif avec une offre élargie de vérandas, menuiseries isolantes, stores, portes, portails, etc. et de leur proposer un service d'accompagnement local marketing, personnalisé et sur-mesure.

« Cette nouvelle politique trace une route ambitieuse en s'appuyant sur les points forts du réseau : une source d'innovations pour de nouveaux marchés, une source d'expertise fondée sur l'expérience, une source de savoir-faire "fabrication française", une usine de production et la force d'un gammiste reconnu Sepalumc. C'est désormais toute une gamme complète "habitat", sur-mesure, que propose le réseau Grandeur Nature. Le réseau dispose ainsi d'atouts solides pour poursuivre sa croissance et gagner des parts de marché » se félicite le réseau.



Intensification de la communication vers le grand public

Grandeur Nature investit à nouveau dans un plan média de masse toute l'année avec :

- Une communication intensive sur la radio grand public, Europe 1, aux heures de grande écoute ;
- Une campagne presse dans les magazines déco haut de gamme, avec une récurrence de parutions ;
- Une campagne digitale Web continue sur les réseaux sociaux Facebook et Youtube ;
- Un plan d'actions opérationnel et saisonnalisé pour faire vivre la marque dans tous les points de vente et développer le business des membres toute l'année ;
- Une présence régionale remarquée sur les foires et salons en région.

« Pour cette communication grand public, explique-t-on chez Grandeur Nature, l'idée est de cumuler les actions de notoriété de marque pour créer du trafic vers les points de vente : kit PLV, e-mailing, annonce presse, bannière Web, flyers type "boîtes aux lettres" ». ■

DEUX NOUVELLES RECRUES DANS L'ÉQUIPE

« Avec le nouveau positionnement sur le marché de l'habitat, les commandes clients augmentent fortement », indique le réseau. Afin de maintenir le niveau de qualité de service et de satisfaction clients, deux nouveaux visages viennent agrandir l'équipe Grandeur Nature : **Johan Vanderhaeghe** (à gauche) et **Gaétan Dugue** (à droite).



DESTINATION MAROC POUR LA PROCHAINE CONVENTION

Grandeur Nature aura les pieds dans le sable marocain pour sa prochaine convention nationale ! Pour bien commencer l'année 2018, les 25-26 et 27 janvier prochains, aura lieu la grande convention nationale du réseau Grandeur Nature.

Cette année, David Julien, directeur général Sepalumc, réunira tous ses membres pendant trois jours au Maroc. La convention est un événement convivial propice aux partages des savoirs-faire, explique-t-il, c'est aussi l'occasion pour le réseau de conforter chacun de ses membres dans son métier, de rappeler les valeurs et les objectifs communs.

Au programme : visite du site, de l'usine et des équipes de Sepalumc Maroc, présentation des nouveaux membres du réseau, présentation de l'avenir du réseau avec les grands projets principaux, présentation des dernières innovations, session d'échanges et retours d'expériences. Des activités ludiques et de découverte seront également au rendez-vous.

Décostory

Inauguration de nouveaux locaux à Bussy-Saint-Georges

Le développement de la communication se poursuit chez Décostory et plus particulièrement dans le digital. Les mois à venir vont révéler de nouveaux projets qui seront soumis à l'ensemble des adhérents lors des prochaines réunions d'information, notamment en ce mois de novembre 2017.

En effet, pendant Batimat, le groupement invite tous ses adhérents pour l'inauguration des nouveaux locaux à Bussy-Saint-Georges (77). Au cours de ce temps fort, est organisée une réunion pour présenter les directions possibles à prendre pour l'avenir du réseau. Cet après-midi de travail se prolonge par un dîner convivial dans la nouvelle ville d'implantation du groupement.

Les projets pour l'année 2018

Le rassemblement suivant des adhérents de Décostory aura lieu en janvier de l'année à venir lors de la prochaine assemblée générale qui se déroulera cette année au Mexique, en présence des adhérents mais également des fournisseurs référencés. Ils seront plus nombreux en ce début d'année 2018, puisque le réseau a référencé cette année deux nouveaux adhérents : Tremco Illbruck et Coublanc pour les pergolas.

L'année 2018 sera également l'année de la sortie du nouveau catalogue du réseau. Réalisé tous les trois ans, Décostory profitera de sa présence sur le salon Equipbaie en novembre 2018 pour lancer cette nouvelle édition. ■

Club des Menuisiers d'Excellence MC France

Objectif : 80 partenaires sur l'ensemble du territoire à l'horizon 2020



Le réseau des spécialistes des menuiseries bois-aluminium, Club des Menuisiers d'Excellence, poursuit sa dynamique de croissance

Une convention qui a célébré les cinq ans du réseau

MC France a réuni les 8 et 9 juin dernier à Annecy les 43 partenaires de son réseau pour une convention annuelle qui marquait les cinq ans de sa création. L'année 2016 a été marquée par le développement du Club avec neuf nouveaux partenaires recrutés, soit une augmentation de près de 30 % de l'effectif par rapport à 2015.

« En 2016, malgré un marché de la rénovation tendu, les partenaires ont réalisé une très bonne performance et la croissance du chiffre d'affaires du Club est supérieure aux autres clients MC France (hors club), souligne Laurence Liébot-Castetz, responsable du Club des

Menuisiers d'Excellence. Cela démontre l'efficacité de notre accompagnement pour les aider à dynamiser leurs ventes en bois-aluminium, au travers notamment de formations, d'opérations commerciales et d'outils adaptés à leurs besoins », poursuit-elle.

Nouvelle campagne de communication pour promouvoir l'offre auprès des particuliers

Une convention qui a justement porté sur les projets du Club parmi lesquels la réflexion autour de la communication digitale, la présentation des nouveautés produits et le lancement de l'opération commerciale qui se tient cet automne 2017. Celle-ci a fait l'objet d'une nouvelle campagne de communication du 11 septembre au 13 octobre dernier, pour promouvoir l'offre auprès des particuliers (remise de -15 % sur toutes les

menuiseries MC France), et a été soutenue par un nouveau kit d'outils pour aider les partenaires à développer leur communication locale (PLV pour showroom, spot radio, annonce presse...). Fort de la dynamique engagée, MC France poursuit le développement du Club des Menuisiers d'Excellence, avec l'objectif 80 partenaires répartis sur l'ensemble du territoire à horizon 2020. ■



Repar'stores

160 franchisés participent à la sixième convention nationale

Pour sa 6^e convention nationale, Repar'stores, le spécialiste de la réparation et de la modernisation de stores et de volets roulants, a réuni du 8 au 10 septembre derniers 160 franchisés au Club Med d'Opio en Provence. Un week-end convivial sur la thématique de la "référence"...

Thématique de "La Référence"

« Repar'stores est aujourd'hui le leader de la réparation de volets roulants et de stores toutes marques. Notre souhait aujourd'hui est de devenir "La Référence", que toute personne ayant un problème de volet roulant ou de store ait le réflexe Repar'stores. Pour ce faire, nous mettons tout en œuvre pour être un franchiseur de référence, un réseau de référence et une référence sociale », déclare Guillaume Varobieff, co-fondateur de Repar'stores.

Démarche développement durable

Le réseau a également mis l'accent sur la notion de "réparer au lieu de changer". « Repar'stores s'inscrit en effet dans le développement durable de par l'essence même de son concept », affirme le réseau. Ainsi, en 2016, 500 tonnes



de déchets ont été évitées. L'entreprise mène actuellement toute une réflexion environnementale pour permettre à terme à l'entreprise de recycler les produits récupérés chez ses clients.

Avec la création d'une commission RSE Repar'stores souhaite également aller encore plus loin en créant sa commission RSE et en s'engageant pour la planète. Cette convention a été l'occasion de fixer un calendrier d'actions à court et moyen terme. ■

Fenêtre. Porte. Mur rideau. Véranda.

SOLUTIONS INFORMATIQUES

pour entreprises de tout taille.



Accès facile
aux informations im-
portantes - toujours
et partout

Les solutions web de Klaes - Votre PLUS en AUTONOMIE

La famille de produits «Klaes Web» vous permet d'être autonome indépendamment des heures de travail et des lieux de travail.

Que vous souhaitiez que vos concessionnaires-revendeurs et vos poseurs avec Klaes web-tracking vous fournissent des informations à jour sur le statut de la commande, ou si vos employés accède facilement aux informations essentielles et commercial avec Klaes web business. Tout cela fonctionne indépendamment de vos horaires d'ouverture - de la maison et en route!

BATIMAT • Paris • 06.-10.11.2017 • Stand C115, hall 5A

Horst Klaes GmbH & Co. KG • Wilhelmstr. 85-87 • 53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Fon: +49 (2641) 909-0 • E-Mail: welcome@klaes.com • www.klaes.com

KLAES 
WORLDWIDE NO. 1 enjoy IT

Profils Systèmes

Une "signature olfactive" pour les showrooms



Une fragrance unique, une odeur reconnaissable dès son entrée dans un showroom partenaire, c'est ce que Profils Systèmes, avec Arthur Dupuy, propose en cette fin d'année 2017.

Pamplemousse, genévrier, feuille de figue et rose : voici les composantes de la signature olfactive de Profils Systèmes. Une eau fraîche, gorgée d'agrumes, d'effluves de genévrier et de feuilles de figuier, évoque les odeurs chaudes de la garrigue occitane. Les volutes résineuses et vertes se déploient autour d'un cœur floral, cocktail de fleurs blanches et rosées, remémorant l'égantier sauvage.

Avec cette signature olfactive, Profils Systèmes apporte une dimension de bien-être à son concept showroom pour le plus grand plaisir de ses visiteurs. ■



Renov'art

Une convention 2017 entre les tours de La Rochelle



C'est dans la "généreuse et belle" ville de La Rochelle que s'est déroulé fin juin le colloque national Renov'art. Plus de 100 personnes pour une rencontre au fil de l'eau... douce et salée !

Cette année, la part belle était donnée aux échanges. Ainsi adhérents et partenaires fournisseurs référencés ont partagé toute une journée ensemble. D'abord lors d'un Forum pour consolider et développer les relations commerciales, puis après autour d'un pique-nique sur les berges du marais poitevin pour favoriser la cohésion. La promenade en barque sur la "Venise verte" a malheureusement dû être annulée au dernier moment à cause de la pluie, ce qui n'a fait que prolonger le plaisir d'un déjeuner plein de convivialité !

Junior Pauliard, de la société GES Habitat, meilleur adhérent Renov'art 2016

Juste avant la soirée de gala organisée au-dessus de la forêt tropicale de l'aquarium de La Rochelle (privatisé pour l'occasion), tout le groupe s'est émerveillé de ses 600 espèces marines plus surprenantes les unes que les autres. En point d'orgue de cette visite, c'est autour d'un cocktail servi dans l'espace dédié aux Caraïbes que Junior Pauliard, dirigeant de la société GES Habitat à Marmande (47), s'est vu remettre le bouclier de Brennus au titre du meilleur adhérent Renov'art 2016.

Site Web individuel personnalisé pour chaque adhérent

La réunion du lendemain offrait également son lot de surprises aux adhérents qui ont eu le plaisir de feuilleter le nouveau catalogue général grand public Renov'art, tout autant que de découvrir le nouveau site internet national Renov'art, mais aussi leur propre site individuel personnalisé réalisé pour chacun d'entre eux.

La réunion s'est prolongée par la présentation du plan d'actions et de communication Renov'art 2018 et cette belle rencontre s'est clôturée autour d'un déjeuner face au vieux port de La Rochelle, majestueusement flanqué de ces deux célèbres tours. ■



Junior Pauliard, meilleur adhérent Renov'art 2016



Forum des fournisseurs référencés



Côté Baies

Implantations dans cinq nouveaux départements

En 2017, Côté Baies étoffe sa présence sur le territoire national en s'implantant dans cinq nouveaux départements. En effet six nouveaux adhérents viennent de rejoindre le réseau dans les départements de la Gironde, de la Vendée, du Bas-Rhin, du Pas-de-Calais et des Deux-Sèvres. « L'identité forte du réseau se traduit par la volonté de chaque adhérent de faire vivre les couleurs Côté Baies pour renforcer les valeurs communes », explique le réseau dans un communiqué. Notre engagement se traduit par un accompagnement autour de différentes actions et supports qui viennent soutenir les actions locales de chaque adhérent : des opérations promotionnelles bisannuelles,

un site internet dédié au réseau, des outils de communication personnalisés... le tout dans un seul et même objectif, celui de promouvoir la force de nos adhérents à garantir des projets uniques et performants », précise-t-on chez Côté Baies.

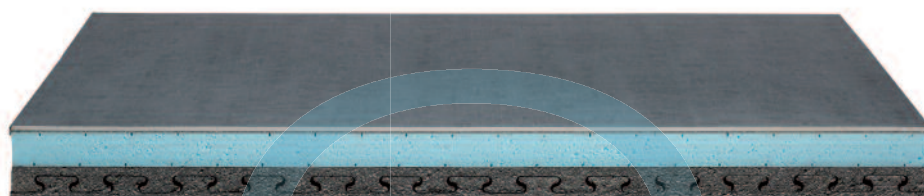
Publication du nouveau magazine Côté Baies

La nouvelle édition du magazine Côté Baies est disponible : un monde d'inspirations et de solutions ! Très attendu par les membres du réseau, cet outil de communication valorise leur maîtrise technique, leur savoir-faire et leur rôle de conseil à travers des projets, des défis, des thématiques, des conseils pratiques... « Il est une belle vitrine du tra-

vail d'artisan fabricant et illustre leur expertise grâce à de très belles réalisations », se félicite-t-on chez Côté Baies. À disposition dans les showrooms des adhérents, il est également consultable sur le site Internet du réseau de Côté Baies, la version papier peut être, elle, commandée en ligne. ■



TOITURE DE VÉRANDA TRÈS HAUTE PERFORMANCE ACOUSTIQUE



HAUTE PERFORMANCE ET LÉGÈRETÉ

ELS Ω mega ISOTOIT

Le plus léger des ELS



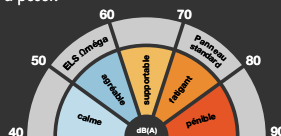
Effet bilame maîtrisé :
pas de contraintes sous l'effet des écarts de température.



10 kg+/m² le plus léger des ELS :
3 kg de moins au m². Plus facile à manipuler, plus facile à poser.



L'authentique ELS :
conserve les performances acoustique et thermique inégalées du panneau original ELS. ELS Ω mega bénéficie du brevet Ω mega FRI661116. Une exclusivité ISOTOIT.
Parce qu'ELS, c'est toujours Écoutez le Silence.



Groupe
ISOSTA

Tél. 03 86 83 44 44
Contact : info@groupe-isosta.fr
www.groupe-isosta.fr

Partenaires Référence Schüco

Un film de communication B2C en collaboration avec le réseau

Du 24 septembre au 7 octobre dernier, Schüco s'est invité dans le quotidien des Français, avec une campagne publicitaire valorisant l'art de vivre dans la maison. Au travers de ce spot, Schüco porte la vision d'un "haut de gamme moderne" jouant tant sur l'élégance que sur un sur-mesure accessible : un positionnement "lifestyle" à destination du grand public.

1100 diffusions en deux semaines

Réalisé en collaboration avec son réseau de « Partenaires Référence » et son agence de publicité, Hungry & Foolish, le film "la maison Schüco", a été diffusé 1 100 fois, pendant deux semaines, sur les chaînes du câble et du satellite. Ce film, d'une vingtaine de secondes, invite le téléspectateur à partager plusieurs moments de vie d'une famille moderne. Un positionnement lifestyle, plaçant la marque comme un acteur de la vie quotidienne, qui promet "Des fenêtres ouvertes sur la vie".

La marque prend aujourd'hui un virage dans sa stratégie en s'adressant directement au grand public

« Une vraie mutation s'opère aujourd'hui dans l'habitat et la décoration : les familles contemporaines évoluent et l'uti-



lisation des pièces de la maison aussi, explique Sophie Kauffmann, directrice de la communication. C'est au travers de portraits de familles modernes que nous avons décidé de présenter nos solutions. Toutes ces histoires sont le reflet de notre capacité à répondre à tous les besoins, le sur-mesure étant la marque de fabrique de Schüco depuis plus de 60 ans maintenant, poursuit-elle. Connue et reconnue par les professionnels, la marque prend aujourd'hui un virage dans sa stratégie, en choisissant de s'adresser directement au grand public, avec cette première campagne, qui joue avant tout sur les terrains de l'émotion et de l'identification », conclut Sophie Kauffmann. ■

OuvertureS

Direction Lorient pour le séminaire commercial

Le dernier séminaire commercial OuvertureS a eu lieu les 7 et 8 septembre derniers dans le Finistère à Lorient. Événement destiné à l'ensemble de la force commerciale des membres du réseau OuvertureS (42 participants) c'est une réelle occasion de se rencontrer et d'échanger sur le métier et sur le marché de la menuiserie. Il permet également de partager les bonnes pratiques et de se motiver pour l'année à venir. Deux jours de séminaire placés sous le thème de la performance commerciale.

Visite de l'usine Mixal

La première partie de la matinée fut studieuse avec la visite de l'usine de production Mixal, fabricant depuis plus de 25 ans de menuiseries extérieures mixtes en bois et aluminium. Puis présentation des chiffres, des objectifs et actions qui seront mises en place tout au long de l'année à l'ensemble des participants lors de la plénière.

Conférence sur l'optimisme

L'après-midi fut consacré à une conférence sur l'optimisme, état d'esprit déterminant dans sa performance commerciale mais clairement indispensable pour réussir.



Cette première journée de travail a pris fin sur une activité collective et ludique : une chasse au trésor évasion. Réelle occasion pour découvrir le patrimoine de la ville de Lorient. Place aux ateliers pour cette seconde journée de séminaire, véritable moment de travail en groupes facilité par le partage et la confrontation des expériences. Chacun apprend de l'autre dans un contexte différent où l'accent est mis sur le développement personnel et sur l'apprentissage de nouveaux leviers de performance. ■

Menuisier Certifié Profils Systèmes

Deux sociétés rejoignent le réseau



Tessalu

Tessalu a été créée en septembre 2004 par Thibaut de Tessières (photo). Après une première année d'activité consacrée exclusivement au marché du particulier, Tessalu a réalisé en 2005/2006 ses premiers chantiers en marchés publics avec les mairies de Mantes-la-Jolie et Mantes-la-Ville (78), qui sont devenues depuis des clients récurrents grâce au travail soigné de ses équipes.

Tessalu a depuis acquis dans la région de Mantes-la-Jolie une image d'entreprise sérieuse, fiable et réactive qui propose de bons produits avec un très bon rapport qualité/prix.

Cette bonne réputation se traduit par des recommandations d'architectes, de mairies ou de grands groupes du BTP comme Vinci ou Eiffage.

Après plus de 13 ans d'activité, Tessalu est devenue une entreprise réputée, avec du personnel stable et expérimenté. Les quatre dernières années ont été marquées par une forte croissance du chiffre d'affaires, révélatrice des efforts réalisés par toute l'équipe de Tessalu.

AT Plus

AT Plus a été créée il y a presque 10 ans. Cette société située à Poussan (34) et dirigée par Paul Constantinides (photo), est spécialisée dans les travaux de rénovation des menuiseries extérieures et la protection solaire. L'entreprise est composée de 15 salariés : quatre commerciaux, huit poseurs et trois ouvriers de production. Le siège social et les ateliers de fabrication sont domiciliés à Poussan et un show-room d'exposition est situé à Mauguio (34). Une usine est en cours de construction à Cournonsec avec une livraison prévue mi 2018. ■



Au centre du marché

Messe Stuttgart



120 000 m² d'idées. Beaucoup de place pour l'innovation.

Avec ses 10 halls et ses 120 000 m², le R+T est le plus grand showroom au monde consacré aux volets roulants, portails et protections solaires. C'est le lieu où trouver de nouvelles idées et des produits innovants. Venez nous rendre visite et découvrez comment donner une impulsion supplémentaire à votre entreprise.



Salon leader mondial
des fermetures,
portes/portails et de
la protection solaire

Du 27 février au 3 mars 2018
Messe Stuttgart, Allemagne

www.rt-expo.com

Tryba

L'animation réseau : vecteur central de la réussite de Tryba



Tryba a été l'un des précurseurs dans le domaine du commerce organisé en lançant son réseau en concession dès 1984. Depuis plus de 30 ans, l'enseigne a forgé son succès sur une organisation parfaitement rodée. L'animation des points de vente, au cœur de la stratégie de la marque, est particulièrement soignée. L'occasion de revenir en détail sur la méthode employée par l'entreprise alsacienne pour animer son réseau, aujourd'hui fort de 300 Espaces Conseil.

Un accompagnement sur-mesure, un levier de développement personnalisé... l'animation réseau peut clairement être considérée comme une raison fondamentale pour rejoindre une franchise. En effet, diriger une société demande une adaptabilité de tous les instants et d'alterner "mains dans le cambouis" et vision stratégique. Souvent seul pour prendre ses décisions, le dirigeant bénéficie avec l'animation réseau d'un support adapté à son profil, comme à ses besoins.

"Vis ma vie d'animateur réseau"

« Support opérationnel, organisationnel ou commercial, en première ligne au quotidien, un animateur réseau doit disposer de multiples compétences mais surtout savoir les diffuser efficacement auprès des concessionnaires » explique Romain Diziain, animateur chez Tryba depuis 2010 qui a œuvré pour mettre au point le concept de franchise participative "Carré Tryba" entre 2013 et 2015. À la fois collecteur d'informations pour la tête de réseau, sur des problématiques auxquelles sont fréquemment confrontés les concessionnaires, et "stratège" pour 29 concessions, Romain Diziain en visite deux par jour, ce qui permet d'échanger environ tous les 15 jours avec chaque dirigeant.

« L'animation réseau a toujours fait partie de l'ADN de Tryba, il existe un réel esprit de partenariat qui se construit de manière naturelle », précise de son côté Daniel De Negri, responsable de l'animation.

Une cellule "ouverture" de quatre personnes suit les premiers mois d'activité

Chez Tryba, l'équipe est composée de sept animateurs qui gèrent en moyenne 20 à 30 concessions. C'est pratiquement un audit commercial qui s'opère à chaque visite mais attention à ne pas oublier l'indépendance de chaque Espace Conseil. Néanmoins, la frontière s'instaure naturellement entre les deux parties pour éviter toute ingérence. Pour résoudre les points faibles ou des problématiques

complexes, Tryba met à disposition des concessionnaires toute une équipe de spécialistes. « Cela correspond à notre forte volonté d'accompagnement, précise Daniel De Negri. D'ailleurs, Tryba est le réseau qui possède le plus de personnel à disposition. En effet, en plus des sept animateurs, nous disposons d'une cellule ouverture de quatre personnes qui suit intensivement les premiers mois d'activité sur tous les aspects process », poursuit-il.

Les six premiers mois, les concessionnaires sont dans une sorte de couveuse. Pour les premiers mètres, montages ou poses, la tête de réseau est très présente afin de les assister.

Mais la relation est réellement à double sens, le siège n'hésitant pas, en accord avec le concessionnaire concerné, à retravailler une idée ou une initiative mise en place dans un Espace Conseil pour la modéliser et la mettre ensuite à disposition de l'ensemble des magasins.

L'animateur se positionne comme une ressource humaine supplémentaire mise à disposition de l'adhérent. Afin de fonctionner l'organisation doit être bien huilée, ainsi tous les semestres, les différentes parties conçoivent un plan d'attaque qui doit permettre au point de vente de passer un cap. Quels sont les perspectives, les objectifs de développement, les domaines à optimiser ? L'éventail des thématiques est large. « Par exemple, si le but est de recruter un commercial, nous pouvons intervenir pour organiser une session de recrutement », précise Romain Diziain.



Romain Diziain : « un animateur réseau doit disposer de multiples compétences mais surtout savoir les diffuser efficacement auprès des concessionnaires ».



Daniel De Negri : « un bon animateur se doit d'être pédagogue. »

Être un animateur réseau performant

Chaque animateur a ses points forts. Certains excellent dans la méthode, d'autres dans l'opérationnel. C'est un métier de généraliste dans lequel il faut savoir déceler les forces et les faiblesses de l'interlocuteur. Être capable de créer une connivence, une complicité avec les concessionnaires, qui offre la possibilité d'aller très loin avec eux, demeure primordiale.

« Être à l'écoute de l'autre, apprendre rapidement, être tenace me paraissent trois atouts indispensables », affirme Romain Diziain. Pour Daniel De Negri, « un bon animateur se doit d'être pédagogue afin de parvenir à transmettre le savoir-faire existant. Posséder un esprit de persuasion, de conquête ».

En conclusion, il apparaît essentiel de ne jamais rompre le dialogue, d'instaurer une dynamique cohérente entre l'ensemble des points de vente afin que des succès locaux découlent une réussite collective importante. ■

UN GRAND
MEMENTO
 POUR DE
GRANDES IDÉES

**NOUVELLE
 ÉDITION !**



- ⊕ COMPLET
- ⊕ LUDIQUE
- ⊕ VISUEL

**LES SOLUTIONS VERRIÈRES
 AU SERVICE DU BIEN ÊTRE DE CHACUN**

DISPONIBLE GRATUITEMENT SUR SIMPLE DEMANDE

Rénoval

Retour sur une année 2017 riche en initiatives

L'année 2017 avait commencé dans une ambiance Italienne (à Rome) avec une convention réunissant pour trois jours les 70 concessionnaires du réseau (lire Verre & Protections n°96, page 45). Une année 2017 animée également par des réunions régionales et des formations agréées (pose, tarifs, produits, cover, commerciales). Rénoval a mené pour son réseau une communication qui est montée en puissance tout au long de l'année lors de quatre temps forts (février/mai/septembre et novembre) avec une présence sur les médias nationaux et un notamment renforcement sur RTL (France 2/RTL/Europe 1). Après le lancement d'un nouvel extranet qui offre aux concessionnaires Rénoval un véritable outil de suivi de

gestion des contacts et qui affûte l'utilisation de tout le dispositif commercial et marketing, tout en optimisant l'autonomie de chacun, de nombreuses nouveautés ont vu le jour cette année avec la Vérand'Home Energie, la Vérand'Atelier, le jardin d'hiver et une nouvelle collection de pergolas : Design, et Forge.

Augmentation des capacités de production

Rénoval a mené à bien la finalisation de d'une extension de 3000 m² de son site abris de piscine à Saint Germain sur Moine (49) pour atteindre une superficie de 5 000 m² en avec un investissement dans les convoyeurs, cintreuse. S'y ajoute une extension de 2 000 m² du site vérandas d'Yzernay (49) avec l'in-



tégration d'un nouveau transstockeur pour profilés alu et une zone de stockage de produits finis. « Nous allons pouvoir enrichir notre profondeur de gamme, élargir notre offre de couleur et stocker également pour nos concessionnaires ne disposant pas de la place nécessaire dans leur concession », se félicite-t-on chez Rénoval. Parallèlement une vingtaine de recrutements sont en cours afin de soutenir la montée en puissance de la production. Rappelons que le réseau comprend plus de 70 concessionnaires dont neuf nouveaux adhérents avec un chiffre d'affaires en hausse de 15 % depuis 2016. ■

Un Chouette Réseau

Un "chouette" site Web...

« Les médias digitaux font partie de notre quotidien. Voilà une belle affirmation qui ne risque pas de faire le buzz ! Pour autant, même si la question de disposer d'un (bon) site internet ne se pose plus depuis longtemps, la règle de son renouvellement s'impose » : c'est ainsi que Frédéric Lenoir, directeur marketing et réseau du groupe Delplast, présente la création du nouveau site internet d'Un Chouette Réseau. « Pas de norme, pas de dogme... juste quelques ingrédients marketing et une grosse dose de bon sens », poursuit-il.



Frédéric Lenoir

Voilà en synthèse le cahier des charges qui a conduit les équipes d'un Chouette Réseau à préparer le nouveau site internet de la marque dont la mise en ligne est programmée pour novembre. Outre l'esthétique et la convivialité de navigation, l'arrivée de nouvelles fonctionnalités constituent les changements majeurs.

Enregistrement de la garantie en ligne pour les particuliers

« Dans les faits, et dans un premier temps, explique Frédéric Lenoir, un nouveau look graphique permettant d'assurer... le changement ; à l'instar du commerçant qui refait sa vitrine. Dans un second temps, une adaptation aux exigences du tactile : plus d'icônes, plus d'images et moins de texte. Même si "les gens ne lisent plus", l'information



demeure le mot-clef. La fonction de déroulement – façon tablette et Smartphone – garantira l'accès aux contenus enrichis », conclut-il.

Enfin, et au centre des nouvelles fonctionnalités, un accès dédié pour l'enregistrement de la garantie en ligne pour les particuliers. Encouragés par les revendeurs installateurs membres du réseau, ils pourront ainsi saisir les caractéristiques principales de leur installation dans un menu intuitif : gammes de produits, date de pose, etc. Dès la validation de ces données, un courriel automatique leur est adressé contenant les mentions formelles de leur garantie signée Delplast, le groupe industriel normand développeur d'un Chouette Réseau. ■

Accélérer l'extension du réseau pour conquérir de nouveaux territoires

Depuis deux ans, Vie & Véranda a accéléré ses investissements pour acquérir de nouveaux moyens technologiques et techniques et structurer son équipe de développement du réseau.

Ces dernières années de R&D et d'investissements ont permis de poser les bases solides du développement de Vie & Véranda. La conquête de nouveaux territoires est désormais la priorité de l'entreprise. Plus de la moitié du territoire français reste encore à couvrir par l'enseigne. Objectif : 45 concessionnaires à l'horizon 2020.

« Ce pari sur l'avenir, l'entreprise l'a anticipé en investissant sur les hommes, sur l'innovation produits, sur l'équipement industriel, sans oublier de renforcer son positionnement haut de gamme, en soignant la qualité esthétique de ses modèles, le niveau de service et une communication qui se démarque de celle de ses concurrents. Cette stratégie nous permet aujourd'hui de faire la différence et d'accélérer notre développement », explique Lucas Pinoncely, PDG de Vie & Véranda.

15 nouveaux concessionnaires d'ici 2020

Le réseau compte actuellement 30 concessionnaires répartis sur 50 départements français. Pour atteindre 50 millions d'euros de chiffre d'affaires, 15 nouveaux concessionnaires rejoindront le réseau d'ici 2020.

Vie & Véranda recrute donc activement de nouveaux entrepreneurs, qui souhaitent diversifier et développer leur activité existante en se positionnant sur le marché de la véranda premium. Le concept s'adresse également aux salariés évoluant sur les métiers de la menuiserie et de l'habitat, et qui envisagent une création d'entreprise tout en étant accompagnés.

Un mode de sélection unique basé sur l'exclusivité territoriale

Le réseau fonctionne sur un principe d'exclusivité territoriale. Ce critère est l'une des clés pour constituer un réseau puissant d'indépendants tout en garantissant une dynamique de groupe qui accompagne leur performance.

Chaque projet d'implantation est étudié et fait l'objet d'un accompagnement individualisé. Étude de marché, configuration, organisation commerciale, communication... Le concessionnaire bénéficie de l'expertise, des conseils et de la force du réseau.

Pour accompagner ces nouveaux concessionnaires, l'équipe Réseau de Vie & Véranda s'étoffe avec six personnes dédiées à l'accompagnement et au développement du réseau. Deux animateurs réseau assurent une présence permanente sur le terrain et une assistance aux concessionnaires. L'entreprise organise également chaque année plusieurs conventions thématiques : des moments propices au travail et à l'échange.

Des territoires encore disponibles

La moitié des départements français restent à quadriller par l'enseigne. Cela laisse ainsi à Vie & Véranda et ses futurs partenaires de nombreuses opportunités dans des secteurs géo-



graphiques porteurs tels que le sud-ouest ou le quart nord-est. Dans cette perspective, le réseau a d'ores et déjà lancé trois nouvelles agences en 2017 :

- Concept Design Ouest à Quimperlé (29), en Bretagne : une concession indépendante qui consolide la notoriété du groupe en région Bretagne avec un showroom de 200 m² et une équipe de cinq personnes composée d'une dirigeante, de deux techniciens-conseil et de deux techniciens poseurs, dont un métreur.

- Vivea au Mans (72), en Pays de la Loire : une concession avec un showroom de 300 m² qui fonctionnera en synergie avec les agences de l'ouest-Ile de France, et qui vient compléter la présence de l'enseigne en région Pays de la Loire.

- Une nouvelle concession est en cours d'ouverture à Limoges (87) cet automne et couvrira la Haute-Vienne en complétant le maillage déjà présent en Corrèze (agence de Brive-la-Gaillarde) et Auvergne (Clermont-Ferrand).

Une communication ciblée et renforcée

Afin d'élargir sa notoriété et mettre en avant son expertise auprès du grand public, le réseau a également investi dans une communication à 360° permettant de développer et d'asseoir son image de marque avec un logo qui fait peau neuve, un site Web dédié en constante évolution, une présence sur les réseaux sociaux pour être au plus proche de ses clients, de l'achat d'espaces publicitaires ciblés et multicanal, des relations presse grand public... et cette année, la collaboration avec Stéphane Thébaud (journaliste, animateur TV) nouvel ambassadeur de la marque dans les campagnes de communication ciblées. ■



Storistes de France

Lancement du magazine "inspirations"

Storistes de France a souhaité revisiter les codes de la presse décoration à travers son nouveau magazine "inspirations". Au fil des 44 pages, le magazine accompagne le lecteur dans ses projets de rénovation et d'embellissement, tout en lui permettant de découvrir l'offre de Storistes de France. Imprimé à 40 000 exemplaires, le magazine sera envoyé trois fois par an en boîte aux lettres à des clients et prospects ciblés. « Ce nouveau support de communication constitue un véritable rendez-vous avec les particuliers qui recevront trois numéros par an au moment des campagnes nationales. Dans un secteur habitué à des formats prospectus, ce magazine pocket envoyé sous blister doit permettre à la marque de se distinguer de ses concurrents tout en fidélisant son lectorat », explique le réseau.

Reprise des codes de la presse magazine

L'objectif de ce magazine "inspirations" est, selon Storistes de France, « de refléter la modernité de la marque et de poursuivre son ambition : se différencier par des solutions innovantes et performantes, adaptées aux besoins de chacun. Comme son nom l'indique, « inspirations »

insuffle de nouvelles idées et délivre des conseils qui traduisent l'expertise du réseau et le savoir-faire à forte valeur ajoutée des 80 entreprises qui le composent ».

La recette : une reprise des codes de la presse magazine : édito, actualité saisonnière, inspiration, nouveautés, carnet de tendances, reportage photo, dossier thématique et fiches pratiques ponctueront chaque numéro. Les visuels d'ambiance, modernes et immersifs, viennent habiller les textes, dont la typographie et le style rédactionnel se démarquent d'un discours commercial classique. L'ensemble des articles valorise l'offre et le savoir-faire de Storistes de France. Il propose également, avec parcimonie, des publicités du réseau, présentant notamment la promotion nationale du moment. Ce support de communication rappelle enfin les coordonnées du point de vente le plus proche avec un marque-page au début de chaque numéro.

Les reportages photos sont de vraies réalisations Storistes de France

« À travers ce magazine, Storistes de France souhaite à nouveau renforcer son positionnement de faiseur de ten-



Sylvie Balende, rédactrice en chef du magazine "inspirations" et responsable communication du réseau

dances, ajoute Sylvie Balende, rédactrice en chef du magazine "inspirations" et responsable communication du réseau. En effet, nous sommes les premiers de notre secteur à proposer ce type de communication, qui, en plus de valoriser les solutions innovantes et performantes que nous proposons, reflète la modernité de la marque avec clarté et sobriété, poursuit-elle. Il a été accueilli avec beaucoup d'étonnement et d'enthousiasme. En effet, ils n'avaient jamais imaginé qu'avec les produits techniques qu'ils vendent et posent tous les jours, on pouvait créer un support aussi esthétique et riche en conseils. De plus, tous les reportages photos sont de vraies réalisations Storistes de France que j'ai pu obtenir grâce à eux et je les en remercie. Ce magazine, c'est aussi leur création, je n'ai fait que m'inspirer de leur travail », conclut Sylvie Balende. ■



Terres de Fenêtre

Une convention 2017 en Corse

Les 5, 6 et 7 octobre derniers, Terres de Fenêtre organisait sa convention annuelle, regroupant 175 personnes (les partenaires, leurs conjoints ou collaborateurs). En baie d'Ajaccio, ils ont profité des douces températures d'arrière-saison corse, au rythme d'activités sportives et ludiques.

Guide de bonnes pratiques pour bien communiquer

La convention annuelle était l'occasion de leur présenter le nouveau "Chronocom Terres de Fenêtre". Ce Chronocom décline l'ensemble des opérations commerciales qui vont jaloner leur activité 2018, assortie (et c'est une nouveauté), d'un guide de bonnes pratiques pour bien communiquer tout au long de l'année auprès de leurs prospects et clients.

Enfin, lors de cette convention, les nouveaux pilotes représentant les partenaires en régions, ainsi que leurs suppléants fraîchement élus ont été présentés. L'annonce de la création d'une sixième région, la région Île-de-France, a également été faite.

Lancement de la nouvelle offre "Sérénité" prenant appui sur le réseau

Parmi les projets ambitieux qui émergent cet automne pour le réseau Terres de Fenêtre, on peut citer le lancement de la commercialisation de la nouvelle offre "Sérénité".

En effet, le groupe Maugin a lancé le 2 octobre dernier sa nouvelle fenêtre connectée, avec capteur intégré. Il annonce simultanément la sortie de sa nouvelle offre "Sérénité" dont la commercialisation et le développement prennent appui sur le réseau de partenaires Terres de Fenêtre.

Cette offre comprend un "Pack Sérénité" mis au point en partenariat avec Delta Dore, une menuiserie PVC connectée Terres de Fenêtre, garantie 20 ans (le détecteur est quant



à lui garanti 5 ans) et l'installation et la pose certifiée, réalisée par un professionnel partenaire Terres de Fenêtre.

« Avec les progrès de la domotique, les fenêtres aussi se sont mises à la page, rejoignant ainsi la liste des nombreux objets connectés qui existent déjà sur le marché, explique Julien Rivasseau, responsable R&D et marketing chez Maugin, notre vocation est de satisfaire aux nouvelles habitudes de consommation de nos clients qui recherchent plus de connectivité, plus de confort et aussi plus de sécurité.



Julien Rivasseau

C'est pourquoi, poursuit-il, nous avons développé notre offre de fenêtre connectée. Nous l'associons à la nouvelle offre "Sérénité". Celle-ci comprend tous les atouts d'un produit à l'efficacité éprouvée, Made in France, assorti d'un pack sécurité complet », conclut Julien Rivasseau. ■



Internorm

Convention des distributeurs pilotes en terre bordelaise

La récente Convention des distributeurs pilotes s'est déroulée du 13 au 15 octobre dernier à Bordeaux et a réuni 80 personnes.

Internorm compte aujourd'hui pas moins de 200 distributeurs et constructeurs sur le territoire national dont 51 distributeurs pilotes s'affichant pleinement aux couleurs de la marque.

Un distributeur pilote Internorm affiche une double identité mettant en avant sa propre notoriété locale adossée à celle de la marque n°1 en Europe.

Pour l'occasion, le président de la SAS Internorm France, Rudolph Temmel, a participé à l'événement et a pu constater l'engagement et le dynamisme des distributeurs français.

La vision de Thierry Geissler du marché français de la menuiserie

Après les mots de bienvenue, Thierry Geissler directeur général d'Internorm France a fait un tour d'horizon de l'année 2017, année électorale. Il a également présenté les chiffres annuels du marché de la fenêtre depuis les années 2000 et un graphique expliquant les effets, selon lui « néfastes d'un marché aidé artificiellement. Cette situation a eu pour effet pervers de nous éloigner d'une stratégie de qualité, de performances et de professionnalisme dans le domaine de la menuiserie, ceci déstabilisant fortement la profession » a expliqué Thierry Geissler.



« Un retour à la normale devait arriver tôt ou tard après avoir assaini les acteurs en présence, ajoute le patron d'Internorm France, avec plus de 6 000 dépôts de bilan annuels au cours des années 2000 à 2010, entraînant malheureusement par le fond bon nombre d'entreprises sérieuses ». Thierry Geissler précise également que ces dernières années, « nous avons vu arriver sur le marché bon nombre de produits "exotiques" principalement issus des pays de l'Est sur un modèle low cost, privilégiant la masse et une détérioration du prix du marché sans véritable stratégie de long terme et de qualité. Devons-nous un jour remplacer nos poseurs qualifiés par des poseurs low cost ? Devrons-nous également remplacer nos technico-commerciaux ainsi que nos secrétaires pour essayer en vain de toujours être les moins chers ? Sur quel marché voulons-nous évoluer ? » se demande encore Thierry Geissler.



L'équipe est prête pour le rallye pédestre dans la ville de Bordeaux.

Communication télé en 2018

« Pour le réseau Internorm, poursuit Thierry Geissler, il n'y a aucun intérêt d'aller au suicide et nous avons heureusement encore une clientèle en France qui recherche : la qualité d'un produit et d'un service, le conseil apporté pour un choix raisonné et la sécurité d'un réseau d'entreprises reconnu »

Internorm attache beaucoup d'importance à l'avis de ses distributeurs et à travers des ateliers de travail, tous les participants ont pu donner leur opinion sur les produits mais surtout sur la communication et les différents supports existants et souhaités. C'est ensemble qu'a été validé un plan de communication pour 2018.

Ces dernières années Internorm est présent sur plus de 80 salons régionaux présentant des produits de qualité se différenciant des confrères. Une communication nationale sur RTL et Nostalgie a été un premier pas pour une reconnaissance nationale auprès du grand public avant de voir apparaître la marque sur le plan télévisuel en 2018.

Après la matinée de travail, l'ensemble des participants a pu visiter la Cité du Vin. Le dimanche matin, un rallye pédestre dans la ville de Bordeaux riche en culture et en monuments, leur a permis de découvrir une ville exceptionnelle et en pleine mutation.

Le rendez-vous est pris l'année prochaine, pour découvrir une autre ville entamant ainsi un réel tour de France des régions. ■



Exemple d'un nouveau magasin pilote sur Bordeaux : Abrisbaie.

Grandeur Nature

Nouvelle extension d'habitation brevetée à toiture plate Confort2Vie



Confort2Vie est une innovation brevetée née du travail commun du bureau d'études Grandeur Nature et de ses membres, experts de la menuiserie aluminium.

Une véranda exclusive brevetée

Une nouveauté sur le marché des vérandas : l'association de la structure aluminium, des panneaux isolants autoportants et d'une nouvelle génération de membrane d'étanchéité 3D EPDM sur-mesure, fait de cette nouvelle véranda, une des vérandas les plus isolantes du marché ($U_p = 0,16$) :

- une toiture doublement isolée en périphérie composée de panneaux autoportants de 164 mm, un matériau performant équivalent à 240 mm de laine de verre, et d'une nouvelle génération de membrane d'étanchéité 3D EPDM,
- l'ossature est composée de châssis de la

gamme 70 (Véranda 70 - série 7700 de Sepalumeric) à rupture de pont thermique et d'un triple vitrage,

- une structure en aluminium naturel et recyclable et une toiture végétalisée.

Coté design, la Confort2Vie permet une personnalisation dans l'air du temps : large palette de couleurs et de finitions disponibles pour la structure et ses accessoires (poignées, paumelles), bicoloration intérieure/extérieure, un toit végétalisé, des bandeaux LED. Toutes les combinaisons sont possibles.

Rapidité de pose

La fabrication et la pose sont simplifiées et optimisées grâce à la technologie des panneaux isolants et à la membrane 3D sur-mesure préfabriquée en atelier et prête à poser (aucune soudure sur chantier, pas de chute, pose sécurisée sans travaux d'étanchéité, pas d'intervention d'autres corps de métier). ■

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

- Finesse de la toiture
- Esthétique contemporaine (carrée) ou traditionnelle (moulurée)
- Gamme 70, série 7700 Sepalumeric
- Profils en aluminium à rupture de pont thermique
- Panneaux sandwich autoportants 164 mm
- Étanchéité parfaite avec la membrane 3D EPDM
- Toute l'offre couleurs Sepalumeric
- Profils et accessoires à la teinte
- Coffre intégré pour stores et volets roulants motorisés
- Dimensions maxi : jusqu'à 6 m de profondeur
- Sécurité renforcée : triple vitrage et vitrage sécurité, verrouillage multipoints
- Personnalisation : bandeau led
- Option toiture : végétalisée ou synthétique

Fenêtrier Veka

Le réseau s'agrandit

Le réseau Fenêtrier Veka, qui avait fêté ses 20 ans en 2016 avec une dynamique incarnée par un nouveau positionnement et le déploiement d'une nouvelle identité visuelle (lire Verre & Protections n°95, page 16). Ce renouveau graphique s'est décliné à travers tous les outils d'aide à la vente, mais aussi via l'habillage des façades et les intérieurs des points de vente.

« Une impulsion qui porte ses fruits, explique-t-on chez Veka, avec de nombreux magasins Fenêtrier Veka arborant déjà les nouvelles couleurs du réseau ».

Six ouvertures de magasins en 2017

La politique de recrutement de nouveaux adhérents s'avère également bénéfique puisque le réseau a su attirer et convaincre de nombreux entrepreneurs. Pour 2016, citons ainsi les ouvertures de magasins à Dijon (21), Niell-sur-l'Autise (85), Courbevoie (92), Metzervisse (57), Grenoble (38), Seilh (31) et Chalon-sur-Saône (71).

En 2017, six autres magasins viennent pour l'instant compléter le maillage national du réseau : Torcy (77), Bernis (30), Sartrouville (78), Toucy (89), Angers (49) et Angoulême (16). ■



Le magasin de Sartrouville (78)



Homkia

Deux nouveaux show-rooms dans l'ouest de la France

Homkia agrandit son réseau avec l'ouverture de deux showrooms : l'un en Bretagne, à Vannes (56), et l'autre en Pays de la Loire, à Nantes (44). Ces deux points conseil seront inaugurés en fin d'année 2017.

« Ces deux nouvelles concessions permettent à Homkia de s'implanter en Bretagne mais ont également pour objectif de compléter son offre en Pays de la Loire, région au sein de laquelle quatre concessions sont déjà installées : l'une à Olonne-sur-Mer, les trois autres aux Sables-d'Olonne, à Château-d'Olonne et à La Roche-sur-Yon, confie Nicolas Sfériadis, président d'Homkia. Nous sommes très heureux d'accueillir ces nouveaux entrepreneurs expérimentés dans le secteur du bâtiment et rencontrés lors du salon Franchise Expo 2017 ».

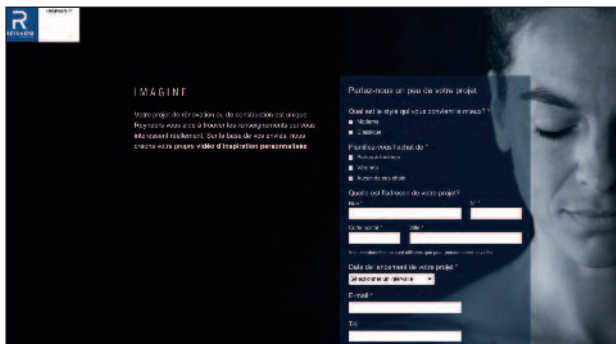
Ces ouvertures viennent renforcer le développement d'Homkia, qui disposera ainsi de 14 points conseil en France. Son ambition, qui est de doubler le chiffre d'affaires global à l'horizon 2020, sera notamment soutenue par une intensification de la communication locale. ■



Ces deux nouvelles concessions permettent à Homkia de s'implanter en Bretagne.

Menuisier Alu Agréé Reynaers

Imagine : une campagne de communication axée sur l'expérience client



Le site utilise la géolocalisation de l'habitat de l'internaute.

Avec Imagine, Reynaers Aluminium a souhaité axer sa nouvelle campagne de communication BtoC sous le signe de l'innovation et de la maîtrise technologique. « Notre objectif, explique Sandrine Garcia, responsable marketing et communication, est d'intégrer à notre communication cet "état d'esprit" innovant qui nous anime. Nous allons jouer sur l'imaginaire pour permettre aux rêves de devenir réalité. Plus que des images ou de l'inspiration, nous allons offrir de l'émotion ».

Les objectifs de la campagne

Reynaers souhaitait s'adapter aux nouveaux comportements des particuliers en leur offrant la possibilité de lui confier leurs projets en continu (7j/7 et 24h/24). De plus, il fallait créer des moments forts autour de la campagne pour (ré) activer des leads potentiels au niveau national et également permettre aux Menuisiers Alu Agréés Reynaers d'animer leur zone de chalandise en s'appropriant la campagne. Cette campagne, diffusée depuis septembre dernier y associe d'ailleurs les membres du réseau.

Comment fonctionne l'"expérience" ?

En se connectant sur le site de Reynaers dédié aux particuliers (www.reynaers-particulier.fr), sur la base du projet de rénovation de l'internaute, une vidéo d'inspiration personnalisée peut être créée et met en avant les produits Reynaers selon cinq thèmes : design, sécurité, confort, savoir-faire et durabilité. Notons que le site utilise pour cela la géolocalisation de l'habitat de l'internaute.

Une fois, la vidéo terminée, pour rendre l'expérience encore plus forte, l'utilisateur reçoit instantanément sur sa boîte e-mail un magazine personnalisé avec son nom, ses envies.

La campagne déclinée pour chaque partenaire du réseau

« Imagine est une campagne qui appartient à nos Menuisiers Alu Agréés Reynaers, précise Sandrine Garcia. En plus de la campagne nationale, chacun de nos partenaires pourra en effet faire vivre cette expérience à ses prospects. Un outil pour leur site Web, pour animer leur showroom, qu'ils pourront utiliser sans modération ».

Reynaers a également organisé Imagine sur le terrain pour ses partenaires, du 2 au 22 octobre dernier pour laquelle ont été développés des outils spécifiques (flyer, poster, et d'autres à venir en 2018) permettant de relayer la campagne sur leur zone de chalandise.

Reynaers est donc allé au-delà d'une campagne B to C puisqu'en fonction des réponses du particulier, la vidéo s'adapte instantanément à son projet. « Nous sommes plus dans une campagne "one to one" où l'envie du particulier est au centre grâce à la personnalisation de la vidéo et du magazine. Autre avantage, nos partenaires pourront répondre précisément et tout de suite au projet du particulier avec les produits Reynaers adaptés. C'est donc une campagne conçue pour nos Menuisiers Alu Agréés Reynaers car comme le montre notre slogan, "together for better" le partenariat est la clé de notre succès », conclut Sandrine Garcia. ■

Storistes Agréés Dickson

Recréer le “reflexe-store” dans l’esprit des clients

Dickson avait mené, en 2016, une étude sur la perception du store banne par le consommateur dans quatre pays : France, Belgique, Pays-Bas et Allemagne et organisé plusieurs réunions de groupe de consommateurs réfractaires au store ainsi que des entretiens individuels avec des storistes, architectes ou clients équipés de store. Une étude quantitative auprès de 2400 personnes avait également complété l’analyse. Il en résultait que le store s’avère être un des applicatifs solaires les plus efficaces mais qu’il souffre d’une image dépassée et vieillissante. Les différents constats de cette étude ont donc poussé Dickson à “prendre les choses en main” pour redorer l’image du store et recréer le “reflexe-store” dans l’esprit des clients potentiels. Pour cela plusieurs actions de communication ont été engagées.

Le cinéma utilisé comme média central

Dickson a tout d’abord lancé une campagne de communication grand public d’envergure pour redorer l’image du store mais aussi celles des propriétaires du produit.

Cette campagne a d’abord utilisé le cinéma comme média central pour y développer un environnement premium et cinématographique autour du produit.

Un spot de 30 secondes a été projeté pendant cinq semaines consécutives dans plus de 2 200 salles et trois pays (France, Belgique, Pays-Bas), soit plus de 200 000 récurrences du spot publicitaire. Les personnages principaux de ce film incarnent un art de vivre hédoniste, un standing prestigieux qui permet aux stores avec une toile Dickson de se repositionner comme le nouveau symbole de l’outdoor living ! La marque y présente une nouvelle promesse : “New Day, New Life, New Dickson” qui instaure un nouveau commencement, un nouvel art de vivre et une nouvelle vision du store de terrasse.

La marque a également lancé une campagne digitale sur les réseaux sociaux. Un mini-site permettait de vivre l’expérience proposée dans le film tout en présentant les bénéfices produit et comment imaginer son projet de store de terrasse.

Une déclinaison magazine a également été lancée sur plusieurs titres de la presse décoration.



La diffusion en cinéma concernera plus de 2 200 salles



Le réseau, relais de la campagne de communication

Autre relais de cette campagne d’envergure : le réseau des Storiste Agréé Dickson : les 157 storistes labélisés par la marque ont eu l’exclusivité de pouvoir relayer cette campagne dans leurs médias locaux. De nombreuses campagnes cinéma, affichage fixe, déroulant ou animé ainsi que des relais Web sont venus travailler leur notoriété locale et régionale.

Développement d’un Corner Magasin Dickson

La transformation de l’image du store en point de vente n’a pas non plus été oubliée. Une nouvelle vision du produit voulait également être apportée en magasin avec le développement d’un Corner Magasin Dickson.

Véritable “shop in shop” cet espace offre une présentation moderne et esthétique des produits Dickson tout en proposant une démarche expérimentale pour le client final. Celui-ci peut facilement juger les toiles Dickson en transparence grâce à une barre de LED, en absorption de chaleur grâce à une lampe UV et enfin en déperlanche.

43 nouveaux points de vente en 2017

« Ces différentes actions, explique Grégory Lejeune, responsable communication réseaux chez Dickson, nous ont permis de le redynamiser en séduisant 43 nouveaux points de vente en 2017. Nous sommes un réseau de storistes indépendants et notre objectif premier par rapport aux autres réseaux est d’offrir à nos points de vente des outils de communication adaptés et personnalisés à leur problématique tout en respectant leur indépendance, poursuit-il. Les storistes agréés Dickson ont été les relais exclusifs de la campagne Dickson en France, c’est-à-dire qu’ils ont bénéficié localement de toute l’aura et l’impact des retombés de la campagne nationale. Le rôle premier du réseau est d’apporter à ces artisans-experts toute notre expertise en matière de communication en leur proposant des campagnes “clés en main” et une participation financière importante aux efforts de communication de chacun, » conclut Grégory Lejeune. ■

L'Expert Fenêtre

« Apporter un service sur-mesure et personnalisé est incompatible avec un nombre d'adhérents supérieur à 90 »



Départ en goélette à la découverte des dauphins de Madère.

Le réseau nantais L'Expert Fenêtre a accueilli sept nouveaux adhérents en 2017 : Lefort Menuiserie à Jouy-le-Moutier (95), Bénito & Fournier à Gleizé (69), Thermo+ Confort à Soyaux (16), Bativer à Ibos (65), Menuiserie de l'Ermitage à Lagord (17), Espace Menuiserie à Istres (13) et D.M.L. à Vienne (38).

L'assemblée générale annuelle du réseau a eu lieu le 7 juin dernier à Paris avec 36 entreprises participantes sur les 60 que compte le réseau. Ces adhérents sont ensuite partis à Madère du 8 au 11 juin, avec un programme sur-mesure alternant visites culturelles, découverte des dauphins en goélette privée et baignade, 4x4 dans les montagnes, randonnée le long des levadas. Sans oublier la dégustation des spécialités locales : poissons, fruits tropicaux, vin de Madère, aguardiente...

Côté recrutement, le réseau est très strict sur ses critères d'adhésion. « Nous souhaitons recruter des professionnels, en phase avec notre philosophie. Nous sommes prêts à ne

pas accueillir une entreprise si nous avons le sentiment qu'elle ne pourra pas s'intégrer à la "grande famille" de L'Expert Fenêtre. Pour nous le nombre d'adhérents idéal se situe autour de 90 (actuellement nous comptons 60 Experts) afin de couvrir convenablement le territoire mais sans perdre ce qui fait l'ADN de notre réseau et qui risquerait de disparaître avec un trop grand nombre d'adhérents. Nous apportons – et souhaitons continuer d'apporter – à nos adhérents un service sur-mesure, personnalisé, incompatible, à nos yeux, avec un nombre d'adhérents supérieur à 90 », conclut le réseau.

Pour le second semestre 2017, le fait marquant du réseau a été, pour la première fois, une seconde vague de présence à la télévision. L'augmentation du nombre de ses adhérents et leur fort développement commercial leur permettent aujourd'hui d'être également présents en parrainage pour une opération promotionnelle de rentrée. Ainsi, du 10 septembre au 8 octobre dernier, soit pendant une période de quatre semaines, on a pu retrouver L'Expert Fenêtre en parrainage des émissions du pack So Culture de France TV ainsi qu'en replay sur France TV Pluzz.

Un autre fait marquant : le succès rencontré par l'école de vente de L'Expert Fenêtre puisque cet automne et cet hiver, ce sont 11 entreprises qui font bénéficier à leurs commerciaux de cette formation vendeur conçue sur-mesure pour le réseau et prenant en compte ses propres outils de communication et d'aide à la vente.

Enfin, le recrutement d'un cinquième collaborateur est au programme, pour une intégration au 1^{er} janvier 2018, afin de venir en renfort au service communication. ■

MENUISERIE 2000 DÉMÉNAGE À CHARTRES

Créée en mars 2000 par Sébastien Guizelin et adhérente depuis trois ans du réseau l'Expert Fenêtre, Menuiserie 2000 vient de déménager à Bonville-Gellainville (28) près de Chartres. Le dirigeant et son épouse souhaitaient se rapprocher de chez eux et travailler avec un plus grand showroom ; c'est chose faite.

Spécialisée dans les ouvertures/fermetures, les équipements extérieurs et l'aménagement intérieur, Menuiserie 2000 bénéficie donc aujourd'hui de locaux plus spacieux pour développer son activité et le service aux clients. « L'espace d'exposition de 65 m² a doublé par rapport au showroom précédent ce qui nous permet de présenter plus de produits » explique Sébastien Guizelin qui se réjouit aussi de disposer de bureaux plus spacieux et d'un grand parking pour ses clients. Une aubaine puisque même si l'entreprise certifiée RGE change de département et de région, elle se situe à moins de cinquante kilomètres de son ancienne implantation de Saint-Arnoult-en-Yvelines (78) conservant ainsi sa clientèle existante tout en doublant sa zone de chalandise.

Le nouveau point de vente met totalement en valeur l'identité visuelle de l'enseigne spécialiste de la rénovation, que Sébastien Guizelin a rejoint il y a trois ans : « L'Expert Fenêtre est un réseau qui nous donne une bonne visibilité grâce aux campagnes de publicité télévisées qui nous ont rapporté plus de clients. Ils font deux promotions dans l'année, de l'ordre de -10 ou -20 %, ce que nous ne pouvions pas faire auparavant » explique-t-il. Le réseau nous apporte aussi le site internet qui assure la partie prospection clients ainsi que divers services comme les réunions régionales, des formations techniques et d'aide à la vente », poursuit Sébastien Guizelin.

Des services précieux pour une entreprise artisanale dont l'activité est gérée sans salarié par Sébastien Guizelin et son épouse : « j'assure les rendez-vous, la prise de quotes et la pose. En cas de besoin, je fais appel à un intérimaire » précise son dirigeant.





De gauche à droite : atelier marketing, formation Lean management et stage de pose.

Veranco

Veranco mise sur la formation

Partant du principe que le marché de la véranda et de la pergola évoluait sans cesse au même titre que ses partenaires, leurs équipes commerciales et techniques ainsi que ses clients, Veranco a initié des formations commerciales, techniques et managériales auprès de ses Partenaires ainsi qu'en interne et a développé toute une panoplie de formations concrètes, taillées sur mesure, adaptées aux besoins de chacun des acteurs des entreprises.

« Pour gagner, nous devons, ensemble, non seulement suivre ces évolutions du marché mais plus encore les devancer, explique-t-on dans l'entreprise belge. Les formations sont des outils essentiels pour nous permettre, ensemble, de faire évoluer nos pratiques et nos méthodes pour encore plus de réussite. Ce sont des accélérateurs de développement, qui visent à monter les équipes en compétence, remporter la bataille de l'innovation et de la qualité »

Formations internes chez Veranco

L'apprentissage devient indissociable du travail et le « qui doit faire quoi pour réussir » devient « qui doit apprendre à faire quoi pour réussir ». Chaque intégration fait l'objet d'un processus supporté par une formation aux valeurs de l'entreprise. Ensuite, ceci se construit jour après jour, personne par personne, dans tous les domaines : lean management, qualité, recherches et développements, innovations, marketing, communication, processus administratifs, production, vente, animation du réseau... parce qu'il ne peut pas y avoir d'innovation sans formation.

Les cadres participent à des programmes organisés par des organismes extérieurs pour affiner leurs compétences car les normes et les contraintes évoluent. Il est indispensable de redonner du sens au discours des commerciaux et des techniciens. La véranda et la pergola sont devenues des produits complexes qui nécessitent de revoir les bases. C'est pourquoi, nous investissons dans la formation interne initiale et continue.

Formations pour les Partenaires du réseau Veranco et leurs équipes

Pour être ou devenir "le Spécialiste", "l'Expert", Veranco a mis en place, dans le cadre de son "institut d'échanges et de développement des compétences", des stages et des parcours adaptés à leur métier, à son évolution, accessibles aux débutants et aux professionnels expérimentés (management, marketing, vente, métré, pose...). La formation fait partie de notre offre.

Des parcours sont proposés en plusieurs étapes, de la découverte des produits aux fonctionnalités des logiciels les plus avancées :

- Parcours d'intégration des nouveaux Partenaires et de leurs équipes : une formation théorique en salle et en deux étapes, qui a pour objectif la découverte de l'organisation Veranco, la formation pratique aux produits Veranco, à la culture de l'entreprise et à la qualité des produits, la connaissance des avantages des services, la maîtrise du chiffrage, du dessin, des logiciels de visualisation en 3D, de calculs et de devis. Une approche sur la mise en marché et la communication dédiée à la véranda et à la pergola.

- Formations aux méthodes et techniques de vente des produits et services Veranco : formation en salle, initiale et continue et en trois étapes thématiques, destinée à appréhender les techniques et méthodes de vente et supportée par des mises en situations. Un module de formation est également en place pour les assistantes commerciales des entreprises partenaires afin d'offrir un pack complet de l'approche commerciale. Ces formations sont relayées sur le terrain par les managers de Veranco pour aider chaque Partenaire et chacun de ses collaborateurs à réussir sa journée, sa semaine, son mois, son année... Cela amène chacun à créer plus de valeur pour ses clients et son entreprise.

- Formations au métré et à la pose : en plus du pack assistance démarrage et intégration, Veranco propose un pack « formations au métré et à la pose » qui s'articule autour de quatre axes. Ces formations se font au choix des nouveaux Partenaires et aussi des Partenaires existants, après analyse poussée de leurs besoins en matière de pose et de métré, en tenant compte de leurs demandes, de leurs souhaits et du degré de connaissances spécifiques des équipes de pose : formation chez un Partenaire, en usine, dans l'entreprise partenaire ou spécifique suivant le thème défini. En plus de répondre à la demande, ces formations ont pour objectif de se différencier des acteurs du marché de la véranda et de la pergola et de motiver, au plus vite, le manager et les équipes de pose sur les avantages du "livré complet Veranco". « Le but des formations, explique-t-on chez Veranco, est de relever les défis commerciaux, d'aider à travailler avec efficacité et rentabilité, au moyen d'outils éprouvés, adaptés et durables. Notre offre de formation, conseils et accompagnements, développée par Veranco consiste à provoquer des changements durables par la mise en place des solutions adaptées et créées avec et pour le réseau », conclut l'industriel belge. ■

Grosfillex

Le réseau frappe à nouveau chez "Nos chers voisins"

Une deuxième campagne de sponsoring TV 2017 a été menée par le réseau Grosfillex Fenêtres, autour de l'émission "Nos chers voisins" durant six semaines, du 4 septembre au 13 octobre dernier, du lundi au vendredi, toujours sur TF1, la chaîne française à la plus forte audience et toujours sur un des créneaux horaires les plus regardés, celui de 20h40/20h50.

« À l'occasion de cette nouvelle vague de communication, Grosfillex fenêtres revendique son positionnement de marque qualitative et experte dans la fabrication de fenêtres garantissant une isolation thermo-phonique », explique l'entreprise.

Cette campagne a été couplée avec une opération commerciale nationale du 18 septembre au 15 octobre, soutenue par une promotion exceptionnelle : la pose à un euro Elle a également été relayée par un dispositif digital national et des campagnes locales de communication. ■



À l'occasion de cette nouvelle vague de communication, Grosfillex fenêtres revendique son positionnement de marque qualitative et experte dans la fabrication de fenêtres.

Batiman

Progression des ventes et retour sur les écrans TV



Avec une progression de 13 % de leurs ventes, les partenaires Batiman augmentent encore leurs parts de marché local, après une évolution de +9% en 2016 (à périmètre constant). Les plus fortes hausses d'activité proviennent des entreprises actives aussi bien sur le marché de la rénovation que celui du marché du neuf. Pour ce marché, les tendances restent très bien orientées : + 23 % de permis de construire acceptés en maisons individuelles pures sur le 1^{er} semestre 2017, soit autant de chantiers menuiserie extérieure et intérieure à fournir à moyen terme.

Parrainage des émissions Stade 2 et Tout le Sport

« Parmi la masse des enseignes de menuiserie du marché français, Batiman est l'une des rares organisations à pouvoir amener à ses partenaires indépendants des solutions produit et prix adaptés au double marché du neuf et de la rénova-

tion », rappelle le réseau. « Contrairement à la majorité des réseaux de menuiserie détenus par un industriel, nous profitons de son indépendance pour référencer des fabricants complémentaires, ciblés par type de marché : avec cette approche historique, le plan de vente proposé aux partenaires correspond aux besoins immédiats et futurs de chaque entreprise adhérente, avec une compétitivité des prix reconnue » explique Pascal Minard, responsable du réseau.

Dans ce contexte de développement, Batiman a effectué son retour sur les écrans de France 2 et France 3 en septembre et octobre dernier, en parrainage des émissions Stade 2 et Tout le Sport. « De quoi également contribuer à convaincre de nouveaux chefs d'entreprise d'adhérer à Batiman, comme cela a été le cas ce premier semestre pour quatre d'entre eux », conclut Pascal Minard. ■



Vérand'Art

Une véranda au style victorien pour une demeure du XIX^e siècle

Dans cette majestueuse demeure du XIX^e siècle, située en Ile-de-France et implantée dans un magnifique environnement, tout était à repenser. Pour décloisonner cette habitation immense, mais scindée en de nombreuses pièces, les propriétaires ont décidé de repousser les murs en confiant ce projet à Vérand'Art. Pour respecter l'architecture de cette demeure d'exception, protégée par la réglementation des bâtiments de France, une véranda au style victorien a donc été imaginée par Vérand'Art. De plus de 20 m², elle a su se fondre parfaitement au bâti existant pour lui redonner sa splendeur d'antan, et l'ouvrir sur la verdure et les fleurs du parc !

Un espace de 21 m² imaginé par Vérand'Art

Superbe et imposante, cette demeure datant de 1870 surprend par le nombre de petites pièces qui se succédaient au rez-de-chaussée : un large escalier occupant tout l'espace



d'une vaste entrée, une salle à manger, une chambre, une salle de bains, une cuisine et même un fumoir. Il a donc fallu tout repenser pour transformer ses petits espaces en un véritable lieu de vie. Les nouveaux propriétaires ont décidé de commencer par la véranda. C'est ainsi que dans les 21 m², imaginés par Vérand'Art, se dressent désormais la salle à manger ainsi qu'une partie de la cuisine, avec un joli îlot central doté d'un évier. L'espace gagné par ce nouvel agencement a permis de faire place à une vraie grande salle de bains et à une chambre.

De style victorien, la véranda a été érigée à l'arrière de la maison, pour mettre en valeur une façade autrefois bien austère. Un soubassement en maçonnerie ainsi qu'un escalier ont également été créés pour descendre dans le jardin. La véranda dispose d'un terrasson orné de deux pointes et de crêtes, et de flammes pour les chéneaux de toiture. Quant aux soubassements, ils ont été agrémentés de palmettes roses pour apporter un charme supplémentaire. Une porte d'entrée centrale à deux vantaux ouvre la façade sur les escaliers et offre un accès direct au parc fleuri de rhododendrons, pour que les propriétaires puissent profiter pleinement d'un environnement apaisant et hors du temps. ■



PANNEAU DE CHANTIER

Surface : 21 m²

Matériau : Profilés en aluminium à rupture de ponts thermiques

Teinte : Noire sablée

Type de véranda : Toiture 3 pentes avec terrasson plat

Vitrage de façade : Doubles vitrages R Sun de chez Vitraglass avec retardateur d'effraction à isolation thermique renforcée par gaz argon et contrôle solaire.

Vitrage de toiture : Doubles vitrages Vitraglass avec retardateur d'effraction à isolation thermique renforcée par gaz argon et contrôle solaire. Panneaux pleins Isotoit.



Partenaire Certifié Janneau

Partenariat fabricant/installateur pour un chantier de rénovation à Paris

Il y a deux ans, Janneau et l'entreprise parisienne AEF, membre du réseau Partenaire Certifié Janneau, répondaient conjointement à un appel d'offres pour le changement des menuiseries de la copropriété "Cap Sud", dans le XIII^e arrondissement de Paris qui comporte 750 logements. Aujourd'hui, 420 menuiseries ont déjà été installées avec une moyenne de quatre fenêtres remplacées par appartement et le chantier se finalise actuellement.

« Du conseil à la pose, explique Dominique Monin, directeur AEF et Partenaire Certifié Janneau, nous apportons une solution globale à la gestion des chantiers en copropriété qui représentent 25 % de notre chiffre d'affaires. Études et devis gratuits, réduction des coûts lors des commandes groupées, outils personnalisés pour les particuliers : un interlocuteur dédié, des réunions d'information, des rendez-vous individuels... tout est fait pour fluidifier l'organisation. Pour le chantier Cap Sud, débuté en juin dernier, nous sommes en relation avec l'ensemble des propriétaires depuis février ! », précise Dominique Monin.

Les fenêtres d'origine dataient des années 70 !

Pour remporter ce chantier d'un million d'euros, le partenariat fabricant/installateur a fait la différence pour la qualité des fenêtres aluminium, l'organisation opérationnelle sur le terrain et la capacité du fabricant à répondre aux commandes "gros volumes".

« Pour prendre sa décision, le syndicat de copropriété a fait poser trois fenêtres de fabricants en situation réelle dans l'appartement témoin du complexe. Janneau a fait la différence sur les performances et la tenue de sa gamme de menuiseries aluminium profil rénovation », explique Isabelle Chanet, responsable de l'organisation logistique du chantier Cap Sud.

Avec des ouvrants et dormants de 65 mm d'épaisseur, les menuiseries aluminium Janneau se distinguent effectivement par leur résistance et leur isolation thermique et phonique. Trois niveaux d'isolation assurent l'étanchéité à l'air et à l'eau, avec un bouclier thermique central qui renforce



Dominique Monin, directeur AEF, et **Henri Janneau**, PDG de Janneau menuiseries.



LES MENUISERIES MISES EN ŒUVRE SUR LE CHANTIER

Frappe :

A*3 - E*6B - V*A3 (fenêtres et portes fenêtres)

Uw jusqu'à 1,3 W/m².K*

Sw jusqu'à 0,53* et Tlw jusqu'à 66 %

Coulissant :

A*3 - E*6B - V*A3

Uw jusqu'à 1,3 W/m².K*

Sw hiver jusqu'à 0,54* et Tlw jusqu'à 69 %

Gamme labellisée Fenêtrealu par le SNFA pour sa fabrication 100% française et de qualité.

Sécurité : une poignée incrochetable de série permet l'enclenchement d'un mécanisme de verrouillage autobloquant. D'autres options de sécurité sont également disponibles : plaques de protection anti-perçage, double-vitrage feuilleté retardateur d'effraction, poignée à clé...

Personnalisation : trois styles (tradition, moderne et design), disponibles en sur-mesure, avec un large choix de couleurs résistantes aux UV, aux variations thermiques et aux chocs.

l'isolation et protège la quincaillerie de la corrosion. « Une technicité qui fait la différence. Les fenêtres d'origine dataient des années 70 ! », précise-t-on chez Janneau. Au cœur de la structure, un noyau isolant en matière composite assure l'isolation thermique entre l'intérieur et l'extérieur. Ce concept permet de gagner en rigidité pour proposer des grands formats de coulissants et de galandages. Notons que la gamme bénéficie en standard d'un double vitrage de 26 mm à isolation thermique renforcée avec gaz argon et intercalaire Warm Edge.

« Sur le terrain, explique Thierry Anselmier, chef du chantier Cap Sud, trois équipes se succèdent : une équipe désamiantage et protection des lieux de deux personnes qui débute à 7h pour une heure de nettoyage et deux équipes de deux personnes qui lui succèdent pour la pose des menuiseries. Il faut compter une moyenne de 1h30 par fenêtre installée », ajoute-t-il.

Une organisation opérationnelle et logistique

Pour la gestion des chantiers de copropriété, les équipes industrielle, commerciale et logistique Janneau ont adapté leur organisation. Ainsi, le bureau d'études commerciales a procédé à une gestion des devis par logement pour répondre à l'offre établie par AEF et pour le suivi des commandes, un logiciel de partage des données entre AEF et Janneau a permis de gérer les commandes en instantané. Côté organisation, des réunions sont mises en place avec les services de lancement, les chefs d'ateliers, le bureau d'études, le technico-commercial sédentaire et le transport pour organiser la fabrication et la livraison des commandes. Enfin, sur le plan logistique, la livraison des menuiseries est organisée hebdomadairement avec AEF. « Ce type de chantier demande beaucoup de rigueur pour coordonner les équipes et opérer la rénovation logement par logement en important les propriétaires le moins possible », conclut Thierry Anselmier. ■

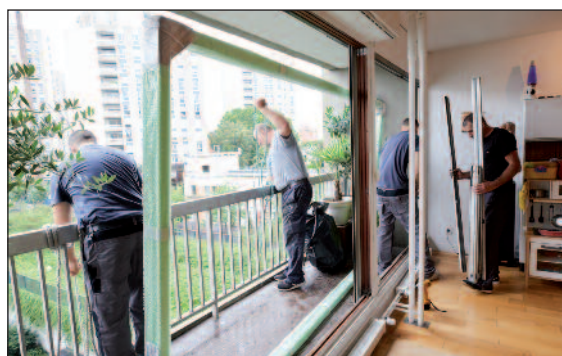


Autour du propriétaire de l'appartement rénové (2^e à gauche), **Henri Janneau**, **Thierry Anselmier**, chef du chantier Cap Sud, et **Isabelle Chanet**, responsable de l'organisation logistique du chantier Cap Sud.

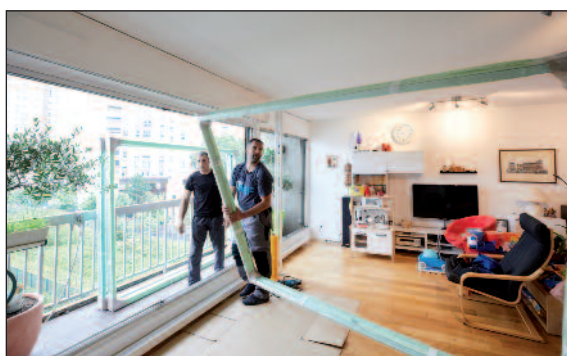
LA POSE DES NOUVELLES MENUISERIES



Enlèvement des anciens ouvrants.



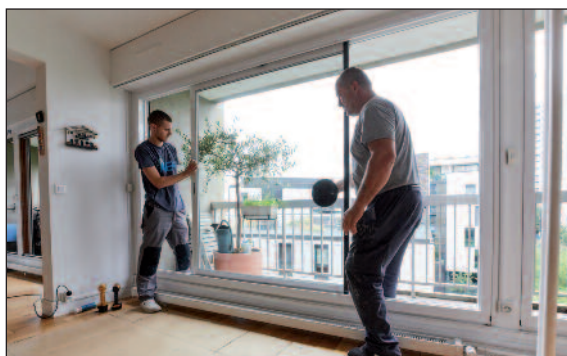
Approvisionnement des nouveaux ouvrants.



Installation des dormants pour la pose.



Mise en place de l'étanchéité des nouveaux dormants.



Pose des nouveaux ouvrants.



Chantier fini avec les nouveaux couissants.

Aluminiers Agréés Technal

Exemple de collaboration entre un Aluminier agréé et le BE Technal pour un chantier parisien

Entrepris pour le compte du bailleur social Paris Habitat OPH, le projet de logements collectifs sociaux "Montmartre Housing" est un petit ensemble de deux volumes R+5 (du T1 bis au T5), reliés entre eux par une cour collective. Il est situé Porte de Montmartre (75018), dans un secteur en mutation le long du boulevard périphérique parisien.

Travail en étroite collaboration technique avec France 2000

Pour le chantier, mené par l'atelier Kempe Thill, le bureau d'études Technal a travaillé en étroite collaboration avec l'Aluminier Agréé France 2000, implantée à Torvilliers (10) et dirigée par Jean-Claude Sot, pour imaginer une création spéciale de fermeture de loggia, qui permettrait d'équiper les 50 appartements de jardins d'hiver.

« L'ouvrage Montmartre Housing est le fruit d'une recherche approfondie pour trouver l'équivalent de la nouvelle villa urbaine dans les conditions contemporaines du logement social en France, explique l'architecte André Kempe. Sa forme compacte et rectangulaire (L. 25 x l. 20 m) a permis de réaliser des économies d'échelles et proposer ainsi des jardins d'hiver ».

La menuiserie sur-mesure est fixée par un rail haut et un rail bas sur roulettes en aluminium, et agrémentée d'un vitrage trempé de 15 mm. Ce système assure une stabilité permettant de supprimer les montants verticaux et de proposer ainsi une enveloppe légère aux lignes minimalistes et élégantes.



Les 2 268 m² de fermetures de loggias mises en œuvre assurent une extension de l'habitat largement vitrée, qui offre des vues panoramiques sur l'extérieur et confère un degré d'intimité supplémentaire grâce aux rideaux occultants, un espace tampon pour capter l'énergie solaire été comme hiver ainsi qu'une barrière acoustique absorbant les nuisances sonores du trafic routier du périphérique.



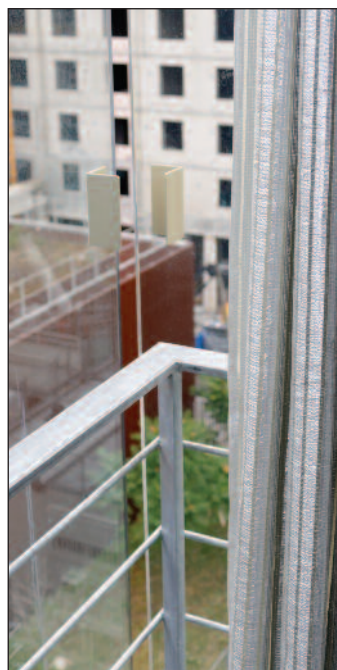
Loggias dénuées de montants aluminium

Les fermetures de loggias sur-mesure Technal permettent aux occupants de bénéficier d'une pièce supplémentaire lumineuse et protégée du vent tout au long de l'année. Chaque appartement possède une double orientation en angle. Cette implantation, conjuguée aux loggias dénuées de montants aluminium, offre des vues variées sur le parc voisin et ses alentours.

Libérés de "colonnes structurelles", les angles confèrent de la qualité spatiale aussi bien à l'intérieur que depuis l'extérieur. La frontière entre dedans et dehors est totalement estompée, prolongeant naturellement la cuisine et le séjour/salon vers le paysage urbain.

Les coulissants des jardins d'hiver créent un espace tampon, qui participe à l'équilibre du bilan énergétique des logements. Lorsque les températures sont basses, il stocke les apports solaires afin de limiter les déperditions au cours de la nuit. En été, il assure une ventilation naturelle de l'habitat. Le confort quotidien des occupants est amélioré et leurs factures d'énergie réduites.

108 châssis à la française Soleal 65 et 80 coulissants à ouvrant caché Lumeal Minimal viennent compléter les menuiseries des appartements. Thermiquement performants, ils participent au bien-être intérieur ($U_w = 1,35$ et $Sw = 0,38$ en hiver et $0,39$ en été). L'ensemble de ces solutions Technal permettent également de renforcer la per-



formance acoustique des pièces à vivre d'environ 17 dB. Un aspect important puisque, situés à proximité immédiate du boulevard périphérique, les bâtiments protègent les occupants des bruits du trafic routier. ■

4 questions à Pascal Violleau, responsable prescription nationale chez Technal

Comment le BE et l'Aluminier Agréé ont-ils échangé et travaillé ensemble tout au long de ce partenariat ?

« La prescription Technal a positionné l'entreprise France 2000 sur cette opération de logements à Paris. Nous avons été conviés par l'entreprise générale et notre client à participer à une réunion de travail pour traiter le sujet des fermetures de loggias, au terme de celle-ci nous avons convenu ensemble de la nécessité de développer une solution spécifique pour ce projet ».

Pouvez-vous nous détailler, sur le plan technique, la demande de l'entreprise France 2000 auprès du BE de Technal ?

« Il a été demandé la création d'un coulissant simple vitrage, sans montants aluminium, autorisant une hauteur de 2,7 ml et une pose en bande filante. Nous avons pris en compte les contraintes normatives puis avons réalisé une maquette et un test AEV pour valider notre conception ».

Le résultat est la création d'une fermeture de loggia. En quoi ce produit diffère-t-il de l'offre existant dans la gamme de Technal ?

« Ce produit diffère car il fait l'objet d'une étude spécifique répondant au cahier des charges particulier du projet. En conséquence cette application ne peut être déployée sur un autre projet sans consultation de Technal ».



Pascal Violleau (à droite) et Jean-Claude Sot, dirigeant de France 2000

Au final, ce nouveau modèle conçu pour un Aluminier Agréé peut-il avoir pour vocation d'intégrer définitivement l'offre de Technal ? Est-ce que cela a été le cas pour d'autres solutions issues d'un partenariat entre votre BE et une entreprise cliente ?

« Compte tenu du succès du projet et du développement croissant des espaces tampons nous nous penchons sur le développement de solutions de fermetures de loggias. Nous intégrons rarement une solution globale, par contre, nous intégrons souvent des évolutions techniques de produits (exemple pose en ITE) ou d'ordre esthétique (capot de mur-rideau et lame de brise-soleil) ».

Propos recueillis par Frédéric Taddei

Posez votre question, un **expert en assurances** y répondra. Tel est le fonctionnement des plus simples de cette rubrique que nous proposons à nos lecteurs en partenariat avec **le Cabinet Seiler**, expert en assurances et spécialisé dans les domaines du vitrage et de la menuiserie.



www.groupeseiler.com

L'assurance des pertes d'exploitation

LA QUESTION DE NOTRE LECTEUR

Question de Benoît H. (gérant de concession) :

« L'assurance des pertes d'exploitation est-elle réellement nécessaire pour les entreprises du bâtiment dont l'essentiel de l'activité se situe hors des locaux de l'entreprise ? »

LA RÉPONSE DE L'EXPERT

Il faut tout d'abord rappeler le principe de l'assurance des Pertes d'exploitation, dont l'objet est de remettre, autant que possible, l'entreprise assurée dans la situation qui aurait été la sienne **en l'absence de sinistre**.

Lorsque l'on parle de sinistre il faut savoir quels sont les événements indemnisables qui peuvent beaucoup varier d'un assureur à un autre.

Rappelons l'essentiel :

- Dommages causés par incendie, explosions, dégagement de fumées, chute de la foudre, choc ou chute d'objets divers, tempêtes, grêle, neige ;
- Dommages causés par l'eau et autres liquides, gel ;
- Attentats, actes de vandalisme, de terrorisme, de sabotage ;
- L'effondrement des biens objets de l'assurance ;
- Autres événements non rappelés ci-dessus (assurance tous risques sauf) ;
- Vol, bris de matériel ou de machines ;
- Bris ou défaillance accidentelle de matériel ou de machines y compris informatique.



À l'énoncé de ces événements nous voyons bien que ne sont pas seulement concernées les pertes consécutives à un événement se produisant au siège de l'entreprise ou dans ses ateliers, mais également sur les chantiers, **pour autant que le contrat ne limite pas ses garanties aux seuls lieux d'exploitation habituelle**. Il faut donc être vigilant et bien se faire confirmer par écrit ces dispositions qui sont loin de vos chantiers dans la plupart des contrats des assureurs.

Quelles conséquences sur les résultats de votre entreprise si une façade posée sur un chantier mais non encore livrée au maître d'ouvrage est endommagée par un incendie ou saccagée par un acte de vandalisme, si le contrat d'assurance a omis cette précision ?



Il existe aussi d'autres dispositifs permettant de sécuriser l'activité de votre entreprise :

- Assurance des conséquences d'un sinistre survenant chez un de vos clients important annulant une commande ou dans l'impossibilité de faire de nouvelles commandes le temps de recouvrer une activité normale ;
- Assurance d'un même événement se produisant chez un fournisseur essentiel pour réaliser certains chantiers avec des produits spécifiques difficilement trouvables ailleurs ;
- Impossibilité d'accès ou interdiction d'accès suite à décision administrative et résultant d'un événement assuré ;
- Demande de pénalités de retard d'un de vos clients suite à une impossibilité de respecter des délais contractuels consécutifs à un des événements assurés.

Alors s'adresser à un professionnel qualifié devient une exigence capable d'éviter de s'entendre dire :

« Désolé, ce n'est pas assuré ». ■

Envoyez votre question à :
expert@verreetprotections.com

Nous y répondrons dans la prochaine édition de
Verre & Protections (nb : votre anonymat sera préservé)

DEPUIS 50 ANS L'ASSUREUR AU SERVICE DE VOS PROFESSIONS



Près d'**un millier d'entreprises** réparties essentiellement en France et en Europe, nous font confiance pour assurer la gestion de leurs risques d'assurances.

Quel que soit votre métier, vous trouverez auprès du Groupe SEILER, grâce à l'expertise technique de nos équipes, la solution d'assurance **adaptée à vos besoins** et un **budget négocié** au mieux de vos intérêts.

NOUS VOUS PROPOSONS :

- ✓ **L'analyse et l'audit de vos risques**
- ✓ **La conception et l'élaboration des garanties**
- ✓ **La négociation avec les assureurs**
- ✓ **L'assistance et la défense de vos intérêts lors d'un sinistre**
- ✓ **La mise en place d'actions préventives**
- ✓ **Le suivi de votre Budget Assurance**



Contacts : Claude et Emmanuel Seiler

Tél. : +(33) 1 44 24 19 19





ANNUAIRE RESEAUX 2018

**L'annuaire 2018 le plus complet, avec 80 réseaux
100% réseaux mais plus encore !**

En trois années seulement, notre annuaire des réseaux s'est imposé comme un outil de référence pour les professionnels du vitrage, de la menuiserie, de la fermeture et de la protection solaire

Les réseaux c'est aussi (et surtout) de l'info...

Comme faire un annuaire répertoriant les réseaux ne suffisait pas, nous avons lancé, il y a deux ans, un numéro de Verre & Protections Mag 100 % réseaux : celui que vous avez entre les mains. Nous l'avons enrichi cette année avec, notamment, des chantiers mettant en avant les adhérents, preuve s'il en est, que l'actualité des réseaux, ce n'est pas uniquement le recensement des nouveaux entrants !

Notons que cette année, nous avons à nouveau le plaisir de collaborer avec la société Prospérences avec qui nous indiquons, pour 38 réseaux de cette édition, un certain nombre de renseignements issus de la base de données de Prospérences (potentiel de la France couverte, nombre de départements couverts par au moins un magasin, âge moyen des adhérents, stratégie d'implantation). De très bonnes indications sur les réseaux...

Les réseaux c'est désormais un concours...

Fort de notre proximité avec les réseaux, nous avons, cette année, lancé le premier "Grand Prix des Réseaux-Verre & Protections".

Pour la première fois, les réseaux de tous nos secteurs ont pu participer à un concours doté de huit Grands Prix :

- Meilleure progression des adhésions sur les deux dernières années
- Meilleure campagne de communication B to B
- Meilleure campagne de communication B to C
- Meilleure rentabilité des points de vente
- Meilleur événement de l'année
- Meilleur design des points de vente
- Meilleur accompagnement des entrants
- "Coup de cœur" des lecteurs de Verre & Protections (vote proposé aux 18 980 destinataires de nos e-newsletters).

Succès immédiat puisque nous avons reçu pas moins de 51 candidatures pour ces 8 prix mis en jeu cette année !

Un jury, composé de toute l'équipe de Verre & Protections et d'experts issus de différents horizons s'est réuni à Paris le 8 septembre dernier et a rendu son verdict... Rendez-vous le 9 novembre à l'Espace Conférences du Hall 5 de Batimat à 12h00 pour la proclamation des résultats.

80 réseaux ce sont aussi 80 animateurs...

Enfin, Verre & Protections tient à remercier tous les animateurs et les adhérents de ces réseaux, à qui nous avons posé nos trois questions traditionnelles afin de mieux cerner leur état d'esprit ainsi que leur vision du réseau dans lequel ils évoluent.

80 mercis donc aux 80 réseaux, aux animateurs (et aux adhérents) de nous avoir consacré du temps et permis de publier ce magazine. Merci également aux attaché(e)s de presse, responsables de communication et directeurs marketing pour leur précieuse aide dans la difficile collecte des éléments et informations qui le composent.

INDEX DES RÉSEAUX CITÉS

ALUMINIER TECHNAL	96	LORENOVE	64
ARCADES & BAIES	84	LUMIÈRE DU JOUR	146
ART & FENÊTRES	62	MAISON DU MENUISIER	138
ALLO VOLET SERVICE	65	MAISONS DE LUMIÈRE BY TECHNAL	98
BATIMAN	79	MENUISIER ALU AGRÉÉ REYNAERS	125
BOZARC	144	MENUISIER CERTIFIÉ PROFILS SYSTÈMES	70
CALIBAIE	110	MENUISIER-CONSEIL	151
CASÉO	47	MENUISIERS D'EXCELLENCE MC FRANCE	82
CENTRE AGRÉÉ FAAC	154	MONSIEUR STORE	74
CHARUEL	117	OCÉANE	94
CLAIR DE BAIE	86	OUVERTURES	88
CLUB AMCC	71	PARTENAIRE CERTIFIÉ CALORGLASS	118
CONCEPT ALU	78	PARTENAIRE CERTIFIÉ JANNEAU	75
CÔTÉ BAIES	102	PARTENAIRE RÉFÉRENCE SCHÜCO	106
DÉCOSTORY	54	PARTNER SIMU	131
ESPACE HAUTE SÉCURITÉ PICARD	83	PORTALIERS	66
ESPACE LOUNGE	129	PROXEO	92
EXCEL'BAIE	53	RELAIS CONFIANCE TSCHOEPPÉ	143
EXPERT SOMFY	121	RÉNOV'ART	126
EXPERTS STORISTES SOLISO	132	RÉNOVAL	142
FABRICANT CERTIFIÉ PROFILS SYSTÈMES	68	RENSON	136
FABRICANT TECHNAL	100	RÉPAR'STORES	112
FENÊTRÉA	58	RÉSEAU SÉCURISTES DE FRANCE	147
FENÊTRIER VEKA	90	RÉSObAIES	133
GAMME BAIE	127	SERGE FERRARI PREMIUM PARTNER	113
GLASTETIK BY AGC	122	SOLABAIE	114
GRANDEUR NATURE	87	SOLUTIONS PRO SAPA	108
GROSFILLEX	91	STORISTE AGRÉÉ DICKSON	120
HOMEGA	95	STORISTES DE FRANCE	80
HOMKIA	52	SUR-MESURE	140
INITIAL	152	SYBAIES	150
INSTALLATEUR AGRÉÉ PREMIUM CAME	105	TERRES DE FENÊTRE	134
INTERNORM	76	TRYBA	61
ISOFRANCE	130	UN COUETTE RÉSEAU	50
KIONEO	128	VÉRANCIAL	153
KOMILFO	116	VERANCO	148
L'EXPERT FENÊTRE	104	VÉRANDA RIDEAU	72
LA BOUTIQUE DU MENUISIER	46	VERANDAS SOKO	124
LE VÉRANDIER	60	VIE&VÉRANDA	56
LIPPI	137	WIZEO FERMETURES	48



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : Regroupement d'artisans indépendants
Nombre de magasins : 153
Type de contrat : Convention de distribution et Licence de marque
Durée du contrat : 2 ans renouvelables
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 50 000 €
Redevance d'exploitation : 0 €
Redevance publicitaire : 3 600 € HT / an
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui (Partenariats bancaires)
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : France TV et BFM live et Replay, cinémas
Aide à la publicité locale : Packs foires et salons, marchés de producteurs
Autres aides en exploitation : Suivant la demande, conseil en gestion et organisation
Aide à la formation : plusieurs modules existent
Aide à la cession ou transmission : Oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnel de la menuiserie, souhaitant pérenniser et/ou transmettre son entreprise ou devenir son propre patron
Formation dispensée : 1 semaine d'intégration et au fil de l'année à la demande
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : 1 par an
Date et lieu de la prochaine convention : 15 et 16 mars 2018 à Rodez (Aveyron)
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 12
Nombre d'adhérents RGE : 150
Nombre d'adhérents Qualibat : 150
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : production Castes Industrie NF en Alu et en PVC
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 138 millions d'euros HT
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 850 000 euros HT

Contacts

Dirigeant : Christian Castes
Directeur du réseau : Serge Daudé Ramond
Adresse : 660 route de Montauban 12200 Villefranche de Rouergue
Tél : 05 65 45 04 20
E-mail : contact@castes-industrie.fr
Site Internet : www.laboutiquedumenuisier.fr
Facebook : facebook.com/Devenez-partenaire-La-Boutique-du-Menuisier
Intranet ou partie réservée : Oui



3 questions au responsable réseau SERGE DAUDÉ RAMOND

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Un accompagnement permanent, la formation de tout le personnel des Boutiques pour transmettre les expériences et les savoirs, afin de faire face avec succès aux défis quotidiens d'une entreprise d'aujourd'hui.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Peut-être le sentiment de faire partie d'une très grande famille...

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Toujours beaucoup de plaisir lors du Week-end des boutiques, qui s'est tenu en mars aux Arcs 1800: 262 personnes dans la neige, les « boutiquiers » et leurs conjoints bien sûr, étaient présents, toujours l'esprit de partage en famille ! L'année 2018 sera plus studieuse, mais toujours avec de la convivialité pour le Forum des fournisseurs La Boutique du Menuisier. Celui-ci se déplacera à Rodez les 15 et 16 mars 2018 pour réunir les membres du réseau et les industriels et partenaires fournisseurs.

3 questions à un nouvel adhérent

**PHILIPPE MANN, CHRISTOPHE HOCHART, CHRISTOPHE GUIBERTEAU
TECHNI RENOV À ROCBARON (83)**

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Philippe Mann et Christophe Hochart : Notre intégration au réseau Boutique, nous permet d'appartenir à un groupe, de bénéficier de l'image de marque et de la réputation de l'enseigne dans le but de développer notre business.

Christophe Guiberteau (nouvel associé) : le fait d'intégrer un réseau fort d'une approche familiale, structuré, respectant notre identité tout en nous donnant les moyens de nous développer.



De gauche à droite : Philippe Mann, Christophe Hochart, et Christophe Guiberteau

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Une offre complète proposée par Castes Industrie et les fournisseurs partenaires qui nous permettent d'élargir notre champ de propositions.

Une étiquette " Made in France " de plus en plus recherchée par nos clients.

Une écoute de tous les instants et des conseils stratégiques.

De faire évoluer notre métier de poseur à chef d'entreprise.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

De nos jours "être formé" est primordial, car c'est une mise à jour perpétuelle.

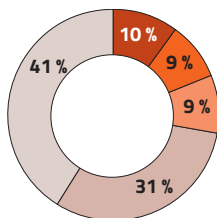
La création et le développement d'un département de formation technique spécifique à La Boutique du Menuisier afin d'optimiser la connaissance des produits, la pose des menuiseries selon les normes en vigueur (ateliers de pose).

Le Scan de Prospérences

31,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

57 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

46,4 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau GUILLAUME VANDEVELLE



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre réseau est composé d'indépendants soucieux de développer leurs sociétés rentablement en s'appuyant sur une expertise de plusieurs métiers : menuiseries extérieures et intérieures, cuisines, neuf et rénovation. La centrale apporte un véritable soutien aux adhérents pour leur commerce, leur gestion, leur communication, etc. C'est un véritable appui qui leur permet de se développer en s'appuyant sur une équipe expérimentée et experte.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Notre réseau intervient sur les marchés de la rénovation et de la construction neuve, en fourniture seule et en fourniture et pose. À la différence de la quasi-totalité des réseaux, spécialistes de la rénovation, cette double expertise nous permet de maximiser les résultats de nos adhérents. Cette stratégie est accompagnée sur le terrain par la centrale avec un responsable de marché pro qui accompagne les magasins dans leur démarche de développement.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

2017 a été l'année de la reprise du marché du neuf, reprise visible dans les chiffres des adhérents du réseau, épaulés par le responsable de marché pro de la centrale. Cet accompagnement a permis de prendre des parts de marché. Pour 2018, le réseau va développer une offre en vérandas et proposer à ses clients la réparation des volets roulants. 2 nouvelles activités qui viendront enrichir le champ de compétences des adhérents, accompagnés par la centrale, au travers de formations, communications, outils marketing dédiés.

3 questions à un nouvel adhérent ANTOINE PIERRE, CENTRE HABITAT DISTRIBUTION, YZEURE (03)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

J'ai été séduit par leur dynamisme, leur politique vis-à-vis des nouveaux modes de communication, du digital. Leur expertise métier et leur capacité à m'apporter un véritable savoir-faire sur les marchés du neuf, de la menuiserie intérieure et de la cuisine me permettant d'accélérer mon développement m'ont aussi fortement plu.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Nous avons déjà pu développer nos ventes en menuiseries intérieures et en placards. Nous bénéficions aussi de leur expertise dans la communication auprès des particuliers. Enfin nous avons pu mesurer la grande convivialité et l'aide qui règne entre les adhérents du réseau, quelles que soient leur taille et leur origine.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

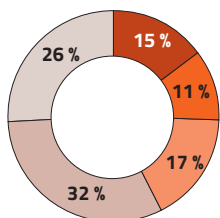
Je suis en attente des nouveaux métiers que l'enseigne va proposer, à savoir la véranda et la réparation de volets roulants. Je suis certain que ces 2 nouveaux métiers, travaillés avec le professionnalisme que l'enseigne a toujours apporté à ses métiers actuels, nous permettront de développer aussi notre activité et notre rentabilité.

Le Scan de Prospérences

22,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
46 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
47,9 Âge moyen des adhérents



PROSPÉRENCES®
Prenez l'avantage !



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2007
Description du réseau : Caséo propose des menuiseries et des cuisines, en neuf et en rénovation, aux particuliers et aux constructeurs, en fourniture seule et en fourniture et pose
Nombre de magasins : 79
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : Oui
Investissement global : Selon configuration
Redevance d'exploitation : Fixe + variable sur CA et variable sur achats
Redevance publicitaire : Oui
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Non
Aide pour le dossier de financement : Non
Aide à la conception du magasin : Oui, avec architecte spécialisé
Organisation de la publicité nationale : Campagnes de notoriétés organisées sur des médias nationaux
Aide à la publicité locale : 2 catalogues généraux, 5 opérations annuelles pluri-média (tract, affichage, radio, sms, emailing, réseaux sociaux...), campagnes adwords, ...
Autres aides en exploitation : Accompagnement au développement du marché du neuf
Aide financière : non
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Indépendant du négoce ou de la fenêtre ayant déjà du personnel qualifié
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Oui
Date de la prochaine convention : 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : 63
Nombre d'adhérents Qualibat : 63
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : Aucun
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : Aucun

Résultats

CA H.T. global du réseau : 145 M€
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 2 M€

Contacts

Directeur du réseau : Jean-Marc Meyniel
Animateur réseau : Guillaume Vandevelle
Adresse : 24 rue René Cassin
 62223 Saint Laurent Blangy
Tél : 03 21 59 21 28
E-mail : contact@caseo-centrale.com
Site Internet : www.caseo-maison.com
Facebook : caseo-maison
Intranet ou partie réservée : oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : septembre 2007
Description du réseau : réseau d'entreprises indépendantes, spécialistes des volets roulants et portes de garage
Nombre de magasins : 98
Type de contrat : libre non franchisé sous réserve d'un volume d'achat
Durée du contrat : 1 an par tacite reconduction
Droit d'entrée : aucun
Investissement global : redevance annuelle de 980 € HT. Matériel exposition (amortissable)
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Remise de manuels de savoir-faire : chemise technique et guide de communication annuel
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui avec la proposition de matériel exposition et de modules sur mesure
Organisation de la publicité nationale : 2 actions nationales par an relayées par une campagne TV
Aide à la publicité locale : mailings, affiches, catalogues, spot radio, crédit marketing
Autres aides en exploitation : suivi et conseil
Aide financière : 1 % de la communication locale
Aide à la formation : non
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : fenêtriers, menuisiers équipés d'un showroom
Formation dispensée : formation commerciale
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : 1 convention tous les 2 ans
Date et lieu de la prochaine convention : 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 18
Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Stéphane Jacquet
Directeur commercial : Didier Bernede
Responsable réseau et communication : Catherine Le Duff
Adresse : 6 rue du Chapelet 49340 Vezins
Tél : 02 41 64 90 91
E-mail : catherine.leduff@flo-fermetures.fr
Site Internet : www.wizeo-fermetures.fr
Facebook : /WizeoFermetures
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau CATHERINE LE DUFF

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Wizeo Fermetures est le 1^{er} réseau d'installateurs de volets roulants et portes de garage, dynamique, à taille humaine, qui s'engage fortement sur des valeurs de partenariat dans le respect et l'indépendance de chacun. Adhérer au réseau Wizeo Fermetures permet de bénéficier d'un plan marketing annuel comprenant 2 actions nationales et 2 actions « flottantes », relayées par des mailings, affiches, spot radio, avec la possibilité d'adhérer à une plateforme e-mailing et sms. Wizeo Fermetures propose 2 réunions régionales par an, qui permettent un suivi et une bonne synergie de groupe.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le contrat de garantie Extensia 10 ans est l'un des points forts du réseau en offrant aux adhérents une véritable différenciation. Wizeo Fermetures permet de garantir les volets roulants 10 ans pièces, main-d'œuvre et déplacement.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, nous avons porté notre attention sur le recrutement de nouveaux adhérents pour couvrir plus largement le territoire national.

Le renforcement de la communication nationale « Europe 1, RFM, sponsoring France 5 » a permis de développer la notoriété du réseau pour générer du trafic sur notre site internet et toujours plus de contacts entrants.

En 2018, les projets sont nombreux :

- L'harmonisation des enseignes en cohérence avec l'identité de la marque.
- La cohésion de l'offre en renommant nos produits et en restructurant la gamme pour en simplifier la compréhension et améliorer l'efficacité, dans notre nouveau catalogue 2018.
- Le travail continu de la notoriété en accentuant notre positionnement digital : campagne Google Adwords, campagne display, réseaux sociaux.

2018 sera aussi l'occasion de retrouver tous nos adhérents à l'automne, pour notre nouvelle convention nationale et partager un grand moment de convivialité.



3 questions à un nouvel adhérent SIMON CHAUVET, ART & STYLES À ROUILLAC (16)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Notre souhait étant de ne pas travailler seul, nous voulions nous diriger vers un réseau pour la communication, l'apport de documentations, un suivi et un accompagnement.

De plus, nous cherchions un industriel fiable.

C'est grâce à notre représentant que nous avons pu rejoindre le réseau Wizeo Fermetures.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

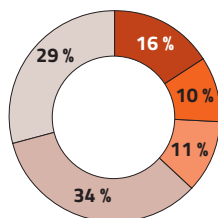
Depuis que nous avons adhéré au réseau, nous avons un suivi et une formation sur les produits. Nous avons rencontré d'autres collaborateurs pour un partage d'expériences. Nous avons aussi de nouveaux contacts, grâce à un site internet complet ainsi que la publicité à la télévision.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Nous aimerions des formations techniques sur les produits avec des intervenants et informatiser les commandes.

Le Scan de Prospérences

NC Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
49 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,5 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

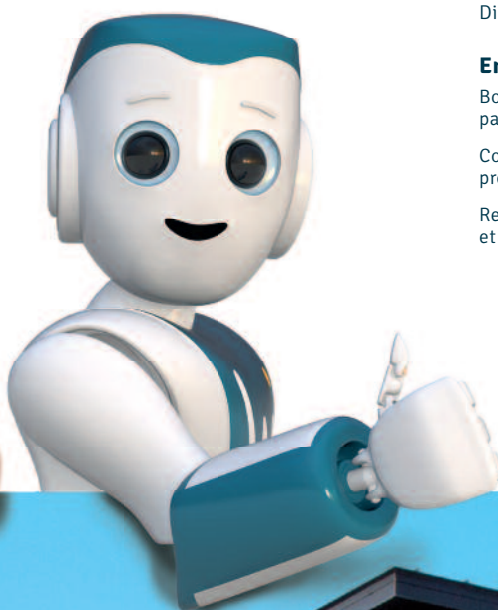
- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

Wizeo

fermetures

Volets roulants & Portes de garage



Notre réseau vous rendra zen

Parce que le développement et l'épanouissement professionnels sont toujours plus simples en équipe, Wizeo Fermetures vous accompagne pour aller de l'avant.

REJOIGNEZ NOS 100 INSTALLATEURS DÈS MAINTENANT !

En avant vers la performance !

Accédez à une gamme complète de références innovantes fabriquée sur-mesure dans nos ateliers.

Tranquillisez vos travaux avec des volets roulants garantis 10 ans (pièces, main d'œuvre et déplacement).

Disposez d'un bureau d'étude expérimenté.

En avant vers l'accompagnement !

Boostez la visibilité de votre enseigne partout en France.

Communiquez avec un package marketing prêt à utiliser, créatif et grand public.

Recevez nos conseils techniques et suivis réguliers.





Fiche d'identité

Date de création du réseau : sept. 2014
Description du réseau : vente et pose de menuiseries et fermetures de rénovation chez les particuliers
Nombre de magasins : 25
Type de contrat : convention de partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : variable selon l'existant
Redevance d'exploitation : 400 € / mois
Redevance publicitaire : 1 % sur achats Delplast
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Concertée avec les membres du réseau
Aide à la publicité locale : oui – actions promotionnelles mensuelles
Autres aides en exploitation : challenges, concours clients
Aide financière : dotation d'ouverture
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : menuisiers professionnels ou revendeurs spécialisés dans la rénovation chez les particuliers
Formation dispensée : technique et produits
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : mars / avril 2018 – lieu à définir
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 25
Nombre d'adhérents Qualibat : 11
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 0
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 0

Résultats

CA H.T. global du réseau : 2016 – 40 M€
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1,5 M€

Contacts

Dirigeant : Régis Delahaye
Directeur du réseau : Frédéric Lenoir
Animateurs réseau : technico-commerciaux secteurs Delplast
Adresse : 620, rue du Plat Chemin 50460 Querqueville
Tél : 02.33.01.82.40
E-mail : f.lenoir@dpgroupe.com
Site Internet : www.chouette.pro
LinkedIn : non
Facebook : un chouette réseau
Twitter : non
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau FRÉDÉRIC LENOIR

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Deux arguments majeurs répondent à cette question : le respect de son identité et le respect de son autonomie. Tout d'abord, chaque adhérent est libre de mettre en avant son identité historique qui, bien souvent, a fait sa notoriété locale. La charte graphique est spécialement étudiée et personnalisée pour qu'il fasse cohabiter son appartenance au réseau. De même, il conserve toutes ses prérogatives en matière de politique commerciale et de communication locale. Aucun planning ni aucune opération événementielle ne lui sont imposés.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le planning des offres promotionnelles, dont le contenu est toujours dédié au consommateur final sous la forme de suréquipements pris en charge par la tête de réseau. Par ailleurs, les achats sont bonifiés sous la forme de « crédits-points » constituant un budget à la libre disposition du membre du réseau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 est consacrée au perfectionnement du concept et à son adaptation à une plus large cible de professionnels. Cette réforme constituera le principal projet 2018.

3 questions à un nouvel adhérent ISABELLE ET DAVID FONTAINE, NEVERS (58)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La richesse et la diversité de l'offre « prête à l'emploi » pour mes besoins de communication et mon développement commercial. De plus, je l'adapte à mon rythme. Je fais état de mon appartenance au réseau sans dénaturer ma propre dénomination d'entreprise et c'est très bien pour ma notoriété locale.



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

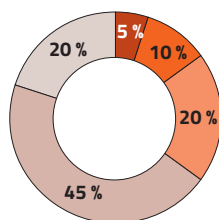
Une meilleure visibilité par les consommateurs de ma zone de chalandise. La mise en place de mon premier magasin, par exemple, a été un véritable tremplin. Même mes anciens clients, que je connais pourtant bien, redécouvrent mon entreprise. J'avais besoin d'un dispositif commercial et marketing complet pour l'associer à mon savoir-faire technique ; c'est ce que j'ai trouvé avec le réseau.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Actuellement, pour ma part, l'offre est suffisamment aboutie. Je dois encore l'optimiser. Je pense que les nouveaux besoins se feront sentir au fil du temps.

Le Scan de Prospérences

NC Potentiel de la France couverte (zones 30 minutes des magasins)
15 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
44,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

MON MARI TRAVAILLE TRÈS BIEN, MAIS NE SAIT PAS SE VENDRE.

Faire partie d'un
chouette réseau lui a
apporté des solutions
pour développer
son activité.



Les avantages d'un réseau sans les inconvénients...

- Une indépendance respectée et une autonomie totale
- Des offres promotionnelles toute l'année pour vos clients
- 10 familles de produits labellisés et certifiés
- Un engagement d'achat plafonné au rythme de votre croissance
- Des outils d'aide à la vente et des supports personnalisés
- Un système unique de rémunération des achats et un budget disponible en temps réel.



On chouette que ça change...



Une marque du
GROUPE
Delplast

- 150 collaborateurs
- 1 site industriel basé à Cherbourg
- 18 000 m² couverts de production
- Une large gamme pour le neuf et la rénovation : PVC, aluminium, composite et acier
- Un savoir-faire reconnu sur le marché depuis plus de 20 ans

Contactez-nous dès aujourd'hui :

Frédéric Lenoir - Directeur du Réseau

Tél. : 02 33 01 82 40 - f.lenoir@dpgroupe.com

www.delplast.fr - www.chouette.pro



Flashez et découvrez
tous les avantages
d'un chouette réseau.

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2014
Description du réseau : Homkia est une enseigne française indépendante dans la rénovation énergétique et le confort de l'habitat
Nombre de magasins : 11
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 3, 5 ou 7 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : entre 50 k€ et 80 k€
Redevance d'exploitation : 410 €/mois
Redevance publicitaire : Oui, l'enseigne gère la communication opérationnelle nationale et locale (5 campagnes nationales et locales par an).
Remise de manuels de savoir-faire : Non
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : 5 campagnes opérationnelles cross canal (TV-marketing direct et relationnel, digital, nouveaux médias...) nationales et locales par an.
Aide à la publicité locale : Oui, géré par l'enseigne.
Autres aides en exploitation : Référencement de services et fournisseurs d'achats externes.
Aide financière : Négociation par l'enseigne des assurances, prêts et conditions avec les banques partenaires...
Aide à la formation : Des formations initiales et continues : vente/pose/Technique/Gestion/Management
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : 1/ Société ambitieuse évoluant sur les marchés de la menuiserie et de l'équipement de la baie, souhaitant rejoindre une enseigne nouvelle génération, indépendante de tout industriel, en plein développement et dynamisante.
 2/ Créateur ambitieux, souhaitant rejoindre une enseigne, ayant un ADN de commerçant, à l'écoute de la satisfaction des clients, profil de leader, de manager, et rigoureux.
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Oui
Organisation de conventions : Oui
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 1

Résultats

CA H.T. global du réseau :
15 millions d'euros
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : entre 1,5 et 2M€

Contacts

Dirigeant : Nikolas Seferiadis
Directeur du réseau : Nikolas Sféfériadis
Animateur réseau : Olivier Avias
Adresse : 105 rue de la belle Olonnaise
 85340 Olonne sur Mer
Tél : +33 (0)2 51 21 29 66
E-mail : nikolas.seferiadis@homkia.fr – olivier.avias@homkia.fr
Site Internet : www.homkia.fr
LinkedIn :
 www.linkedin.com/company/10479279/
Facebook : Homkia
Twitter : NikolasHomkia
Instagram : /homkia
Intranet ou partie réservée : Oui



3 questions au responsable réseau NIKOLAS SÉFÉRIADIS

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Homkia est un réseau évoluant sur un marché de la rénovation qui reste dynamique, et qui accompagne le concessionnaire vers la réussite. Homkia, n'est constitué que de commerçants énergiques et soudés. Nous avons à ce jour le concept qui vous permet un retour sur investissement et un ratio apport personnel/chiffre d'affaires exceptionnel sur notre marché. Être autonome, entouré, monter en compétences... Tout cela forge une aventure entrepreneuriale et humaine sans pareil ! Tout est construit, pensé et ajusté proactivement autour des besoins des consommateurs.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Contrairement à ses concurrents, Homkia n'est aucunement dépendant d'un industriel. L'enseigne s'inspire ainsi directement des attentes de ses clients pour pouvoir y répondre de la manière la plus pertinente possible. De plus, à la différence de la plupart des acteurs de notre marché, nous conférons une place prioritaire au digital, tant dans notre stratégie de communication qu'au sein même de nos points conseil. Nous avons développé des outils d'aide à la vente comme Homkia'lab et nous utilisons la réalité virtuelle pour présenter notre offre.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, Homkia a déployé un dispositif de CRM (Customer Relationship Management), destiné à optimiser ses interactions avec ses clients et prospects et ainsi dynamiser sa productivité. L'objectif de cette solution est d'aider les concessionnaires à optimiser la gestion et la performance commerciale de leur point de vente. L'ambition d'Homkia est, à court terme, d'ouvrir un point conseil par mois pendant les trois prochains mois, et, à moyen terme, de doubler le nombre de ses points conseil et le chiffre d'affaires global à l'horizon 2019.



2 questions à un nouvel adhérent ERIC BLONDEL, POINT CONSEIL DE SAVIGNY-SUR-ORGE (91)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

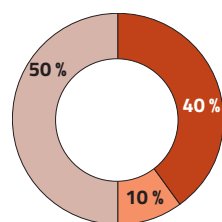
Homkia me permet de bénéficier des avantages du statut d'entrepreneur tout en étant accompagné par des experts tout au long de l'année. Contrairement à ses concurrents, ce réseau n'est pas dépendant d'un industriel et sait s'adapter à l'évolution du marché avec une offre produit riche, en concordance avec les attentes du consommateur. C'est à partir de ces dernières qu'Homkia bâtit son offre. L'enseigne se différencie également grâce à une intégration permanente du digital dans ses points conseil, et par l'intégration d'un dispositif de CRM, nous aidant à optimiser la gestion de notre point de vente.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Après une première rencontre, j'ai pu venir en immersion dans une concession pilote d'Homkia, me permettant ainsi de m'imprégner complètement du métier de l'enseigne. Une fois la validation actée, j'ai été réellement accompagné, par exemple sur la négociation avec les banques et les assurances. De plus, je bénéficie d'un panel d'accords-cadres facilitant le lancement avec de très bonnes conditions.

Le Scan de Prospérences

4,2% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
7 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
46,2 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)



Artisans Menuisiers

3 questions au responsable réseau ADRIEN ROUILLIER



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous proposons des solutions clés en main en termes de communication, actions commerciales et offre produits du fabricant VMP. En effet, bien souvent l'artisan est plus à l'aise dans le fondement de son métier, c'est-à-dire la menuiserie et sa pose, que dans l'aspect commercial et communicatif. C'est un réseau participatif, ouvert, où chacun peut s'exprimer. Nous organisons des groupes de travail et des rencontres entre artisans. L'union fait la force ! Tout cela se fait sans redevance annuelle ni royalties publicitaires. Nos valeurs se confondent avec l'image de l'artisan menuisier, puisque notre réseau encourage les attitudes constructives, la synergie, et bannit de fait les politiques de ventes agressives. Nous cherchons avec nos adhérents, à concilier performance économique, environnementale et sociale et ce dans une perspective de long terme.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous ne demandons pas de pourcentage minimum d'achat de menuiseries à nos clients, cela se fait implicitement et sans contraindre nos adhérents par le biais de sanction. Notre réseau est participatif, les remarques et les remontées des adhérents sont prises en compte pour les actions et le plan marketing à suivre.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La priorité pour nos membres est de les rendre visibles sur leur marché, que ce soit par le biais du numérique ou des canaux traditionnels. Nous avons ainsi développé en coopération avec des entreprises du secteur, le référencement internet afin d'apparaître au mieux et pour chacun de nos adhérents, dans les recherches d'artisans ou de devis. Nous mettons aussi en place des stratégies de communication en accord avec les besoins du client, au niveau local (campagne presse, affichage, mailing...). Au bout d'un an, les résultats sont là. Nos membres reçoivent désormais très régulièrement des adresses qualifiées (nous insistons dessus) de personnes ayant des chantiers en menuiseries, et ce, grâce aux efforts de communication. Nous mettons en place pour cette fin d'année 2017 une plateforme de réception de contacts, afin que nos adhérents reçoivent instantanément les demandes de devis de particuliers sur nos différents sites, par téléphone et par e-mail : impossible de les rater !

3 questions à un nouvel adhérent M.PILO, HOUDAN FENÊTRES À HOUDAN (78)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Grâce aux outils PLV mis à ma disposition et à l'aide apportée dans la démarche de ventes, j'ai acquis une démarche plus commerciale dans mon travail. Les outils publicitaires et les actions commerciales me permettent d'attirer de nouveaux clients, et d'animer toujours plus mon offre. Enfin les conventions qui ont lieu 2 à 3 fois par an sont intéressantes car elles permettent des échanges avec des confrères de divers endroits et avec d'autres façons de travailler.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Excel'baie nous permet de garder notre identité et la notoriété existante de notre entreprise. Le réseau vient en appui et « labellise » un savoir-faire. C'est aussi un réseau participatif, et non à sens unique, nous pouvons donc nous exprimer au travers des conventions librement. Les méthodes de vente que nous avons étudiées ensemble aux travers de formations et de travaux de groupe ont amélioré notre approche commerciale. Le réseau est basé sur le principe gagnant-gagnant.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

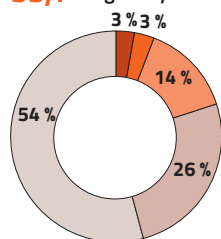
L'un des axes à travailler serait pour moi l'amélioration de la notoriété du réseau pour le professionnel et le particulier, afin d'être connu mais aussi reconnu. Enfin, une prestation de qualité complémentaire pour les menuiseries afin d'avoir un avantage concurrentiel sur nos confrères serait un plus.

Le Scan de Prospérences

6,7 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

19 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

53,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2009

Description du réseau : Excel'baie est un réseau d'artisans qui regroupe un fabricant de menuiseries (VMP) et des artisans poseurs. Ils possèdent tous les mêmes valeurs et la même envie : développer ensemble leur activité. Le réseau Excel'baie est là pour soutenir, apporter ses connaissances, sa puissance commerciale et marketing au service de l'artisan.

Nombre de magasins : 43 répartis sur le grand ouest de la France

Type de contrat : convention de partenariat

Durée du contrat : 1 an reconductible tacitement

Droit d'entrée : Aucun

Investissement global : Non défini stricto sensu

Redevance d'exploitation : Aucune

Redevance publicitaire : Seulement les supports de diffusion.

Remise de manuels de savoir-faire : Non

Aide pour l'étude de marché : Non

Aide à la recherche d'un local : Non

Aide pour le dossier de financement : Non

Aide à la conception du magasin : Oui

Organisation de la publicité nationale : (régionale) Campagnes de publicités numériques : adwords et publicité sur grands quotidiens

Aide à la publicité locale : Oui avec tout support étant jugé utile pour l'artisan.

Autres aides en exploitation : Organisation interne du bâtiment/showroom

Aide financière : Oui façade, achat PLV...

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Artisan menuisier, client du fabricant VMP, faisant un travail de qualité, désirant se développer et ayant l'envie de rejoindre un réseau participatif

Formation dispensée : Selon demande : formation technique, formation commerciale

Obligation de certaines normes architecturales : Oui mais légères

Organisation de conventions : 2 par an

Date et lieu de la prochaine convention : 1^{er} semestre 2018

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 3 nouveaux adhérents.

Résultats

nc

Contacts

Président : Gérard Verger

Animateur réseau : Adrien Rouillier

Adresse : Avenue de Paris
79320 Moncoutant

Tél : 06 48 37 98 29

E-mail : info@excelbaie.com

Site Internet : www.excelbaie.com

Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1988
Description du réseau : Regroupement d'entreprises indépendantes qui vendent et posent de la protection solaire et de la fermeture
Nombre de magasins : 60
Type de contrat : contrat d'adhésion
Durée du contrat : illimité
Droit d'entrée : 4 500 €
Investissement global : NC
Redevance d'exploitation : 150 €/mois
Redevance publicitaire : aucune
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : NC
Aide à la publicité locale : oui, réalisation maquette et participation financière
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : non
Aide à la formation : oui avec les fournisseurs
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : recrutement sur dossier et entretien
Formation dispensée : non
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : 15 janvier 2018 à Cancun
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 2
Nombre d'adhérents RGE : 55
Nombre d'adhérents Qualibat : NC
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : NC
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : NC

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Fabian Ruinet
Directeur du réseau : Pascale Lentz
Adresse : 3 bis rue Grand Place
 77600 Bussy Saint-Georges
Tél : 06 75 79 86 48
E-mail : decostory@orange.fr
Site Internet : www.decostory.fr
LinkedIn : non
Facebook :
 www.facebook.com/reseau.decostory
Twitter : non
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PASCALE LENTZ

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La communication. Au sein du réseau Décostory, chaque membre peut communiquer à grande échelle avec les outils que le réseau met à sa disposition. Du print au numérique, l'adhérent dispose d'un panel complet : flyer, affiche, spot radio, 4x3..., mais aussi le site internet avec la possibilité de réaliser des campagnes adwords et des e-mailing, le blog, la chaîne Youtube, facebook, et bien sûr notre catalogue disponible en deux formats : A5 et A4. De plus, le réseau participe financièrement à toutes les communications locales que l'adhérent veut mettre en place.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les différences avec les autres réseaux sont multiples :

- N'appartenir à aucun fournisseur.
- Être indépendant, nous sommes un GIE, chaque membre reste libre.
- Le tarif de notre adhésion est très attractif au vu des prestations proposées.
- Tous les outils de communication et les prestations de service mises à disposition de chaque adhérent avec une assistance personnalisée.
- Un large choix de fournisseurs référencés dans chaque gamme, avec des tarifs négociés
- Des rencontres régulières avec tous les adhérents pour partager et échanger sur les expériences de chacun.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

2017 est l'année du développement des outils numériques : blog, chaîne Youtube, mise en place des avis sur les sites adhérents, conception et réalisation de film pour chaque adhérent ; rester présent sur le numérique sans oublier le print puisque l'année 2018 verra la sortie de notre nouveau catalogue. Réalisé tous les trois ans, nous profiterons de notre présence sur Equipbaie pour lancer notre nouvelle édition.



3 questions à un nouvel adhérent FABIEN AUBERT, NANCY (54)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Ma priorité était de répondre à des problématiques de marketing et de communication. J'avais besoin d'aide pour mettre en place des campagnes promotionnelles, renforcer ma présence sur le Web, disposer d'outils d'aide à la vente. Décostory propose un panel qui répond complètement à mes attentes avec en plus un catalogue qui me différencie de mes concurrents.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau m'a permis de diversifier mon offre « produits ». Avec la communication mise à disposition des adhérents, j'ai pu proposer à mes clients et prospects de nouveaux produits. Je bénéficie de remises intéressantes, et les opérations commerciales me permettent de développer rapidement ces nouveaux produits. De plus, les échanges avec les adhérents facilitent ce développement d'activité grâce aux partages des connaissances.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus de la part de votre réseau ?

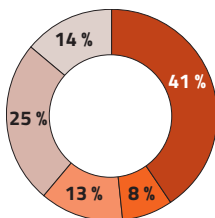
À ce jour, je n'utilise pas encore tous les services proposés par le réseau, cela ne fait que 6 mois que je suis membre. Je mets en place progressivement les outils mis à ma disposition. Et je vais participer aux réunions que Décostory organise régulièrement qui permettent justement d'échanger sur les expériences de chacun, et de réfléchir ensemble à d'autres services qu'il serait intéressant de mettre en place.

Le Scan de Prospérences

29,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

45 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

50,6 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

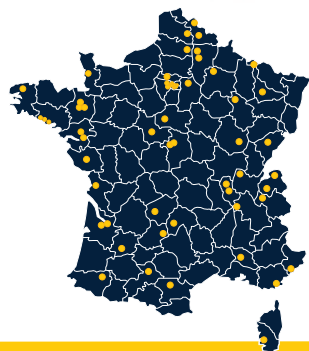
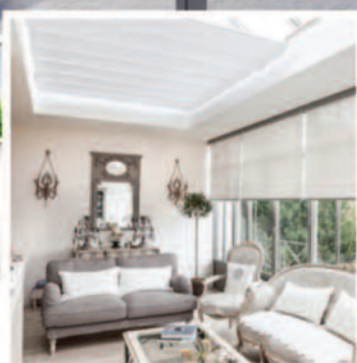
(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)



Rejoignez **Décostory**, le réseau qui vous rapporte !



Jusqu'au bout
de vos rêves...



La force d'un réseau
à votre service, avec
71 points de vente
Décostory sur tout
le territoire.



Avec le label «Expert en
maison connectée»,
Décostory est à la pointe
de l'évolution domotique,
pour un habitat connecté
et plus économe.

Stores extérieurs . Stores intérieurs . Pergolas . Fenêtres . Volets . Portes d'entrée
Portes de garage . Portails & clôtures . Motorisation . Automatismes . Domotique

www.decostory.fr ■ Contact : Pascale Lentz 06 75 79 86 48

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1984
Description du réseau : le réseau Vie & Veranda compte aujourd'hui 80 conseillers commerciaux répartis sur 30 agences qui couvrent 50 départements français. Notre fabrication 100 % française et notre équipement industriel de pointe permettent d'offrir un choix de produits de qualité que ce soit en bois ou en aluminium. Vie & Veranda compte plus de 100 personnes dans son centre de compétences et dans ses usines de 10 000 m² basées à Feyzin - à proximité de Lyon (69).
Nombre de magasins : 30
Type de contrat : Contrat de concession
Durée du contrat : 5 ans
Droit d'entrée : 25 000 €
Investissement global : 80 000 € aménageables (hors local)
Redevance d'exploitation : Néant
Redevance publicitaire : 550 € / mois
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Plan de campagne marketing multi-canal, 3 opérations commerciales nationales, politique d'influence et réseaux sociaux
Aide à la publicité locale : Support des équipes marketing, déploiement local des outils existants, déclinaisons locales de campagnes nationales
Autres aides en exploitation : Audit régulier des animateurs
Aide financière : Accompagnement financier à la mise en place du village exposition
Aide à la formation : Formation continue assurée
Aide à la cession ou transmission : NC
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Commerçant, avec une forte volonté d'entreprendre, et un attrait pour les produits. Pas de compétences techniques nécessaires. Expérience de management et/ou de vente BtoC profitables
Formations dispensées : Formation aux gammes de produits, méthode de vente, Méthodologie du métrage, logiciel de chiffrage exclusif (Lumival), logiciel de gestion commerciale (Devistor)
Obligation de certaines normes architecturales : PLU, ABF selon les localités
Organisation de conventions : au minimum 2 conventions par an : une convention annuelle du réseau de concessionnaires et une convention commerciale
Date et lieu de la prochaine convention : Janvier 2018 (lieu à déterminer)
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 3
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 30 000 K€
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1 000 K€

Contacts

Dirigeant : Lucas Pinoncelly
Directeur du réseau : Vrège Jeloyan
Animateurs réseau : David Fichter + un recrutement en cours
Adresse : 14 rue Becquerel 69320 Feyzin
Tél : 04 72 89 08 08
E-mail : reseau@vie-veranda.com
Site Internet : www.vie-veranda.com
LinkedIn : https://fr.linkedin.com/company/vie-&-veranda
Facebook : https://fr-fr.facebook.com/vie.veranda
Twitter : @VieVeranda
Instagram : vieveranda
Intranet ou partie réservée : Oui



3 questions au responsable réseau VRÈGE JELOYAN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Vie&Veranda propose à ses partenaires concessionnaires un concept complet clé en main (produits premium, accompagnement, formation, village expo) permettant de se développer sur le marché de la véranda en apportant aux clients des solutions d'amélioration de leur cadre de vie.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Tout en étant résolument positionné sur le marché de la véranda, les produits sont différenciants par leur positionnement premium et sur-mesure.

Le réseau est constitué d'entrepreneurs indépendants, mais la différence se situe au niveau de l'engagement mutuel fort entre le concessionnaire et l'enseigne. Chaque concessionnaire bénéficie d'un accompagnement complet avant, pendant et après l'ouverture de son point de vente.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 a vu la mise en place de 3 nouveaux points de vente, premiers jalons de la nouvelle stratégie de développement.

Mais elle a également été riche en innovations, avec entre autres le lancement de la nouvelle véranda Équilibre avec une conception inédite alliant bois et aluminium, pour des performances et une esthétique inégalées.

3 questions à un nouvel adhérent

CATHERINE CRENN
CONCEPT DESIGN OUEST À QUIMPERLÉ (29)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La première attente portait sur le positionnement produit, avec une offre complète couvrant tous les besoins du marché (bois, aluminium, extension, pergolas, etc.).

Ensuite, c'est le relationnel avec les différents interlocuteurs et l'accompagnement à chaque étape du projet qui m'a confortée dans le choix.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Un suivi dans la mise en place du projet : village exposition, formations commerciale et technique, outils de travail, système informatique ; toutes les facettes de l'exploitation de la concession ont été balayées.

L'accompagnement se poursuit aujourd'hui, après 6 mois d'ouverture avec une visite régulière de notre animateur réseau. Plan de communication, plan d'action commerciale, indicateurs font partie des sujets abordés à chaque visite, pour optimiser nos ventes.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Hormis l'éloignement géographique du siège de l'enseigne (la région lyonnaise est un peu loin de la Bretagne !), nous n'avons pas grand-chose à redire.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2009
Description du réseau : Le label Expert Conseil FenêtréA est un réseau national d'indépendants, professionnels de la rénovation de l'habitat et spécialisé dans la vente et pose de menuiseries
Nombre de magasins : 57
Type de contrat : contrat de labellisation
Durée du contrat : 2 ans reconductibles
Droit d'entrée : aucun
Investissement global : 0 €
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : en cours de création
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : notre service marketing met gratuitement à disposition une aide pour la conception d'un magasin/show room
Organisation de la publicité nationale : nous privilégions la communication locale
Aide à la publicité locale : création de supports de communication personnalisés (annonces presse, mailing, affiches, spots radio)
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : crédit marketing et 5 opérations promotionnelles dans l'année
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entreprise de menuiserie souhaitant se développer sur le marché de la rénovation auprès de particuliers et privilégiant une démarche professionnelle qualitative (RGE obligatoire).
Formation dispensée : oui (3 modules de formation disponibles)
Obligation de certaines normes architecturales : non, l'enseigne s'adapte à chaque configuration de magasin. Les préconisations sont très personnalisées.
Organisation de conventions : 1 convention nationale par an
Date et lieu de la prochaine convention : Juin 2018 en Corse
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : 54
Nombre d'adhérents Qualibat : 54
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Président : Dominique Lamballe
Directeur commercial : Guillaume Duquesne
Responsable communication et marketing : Morgane Lefeuvre
Adresse : PA du Chênot 56380 Beignon
Tél : 02 97 75 70 70
E-mail : contact@expertconseilfenetre.fr
Site Internet : www.expertconseilfenetre.fr
Facebook : /ExpertConseilFenetreA
Twitter : /fenetreA
Instagram : /fenetreA
Intranet ou partie réservée : en cours de développement



3 questions au responsable réseau MORGANE LEFEUVRE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Adhérer au label Expert Conseil FenêtréA, c'est avant tout adhérer à un état d'esprit. Les professionnels de notre réseau partagent les mêmes valeurs : l'écoute, le conseil, la proximité, l'accompagnement, le goût du travail bien fait et la fierté de présenter des produits de qualité. Lors de chaque rassemblement, ces valeurs se renforcent avec des liens très forts qui se tissent entre les membres du réseau comme dans une famille.

Par ailleurs, parce que chaque membre est unique et nous rejoint avec des attentes qui lui sont propres, notre concept est évolutif et adaptable. C'est le candidat qui évalue son degré d'implication dans le réseau. Plus il est intégré, plus grands seront les avantages.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

C'est justement ce concept évolutif en grande partie. De plus, nous n'avons aucun droit d'entrée, ni de redevance de communication. Nous proposons une boîte à outils dans laquelle les plus autonomes viennent prendre les supports dont ils ont besoin. Quant à ceux moins rompus aux exercices de communication, nous les accompagnons à leur rythme vers cette autonomie. Tous les supports proposés sont personnalisables avec un service marketing dédié et un crédit marketing leur permettant de financer leurs campagnes de communication. Nous faisons du sur-mesure à l'instar de nos fenêtres.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Chaque rassemblement est un événement. Nous nous sommes retrouvés en juin dernier à la Baule autour de notre trimaran en présence d'Erwan Le Roux notre skipper devenu au fil des années la mascotte du réseau. Nous finalisons par ailleurs notre catalogue et mettons prochainement en ligne notre nouveau site Internet Expert Conseil FenêtréA. Sur 2018, nous allons travailler notre visibilité sur les réseaux sociaux et développer un extranet sur lequel les adhérents trouveront un 360° de leurs activités chez FenêtréA, toutes les documentations nécessaires au métier, et les contacts reçus sur notre site internet, entre autres.

3 questions à un nouvel adhérent LAURA RIALLAND, ALLIER STORES ET FERMETURES À CHARMEIL (03)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le principe du réseau Expert Conseil FenêtréA n'est pas commun aux autres réseaux de fenêtres que l'on connaît. Il est fondé sur une réelle relation de confiance et un partenariat donnant-donnant. FenêtréA nous accompagne dans le développement de notre notoriété locale notamment par la mise en place d'opérations commerciales pertinentes et des campagnes publicitaires efficaces dont les retours sont très positifs.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau nous a apporté une relation distributeur/fournisseur saine et fiable. Derrière l'enseigne FenêtréA, j'ai trouvé des équipes dynamiques, réactives et à l'écoute de nos demandes. Nous avons gagné en qualité d'image grâce à une charte graphique claire et mise à disposition gracieusement par le service marketing FenêtréA.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Nous sommes une entreprise familiale implantée localement depuis plus de 25 ans et donc proche de nos clients. Lorsque les particuliers ont un projet, il me semble important qu'ils aient un visuel le plus proche possible du rendu de leurs futurs travaux. Il est parfois difficile de se projeter à travers un catalogue, c'est la raison pour laquelle j'aimerais qu'une bibliothèque partagée de photos de réalisations soit mise en place et alimentée entre adhérents. Dans l'idéal, un simulateur avec la maison des clients avant/après projet, mais je suis persuadée que nous y arriverons.

Expert

EXPERT
CONSEIL

FenêtréA

Conseil

VOUS ÊTES UN PROFESSIONNEL
SPÉCIALISTE DE LA FOURNITURE
ET POSE DE MENUISERIES
ET SOUHAITEZ INTÉGRER
UN RÉSEAU DYNAMIQUE
ET CONVIVIAL POUR
DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ ?

REJOIGNEZ LE LABEL
"EXPERT CONSEIL FENÊTRÉA"



8 BONNES RAISONS DE NOUS REJOINDRE :

- Une indépendance préservée
- Pas de redevance
- Un service marketing et communication dédié
- Un crédit marketing
- Des produits fabriqués en France
- Des conditions fournisseurs négociées
- Des extensions de garantie
- Un accompagnement personnalisé

DEVENEZ INSTALLATEUR EXPERT CONSEIL FENÊTRÉA

CONTACTEZ GUILLAUME DUQUESNE

06 32 55 44 90

EMAIL : [GDUQUESNE@FENETREA.FR](mailto:gduquesne@fenetre-a.fr)

WWW.EXPERTCONSEILFENETREA.FR

60 EXPERTS NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE...





Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2007
Description du réseau : Tryba-Le Vérandier est une marque de l'entreprise Tryba spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de vérandas et de pergolas sur-mesure. Nos vérandas sont complètement pré-montées dans notre usine de Mertzwiller
Nombre de magasins : 25
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans, puis renouvellement automatique pour une durée indéterminée
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : 75 000 €
Redevance d'exploitation : 0
Redevance publicitaire : 10 000 € / an (forfaitaire)
Remise de manuels de savoir-faire : Oui (Technique, informatique, commercial)
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui, par la tête de réseau en accord avec ce dernier
Aide à la publicité locale : oui, fourniture des supports nécessaires.
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : oui, au niveau des expos
Aide à la formation : Via l'animation de réseau
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Pas de compétence technique nécessaire (formation assurée)
Formation dispensée : oui : Technique, informatique et commerciale
Obligation de certaines normes architecturales : oui, respect de la charte graphique
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Décembre 2017 / Alsace
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 1
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Philippe Plat
Animateur réseau : B. Meyer
Adresse : ZA le Bosquet, 67580 mertwiller
Tél : 03 88 90 52 60
E-mail : pplat@tryba.fr
Site Internet : www.le-verandier.com
Facebook : verandier
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PHILIPPE PLAT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La force de Tryba-Le Vérandier est de pouvoir accueillir des candidats qui ne sont pas issus du domaine de la véranda et d'en faire de véritables professionnels en quelques mois. En effet, nous mettons l'accent sur la formation initiale et un accompagnement terrain soutenu. Produits, informatique, commerce, tous les sujets sont abordés en profondeur. Notre point pilote en Alsace nous permet de former un public varié : concessionnaires, commerciaux, poseurs, assistantes commerciales...

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

La puissance d'un grand groupe. En effet le Vérandier est une marque de l'entreprise Tryba. Nous profitons à ce titre, d'une grande synergie entre les différentes enseignes et ceci sur tous les domaines : production, informatique, marketing, communication... Nos concessionnaires Vérandier profitent donc de l'expérience réussie de la marque Tryba et de son réseau de plus de 300 points de vente

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 a été marquée par le lancement de notre toute nouvelle pergola à lames orientables 100 % Tryba-Le Verandier. Sur un marché en pleine évolution, il était important de se démarquer avec un produit totalement nouveau et pensé pour être évolutif. 2018, sera l'année du numérique avec l'arrivée d'un tout nouveau site internet avec un contenu fort au niveau de l'image.



3 questions à un nouvel adhérent XAVIER JOLIVET, À FOUGERES (35)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La collaboration avec Tryba depuis 23 ans pour les menuiseries m'a permis d'apprécier l'entreprise et les produits avec toujours la recherche de la qualité et du service apportés aux clients.
 Qualité produit que l'on retrouve dans la gamme Véranda avec de vrais plus produit (performance thermique, esthétique, garantie...)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

La formation usine et l'accompagnement terrain avec un suivi très régulier que ce soit sur le plan commercial ou technique

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Pour les services complémentaires, la communication avec une visibilité supplémentaire mais cela viendra avec le développement du réseau.

3 questions au responsable réseau MARIE-EMMANUELLE ASCENCIO

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Avec Tryba, marque qui possède 70 % de notoriété spontanée, vous êtes associé à un fabricant puissant, toujours à la pointe de l'innovation et des avancées technologiques.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous avons un accompagnement gratuit et très poussé, grâce à une cellule ouverture composée de 4 formateurs qui se déplacent sur le terrain pendant au moins 6 mois chez le nouveau concessionnaire, afin de lui transmettre notre savoir-faire au fur et à mesure et dans la durée.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, le changement d'identité visuelle dans la charte graphique. Nous communiquons désormais sur le logo : concepteur, fabricant, installateur. Ceci afin de décliner en détail l'offre de services de Tryba auprès de ses clients, avec une prestation intégrale de la vente à la fabrication sur-mesure puis à la pose par des équipes internes à chaque concession.

3 questions à un nouvel adhérent DIMITRI D'OLIVIER QUINTAS CONCESSIONNAIRE TRYBA À BÉTHUNE (62) DEPUIS AOÛT 2015

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Mes motivations à rejoindre le réseau Tryba ont été :

- Notoriété forte de la marque.
- Produits de haute qualité et de haute technicité.
- Avantage concurrentiel.
- Accompagnement fort du réseau à chacune des étapes (projet, étude de marché, ouverture point de vente, suivi de chantiers, etc.).



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

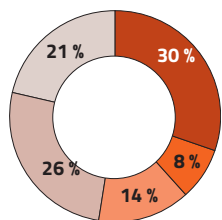
La notoriété de la marque nous amène spontanément de très nombreux clients. La qualité haut de gamme des produits fait la différence par rapport à la concurrence, notamment avec la nouvelle gamme de menuiseries bois à l'ancienne, qui permet d'être retenu en secteur classé Bâtiment de France. Au démarrage de mon activité, l'accompagnement renouvelé du franchiseur sur le terrain a été précieux.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Pas de besoin spécifique pour l'instant.

Le Scan de Prospérences

60,3 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
89 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,7 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1984
Description du réseau : Tryba est le leader sur le marché de la rénovation de l'habitat (vente et pose de fenêtres, portes, volets...)
Nombre d'adhérents : Plus de 180
Nombre de points de vente : Plus de 300
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 80 000 €
Redevance d'exploitation : 0 %
Redevance publicitaire : 1,5 % sur le CA
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du point de vente : Oui
Organisation de la publicité nationale : Tryba prend en charge 9 campagnes nationales TV et radio
Aide à la publicité locale : Les frais de communication locale sont financés par le concessionnaire
Autres aides en exploitation : Chaque concessionnaire bénéficie d'un accompagnement personnalisé par les 7 animateurs de réseau qui les visitent régulièrement tous les mois.
Aide financière : Oui, dans le cadre du Carré Tryba (concept de franchise participative mis en place en 2012)
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : compétences commerciales et managériales, appétence pour les produits techniques, qualités relationnelles, rigueur...
Formation dispensée : Oui. Formation initiale gratuite de 3 semaines pour les concessionnaires et leurs commerciaux, puis relais par la cellule ouverture pendant au moins 6 mois sur les différents aspects techniques, commerciaux et organisationnels.
Obligation de certaines normes architecturales : Oui
Organisation de conventions : oui - une convention nationale chaque année.
Organisation de réunions régionales : oui, deux fois par an
Date et lieu de la prochaine convention : printemps 2018, le lieu varie chaque année
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 12 au 1^{er} septembre 2017
Nombre d'adhérents RGE : 180
Nombre d'adhérents Qualibat : 180
Nombre d'adhérents certification NF Fenêtres : seul Tryba Industrie est adhérent
Nombre d'adhérents Origine France Garantie : seul Tryba Industrie est adhérent

Résultats

CA H.T. global du réseau : NC
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1 350 000 €

Contacts

Président : Johannes Tryba
Directeur commercial : Philippe Spindler
Responsable développement réseau : Marie-Emmanuelle Ascencio
Adresse : ZI Le Moulin, 67110 Gundershoffen
Tél : 03 88 80 29 29
E-mail : info@tryba.com
Site Internet : www.franchise-tryba.com
Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1994
Description du réseau : Réseau de menuisiers poseurs indépendants
Nombre de magasins : 206
Type de contrat : SARL, SASU, SA
Durée du contrat : 1 an renouvelable par tacite reconduction
Droit d'entrée : 3 000 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : redevance fixe 4 925 € HT + redevance variable : 1,2 % du chiffre d'achats HT
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : nc
Aide à la recherche d'un local : nc
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Campagnes TV, radio, affichage et communication internet
Aide à la publicité locale : 0,5 % du chiffre d'achats reversé à la communication locale
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : nc
Formation dispensée : stage d'intégration, formations pour commerciaux, assistantes commerciales et poseurs
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : 1 fois/an
Date et lieu de la prochaine convention : du 18 au 20 janvier à Monaco
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 12
Nombre d'adhérents RGE : tous
Nombre d'adhérents Qualibat : nc
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Cécile Sanz
Directeur du réseau : Jacky Le Calvez
Animateur réseau : Jean-Baptiste Vallet
Animatrice réseau : Sarah Branchu
Adresse : ZI - 2 rue Henri Vallée
 72350 Brûlon
Tél : 02 43 62 15 29
E-mail : jlecalvez@artetfenetres.com
Site Internet : http://artetfenetres.com
Facebook : /artetfenetres
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au directeur du réseau JACKY LE CALVEZ

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre politique est basée sur le volontariat du candidat avant tout. Nous souhaitons recruter des adhérents motivés mais aussi faisant preuve de professionnalisme pour satisfaire nos clients. Chez Art & Fenêtres on se choisit mutuellement pour mettre en place une relation gagnant-gagnant. C'est une concession de marque d'un an, une approche de partenariat avec des prises de décisions démocratiques qui capitalisent sur les échanges et les bonnes pratiques.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

La forte notoriété du réseau, l'innovation et la largeur de gamme produit. La convivialité du réseau qui est connu pour son professionnalisme et son ambition.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Notre nouvelle charte graphique a vu le jour début d'année 2017 : un concept plus clair, plus chic, plus moderne. En plus des outils d'aide à la vente, nous avons entièrement repensé les façades et enseignes de nos 200 points de vente. Les derniers magasins seront renouvelés début 2018. Nos maîtres mots pour 2018 sont l'innovation produits et la satisfaction clients.



3 questions à un nouvel adhérent GUILLAUME HANEN, GUILLAUME FERMETURES, À PAGNY-SUR-MOSELLE (54)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

« L'union fait la force » a été ma première motivation. Dans un domaine largement concurrentiel, ça représente une sérénité, une force tranquille et des appuis solides grâce à l'expérience glanée au fil des années. De surcroît, la motivation de commercialiser un produit français certifié « Origine France Garantie » en parfaite adéquation avec ma vision des choses. Etant dans le marché de la fermeture ou de l'ouverture du bâtiment depuis 19 ans et voyant qu'Art & Fenêtres, un réseau connu cherchait à s'implanter en Moselle, j'ai tout naturellement démarché celui-ci. Il a su me recevoir et me montrer une usine de production plus qu'affinée et aboutie. Le réseau Art & Fenêtres propose d'excellents produits finis et je reste conforté dans mon choix et ma vision de l'avenir.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

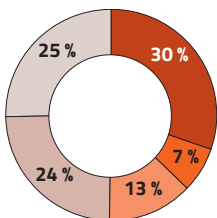
Le réseau apporte beaucoup de soutien mais aussi un support technique, commercial et logistique. C'est une aide appréciable lorsqu'une structure comme la mienne s'implante et doit se développer en quelques mois comme si elle existait depuis « 20 ans », là est tout l'enjeu. Être concessionnaire Art & Fenêtres apporte un sérieux grâce à la notoriété de la marque ainsi qu'une grande aide pour répondre aux différents besoins d'une structure au démarrage. Le réseau Art & Fenêtres m'offre une visibilité sur internet qui m'apporte des contacts entrants par le biais d'un mini site. Des réunions régionales sont réalisées tous les 2 à 3 mois afin d'échanger sur les opérations à venir et partager les expériences des adhérents de la région. Toujours dans le but d'améliorer et d'accompagner les nouveaux venus, le réseau encadre bien les adhérents et c'est rassurant.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Un service showroom avec une conception de maquette plus légère visuellement et facilement modulable et transportable (salon, foire...)

Le Scan de Prospérences

48,5 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
79 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
50 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000



Art & Fenêtres

VISIBLEMENT
L'ENSEIGNE *préférée* DES FRANÇAIS*

REJOIGNEZ L'ENSEIGNE *préférée* DES FRANÇAIS*

NOUS RECHERCHONS DE NOUVEAUX CONCESSIONNAIRES

en priorité dans les villes suivantes : Saumur, Brest, Orléans, Le Havre, Dieppe, Lille, Dunkerque, Charleville Mézières, Verdun, Dijon, Bourges, Mulhouse, Limoges, Mâcon, Le Puy en Velay, Cahors, Carcassonne.

RENCONTRONS-NOUS AU SALON BATIMAT !

Pour découvrir nos nouveautés produits et nos services.

Du 6 au 10 novembre – Paris Nord Villepinte
HALL 5A – Allée P – Stand n°147



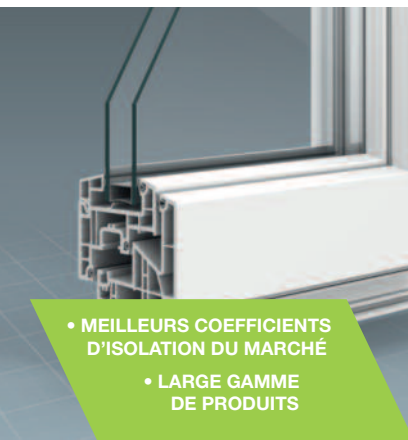
RÉSEAU CONVIVAL

qui capitalise sur les échanges
et les bonnes pratiques



Art & Fenêtres

- MEILLEURS COEFFICIENTS D'ISOLATION DU MARCHÉ
- LARGE GAMME DE PRODUITS



- PLUS DE 1300 SPOTS TV/AN
- ACCOMPAGNEMENT PERSONNEL ET OUTILS D'AIDE À LA VENTE



CSTB
le futur en construction

CEKAL
SOLUTIONS

NF

ORIGINE
FRANCE
GARANTIE
BV Cert. 6332528

Acotherm

PRODUITS CERTIFIÉS
ET LABELLISÉS
dans leur intégralité

Contactez Jacky Le Calvez

02 43 62 15 29

jlecalvez@artetfenetres.com

*Selon étude Capital / Statista "les meilleures enseignes" échantillon de 20 000 personnes, août 2016

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1983
Description du réseau : Réseau national de concessions, spécialisé dans la vente et la pose de menuiseries extérieures.
Nombre de magasins : 65 (55 concessions / 10 intégrés)
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 75 000 €
Redevance d'exploitation : 4 950 €
Redevance publicitaire : 5 500 €
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du point de vente : oui
Organisation de la publicité nationale : 4 campagnes nationales définies en Commission Communication
Aide à la publicité locale : Pack de campagnes clés en main + participation financière
Autres aides en exploitation : Prêt de modules d'expo pour les foires et salons
Aide financière : Contribution à la communication locale + tarifs négociés fournisseurs
Aide à la formation : École des Métiers du Groupe Lorillard + Formations Lorenov Campus
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnels du bâtiment avec un réel sens commercial.
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Janvier 2018 à Deauville
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 8
Nombre d'adhérents RGE : 65
Nombre d'adhérents Qualibat : 65
Nombre d'adhérents certification NF Fenêtres : 65 à travers les certifications du Groupe Lorillard
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 0, néanmoins les menuiseries sont fabriquées à Chartres

Résultats

CA H.T. global du réseau : 28 M€ pour 2016 (achats)
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 750 000 €

Contacts

Président : Thierry Luce
Animateur / Responsable du réseau : Pierre Lorillard
Adresse : 1 av. Gustave Eiffel
 28000 Chartres
Tél : 02.37.91.75.75
E-mail : developpement.reseau@lorenove.fr
Site Internet : www.lorenove.fr
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au directeur du réseau PIERRE LORILLARD

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre enseigne est un réseau à taille humaine favorisant une relation directe concessionnaire/concédant. Nous travaillons ainsi en étroite collaboration avec nos partenaires sur des projets majeurs comme notre nouveau site internet. Lancé en janvier 2017, il porte d'ailleurs ses fruits bien au-delà des objectifs de performance que nous nous étions fixés. Nous sommes en mesure d'apporter des contacts qualifiés à chaque nouvel adhérent, et ce, dès l'ouverture de son espace-conseil. Nous mettons également à disposition de chaque point de vente, un site internet personnalisé et un ensemble de services Web associés (campagnes Adwords locales, création et envoi d'e-mailing personnalisés, gestion des réseaux sociaux, création de contenu et alimentation des sites locaux...). Pour Lorenov, assurer une forte présence Web locale dès l'ouverture, c'est garantir au nouveau concessionnaire un démarrage rapide de son activité.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Sans hésiter, l'implication au quotidien de nos équipes pour la satisfaction client ! Le réseau Lorenov a toujours privilégié l'éthique et le respect dans sa démarche commerciale. Et nos clients nous le rendent bien car nous obtenons de très bons scores de recommandation lors des enquêtes de satisfaction locales. Notre réseau a d'ailleurs été élu n°1 des professionnels de la fenêtre pour la qualité de sa prestation globale (de la relation commerciale au SAV en passant par la qualité des produits proposés et la prestation de pose.)
 Autres atouts majeurs : d'une part, nos 10 agences intégrées nous permettent de maîtriser tous les aspects du métier de concessionnaire. D'autre part, Lorenov bénéficie de l'expertise du groupe Lorillard, parmi le top 5 des acteurs majeurs du secteur, reconnu pour ses réalisations prestigieuses et ses grands chantiers de rénovation.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Outre le lancement de notre nouveau site internet www.lorenove.fr et des services Web pour les adhérents, nous avons lancé en association avec Saint-Gobain et en avant-première, le vitrage Eclaz. Issu de la nouvelle génération de verre à isolation thermique renforcée, le traitement spécifique du vitrage Eclaz lui permet d'obtenir des performances exceptionnelles sans altérer l'esthétique ni la transparence du vitrage. Lorenov répond ainsi aux exigences des particuliers en matière d'efficacité énergétique et de confort : un réel atout concurrentiel.
 2018, sera l'année des nouveautés produits. Nous proposerons une offre élargie, de qualité, aussi bien en PVC qu'en aluminium : nouveaux plaxages et coloris tendance, nouvelle gamme... mais confidentialité oblige, je ne peux vous en dévoiler davantage pour le moment.
 Nous avons finalisé également notre plan de communication pour l'année prochaine qui s'annonce d'ores et déjà très puissant.
 Concernant le développement du réseau, nous avons ouvert 8 nouveaux points de vente en 2017 et nous comptons en faire au moins autant l'année prochaine !

3 questions à un nouvel adhérent FLORINE ET ANGELO LOMBARDO, LORENOVE À ANGERS (49)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Ma motivation première a été de trouver des partenaires d'une « Même famille », la cohésion d'un groupe et un partage de savoir-faire entre les adhérents d'un même réseau.

Lorenov est, pour moi, un grand réseau dans tous les sens du terme et qui mérite d'être connu.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

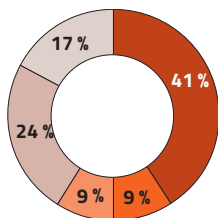
Grâce à une image de marque reconnue du grand public, les clients particuliers sont en totale confiance avec des professionnels de proximité.
 Nous pouvons désormais proposer un large choix de produits, que ce soit en gamme ou en matériaux.
 Nous avons pu profiter également des référencements fournisseurs reconnus du grand public grâce aux accords-cadres.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Chez Lorenov, il existe un service qui s'appelle Lorexpress qui permet de recevoir des menuiseries en 10 jours ouvrés. Ce que j'aimerais, c'est que ce service s'étende à tous les produits (alu, PVC, ral, etc.).

Le Scan de Prospérences

24,4 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
37 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
53,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

> 40 000
 de 30 000 à 40 000
 de 20 000 à 30 000
 de 10 000 à 20 000
 < 10 000



3 questions au responsable réseau YANN BESSON



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

- Pas de droit d'entrée, pas de royalties
- Investissement de départ 0 €
- L'accompagnement technique
- Transmission rapide de contacts qualifiés à l'artisan (dépannage et SAV), via un outil informatique performant
- Des prix exclusifs sur AVS Store www.allo-volet-service-store.fr et toujours franco de port

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

- La facilité d'intégration
- 4 jours intensifs de formation dans le domaine du volet roulant et de la porte de garage

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Deux grands projets importants :

- Développement de la boutique « pièces détachées » volets roulants multimarques (Somfy, Simu, Geiger, ZF, ...)
- La mise en place d'un module d'intervention mobile

3 questions à un nouvel adhérent JÉRÔME MORINIÈRE DÉPANN'VOLET À SAINT JEAN DE THOUARS (79)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Je voulais rejoindre un réseau lors de mon installation en avril 2014 dans les Deux-Sèvres, pour avoir un appui technique et des échanges avec des interlocuteurs privilégiés et spécialisés dans la fermeture.

Le réseau AVS me semblait sérieux et de grande qualité. De plus, aucun droit d'entrée n'est demandé et l'investissement de départ est de 0€.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

La rencontre avec d'autres artisans du réseau AVS lors des séminaires annuels, l'appui technique de la hotline réservée aux adhérents et l'achat de pièces détachées sur la boutique en ligne www.allo-volet-service-store.fr m'ont aidé à faire évoluer mon entreprise et à découvrir de nouveaux produits.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Le réseau AVS a toutes les prestations que je souhaite (AVS Store, formations, appuis techniques, etc.) et est sans contraintes.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : Décembre 2009
Description du réseau : Allo Volet Service (AVS) est une entreprise spécialisée dans le dépannage, la réparation et la motorisation de volets roulants. Associés à un fabricant possédant + de 30 années d'expérience dans la fermeture, nous pouvons également moderniser les produits du marché et installer des produits neufs (volet roulant, porte de garage, store extérieur, etc.). Nos points forts sont nombreux et se traduisent notamment par l'existence du site « allo-volet-service-store.fr » et ses conditions d'achats privilégiées destinées à l'ensemble de notre réseau d'artisans et l'intégration facile et économique dans ce réseau.

Nombre de magasins : 70
Type de contrat : Contrat de collaboration
Durée du contrat : 1 an reconductible
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 0 €
Redevance d'exploitation : 12 % du CA HT facturé
Redevance publicitaire : 0 €
Remise de manuels de savoir-faire : oui.
Guide complet, technique et commercial
Aide pour l'étude de marché : conseils
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : oui, les formations sont intégralement remboursables
Aide à la conception du magasin : non
Organisation de la publicité nationale : oui
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : Centre de formation agréé, permettant le remboursement de celle-ci
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Bon technicien, artisan indépendant, professionnel dans la fermeture (VR et PG). Dynamique et organisé, notre partenaire doit avant tout posséder une philosophie de service et un esprit commercial. Ses connaissances techniques et notre formation « produits » lui permettront de réussir sur ce marché et au sein de notre réseau.
Formation dispensée : 4 jours de formation, volet roulant, motorisation, porte de garage. Formation commerciale intégrée.
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : 07 & 08 décembre 2017 à Gundershoffen (67)
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 20
Nombre d'adhérents RGE : 70 % du réseau
Nombre d'adhérents Qualibat : 70 % du réseau
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 60 % du réseau
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : NC

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Laurent Darous
Animateur réseau : Yann Besson
Adresse : ZA le Bosquet, 67580 Mertzwiller
Tél : 0820 228 628
E-mail : ybesson@allo-volet-service.com
Site Internet : www.allo-volet-service.fr et www.allo-volet-service-store.fr
Facebook : www.facebook.com/reseauxav
Intranet ou partie réservée : Espace professionnel sur internet



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2006
Description du réseau : Créé en 2006 par Horizal, le réseau Portaliers est le 1^{er} réseau national d'installateurs de portails
Nombre de magasins : 102
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : 1 500 € HT
Investissement global : pas d'autre investissement obligatoire. Fourniture des packs signalétique, vente et marketing, incluse dans l'adhésion.
Redevance d'exploitation : Aucune
Redevance publicitaire : Aucune
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui. Mobilier et équipement de show-room disponibles
Organisation de la publicité nationale : campagnes presse nationale, opérations commerciales nationales
Aide à la publicité locale : outils repiquables : mailings, boîtages, affichages, annonces
Autres aides en exploitation : délais garantis.
Aide financière : prix très préférentiels sur de nombreux outils.
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Installateur disposant d'un show-room ou d'une surface d'exposition extérieure
Formation dispensée : Formation technique (pose, motorisation) sur site et en usine. Formation vente sur site ou en usine.
Obligation de certaines normes architecturales : oui. Norme européenne CE en portail et norme nationale NF en garde-corps.
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Convention tous les 2 ans. 2016 à Prague. Prochaine convention en 2018.
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 8

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 50 k€ HT

Contacts

Dirigeant : M. Jean-Pierre Delanos
Directeur et animateur réseau : Fabrice Marchand
Adresse : 174, Route de Lyon – Domarin – 38307 Bourgoin-jallieu Cedex
Tél : 04 74 93 25 35
E-mail : fabricemarchand@horizal.com
Site Internet : www.lesportaliers.com
Facebook : @LesPortaliers
Twitter : @LesPortaliers
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau FABRICE MARCHAND

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Portaliers qui a fêté ses 10 ans l'automne dernier a atteint aujourd'hui un niveau d'expérience et de notoriété considérable sur le marché du portail.

En termes d'expérience, les outils et les méthodes mis en place au fil des années ont fait leurs preuves et sont en évolution permanente. La notoriété du réseau s'est également affirmée au fil des ans et elle est aujourd'hui bien établie, avec une très bonne image, aussi bien chez les professionnels que le grand public.

Nous mettons l'accent sur notre stratégie digitale avec un site Web dédié au réseau Portaliers, et une forte présence sur les réseaux sociaux. Nous dynamisons également l'activité commerciale de nos adhérents avec des plans promotionnels nationaux annuels.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

C'est bien entendu notre spécialisation sur le portail, avec une visibilité nationale du réseau. Les supports de communication adaptables sur le plan local, la démarche commerciale spécifique au portail, l'expertise technique sur les produits et la pose permettent aux adhérents de gagner rapidement en performance.

Sur le plan marketing, les Portaliers cultivent leur différence. Le réseau dispose de gammes de produits exclusifs Portaliers, dont la vente et l'installation sont exclusivement réservées au réseau. Ces dernières années le réseau a largement enrichi son offre avec des produits exclusifs au fort pouvoir d'image qui véhiculent des valeurs comme la technicité, la qualité, l'avant-garde et la modernité.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 a été particulièrement marquée par un rythme soutenu d'innovations et le développement des gammes de produits dédiées au réseau des Portaliers.

En 2018 l'objectif reste le renforcement et le développement de l'ensemble de notre marketing digital avec comme objectifs principaux l'augmentation de la demande en magasin et l'amélioration du taux de transformation de devis.

3 questions à un nouvel adhérent GRÉGORY NADAL, GEAY MENUISERIE À SAINTES (17)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le réseau Portaliers est un réseau que nous avons identifié comme étant puissant, capable de nous apporter un soutien technique et commercial de qualité.

Les opérations commerciales accompagnées des outils d'aide à la vente sont pertinentes, en parfait accord avec notre politique commerciale. Nos interlocuteurs techniques sont toujours à la recherche de la meilleure solution.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Une gamme de solutions techniques et commerciales complètes et adaptées à notre marché local ! Qui nous permet de répondre à chaque prospect avec singularité sur une gamme étoffée de produits « made in France ».

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Les efforts importants de développement réalisés ces dernières années sur le logiciel d'intégration doivent se poursuivre pour nous apporter toujours plus de réactivité et de souplesse afin d'optimiser le traitement de nos dossiers commerciaux, une priorité pour nous.

Le développement d'outils d'aide à la vente est primordial pour soutenir nos équipes, nous ne pouvons que prêcher en ce sens auprès du réseau Portaliers, qui répond toujours présent.

**Rejoignez
le réseau des Portaliers®
et bénéficiez
d'avantages exclusifs !**



1^{ER} RÉSEAU NATIONAL D'INSTALLATEURS DE PORTAILS





Fiche d'identité

Date de création du réseau : mai 2014
Description du réseau : Ce label est destiné aux clients Profils Systèmes qui possèdent une unité de fabrication sans pose directe et qui vendent sous la marque Profils Systèmes.
Nombre d'adhérents : 17
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 2 ans renouvelables
Droit d'entrée : non
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Annonce presse dans les magazines pro, plan digital dans les portails Web
Aide à la publicité locale : Plateforme de marketing relationnel pour campagne d'emailing, SMS, personnalisations de doc.
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : Oui pour la mise en place de leur show-room et actions marketing
Aide à la formation : oui 2 jours de formation financées par Profils Systèmes
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Doit justifier d'une expérience de 3 ans minimum dans la fabrication et la pose de menuiseries aluminium
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui en 2017 la convention s'est déroulée à Dubaï
Date et lieu de la prochaine convention : Biarritz/San Sébastien mai 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 2 nouveaux partenaires en 2017
Nombre d'adhérents RGE : nc
Nombre d'adhérents Qualibat : Prérequis pour adhésion au label
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : Prérequis pour adhésion au label
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 17

Résultats

NC

Contacts

Dirigeant : Christophe Derré
Responsable du réseau : Pascale Anselme
Adresse : PA Massane 10 rue Alfred Sauvy 34670 Baillargues
Tél : 04 67 87 67 87
E-mail : pssystemes@profils-systemes.com
Site Internet : www.profils-systemes.com
LinkedIn : www.linkedin.com/company/profils-systemes
Facebook : www.facebook.com/profils.systemes/
Twitter : twitter.com/ProfilsSystemes
Instagram : www.instagram.com/profils.systemes/
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PASCALE ANSELME

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous organisons des rencontres régulières entre les partenaires qui au fil du temps créent des liens de confiance forts, génèrent des échanges sur les bonnes pratiques métier et encouragent l'entraide. Nous les faisons participer au déploiement des innovations produits, et les accompagnons sur différents points clés : Label fenêtre, optimisation supply chain, mais aussi marketing et commerce.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

L'accompagnement est vraiment personnalisé en fonction des besoins des partenaires, de leur maturité technique & commerciale. Nous fonctionnons comme une boîte à outils où chacun peut aller à son rythme en fonction de la taille de sa structure.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La prise de conscience collective que le mode de consommation est en mutation : les moyens de communication d'aujourd'hui impliquent une ultra-réactivité et la nécessité absolue de rester cohérent et ultra-professionnel. 2018 sera orientée « expérience client » au sens large.

3 questions à un nouvel adhérent M. GRECH, SOCIÉTÉ EVOAL À VITROLLES (13)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Intégrer le réseau des Fabricants Certifiés Profils Systèmes est pour nous une opportunité pour le développement de notre société.

La renommée du label et les différents outils mis à disposition nous apporteront, nous en sommes certains, une augmentation de notre activité.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le service marketing est pour nous un plus dans le réseau des Fabricants Certifiés.

La mise en place de notre landing page, mini-sites Web chartés, nous permet d'avoir une visibilité sur le Web et nous apporte par la même occasion des contacts ciblés.

La refonte des documentations techniques destinées aux professionnels (nos nouveaux cahiers pro déclinés par gammes) est aussi un support indispensable.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Nos attentes principales vis-à-vis du réseau sont essentiellement le respect de la qualité des produits et les services de la marque.

Un produit performant et de qualité, une livraison rapide sont des atouts indispensables pour notre société.



"VOS MENUISERIES ALU SUR- MESURE PRÊTES À POSER"



Ils fabriquent pour vous :

ALFAB-B - 12 LA PRIMAUBE

05 65 71 49 99 - jacques.bouissou12@wanadoo.fr
www.sarl-alfab-b.fabricant-certifie-profils-systemes.com

ALU-GLASS - 50 POILLEY - 02 33 58 12 12

contact@alu-glass.com - www.alu-glass.com

ALUMINIUM SYSTEMES - 22 LANNION

02 96 44 34 39 - aluminium.systemes@orange.fr
www.aluminium-systemes.com

ALUTEC MENUISERIES - 63 CLERMONT-FD

04 73 74 48 60 - contact@alutecmenuiseries.fr
www.alutecmenuiseries.fr

A.M.S - 84 ALTHEN des PALUDS

04 90 65 49 99 - ams.althen@free.fr
www.avenirmetaleriesservice.com

APCV - 30 VAUVERT - 04 66 71 60 31

ponslio@yahoo.fr - www.apcv.fr

CLEMENT ALU - 45 St JEAN de la RUELLE

02 38 61 99 30 - www.clement.aluminium.fr

CLOS SYSTEME - 34 ASPIRAN

04 99 91 42 49 - clos-systeme@orange.fr
www.clos-systemes.fabricant-certifie-profils-systemes.com

CVI - 88 SAULXURES/Moselotte

03 29 25 41 46
frederic.fleurance@cvi-labresse.com - www.cvi-alu.fr

EVOAL - 13 VITROLLES

09 82 50 84 11 - evoal@bbox.fr
www.fc-evoal.fabricant-certifie-profils-systemes.com

FRANCE VERANDA EXPANSION - 91 LISSES

01 69 90 68 02 - gestion@franceverandaex.fr
www.verandas-fenêtres.com

GOPLAST SAS - 79 RORTHAIS

05 49 81 05 42 - jmgonnord@goplast.fr - www.goplast.fr

HANKOR INDUSTRIE - 34 CLERMONT-L'HÉRAULT

04 67 88 05 70 - danielle@hankorpvc.com
www.hankor-pvc.fabricant-certifie-profils-systemes.com

LBV - 57 SARREGUEMINES - 03 87 61 10 75

b.schemel@fbsverandas.fr - www.fbs-verandas.fr

PYRAL SARL - 31 PLAISANCE du TOUCH

05 62 13 93 46 - pyral@wanadoo.fr - www.pyral.net

StMARTIN ALUMINIUM

30 St MARTIN de VALGALGUES

04 66 85 96 00

smaluminium@orange.fr
www.pascalmenuiserie.fr

TENDANCE ALU

34 BAILLARGUES

04 67 16 30 85

contact@tendance-alu.fr
www.tendance-alu.fr

FABRICATION
FRANÇAISE



LANGAGE
GARANTI



Pour les professionnels
de la menuiserie alu
www.profiles-systemes.com

FABRICANT
CERTIFIÉ

Profils
SYSTEMES



Fiche d'identité

Date de création du réseau : Sept. 2005
Description du réseau : Il s'agit d'un label de qualité avant tout, avec une « charte de qualité » signée par tous les partenaires.
Nombre d'adhérents : 60 partenaires / 74 points de vente
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 2 ans renouvelable
Droit d'entrée : nc
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : Oui : Concept show-room Profils Systèmes
Organisation de la publicité nationale : Une campagne de sponsoring TV sur TF1 du magazine d'info Sept à huit
Aide à la publicité locale : Personnalisation de documents, plateforme d'e-mailing, sms, courriers et Landing pages.
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : Oui pour la mise en place des show-room et actions marketing
Aide à la formation : Oui 2 jours de formation financées par Profils Systèmes
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnels indépendants spécialistes répondant à certains critères qualité.
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : Oui en 2017 la convention s'est déroulée à Dubai
Date et lieu de la prochaine convention : Biarritz / San Sebastian mai 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4 nouveaux partenaires en 2017
Nombre d'adhérents RGE : Prérequis pour adhésion au label
Nombre d'adhérents Qualibat : Prérequis pour adhésion au label
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : NC
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 60

Résultats

NC

Contacts

Dirigeant : Christophe Derré
Responsable du réseau : Pascale Anselme
Adresse : PA Massane 10 rue Alfred Sauvy 34670 Baillargues
Tél : 04 67 87 67 87
E-mail : pssystemes@profils-systemes.com
Site Internet : www.profils-systemes.com
LinkedIn : www.linkedin.com/company/profils-systemes
Facebook : www.facebook.com/profils.systemes/
Twitter : twitter.com/ProfilsSystemes
Instagram : www.instagram.com/profils.systemes/
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PASCALE ANSELME

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous organisons des rencontres régulières entre les partenaires qui au fil du temps créent des liens de confiance forts, génèrent des échanges sur les bonnes pratiques métier et encouragent l'entraide. Nous accompagnons nos partenaires tout au long de l'année sur différents points clés : commerce, marketing, technique, formation... en développant des outils marketing sur-mesure. Ainsi nos partenaires bénéficient d'une communication nationale multicanale.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous accompagnons chaque partenaire en fonction de ses besoins, de sa maturité technique & commerciale. Nous fonctionnons comme une boîte à outils, rien n'est vraiment imposé, chaque partenaire peut aller à son rythme en fonction de la taille de sa structure.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La prise de conscience collective que le mode de consommation est en mutation : les moyens de communication d'aujourd'hui impliquent une ultra-réactivité et la nécessité absolue de rester cohérent et ultra-professionnel. 2018 sera orientée « expérience client » au sens large.

3 questions à un nouvel adhérent M. LE BLEVENEC, SOCIÉTÉ 2PL À PLOUENAN (29)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le réseau Menuisiers Certifiés Profils Systèmes est un gage de qualité et d'excellence qui permet de faire la différence dans un marché concurrentiel. L'intégrer nous permettra de donner une meilleure visibilité à l'entreprise et de rassurer les consommateurs sur la qualité de nos fabrications en aluminium. D'autre part, rencontrer régulièrement les autres dirigeants des entreprises adhérentes au réseau sera pour 2PL l'opportunité d'échanger, de comparer, d'optimiser, d'évoluer et ce, quels que soient les thèmes évoqués. Echanger nos idées autour de l'innovation dans les méthodes de management, les process et les produits est essentiel pour avoir toujours une longueur d'avance.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

C'est encore tôt pour pouvoir répondre à cette question mais la visibilité apportée par Profils Systèmes est essentielle et nous comptons beaucoup sur l'efficacité des campagnes de pub TV ainsi que sur le référencement naturel et optimisé des sites et landing pages. Nous attendons évidemment de ce partenariat des contacts ciblés mais l'atout essentiel d'adhérer à ce réseau réside dans les possibilités de benchmark entre entreprises travaillant au quotidien sur les mêmes métiers.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Nous espérons que le réseau de Menuisiers Certifiés Profils Systèmes nous fera profiter de son expérience et de son expertise pour pouvoir répondre aux projets différenciants par leur technicité (Porte repliable, Coulissant d'angle) ou innovants. Les échanges de savoir-faire, de bonnes pratiques et les retours d'expérience permettront d'aborder les évolutions de gamme dans les meilleures conditions



3 questions au responsable réseau JEAN-PHILIPPE DURANTON



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le Club AMCC s'avère être un réel levier pour l'activité de ses membres. En effet, chaque adhérent bénéficie d'un accompagnement personnalisé, tout au long de l'année, et se voit proposer des solutions adaptées tout en préservant leur identité et leur logo. Véritable soutien au quotidien, le Club AMCC met à disposition de ses adhérents un large choix de supports de communication personnalisés pour la réussite de leurs actions commerciales et marketing. De plus, d'un point de vue produit, les membres tirent profit de l'exclusivité sur certaines gammes et options.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les réseaux opérants actuels accompagnent davantage leurs adhérents d'un point de vue commercial et organisationnel. Aujourd'hui, certains réseaux n'hésitent plus à intégrer des entrepreneurs non issus du domaine de la menuiserie. La visibilité de ces réseaux, via les magasins des adhérents, a également fortement augmenté. En effet, les structures sont plus volumineuses, positionnées à des emplacements stratégiques avec une mise en scène réfléchie des produits exposés afin qu'elles soient plus accessibles au client final pour accroître ainsi leur activité. Soucieux de ces évolutions, le Club AMCC accompagne ses adhérents dans ce sens en y ajoutant toujours plus de services, des garanties exclusives, des financements privilégiés, et en ayant pour seul mot d'ordre « l'indépendance de ses adhérents ».

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La formation des clubistes aux différentes techniques commerciales, via le biais de formations dispensées par notre centre agréé, a été un des grands projets menés durant l'année 2017. Cela a permis à la plupart d'entre eux de revoir leur stratégie commerciale et ainsi d'accroître le volume des ventes. Afin de continuer à faire bénéficier à nos adhérents de l'expertise du groupe Atrya, d'autres formations seront programmées sur d'autres problématiques.

L'année 2018, quant à elle, sera axée sur l'augmentation de la visibilité de nos adhérents. Plusieurs lancements de nouveaux produits viendront également en soutien de nos membres pour leur permettre de se différencier de leurs concurrents.

3 questions à un nouvel adhérent NICOLAS ET JENNY TRINCAL ARENOV À RUMILLY (74)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

« Le Club AMCC m'a permis de faire croître mon chiffre d'affaires tout en sécurisant l'organisation de mon entreprise. Cette augmentation de mon activité a été possible grâce au travail réalisé conjointement avec l'animation vivante du Club AMCC. J'ai également pu profiter des différents services du Club AMCC tel qu'un fort soutien du service marketing lors de l'organisation des Portes ouvertes nationales 2017 qui ont eu un grand succès. Bien entendu, tout cela a contribué à accroître ma notoriété et ma visibilité dans ma région ».



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

« L'avantage du Club AMCC réside dans le respect de notre indépendance. En effet, en tant qu'entrepreneur, nous souhaitons conserver notre image, notre savoir-faire et notre notoriété, sans que notre partenaire nous impose ses choix ».

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

« Ayant pour projet de développer un autre point de vente pour l'année prochaine nous avons, en collaboration avec le Club AMCC, prévu de communiquer davantage à un niveau régional afin d'étendre ma notoriété et ainsi d'augmenter mes parts de marché ».



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2009
Description du réseau : Le Club AMCC est un réseau d'entrepreneurs indépendant souhaitant bénéficier d'un soutien en marketing et en technique de vente. Cet accompagnement permet aux membres de se concentrer pleinement sur leur métier. Le Club AMCC s'adresse aux professionnels de la menuiserie (fenêtres et portes PVC, aluminium et bois)
Nombre de magasins : 30
Type de contrat : contrat sur-mesure selon dossier. Pas de franchise
Durée du contrat : indéterminée. L'adhésion au Club se renouvelle chaque année
Droit d'entrée : Aucun
Investissement global : NC
Redevance d'exploitation : Cotisation mensuelle selon le niveau du Club
Redevance publicitaire : Cotisation mensuelle
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui, aide dans la mise en place d'un showroom, mise à disposition de nos services internes dédiés, ILV, PLV et communication.
Organisation de la publicité nationale : oui (parutions presse)
Aide à la publicité locale : oui. Les supports de communication personnalisés mis à disposition sont développés en différentes chartes graphiques afin de s'adapter à chaque logo. Nous restons à la disposition de nos adhérents pour la réalisation de supports particuliers et personnalisés qui favorisent la promotion de leur activité. Nous avons déployé des mini-sites internet personnalisés pour chaque clubiste.
Autres aides en exploitation : oui. Plan d'action commerciale aux dates choisies par le partenaire. Soutien marketing, juridique, commercial, RH et technique.
Aide financière : Nos partenaires bénéficient de tarifs préférentiels et de gammes dédiées.
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaires : Installateurs indépendants ayant comme activité principale la vente et la pose de menuiseries, portails, fermetures ayant la volonté de se développer. Compétences techniques indispensables.
Formation dispensée : formations produits, pose et commerciales dispensées dans notre centre de formation agréé sur notre site de fabrication.
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : janvier 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : 30
Nombre d'adhérents Qualibat : 30
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : NC
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : NC

Résultats

NC

Contacts

Président : Lars Platow
Animateur réseau : Jean-Philippe Duranton
Adresse : 9-11 rue du Rondeau BP 185 36004 Chateauroux
Tél : 02 54 60 64 00
E-mail : club-amcc@amcc-fenêtres.fr
Site Internet : www.amcc-fenêtres.fr
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui
LinkedIn : non
Facebook : @amcc.fenêtres.portes
Twitter : @amcc_fenêtres
Youtube : Fenêtres AMCC
Pinterest : non



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1^{er} sep. 2012
Description du réseau : concessionnaires spécialisés dans la distribution et l'installation de vérandas, d'abris de piscine et de terrasse en aluminium
Nombre de magasins : 40
Type de contrat : contrat de concession, loi Dubin
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 15 000 € HT
Investissement global : 80 000 € HT
Redevance d'exploitation : 1 000 € HT mensuels.
Redevance publicitaire : 500 € HT mensuels
Remise de manuels de savoir-faire : oui, remise d'un road book communication.
Aide pour l'étude de marché : oui, étude de marché faite sur le secteur.
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui, aide à la création d'un business plan.
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : opérations commerciales avec TV en national. Egérie.
Aide à la publicité locale : oui. Remise de fichiers gabarits et accompagnement par une régie média.
Autres aides en exploitation : oui. Accompagnement sur les ventes, sur les métrés et sur les suivis de chantiers. Formations.
Aide financière : accompagnement sur les produits d'exposition.
Aide à la formation : formation technique aux produits / maçonnerie / mètre / pose / vente / utilisation des outils de communication et d'aide à la vente Veranda Rideau. Tête de réseau agréé École de formation. La prise en charge des formations est donc possible par l'OPCA des concessionnaires.
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnel issu du bâtiment, confirmé dans son activité et ayant des qualités d'entrepreneur et de développeur.
Obligation de certaines normes architecturales : respect des obligations graphiques et esthétiques de la charte de signalétique Veranda Rideau pour les Espaces Conseil avec une surface d'exposition minimale de 120 m². Projets adaptables selon les contraintes d'urbanisme local.
Organisation de conventions : oui, une convention annuelle
Date et lieu de la prochaine convention : janvier 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 7
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1,5 millions d'euros de C.A.

Contacts

Dirigeant : Gustave Rideau
Directeur du réseau : Bernard Cousin, directeur général de Veranda Rideau
Animateur réseau : Miguel Cousseau (nord de la France) et Jérôme Le Clech' (sud de la France).
Adresse : Acti Es, Parc Eco 85-1, route de Beautour, CS 70003
Tél : 02 51 36 62 35
E-mail : concessionnaire@alu-rideau.fr
Site Internet : www.verandarideau.com
LinkedIn : oui
Facebook : oui
Twitter : oui
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau BERNARD COUSIN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La puissance de communication opérée en national est clairement le point fort du réseau. Côté médias, Veranda Rideau est présent en TV sur les chaînes nationales, le câble et la TNT. Côté marketing direct et opérationnel, la marque propose des supports pertinents et géolocalisés, la conjugaison plan média et stratégie marketing permettant un retour rapide sur investissements.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Véranda Rideau a près de 45 ans d'existence. Son savoir-faire est donc éprouvé de longue date, la marque pouvant proposer un business model qu'elle a expérimenté en tous points. Concept technique, commercial, calcul de marges etc. Veranda Rideau apporte un modèle de développement clé en main dont les concessionnaires peuvent très rapidement tirer profit, la marque pouvant se considérer comme son propre concessionnaire donc expérimentateur de ses solutions. Le conseil qu'elle apporte au quotidien aux concessionnaires a donc d'autant plus d'impact et de pertinence.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Sur 2017, le réseau a élargi son offre produits en proposant en complément des vérandas, des abris de piscine et des abris de terrasse. Les abris de piscine Rideau sont bas, mi-hauts ou hauts, fixes ou télescopiques selon les modèles, et les abris de terrasse en aluminium sont dotés de 3 systèmes d'ouverture possibles : à panneaux relevables, à ouverture centrale ou à ouverture télescopique. Une augmentation des chiffres des points de vente liée à cette diversification a déjà été remarquée avec +20%.

En 2018, la marque va proposer à ses concessionnaires des supports de communication digitaux en adéquation avec l'évolution des nouvelles technologies.



3 questions à un nouvel adhérent PIERRE JOLY, IONER FRANCE À GUÉRET (23)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La vente est au cœur de notre métier. Nous possédons les compétences commerciales et techniques nécessaires pour étendre notre activité, et sommes extrêmement motivés pour développer un produit de qualité.

Nous voulions rejoindre un réseau leader et fédérateur dans le domaine de la véranda ayant une communication importante mais également un produit haut de gamme quant à l'esthétique et à la qualité. Notre volonté était de rejoindre un ensemble humain et de pouvoir bénéficier d'un accompagnement correspondant à nos attentes. Nous appuyer sur une enseigne solide, d'envergure nationale, qui a déjà fait ses preuves auprès de milliers de clients. Enfin, une entité qui se développe tout en restant à l'écoute de son réseau. C'est lors de notre visite au salon de Paris que nous avons pu rencontrer les différents leaders présents. Trois mois après, notre choix s'est porté sur Veranda Rideau grâce à leur accueil, leur écoute.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Nous avons pu bénéficier d'un accompagnement essentiel, grâce à une formation complète sur les parties commerciales et techniques des produits mais aussi des aides organisationnelles, financières et logistiques. Mais au-delà, nous avons également trouvé un accompagnement humain. Nous nous sentons accompagnés et soutenus.

Très rapidement, notre entrée dans le réseau nous a apporté une hausse des contacts avec une nouvelle clientèle grâce à des outils marketing à fort impact. Bien entendu, notre carnet de commandes s'en est favorablement ressenti. Outre l'aspect commercial, nous avons surtout acquis une sérénité dans la commercialisation des produits de marque Rideau.

Au quotidien, le réseau se fait aussi support, car il est capable de fournir des outils utiles au développement de nos activités et compétences. Partage de valeurs communes, communication fluide, bienveillance : tous ces éléments qui font la différence nous donnent vraiment le sentiment d'être accompagnés et soutenus.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

À ce jour, les services apportés par le réseau Veranda Rideau sont nombreux et complémentaires. Ils répondent parfaitement à nos attentes, à savoir l'accompagnement, la méthode, une formation très complète, des produits à haute exigence de qualité répondant à des normes, un suivi attentif, le respect des délais et enfin la qualité des relations humaines.

Il est indispensable pour nous de conserver notre liberté d'action tout en s'appuyant sur la force et les outils du réseau Veranda Rideau car le développement et la consolidation de notre activité passe par l'appartenance au réseau, à sa notoriété et à ses offres de services.

Nous espérons à l'avenir que le service développement apporte de nouveaux produits compétitifs, nous permettant de nous différencier encore, pour gagner en compétence et améliorer nos offres. Enfin que chacun génère des revenus qui correspondent à ses attentes. Les bases d'une relation gagnant-gagnant somme toute... !

VÉRANDA RIDEAU

LE RÉSEAU OÙ TOUT POUSSE À LA PERFORMANCE



+20%
DE CA
DÈS LA 1^{ÈRE} ANNÉE

Vous voulez accroître votre chiffre d'affaires, gagner en productivité, en notoriété et en qualité de produit ?

Rejoignez VÉRANDA RIDEAU, le leader de la véranda en France.

Nous vous garantissons :

- ▶ Une hausse de 20 % de votre CA dès la 1^{ère} année
- ▶ Une réduction par 2 du temps de pose des vérandas
- ▶ Un savoir-faire et l'outil industriel d'un groupe fort de 40 ans d'expérience
- ▶ Une notoriété accrue grâce à un plan média puissant (TV en national...)



UNE OFFRE PLURIELLE : VÉRANDAS, ABRIS DE PISCINE, ABRIS DE TERRASSE

Si vous souhaitez que Véranda Rideau accompagne le développement de votre activité, contactez-nous au :

Tél : 02 51 36 62 35

ALUMINIUM **VERANDA**
RiDEAU
Un bonheur à vos mesures



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1987
Description du réseau : Coopérative dans laquelle chaque associé détient une part sociale et participe aux décisions stratégiques.
Nombre de magasins : 110
Type de contrat : Commerce associé
Durée du contrat : Pas de durée
Droit d'entrée : Part sociale de 10 000 €
Investissement global : entre 30 et 50 000 € si activité existante
Redevance d'exploitation : 5 172 €
Redevance publicitaire : 0.8 % du CA
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Oui
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : Pack de bienvenue
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : Oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Idéalement quelqu'un de notre métier, mais nous ouvrons le champs des possibles aux créateurs
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Charte de l'enseigne à respecter
Organisation de conventions : Oui
Date et lieu de la prochaine convention : Du 30 novembre au 5 décembre au Cap Vert
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 6
Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat : 91 %
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 84 %
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau :
+ de 100 millions d'euros
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1 000 000 €

Contacts

Président : Vincent Brient
Directeur du réseau : Bruno Loubat
Adresse : SA Cooperative Monsieur store
ZA Actipôle - 296 rue de la Béalière
38 113 Veurey Vorozize
Tél : 04 76 75 84 30 - 06 83 44 77 23
E-mail : contact@monsieur-store.net
Site Internet : www.monsieurstore.com
LinkedIn : Rejoindre le réseau Monsieur Store !
Facebook : facebook.com/rejoindremonsieurstore/et facebook/monsieurstore.france
Twitter : non
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau BRUNO LOUBAT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le principal argument est que chaque personne qui rejoint le réseau Monsieur store devient un associé de celui-ci et reste indépendant tout en rompant avec la solitude du chef d'entreprise, grâce à la solidarité du réseau. De plus il participe à toutes les décisions du réseau.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

La SA coopérative Monsieur store est une centrale de référencement au service des associés ce qui permet de générer une source de profit permettant de financer les grands projets du réseau : communication de grande envergure, forum métiers etc.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous avons un objectif de développement qualitatif très ambitieux car ce qui prime chez Monsieur Store, c'est de recruter des chefs d'entreprise qui se reconnaissent dans nos valeurs et qui apporteront autant au réseau que ce qu'ils viennent y chercher. En 2016, nous avons intégré 5 nouveaux associés, et 6 en 2017, tous déjà chefs d'entreprise. Cette méthodologie nous convient puisqu'elle permet au réseau d'offrir petit à petit un maillage cohérent sur le territoire national, et d'augmenter chaque année le budget de communication. Au-delà du développement, 2018 sera l'anniversaire des 30 ans du réseau ! Nous travaillons à construire un plan de communication exceptionnel, encore plus visible, encore plus fort et encore plus impactant pour célébrer cet événement.



3 questions à un nouvel adhérent NATHALIE FAUZIC, À MONTAUBAN (82)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Entre nous, la confiance a été immédiate. Le principe de SA Coopérative, qui nous assure une grande indépendance tout en nous offrant de nombreux avantages, nous a séduit, ainsi que la notoriété de l'image de marque Monsieur Store, l'efficacité de la communication d'enseigne, la richesse du catalogue et la qualité des produits référencés. Les nombreuses formations proposées sont aussi un véritable atout, car elles permettent d'acquérir rapidement un haut niveau de professionnalisme.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

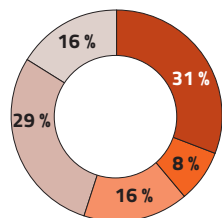
Initialement positionnés sur les marchés professionnels, adhérer au réseau Monsieur Store nous a permis de nous ouvrir à la vente aux particuliers et ainsi d'augmenter significativement et rapidement notre activité. Au-delà de cette cible, le fait que le réseau existe bientôt depuis 30 ans, c'est aussi un atout très appréciable !

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Nous nous appuyons énormément sur la disponibilité et les compétences opérationnelles des équipes. Cet état d'esprit solidaire, généreux et collaboratif est une réalité qui nous motive et nous rend fiers d'appartenir au réseau. Jour après jour, nous découvrons un nouveau mode de fonctionnement et nous n'avons pas encore identifié de prestation supplémentaire dont nous aurions besoin.

Le Scan de Prospérences

38,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
57 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
50,8 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau CHRISTELLE CHAILLOUX



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Je dirais que l'argument principal et la force de notre réseau réside dans l'accompagnement global que nous proposons à nos Partenaires. Qu'il s'agisse d'exclusivités produits (qualité des menuiseries, options spécifiques, esthétiques, tarifations, garanties, garanties particulières pour le client final, packs) ou de services (étude sur le potentiel de la zone de chalandise, secteur de communication réservée, outils d'aide à la vente, accompagnement dans la communication, formations) nous leur apportons des outils afin qu'ils se différencient significativement de leurs concurrents et qu'ils développent leur activité.

Nous avons mis en place depuis l'année dernière des commissions afin que chaque Partenaire participe à la dynamique de développement du réseau et puisse s'y impliquer. Ainsi, les commissions marketing, qualité, technique et attractivité ont vu naître des projets collaboratifs. C'est cette relation de réel partenariat qui permet aujourd'hui au réseau de s'épanouir.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les Partenaires Certifiés Janneau sont attachés à la marque Janneau et partagent les mêmes valeurs. La particularité du réseau, c'est la force de la synergie entre les « PCJ » et le nom du fabricant. La marque PCJ est une signature complémentaire à chaque entité qui conserve son nom d'entreprise et son identité. C'est la philosophie du « libre ensemble », chère à Janneau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, le projet le plus marquant concerne l'utilisation du digital dans la stratégie de développement du réseau. Le lancement de la fenêtre connectée sur la nouvelle gamme PVC a confirmé la volonté de Janneau de pousser le réseau vers les nouvelles technologies. Les modes de consommation changent, les outils d'aide à la vente doivent être réadaptés. Pour cela, nous développons des outils spécifiques :

- pour le client final :
 - Une application pour présenter notre nouvelle gamme PVC (performances, innovations...)
 - Un configurateur de portes d'entrée : le particulier pourra visualiser la porte d'entrée qu'il aura choisi directement sur la façade de sa maison
- pour le Partenaire :
 - Une application qui permet aux Partenaires de suivre leurs commandes et de déposer des réclamations
 - Une application qui facilite la gestion des contacts pour les vendeurs.

En 2018, notre volonté est de continuer à développer l'utilisation du digital comme outil d'aide à la vente. La communication sera également renforcée avec de l'affichage urbain, 3 campagnes radio sur RTL et des actions de marketing direct.

3 questions à un nouvel adhérent FRÉDÉRIC BERGER BERGER FERMETURES & MENUISERIES À LA CLAYETTE (71)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous recherchions depuis notre installation il y a maintenant presque 10 ans, non pas un fournisseur de menuiseries mais un véritable partenaire. Toute la difficulté pour une entreprise de petite taille et structurée comme la nôtre réside dans le fait de pouvoir trouver une vraie collaboration avec un fabricant qui puisse nous apporter une gamme différenciatrice ainsi qu'un accompagnement et une relation collaborative.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

- Le réseau Partenaires Certifiés Janneau nous a permis de :
- pouvoir mettre en avant notre savoir-faire et valoriser notre image en proposant des produits innovants (la certification A2P et la fenêtre connectée sur les menuiseries PVC...etc.). Ainsi nous sommes en mesure de pouvoir proposer une offre large tant en termes de design, d'esthétique que de performances techniques sur l'ensemble des gammes aluminium, PVC ou bois.
 - D'avoir un panel d'outils permettant de mettre en valeur nos salles d'exposition pour ce qui est de la PLV
 - D'apporter à nos clients des documentations commerciales détaillées et claires tant en termes d'esthétique que de technicité et de les rassurer avec de fortes garanties sur les produits
 - De pouvoir adapter notre communication avec les outils mis à disposition et de mieux maîtriser nos campagnes de prospection ciblées
 - D'avoir l'assurance d'être sérieusement épaulé dans une phase de développement commercial, situation dans laquelle nous sommes, grâce à un suivi tant marketing que commercial.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

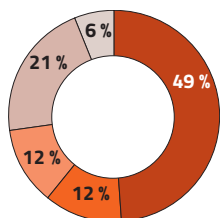
- Les éléments dont nous avons besoin sont en grande partie déjà existants au sein du réseau. Toutefois, nous sommes toujours preneurs d'éléments tels que :
- La remontée de plus de contacts clients qualifiés
 - L'accès à plus d'accords-cadres nous permettant de nous approvisionner en termes d'achats pour la communication et la prospection
 - Des supports digitaux : vidéos, photothèque, applications de réalité augmentée permettant de visualiser les produits sur l'existant, de configurateurs permettant de visualiser les fermetures avec nos clients en temps réel (comme ce qui est en ce moment en développement pour les gammes portes d'entrée).

Le Scan de Prospérences

28,2 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

44 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

50 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000



Fiche d'identité

- Date de création du réseau :** 2000
- Description du réseau :** menuisiers poseurs indépendants, passionnés, partageant les valeurs Janneau : exigence qualité, savoir-faire, service
- Nombre de magasins :** près de 100
- Type de contrat :** contrat commercial Partenaires Certifiés Janneau - PCJ
- Durée du contrat :** indéterminée
- Droit d'entrée :** 0€
- Investissement global :** Pack marketing 2 500 €
- Redevance d'exploitation :** 0€
- Redevance publicitaire :** 0€
- Remise de manuels de savoir-faire :** oui
- Aide pour l'étude de marché :** oui
- Aide à la recherche d'un local :** non
- Aide pour le dossier de financement :** non
- Aide à la conception du magasin :** oui
- Organisation de la publicité nationale :** 3 campagnes radio nationales + 1 d'affichage urbain + opérations à la carte 4 fois par an.
- Aide à la publicité locale :** déclinaison des visuels du réseau pour chaque Partenaire
- Événementiel :** modules d'exposition pour les showrooms, PLV, kits de communication
- Autres aides en exploitation :** fourniture de nombreux outils d'aide à la vente : documentation spécifique pour le réseau, Site Internet, espace professionnel, intranet qui facilite les échanges d'informations entre Janneau et les PCJ mais aussi entre les PCJ, solution web to print
- Aide financière :** participation à la réalisation du showroom
- Aide à la formation :** académie Janneau, formations techniques et commerciales, fiches produits, outils marketing
- Aide à la cession ou transmission :** accompagnement commercial et administratif
- Profil du candidat et compétence technique nécessaire :** passionné avec esprit d'indépendance coopérative et partage des valeurs Janneau
- Formation dispensée :** Académie Janneau, formations techniques et commerciales, fiches produits, outils marketing
- Obligation de certaines normes architecturales :** non
- Organisation de conventions :** oui
- Date et lieu de la prochaine convention :** 31 mai et 1^{er} juin 2018 – en France
- Nombre d'implantations réalisées en 2017 :** 5
- Nombre d'adhérents RGE :** la totalité
- Nombre d'adhérents Qualibat, NF fenêtres, Orange France Garantie :** NC

Résultats

nc

Contacts

- Dirigeant :** Jean-Luc Mastikian
- Directeur du réseau :** Pascal Gouraud
- Animateur réseau :** Christelle Chailloux
- Adresse :** route d'Ancenis 44430 Le Loroux-Botttereau
- Tél :** 02 40 33 81 69
- E-mail :** marketing@janneau.com
- Site Internet :** www.question-fenetre.fr
- Twitter - Instagram :** non
- Intranet ou partie réservée :** oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2001
Description du réseau : distributeurs Internorm implantés dans toute la France, réseau de menuisiers poseurs indépendants
Nombre de magasins : 200 adhérents y compris les constructeurs avec 150 points de vente
Type de contrat : contrat de distribution en partenariat
Durée du contrat : ■ pour le contrat de distribution normal : pas de limite dans le temps
 ■ pour le contrat de magasin pilote : 1 an renouvelable par tacite reconduction
Droit d'entrée : 0
Investissement global : nul pour la part Internorm
Redevance d'exploitation : 0
Redevance publicitaire : 0
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui en 2017, 2 grandes campagnes nationales + 1 tirage au sort
Aide à la publicité locale : oui, service graphique à disposition des distributeurs
Autres aides en exploitation : oui
Aide financière : non
Aide à la formation : oui, Internorm possède un centre de formation agréé
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entrepreneur dans l'âme, fibre technique et commerciale
Formation dispensée : oui technique et commercial
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : du 13 au 15 octobre 2017 à Bordeaux
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres et Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 23 millions
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : NC

Contacts

Dirigeant : Thierry Geissler
Directeur et animateur réseau : Maxime Picard
Adresse : 10 rue Alcide de Gasperi
 ZAC Espale 68392 Sausheim
Tél : 03 89 31 68 10
E-mail : sausheim@internorm.com
Site Internet : www.internorm.fr
LinkedIn : www.linkedin.com/company-beta/18040121
Facebook : www.facebook.com/Internorm.France
Twitter : twitter.com/internormfrance
Instagram : www.instagram.com/internormfrance
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau MAXIME PICARD

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous lui garantissons un accompagnement personnalisé au niveau de la technique, du commercial, du marketing et nous lui mettons également à disposition un showroom.

Ainsi, grâce à une haute qualité des produits et des services, l'activité de nos distributeurs se voit pérenniser quelle que soit leur taille et leur zone de chalandise.

Avec une stratégie de communication globale, nous pouvons lui apporter un certain nombre de contacts lui permettant de développer sereinement son activité.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Tout d'abord la qualité des produits fabriqués par la marque Internorm, ainsi que la recherche constante d'innovation permettent aux distributeurs de se différencier des confrères et d'être sereins quant à l'évolution des normes et des besoins des clients.

Aucun droit d'entrée ni de redevance de marque n'est demandé pour être adhérent. Un réseau où les échanges entre distributeurs et les valeurs humaines sont importants. Depuis 2 ans, un service graphisme dédié au réseau a été mis en place et permet notamment de créer et de personnaliser des campagnes locales à la demande des adhérents.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La montée en puissance de la radio pour cette année 2017, avec plus de 10 semaines de présence sur les ondes et un fort relais local effectué par l'ensemble des distributeurs. Un nouveau site internet a été mis en place, élaboré pour générer du contact pour l'ensemble du réseau. Les grands projets pour 2018 sont la sortie d'une nouvelle gamme de fenêtre et la mise en place de nouveaux médias de communication tels que la télévision.

3 questions à un nouvel adhérent MICKAËL HARDY ET DANIEL GUILLEMOT SAS GUILLHARD CONFORT À SAINT-MALO (35)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

L'image de qualité (produit et service) qu'Internorm véhicule sur le marché de la menuiserie. Le panel de produits très étendu et la performance thermique des produits.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

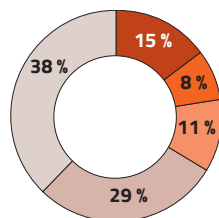
Les menuiseries Internorm nous permettent de répondre pleinement à la demande de notre clientèle elle-même demandeuse de produits performants et innovants. Cela a apporté de la valeur ajoutée à notre gamme de produits, qui devient à présent plus haut de gamme.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Compte tenu de la qualité des menuiseries fabriquées et livrées dans la gamme PVC/alu et bois/alu, pourquoi ne pas lancer une production aluminium de haute performance, produit qui n'existe pas sur le marché français à l'heure actuelle.

Le Scan de Prospérences

44,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
63 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
45,8 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

Internorm®

Fenêtres – Portes

Fenêtres PVC-PVC/Alu

Fenêtres Bois/Alu

Portes d'entrée


«Rejoignez 150 distributeurs
qui ont fait le choix
de la qualité !»

Internorm, évidemment !

- Distribuez des produits **uniques et performants**
- Profitez d'une **communication nationale**
- Bénéficiez d'un apport de **contacts direct et régulier**
- Préservez **marges, panier moyen et taux de transformation**
- Disposez d'un **accompagnement sur mesure**
- Utilisez les meilleurs **outils chiffrage, commande et technique**
- Présentez les produits avec la **mise à disposition d'un showroom**

Internorm Fenêtres SAS

10 rue Alcide de Gasperi - Zone Espale
F-68392 SAUSHEIM CEDEX
T +33 3 89 31 68 10 - F +33 3 89 61 81 69
E-Mail : sausheim@internorm.com

Rejoignez-nous sur  [facebook.com/Internorm.France](https://www.facebook.com/Internorm.France)



Contact : www.internorm.fr/devenez-distributeur



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 21 février 2013
Description du réseau : Le réseau de concessionnaires Concept Alu a été lancé avec l'ambition de développer la marque Concept Alu sur tout l'Hexagone. Chaque concessionnaire dispose d'une large gamme de vérandas, extensions et pergolas mis à disposition pour la commercialisation, la pose et l'installation dans les régions d'exclusivité
Nombre de magasins : 40 points de vente
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : entre 50 000 € et 80 000 €
Redevance d'exploitation : 416 €/mois
Redevance publicitaire : 5 000 € annuel
Remise de manuels de savoir-faire : Oui, le guide d'actions locales
Aide pour l'étude de marché : Oui, une étude de marché locale complète avec indication d'un CA prévisionnel personnalisé
Aide à la recherche d'un local : Oui si besoin et à la demande du candidat
Aide pour le dossier de financement : Oui si besoin
Aide à la conception du magasin : Oui si besoin
Organisation de la publicité nationale : Communication auprès de la TV, presse et Web.
Aide à la publicité locale : Dispositif de communication structuré avec des affiches et encarts publicitaires, des catalogues et des mailings.
Autres aides en exploitation : Kit PLV pour le magasin, foires et salons, accompagnement aux événements locaux
Aide financière : Non
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : Non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Sociétés majoritairement spécialisées dans la rénovation et/ou l'aménagement de l'habitat : vente et installation de menuiseries, volets, portails ou exclusivement de vérandas.
Formation dispensée : modules pratiques de 3 mois sur la gestion commerciale (stages dans les points de vente) et les techniques d'installation des vérandas (participation à des chantiers).
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Oui
Date et lieu de la prochaine convention : Pas encore connus
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : 25
Nombre d'adhérents Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau :
29.5 millions d'euros HT

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : entre 700 000 et 1 million d'euros selon potentiel

Contacts

Dirigeant et animateur : Yoann Arrive
Adresse : Parc Ekho 03 - 02 rue Floriane
85500 Les Herbiers
Tél : 02 51 92 91 91
E-mail : contact@conceptalu.com
Site Internet : www.conceptalu.com
LinkedIn : /concept-alu-verandas
Facebook : /verandaconceptalu
Twitter : conceptalu
Instagram :
/concept_alu_veranda_et_habitat
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau YOANN ARRIVE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Rejoindre Concept Alu c'est faire partie d'une équipe qui partage les mêmes ambitions : une offre différente du marché de l'extension en aluminium avec une large gamme de produits à forte innovation, une volonté d'un développement progressif et ambitieux. Pour cela, Concept Alu apporte son savoir-faire reconnu, un outil clé en main, un accompagnement personnalisé sur chaque compétence (marketing, commercial, métré, pose). Concept Alu attache une forte importance à l'échange pour progresser et avancer ensemble. C'est pourquoi, des rencontres ont lieu plusieurs fois par an sous des formats différents et rattachés à chaque compétence.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Concept Alu n'est pas qu'un simple industriel ou un fournisseur de vérandas prêtes à poser. Elle dispose de ses propres agences intégrées qui lui permettent de bien connaître le terrain que ce soit au niveau du commerce et de la pose. Elle comprend ainsi les préoccupations et les attentes de chaque concessionnaire et sait leur répondre avec réactivité. D'autre part, la marque réalise un investissement inégalé pour conquérir le marché haut de gamme de l'extension d'habitation en aluminium. Constamment à l'écoute du marché, elle anticipe pour avoir un temps d'avance dans l'innovation, contrairement aux entreprises de grande taille.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, Concept Alu a revu sa stratégie de communication gardant l'ambition de poursuivre son développement sur le marché national. Les objectifs fixés reposent sur l'augmentation de la notoriété et l'acquisition d'une image de leader dans l'extension d'habitation haut de gamme en aluminium. En menant une star stratégie, Concept Alu a choisi une équipe de champions représentée par Élodie Clouvel, Florent Manaudou et Camille Lacourt, capables de véhiculer les valeurs-clés défendues au quotidien tels que la performance et le goût de l'effort, ainsi que la volonté d'innover. Par ailleurs, chacun de ces athlètes symbolise l'esthétisme, le beau, par leurs physiques exceptionnels, un atout sur lequel Concept Alu fait également la différence !

En 2018, Concept Alu souhaite aller plus loin dans l'interactivité avec ses clients. L'entreprise réfléchit à des solutions de relations connectées durant toute la durée du projet de chacun de ses clients pour connaître leur niveau de satisfaction.



3 questions à un nouvel adhérent MICKAËL BAILLY, À DÉOLS (36)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous recherchions avant tout un partenaire plutôt qu'un fournisseur de produits. Nous avons trouvé chez Concept Alu l'état d'esprit qui nous anime et une confiance réciproque. C'est important de se sentir bien dans un réseau. Chez Concept Alu, ça a été le cas tout de suite : l'esprit familial, l'ambiance conviviale, des produits innovants, beaux et différents qui font notre différence sur notre territoire. De plus, chez Concept Alu, nous ne sommes pas considérés comme des porteurs d'affaires mais bien comme des hommes et des femmes qui ont envie de faire développer leur entreprise dans un bon état d'esprit. Bien plus que dans un réseau, nous sommes entrés dans une famille où on se sent bien.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau nous a apporté une nouvelle dynamique. Que ce soit avec l'entreprise Concept Alu mais aussi avec les adhérents du réseau Concept Alu, chacun a envie de progresser. L'ambition du réseau d'être toujours à la pointe de l'innovation nous motive et nous booste chaque jour. Nous souhaitons avancer ensemble, donner nos idées, faire partie de cette belle aventure à succès.

Concept Alu est bienveillant dans notre quotidien. Réactifs à tous les niveaux, des interlocuteurs dédiés nous apportent conseils dans chaque compétence (communication, commerce, pose, métré, etc.). C'est important pour nous de se sentir épaulés et aidés.

Enfin, la visibilité de la marque sur des médias puissants et sa reconnaissance au niveau national nous rendent plus forts et valorisent notre entreprise, que ce soit auprès de nos salariés et de nos clients.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Actuellement, nous sommes satisfaits des services que nous apporte Concept Alu. C'est complet : suivi, formation, aide et conseils au quotidien. Nous souhaitons que cela dure et nous sommes confiants pour l'avenir avec un réseau qui ne cesse de grandir et de se développer. Quand on voit les concessionnaires entrés dans le réseau à sa création, cela nous conforte dans notre choix.

3 questions au président du réseau DIDIER DEZOTTI

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

L'union fait la force : pour Batiman, créé en 1989 par des entrepreneurs indépendants, ce principe régit toujours nos relations tant avec nos adhérents qu'avec les partenaires industriels référencés. Et pour rester indépendant face à un marché évolutif, il est nécessaire de s'appuyer sur des moyens qui, seul, sont difficilement atteignables : la compétitivité passe par une capacité de négociation accessible en mutualisant des besoins individuels. Avec le poids actuel du réseau, un nouveau partenaire économise entre 10 et 15 % du montant de ses achats, à qualité équivalente. Communiquer, avec des investissements lourds comme un catalogue grand public ou un site internet, devient également possible en capitalisant sur une marque partagée entre adhérents.



Aménagement intérieur du point de vente de Vichy

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

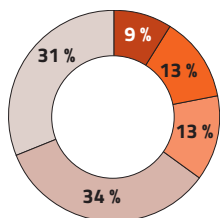
Batiman est l'un des seuls réseaux français apte à proposer des outils d'exploitation destinés aux marchés de la rénovation et du neuf, sur des positionnements haut de gamme, cœur de marché ou primo accédant. Pourquoi cette capacité ? Que ce soit en aluminium, en PVC, en volet roulant ou toute autre fermeture, nous proposons jusqu'à 8 solutions d'achat par famille, contrairement à 90 % des réseaux concurrents détenus par un industriel. En communication, cohabitent par exemple un catalogue général et un catalogue Batiman Élite, positionné haut de gamme ; les campagnes promotionnelles alternent offres exclusivement rénovation ou mixité neuf et réno. À partir de ce socle d'outils communs Batiman, chaque partenaire sélectionne en toute indépendance ses propres solutions pour développer les profils de clients qu'il a choisis.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, les premiers pas de Batiman en parrainage TV sur France 2 et France 3. C'est un nouveau cap pour notre réseau, celui de la confirmation d'un objectif partagé : devenir représentatif nationalement à terme. Nous avons aujourd'hui 60 partenaires, il nous reste à convaincre une quarantaine d'entrepreneurs pour atteindre cette taille nationale. 2018 sera l'année de la confirmation en communication nationale, pour soutenir l'activité de nos adhérents, en pleine progression : +9 % en 2016, +13 % au premier semestre 2017, à périmètre constant. Peu de réseaux font état de résultats équivalents. L'enjeu 2018 pour Batiman et ses partenaires sera de maintenir une croissance élevée, dans un marché qui sera perturbé pour sa partie rénovation, conséquence du changement très probable de politique fiscale. Dans cette hypothèse, l'union fera encore et toujours la force.

Le Scan de Prospérences

17,5 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
47 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,5 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : réseau d'entreprises indépendantes, spécialistes en distribution et pose de menuiseries extérieures, intérieures et cuisines. Marchés du neuf et de la rénovation, clientèles de particuliers et professionnels
Nombre de magasins : 77
Type de contrat : partenariat
Durée du contrat : 1 an, puis renouvellement par période de 2 ans.
Droit d'entrée : nc
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : à la demande
Aide pour le dossier de financement : à la demande
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : parrainage d'émissions sur France 2 et France 3 engagé par l'enseigne + plan publi-promotionnel de 5 opérations / an
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entrepreneur actif et représentatif sur son marché régional de la fermeture extérieure.
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : mai 2018 – lieu à définir
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4 au premier semestre 2017
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 175 millions d'euros.
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : nc

Contacts

Président : Didier Dezotti
Responsable développement réseau : Pascal Minard
Adresse : Immeuble le Capitole – 2^e étage, 3 avenue Armand Toulet, 64600 Anglet
Tél : 05 59 41 20 18
E-mail : pascal.minard@batiman.fr
Site Internet : www.batiman.fr
Intranet ou partie réservée : oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : Adossé à l'industriel Franciaflex, réseau spécialisé dans la vente et pose de fenêtres, stores, volets.
Nombre de magasins : 80
Type de contrat : Contrat de Partenariat
Durée du contrat : 1 an puis tacite reconduction
Droit d'entrée : 3 050 € ouvrant droit à un kit d'entrée
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : 5 168 €
Redevance publicitaire : 4 740 €
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Sur demande
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Oui
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : Oui
Aide financière : Oui
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : Oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Entrepreneur en activité souhaitant développer, pérenniser son entreprise ou élargir son offre, repreneur, créateur. Profil commercial et/ou technique aguerri, issu du secteur du bâtiment et/ou de la rénovation.
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Non, recommandations
Organisation de conventions : Oui
Date et lieu de la prochaine convention : janvier 2018 à Paris
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : Tous

Résultats

CA H.T. global du réseau : 81 M€
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : Variable selon taille et structure de l'entreprise.

Contacts

Dirigeant : Max Pagniol
Directeur du réseau : David Added
Animateur réseau : Christine Thebault
Adresse : 2, rue Louis Pergaud
 94706 Maisons-Alfort Cedex
Tél : 01 45 13 24 62
E-mail :
 christine.thebault@storistes-de-france.com
Site Internet :
 www.storistes-de-france.com
LinkedIn : Oui
Facebook : Oui
Twitter : Oui
Pinterest : Oui
Instagram : Non
Intranet ou partie réservée : Oui



3 questions au responsable réseau DAVID ADDED

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous accompagnons au quotidien nos affiliés avec une équipe dédiée en communication, marketing, animation et notre partenaire industriel Franciaflex au travers de son offre de produits sur-mesure (équipement de la baie), sa présence terrain, ses services associés et des conditions privilégiées réservées au réseau.
 C'est un réel soutien au développement pour une entreprise souhaitant s'inscrire dans une démarche de communication performante et de qualité, se démarquer, affirmer son savoir-faire, gagner en visibilité mais aussi, bénéficier de formations, booster son chiffre d'affaires, réaliser des économies d'échelle et un retour sur investissement rapide, sans être seul, tout en restant indépendant.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

- Plus de 28 ans de succès et d'expérience dans le commerce associé.
- 700 professionnels experts, 9 000 m² de halls d'exposition.
- Un réseau dynamique et ambitieux avec un positionnement haut de gamme : L'élégance à la française.
- Un plan média national annuel puissant Web, radio et/ou TV générant plus de 800 contacts qualifiés par mois et drainant du trafic en points de vente développant ainsi le CA de nos affiliés.
- Des catalogues pour séduire les particuliers et les professionnels et un nouveau magazine « Inspirations » inédit dans notre secteur qui accompagne les lecteurs dans leur projet de rénovation et d'embellissement de leur habitat à travers des conseils, des reportages photos, des idées déco, un carnet de tendances.
- Des valeurs à partager avec des rendez-vous pour échanger réussites, compétences et contribuer aux décisions.
- Le soutien financier de Franciaflex, la qualité de l'offre produits Storistes de France, fabriqués en France et commercialisés, installés par les entreprises du réseau dans un souci permanent de satisfaction client.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, Storistes de France est allé conquérir le marché du BtoB (CHR, commerces, collectivités, entreprises privées) avec un nouveau catalogue composé de reportages chantiers réalisés dans toute la France et des actions Web multiples. L'objectif est d'aider nos affiliés à gagner de nouvelles parts de marché, réaliser des chantiers de proximité, adaptés à la taille des structures, se diversifier sans désorganiser leur entreprise. À cela s'ajoute, une dynamique commerciale toujours plus soutenue, des avantages réservés plus forts pour les accompagner au plus près, leur permettre d'animer leur business toute l'année et de réussir.
 En 2018, nous allons continuer à étendre le réseau sur les secteurs encore non couverts et faire progresser nos adhérents en place en les accompagnant encore plus, notamment en négociant de nouveaux partenariats profitables à leurs entreprises, en leur apportant des conseils géomarketing afin de les guider dans le choix de leurs médias locaux en affinité avec leurs cibles, en leur mettant à disposition des outils de qualité dont le nouveau catalogue produits revisité chaque année pour répondre aux attentes du marché et de nos adhérents, un juste équilibre entre un outil d'aide à la vente et du contenu inspiratif. Notre objectif est aussi de renforcer notre notoriété et visibilité avec un plan média générateur de leads et des campagnes promotionnelles multi-produits et percutantes, car cela fonctionne. Nous l'observons d'année en année avec des résultats très satisfaisants et un chiffre d'affaires en constante progression.



3 questions à un nouvel adhérent LAURENT ARNAL, FENÊTRES ET PARQUETS AU SÉQUESTRE (81)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le fait que, sans perdre notre identité, ni notre indépendance et en tant que clients Franciaflex depuis plusieurs années, nous allions pouvoir, en intégrant le réseau, nous inscrire dans un plan de communication annuel, mener des opérations commerciales avec des offres attractives que nous ne pourrions mener seuls sans dégrader nos marges et ainsi poursuivre le développement de notre entreprise créée en 2012.
 Le plan média national du réseau, les actions proposées et les nombreux supports, au choix, pour notre communication locale, le site dédié allaient nous offrir la possibilité de nous faire connaître, d'accroître la demande en fermetures et stores que nous souhaitons développer, faisant ainsi naturellement grandir notre chiffre d'affaires en conservant nos acquis en menuiserie. Enfin, pouvoir associer la notoriété de Fenêtres & Parquets à la notoriété nationale de l'enseigne est rassurante pour les consommateurs grâce aux engagements portés dans la charte et à la garantie nationale solidaire.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

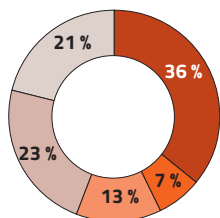
Tout ce pourquoi nous avons intégré le réseau et en attendions... Un accompagnement à la hauteur des promesses faites lors de la signature du contrat, il y a un peu plus d'un an. Mais également de nous avoir permis de nous inscrire dans une nouvelle dynamique au sein de l'entreprise, d'avoir pu réaliser conjointement des projets qui nous tenaient à cœur. Dernièrement, nous avons réaménagé l'intérieur de nos locaux afin d'y intégrer un showroom représentatif mettant en avant notre savoir-faire comme les produits, refait notre signalétique extérieure où nous associons fièrement le logo et les couleurs du réseau Storistes de France au nom de notre entreprise Fenêtres & Parquets.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Pour 2018, nous souhaiterions encore davantage de formations car l'offre produits Storistes de France est grande, et s'enrichit régulièrement de nouveautés, qu'il nous faut évoluer en même temps que les produits et les attentes du marché, maîtriser l'ensemble pour conserver notre niveau actuel de compétence et ainsi continuer de bien servir nos clients pour les fidéliser sachant, par ailleurs, que le client final (particulier ou professionnel) est de plus en plus connaisseur et exigeant au moment de faire son choix comme lors de la réalisation des travaux confiés.

Le Scan de Prospérences

29,6 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
49 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
52,3 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

ILS NOUS ONT DÉJÀ REJOINT... ET VOUS ?



Storistes de France c'est :

- Le **1^{er} réseau national** de distribution regroupant sous une enseigne commune des installateurs indépendants.
- **Plus de 25 ans** de succès !
- **80 points de vente**, 700 professionnels et 9 000 m² de show-room dans toute la France.
- Un **partenariat privilégié** avec un puissant industriel français, **Franciflex**, qui fabrique une large gamme de produits sur-mesure.
- Des **valeurs à partager** avec des rendez-vous pour échanger réussites, compétences et expériences.
- Une **équipe dédiée** qui vous accompagne au quotidien.
- Un **plan de communication national** pour développer la notoriété du réseau et booster votre entreprise.
- La **conception et la mise à disposition d'outils** pour relayer les campagnes promotionnelles en local et dans vos points de vente : catalogue produits, PLV, annonce presse, e-mailing...

Vous souhaitez pérenniser votre entreprise, accélérer votre développement, simplifier votre quotidien tout en conservant une grande liberté ?

Vous aussi rejoignez-nous !

 **STORISTES DE FRANCE**
Fenêtres Stores Volets

www.storistes-de-france.com

Contact : **Christine THÉBAULT**, Responsable développement réseau
01 45 13 24 62 • christine.thebault@storistes-de-france.com



Fiche d'identité

Nom : Club des Menuisiers d'Excellence
Date de création du réseau : septembre 2012
Description du réseau : Fédérer les ambassadeurs du bois aluminium au sein d'un réseau à taille humaine où règnent la convivialité et la volonté de se développer ensemble.
Nombre de magasins : 49 points de vente (43 adhérents)
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : un an renouvelable
Droit d'entrée : Aucun
Investissement global : 1 500 € pour le kit de communication showroom
Redevance d'exploitation : Aucun
Redevance publicitaire : Aucun
Remise de manuels de savoir-faire : Aucun
Aide pour l'étude de marché : Aucun
Aide à la recherche d'un local : Aucun
Aide pour le dossier de financement : Aucun
Aide à la conception du magasin : Oui (co-financement des outils pour showroom)
Organisation de la publicité nationale : Non
Aide à la publicité locale : Mise à disposition d'outils de communication lors des opérations commerciales
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : nc
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnels installateurs indépendants, spécialistes des menuiseries bois-aluminium
Formation dispensée : formation commerciale
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui (annuelle)
Date et lieu de la prochaine convention : juin 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : 43
Nombre d'adhérents Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

NC

Contacts

Dirigeant : Franck Rostand
Animateur réseau : Laurence Liébot-Castetz
Tél : 02 51 71 13 00
E-mail : l.liebot@mc-france.com
Site Internet : www.mc-france.com
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau LAURENCE LIEBOT-CASTETZ

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le Club des Menuisiers d'Excellence fédère les ambassadeurs du bois-aluminium au sein d'un réseau à taille humaine où règne la convivialité, l'esprit d'équipe et la volonté de se développer ensemble. Le Club est un cercle vertueux où le partage d'expériences entre les partenaires a une place très importante. L'accompagnement de MC France se traduit par des outils et services spécifiques aux partenaires afin de les aider à se différencier en tant qu'expert des menuiseries bois-aluminium (outils d'aide à la vente pour showroom, formations commerciales, opérations promotionnelles, commissions pour favoriser l'échange entre les partenaires...).

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le Club des Menuisiers d'Excellence se distingue des autres réseaux car il est le seul à proposer une offre exclusivement spécialisée dans les menuiseries bois-aluminium. Le Club permet aux professionnels installateurs de se différencier de la concurrence par une marque à forte valeur ajoutée, tout en gardant son enseigne et son indépendance commerciale.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 a été marquée par le lancement de notre nouvelle gamme de fenêtre MéO, pour laquelle nous avons rassemblé tous nos partenaires Menuisiers d'Excellence lors d'une journée de présentation en avant-première en janvier. Nous avons également mis l'accent sur l'animation commerciale chez nos partenaires en leur proposant la mise en place d'un challenge incentive destiné à leur équipe de vente. En 2018, nous allons lancer le site Internet du Club des Menuisiers d'Excellence qui s'inscrira dans la nouvelle stratégie digitale de MC France.



3 questions à un nouvel adhérent LAURENT ARNAL, ENTREPRISE FENÊTRES ET PARQUETS À ALBI (81)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous avons rejoint le réseau des Menuisiers d'Excellence en novembre 2016 tout d'abord pour la qualité et la diversité de l'offre bois-aluminium proposée par MC France (fenêtres, portes d'entrée, vérandas...). Nous souhaitons nous identifier comme experts de ces produits auprès de nos clients, ce qui nous permet également de nous différencier de nos concurrents et d'avoir une vraie valeur ajoutée. C'est pourquoi nous venons d'installer une verrière bois-aluminium sur la façade de notre magasin, ce qui nous permet de valoriser de manière originale cette solution auprès de nos clients. Les fenêtres bois-aluminium n'étant pas très connues dans notre région, le partenariat des Menuisiers d'Excellence est une force commerciale supplémentaire pour notre entreprise. Le Club nous a permis de nous donner plus de visibilité, dans notre magasin grâce aux outils d'aide à la vente proposés, et au niveau local grâce aux actions promotionnelles.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le Club des Menuisiers d'Excellence m'a apporté une meilleure connaissance et maîtrise de l'offre produits. Lors de la formation commerciale proposée par MC France, la visite approfondie de l'usine et les échanges de bonnes pratiques avec d'autres partenaires ont été très bénéfiques. Les outils d'aide à la vente fournis par le Club et l'accompagnement de notre commercial MC France au quotidien sont un véritable appui commercial pour nous aider à développer les ventes.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

A l'avenir je souhaiterais que le Club des Menuisiers d'Excellence renforce sa notoriété, notamment sur Internet, afin de nous apporter des contacts potentiels (particuliers et pro) pour faire grandir notre réseau.

3 questions au responsable réseau JULIEN MALIAR

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

En intégrant le réseau Picard Serrures, l'installateur bénéficiera de la notoriété nationale de notre enseigne, ce qui renforcera sa notoriété locale. Il sera partenaire d'un fabricant français, reconnu pour son savoir-faire et actuellement en pleine expansion, de par le développement de nouvelles innovations. Nous sommes à l'écoute de nos adhérents pour développer de nouveaux produits répondant à leurs attentes.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous sommes sur le marché de la sécurité, notamment sur les produits haut de gamme. Notre bureau d'études est très performant en Recherche & Développement et nos produits sont ainsi conformes aux nouvelles normes et certifications attendues par nos clients. L'innovation est placée au cœur de notre stratégie pour toujours plus performer dans la conception de nos produits. C'est un plus car cela permet au réseau de se différencier et de se démarquer par rapport à la concurrence.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Cette année 2017 marque la concrétisation de nos concepts magasins avec de nombreux showrooms créés dans toute la France. Notre projet pour 2018 est de poursuivre le développement de nos implantations en régions grâce à l'implication de nos installateurs ; nous les aiderons à se référencer et à se développer par l'intermédiaire de notre nouveau centre de formation qui proposera 5 modules : visite d'usine, présentation technique des produits, arguments de ventes et actions commerciales, pose des produits et techniques d'ouverture. Un beau projet dédié à nos adhérents !



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1998
Description du réseau : serruriers installateurs agréés, spécialistes de la haute sécurité (portes blindées, serrures multipoints, portes de hall)
Nombre de magasins : 200 magasins
Type de contrat : contrat d'agrément
Durée du contrat : 1 an reconductible tacitement
Droit d'entrée : 0
Investissement global : Enseigne et showroom : en fonction de la superficie du magasin
Redevance d'exploitation : 0
Redevance publicitaire : 0
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : non (ce sont des serruriers expérimentés qui sont déjà propriétaires de leur magasin)
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : campagne radio nationale, référencements Web, gestion des contacts, presse nationale et locale, animation terrain
Aide à la publicité locale : dans le cadre des salons régionaux
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : non
Aide à la formation : 5 modules de formation à l'usine
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : au moins 5 ans d'expérience en tant que serrurier
Formation dispensée : formation produits, techniques de vente, référencement, pose de produits et techniques d'ouverture.
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : non
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 20
Nombre d'adhérents RGE : 60
Nombre d'adhérents Qualibat : 60
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

3 questions à un nouvel adhérent MICKAEL B., POINT PROTECTION À SAINT-ÉTIENNE (42)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

C'est avant tout la fiabilité d'un produit fabriqué en France et la puissance du réseau national. J'apprécie tout particulièrement la qualité d'approvisionnement et du produit fini, le service commercial, l'image très qualitative d'une marque ascendante et la facilité de pose des produits.



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

En travaillant avec le réseau Picard Serrures, je propose des produits haut de gamme et qualitatifs, ce qui me permet d'accéder à une clientèle privilégiée. C'est appréciable et la qualité des produits me garantit la satisfaction de mes clients lorsque je finalise un chantier. Bien évidemment je bénéficie au quotidien d'une équipe commerciale experte, réactive et surtout à mon écoute.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Je souhaiterais bénéficier d'opérations commerciales plus conséquentes afin de développer encore plus les ventes en magasin. Une de mes demandes repose sur une aide au niveau des actions de communication qui pourraient être menées dans ma localité (référencement Internet, prospection terrain...). J'ajouterais également, le développement d'un forum commun entre les installateurs du réseau Picard Serrures et des réunions ponctuelles pour nous rencontrer et être associés aux projets.

Résultats

CA H.T. global du réseau : 18 millions €
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : nc

Contacts

Directeur commercial : Thierry De Prémilhat
Animateur réseau : Julien Maliar
Adresse : 20 rue Henri Barbusse
 80210 Feuquières-en-Vimeu
Tél : 03 22 60 27 40
E-mail : contact@picard-serrures.com
Site Internet : www.picard-serrures.com
Intranet ou partie réservée : oui (Espace pro dédié aux installateurs agréés du réseau)
LinkedIn : /picard-serrures
Facebook : @PicardSerrures
Twitter : @PicardSerrures
Youtube : /PicardSerrures
Pinterest : /PicardSerrures



Fiche d'identité

Date de création du réseau : En 2008. Industriel présent sur le marché de la menuiserie sur-mesure depuis 1974.

Description du réseau : Concepteur fabricant et installateur de fenêtres et portes d'entrée bois/PVC/alu. Fabrication 100 % française.

Nombre de magasins : près de 60

Type de contrat : Convention de distribution (ce n'est pas une franchise)

Durée du contrat : 2 ans, puis tacite reconduction

Droit d'entrée : Non

Investissement global : Variable selon l'existant

Redevance d'exploitation : Aucune

Redevance publicitaire : Redevance mensuelle fixe

Remise de manuels de savoir-faire : Oui.

Outils de vente et manuel de communication

Aide pour l'étude de marché : Non

Aide à la recherche d'un local : Non

Aide pour le dossier de financement : Non

Aide à la conception du magasin : Oui

Organisation de la publicité nationale : Opérations nationales. Pub TV nationale. Radio nationale. Webmarketing

Aide à la publicité locale : Aide financière + Kit média. Site Web personnalisé pour chaque adhérent

Autres aides en exploitation : Un ensemble d'outils marketing est remis à chaque adhérent pour assurer sa communication locale (distribution, emailing, campagne sms etc.). Logiciel de chiffrage et passation de commande en ligne 24/24. Espace pro personnel... Accompagnement personnalisé via l'animateur et le commercial secteur.

Aide financière : Bonus de fin d'année. Aides pour l'équipement du magasin et lors des opérations commerciales nationales

Aide à la formation : Formation interne produits et techniques offerte à l'entrée dans le réseau.

Aide à la cession ou transmission : Non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Idéalement issu du métier de la rénovation

Formation dispensée : Des formations commerciales, produits et techniques sont dispensées à chaque nouvel entrant dans le réseau et tout au long de l'année.

Obligation de certaines normes architecturales : Charte Graphique personnalisable

Organisation de conventions : Conventions nationales et réunions régionales

Date et lieu de la prochaine convention : Fév 2018. Barcelone.

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : >10

Nombre d'adhérents RGE : 100%

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Amaury Deible

Adresse : ZI la Levraudière

BP33 - 85120 Antigny

Tél : 02 51 51 68 68

E-mail : info@arcadesetbaies.com

Site Internet : www.arcadesetbaies.com

Facebook : /arcades-et-baies

Pinterest : /arcadesetbaies

Youtube :

www.youtube.com/channel/UCsD6W9Fq-9U2DUiqF_ZWUVQ

Houzz : /arcades-et-baies

Intranet ou partie réservée : Oui



3 questions au responsable réseau AMAURY DEIBLE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Bénéficier d'outils de développement performants et d'une large gamme de produits sans perdre son identité, ni de son indépendance.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Côté produits : Nous sommes fabricants de l'ensemble de nos produits, dans les 3 matériaux bois/PVC et alu, pour les fenêtres et portes d'entrée. Nous intervenons sur le marché du sur-mesure depuis 1974. Ceci confère au réseau une légitimité et une largeur de gamme de produits parmi les plus importantes du marché. De plus nos produits sont 100% fabriqués en France.

Côté réseau : Nous sommes un réseau participatif ou chacun est écouté et où les remontées du terrain des uns bénéficient aux autres.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Pour accroître la visibilité de nos adhérents, nous avons mis à disposition, pour chacun d'eux, un site Web personnalisé. Ils bénéficient ainsi d'une vitrine et de contacts locaux.

Pour 2018 le fait marquant sera, au-delà de grosses nouveautés produits très attendues, incontestablement les 10 ans du réseau Arcades & Baies.



3 questions à un nouvel adhérent GILLES DUBOIS PAGONN, LOIODICE À GRENOBLE (38)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous nous fournissions pour les menuiseries bois déjà chez le fabricant du réseau ce qui a facilité les premiers échanges avec Arcades & Baies. Suite à une visite et des discussions chez un de leurs adhérents, nous avons été convaincus de rejoindre le réseau car nous avons senti une détermination de nos interlocuteurs à faire grandir leur réseau et par voie de conséquence développer notre activité. Nous avons été séduits par l'idée de rejoindre un réseau et non de rejoindre une franchise car nous voulions rester indépendants. Intégrer le réseau Arcade & Baies est intéressant pour nous car nous avons un fournisseur qui fabrique des menuiseries bois PVC et alu, ce qui n'est pas forcément le cas de tous les fabricants.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Depuis que nous avons rejoint le réseau Arcades & Baies nous bénéficions de deux périodes de promotions (printemps et automne) accompagnées de campagnes de publicité nationales et affichage boutique, mailing... Avec en plus un jeu concours pour nos clients. Nos ventes sont fortement boostées pendant ces périodes. Nous avons aussi une réunion annuelle avec les adhérents du réseau afin de partager nos expériences. Nous pouvons lors de ces réunions aborder tous les petits soucis du quotidien. Nous sommes informés sur le marché, les évolutions des produits et en avant-première sur les nouveautés du fabricant. Nous avons aussi des réunions directement dans nos magasins avec un interlocuteur privilégié. Nous pouvons aussi participer à des conventions nationales sur 2 jours avec de belles surprises. Nous avons aussi constaté que les menuiseries sont de bonne qualité avec un large choix et l'avantage de poser de telles menuiseries favorise la bouche-à-oreille ce qui est essentiel dans notre métier.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

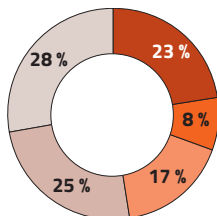
Nous souhaitons en tant que membre du réseau bénéficier de délais de fabrication réduits pour le bois et l'alu (comme c'est le cas en PVC avec la ligne grande vitesse) pour répondre très rapidement aux besoins de nos clients.

Le Scan de Prospérences

23% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

22 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

35 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

> 40 000

de 30 000 à 40 000

de 20 000 à 30 000

de 10 000 à 20 000

< 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

LE RÉSEAU

PARTOUT
en FRANCE

DE MAGASINS INDÉPENDANTS

FENÊTRES . PORTES . VOILETS . BOIS . PVC . ALU

Si comme moi
vous avez coché
au moins
3 CASES



NOUS AVONS TOUT INTÉRÊT À NOUS RENCONTRER

- Vous êtes un professionnel de la rénovation de l'habitat ?
- Vous êtes le patron chez vous et vous souhaitez le rester ?
- Vous avez besoin de produits sur mesure en BOIS, PVC ou ALUMINIUM ?
- Votre travail quotidien vous empêche de vous consacrer pleinement au développement de votre entreprise ?
- Vous vous sentez parfois seul face à la communication nationale de vos concurrents ?
- La fabrication française est une notion qui vous parle ?

Nous avons des solutions convaincantes à vous présenter.
Déjà près de 60 magasins indépendants implantés dans
toute la France. Rejoignez les partenaires agréés :



Nous fabriquons et nous installons



Mail : info@arcadesetbaies.com / Tél : 02 51 51 68 68

Web : www.arcadesetbaies.com / rejoindre le réseau

www.arcadesetbaies.com

Suivez-nous sur





Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1996
Description du réseau : adossé au groupe industriel Coralu, Clair de baie propose à une clientèle de particuliers, une gamme de produits novateurs.
Nombre de magasins : 27
Type de contrat : Contrat de franchise
Durée du contrat : 6 ans
Droit d'entrée : 7 000 € H.T.
Investissement global : entre 60 000 et 80 000 euros
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui (plan de trésorerie)
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Oui
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : Oui
Aide financière : Oui
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : homme/femme de terrain, ayant envie d'indépendance, le goût du contact, et de l'appétence pour la rénovation et la valorisation de l'habitat.
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Oui
Date et lieu de la prochaine convention : Décembre 2017
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5 points de vente
Nombre d'adhérents RGE : 22
Nombre d'adhérents Qualibat : 22
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : F. Pillet
Directeur du réseau : Olivier Hartmann
Adresse : 250 route des Varennes
69700 Chassagny
Tél : 04.72.31.99.00
E-mail : ohartmann@clairdebaie.fr
Site Internet : www.clairdebaie.fr
Facebook : Clair de baie
Twitter : Clair de baie
Intranet ou partie réservée : oui

3 questions au responsable réseau OLIVIER HARTMANN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Tout d'abord la proximité : nous sommes un réseau à taille humaine, issu d'un groupe familial. Nous mutualisons les savoir-faire de chacun. Les échanges et la formation sont constants, au travers de fournisseurs référencés qui nous permettent ainsi d'enrichir nos démarches commerciales. Notre principal objectif est de coller à la réalité et aux exigences du terrain et de répondre au mieux aux attentes de chaque profil. Seul, on va plus vite, ensemble, on va plus loin.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous avons fait le choix d'une stratégie qui ne s'axe pas uniquement sur les produits du groupe. De ce fait, nous fidélisons la clientèle grâce à des opérations commerciales multi-produits ainsi que des outils d'aide à la vente pour mettre en relief ces opérations nationales. Nous dynamisons ces actions par le biais de challenges sur l'ensemble des produits de notre offre pour lisser notre CA sans rendre le travail monotone. De plus, nous portons une attention particulière à la formation des commerciaux tant grâce aux différentes méthodes de vente qu'à la technicité et la mise en œuvre des produits référencés.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, nous avons assis nos relations de proximité en multipliant les relais ventes tout en renforçant nos actions de communication locales : spots radio, animations foire, stands en GMS. Nous faisons des métiers où la notion de proximité est primordiale. 2017 marque également le lancement de notre nouveau catalogue produits. En 2018, nous accélérons notre présence Web afin de réaliser du BtoCtoB et ainsi apporter encore plus de contacts à nos adhérents. L'année 2018 marquera la naissance d'une agence pilote où les différentes formations (commerciales et techniques) seront proposées.



3 questions à un nouvel adhérent GÉRALD MOUREY, À TOULON (83)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La prise en compte de notre profil d'entrepreneur avec une réponse précise à nos attentes : formation commerciale et/ou technique, mise à disposition de différents outils comme le catalogue produits, les mailings, panneaux de chantier, animations et stands GMS... Cet accompagnement est primordial et nous aide à franchir le cap en professionnalisant nos démarches commerciales et ainsi nous développer de façon pérenne.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

La valorisation de notre structure avec notamment les conseils pour la création de notre showroom et bien sûr, plus de visibilité. Appartenir au réseau Clair de baie permet également d'aborder d'autres méthodes de prospection pour obtenir plus de contacts et aussi de mettre en commun nos réussites dans une relation d'échange avec les autres franchisés.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Un centre de formation en agence pilote (N.D.L.R. en cours).

Le Scan de Prospérences

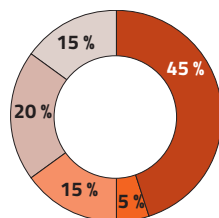
16,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

16 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

48,4 Âge moyen des adhérents



PROSPÉRENCES®
Prenez 1 avantage !



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau DAVID JULIEN



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Dans un contexte de forte croissance, le réseau Grandeur Nature se développe et s'ouvre à tous les produits de l'habitat : fenêtres, portes, coulissants, portails, etc. Adhérer au réseau Grandeur Nature, c'est avant tout pour développer son chiffre d'affaires et sa rentabilité sur une zone géographique définie et exclusive (fourniture de contacts qualifiés, campagnes de communication nationale...). Nous analysons et améliorons les performances financières de nos membres, les accompagnons dans leur stratégie communication en local et dans l'animation de leur point de vente. Leur adhésion au réseau leur permet de bénéficier aussi de formations produits, commerciales et techniques certifiées. Rejoindre Grandeur Nature, c'est aussi profiter d'une exclusivité par an, et d'innovations brevetées développées en interne pour mieux se différencier.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Grandeur Nature dispose d'une usine de préfabrication, basée à Bourg des Comptes (35) dédiée aux membres du réseau avec des délais de production courts. Lors d'une forte activité ou après une foire, elle permet aux membres d'absorber une surcharge ponctuelle d'activité, c'est un gain de temps et financier non négligeable pour un chef d'entreprise.

Notre volonté est de nous différencier de la concurrence en apportant à nos membres de la valeur ajoutée à nos produits (innovations) ou dans nos relations humaines (échanges, partages des bonnes pratiques, etc.). C'est un réseau participatif et dynamique, animé par des commissions à thèmes gérées par les membres.

Autre point important, les membres du réseau sont visités une fois par mois par l'animateur référent, l'objectif étant de faire le point sur le business, les contacts, les actions de communication ou tout autre dossier en cours.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Spécialiste de la menuiserie aluminium 100 % sur-mesure, le réseau français Grandeur Nature s'est imposé au fil des années comme un acteur clé. Depuis sa création en 1999 par des fabricants désireux d'évoluer avec Sepalumic, Grandeur Nature a affirmé son positionnement sur le marché de la véranda haut de gamme. Avec ses innovations successives, le succès est au rendez-vous, c'est pourquoi aujourd'hui Grandeur Nature relève un nouveau défi et étend son offre à tous les produits de l'habitat : fenêtres, portes, portails. Toujours à la pointe de l'innovation, nous proposons donc une offre complète en menuiseries aluminium.

3 questions à un nouvel adhérent JÉRÔME HEDIN, PROSTORES À CHEROY (89)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

C'est en 2009 que j'ai décidé de rejoindre le réseau Grandeur Nature et les raisons sont nombreuses :

- l'expérience : le réseau est reconnu pour son savoir-faire, sa notoriété et ses innovations
- le haut niveau d'exigence en termes de rigueur et de professionnalisme, avec de nombreuses certifications Fabrication française, laquage sans chrome, Qualicoat, Qualimarine etc. qui témoignent de la qualité des produits
- une exclusivité garantie sur mon secteur géographique avec un engagement sur des contacts qualifiés fournis
- et enfin un accompagnement 100 % sur-mesure, formations, marketing, technique.

Nous avons trouvé au sein du réseau des valeurs correspondant parfaitement à la philosophie de l'entreprise dont l'objectif est de développer le qualitatif plutôt que le quantitatif.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

À la signature du contrat, de bonnes nouvelles avec l'affectation d'un animateur réseau dédié et un rendez-vous mensuel pour le suivi des projets, ce qui favorise des échanges constructifs avec la tête de réseau. Le point positif est réellement l'accompagnement marketing et communication, le service communication GN nous personnalise toutes les campagnes nationales (annonces presse, bannières Web, etc.). L'objectif est de relayer en local l'opération et d'avoir un meilleur impact auprès du client final. C'est une réelle relation gagnant-gagnant !

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

À ce jour, je suis entièrement satisfait de toutes les prestations proposées par le réseau. Toutes les actions nationales nous permettent de développer notre portefeuille clients de générer des demandes de devis et de concrétiser des ventes.



Fiche d'identité

- Date de création du réseau :** 1999
- Description du réseau :** Réseau français d'experts de la menuiserie aluminium 100 % sur-mesure : vérandas, pergolas, habitat
- Nombre de magasins :** 52
- Type de contrat :** Concession
- Durée du contrat :** 3 ans
- Droit d'entrée :** 6 500 €/an
- Investissement global :** Selon surface magasin et CA généré
- Redevance d'exploitation :** aucune
- Redevance publicitaire :** aucune
- Remise de manuels de savoir-faire :** oui
- Aide pour l'étude de marché :** oui
- Aide à la recherche d'un local :** non
- Aide pour le dossier de financement :** oui
- Aide à la conception du magasin :** oui
- Organisation de la publicité nationale :** Plusieurs campagnes nationales vérandas, pergolas et habitat
- Aide à la publicité locale :** Oui, accompagnement local offert avec personnalisation
- Autres aides en exploitation :** objectif
- Aide financière :** sur objectif
- Aide à la formation :** produits, commerciale, technique, pose etc.
- Aide à la cession ou transmission :** objectif
- Profil du candidat et compétence technique nécessaire :** Fabricants installateurs sur le marché de la véranda, pergola, et de l'habitat moyen haut de gamme
- Formation dispensée :** oui
- Obligation de certaines normes architecturales :** façade, showroom
- Organisation de conventions :** 1 fois par an
- Date et lieu de la prochaine convention :** nc
- Nombre d'implantations réalisées en 2017 :** 2
- Nombre d'adhérents RGE :** 47
- Nombre d'adhérents Qualibat :** 47
- Nombre d'adhérents certification NF fenêtres :** 47
- Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie :** nc

Résultats

nc

Contacts

- Directeur du réseau :** David Julien
- Animateur réseau :** Dominique Gilbert, Nicolas Mezzabotta
- Adresse :** Domaine du Mafay, 35890 Bourg des comptes
- Tél :** 02 23 60 60 60
- E-mail :** contact@veranda-grandeurnature.com
- Site Internet :** www.veranda-grandeurnature.com
- LinkedIn :** /sepalumic
- Facebook :** /grandeurnature.verandahabitat
- Intranet ou partie réservée :** oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1998
Description du réseau : Réseau de concessionnaires indépendants spécialisés dans la vente et la pose de menuiseries (fenêtres, portes, volets, portails) en PVC, alu, mixte, bois/alu, bois et composite.
Nombre de magasins : 95
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 1 an
Droit d'entrée : 1 500 € pour le pack de bienvenue OuvertureS
Investissement global : Variable en fonction du projet
Redevance d'exploitation : 4 500 €
Redevance publicitaire : aucune
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui si nécessaire
Aide pour le dossier de financement : oui si nécessaire
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Oui gérée par la tête de réseau (TV, Web)
Aide à la publicité locale : oui, si nécessaire aide dans la mise en place d'un plan de communication, large éventail d'outils mis à disposition.
Autres aides en exploitation : Gestion du programme de fidélité, conseils sur l'animation commerciale, la gestion etc.
Aide financière : Pourcentage des achats reversé pour communication locale
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui si nécessaire
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnel de la menuiserie, indépendant ou faisant déjà partie d'un réseau, reconnu sur son secteur, souhaitant booster le développement de son entreprise.
Formation dispensée : formation commerciale, management et technique produits ainsi que sur le fonctionnement du réseau et de ses outils
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui, congrès annuel organisé à l'hôtel Le Normandy à Deauville en 2017 + voyage réseau annuel en Croatie en 2017 + séminaire des commerciaux
Date et lieu de la prochaine convention : Du 11 au 13 janvier 2018, lieu tenu secret !
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 6
Nombre d'adhérents RGE : 89
Nombre d'adhérents Qualibat : 89
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 89
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 89

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Cécile Sanz
Directeur du réseau : Guillaume Le Goff
Animateur réseau : Aurélie Dutoit
Adresse : Avenue Georges Pompidou
59400 Cambrai
Tél : 03 27 82 29 50
E-mail : glegoff@ouvertures.com
Site Internet : wwwouvertures.com
Intranet ou partie réservée : oui, pour faciliter l'échange d'infos avec le réseau



3 questions au responsable réseau GUILLAUME LE GOFF

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Choisir notre réseau OuvertureS c'est avoir l'ambition de développer rapidement son activité grâce à notre enseigne ! Nous nous engageons à mettre en place l'ensemble des leviers nécessaires à sa progression en lui garantissant un véritable accompagnement.

- Créer et apporter de nouveaux contacts : grâce à une véritable image de marque et la mise en place de moyens de communication, une charte graphique complète, 2 campagnes réseau nationales avec des dispositifs médias visibles en TV, des supports d'actions locales...
- Agir sur le taux de transformation : soucieux de faire le maximum pour augmenter la performance de nos adhérents nous leur mettons à disposition des outils d'aide à la vente, catalogues, configurateurs, offres de financement. La montée en compétence de nos adhérents est assurée par un dispositif de formation sur différents modules, adaptés à chaque salarié de l'entreprise. Et le Club Confiance, programme de fidélisation unique dans notre secteur d'activité ! Il permet d'améliorer le taux de transformation, d'aller chercher le reste à vendre ainsi que le parrainage. Argument de choc, une garantie 25 ans sur les produits !
- Partager et échanger : des échanges d'informations avec le réseau grâce à l'extranet OuvertureS, des échanges personnalisés directement chez l'adhérent, des échanges toute l'année avec le congrès, les réunions régionales, le voyage...

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

La réelle relation de partenaires que nous mettons en place avec nos adhérents dans laquelle nous souhaitons qu'ils s'épanouissent pleinement et dans laquelle nous nous engageons à les accompagner au quotidien. Notre priorité réside dans la compréhension des besoins de nos adhérents afin de leur apporter l'ensemble des outils nécessaires à leur développement.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La mise en place d'un nouveau territoire de marque avec un nouveau concept de communication figure au 1^{er} plan des nouveautés. Un nouveau concept qui se veut innovant et différenciant, avec un véritable engagement sur la qualité à la française des produits et un positionnement affirmé sur la sécurisation du projet grâce à la nouvelle signature « Avec nous, c'est plus sûr ».

Une nouvelle identité visible chez les adhérents OuvertureS mais aussi durant les 2 temps forts nationaux avec une présence média soutenue en prime time sur les chaînes de France TV.

2017 est également l'année des nouveautés produits avec la sortie d'une nouvelle gamme de portes d'entrée innovantes et performantes, véritable révolution sur le marché... mais également une nouvelle gamme de fenêtre PVC. Nous aurons le plaisir de présenter ces produits sur le salon Batimat, rendez-vous hall 5A - allée P - stand 147. Le développement du réseau, la progression de nos adhérents, le renforcement de notre notoriété restent nos objectifs en 2018.



3 questions à un nouvel adhérent MICKAËL BRULANT, ECOTHERM FENETRES À SOISY-SOUS-MONTMORENCY (95)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Cela fait plus de 10 ans que je suis dans le métier de la menuiserie.

Je connaissais le réseau OuvertureS grâce sa notoriété dans le monde professionnel.

En créant ma société Ecotherm Fenêtres, j'ai voulu intégrer un réseau avec des fortes valeurs telles que : la fabrication 100% française, un savoir-faire unique, un bon esprit d'équipe, des spécialistes passionnés par le métier, avec des produits de qualité à la pointe de l'innovation.

Le réseau est reconnu pour son innovation dans le domaine de la menuiserie ce qui me permet de me démarquer face à la concurrence. De plus, il est le seul à mettre en place pour ses clients un programme de fidélité, le Club Confiance avec lequel vous bénéficiez d'une garantie de 25 ans et offrant une visite contrôle de qualité 12 à 18 mois après la réalisation du chantier.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

- OuvertureS m'a permis de développer ma notoriété grâce à la mise à disposition d'outils marketings et publicitaires performants.
- L'accès à des formations (commerciales et produits), des outils techniques
- Un accompagnement permanent, des échanges, des conseils
- De la crédibilité grâce à l'image de l'enseigne, un gage de sécurité et de qualité

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

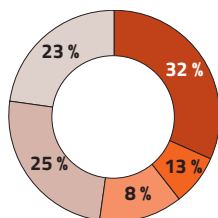
OuvertureS est un réseau qui connaît parfaitement le marché et qui place l'innovation au cœur de ses préoccupations, compléter la large gamme de produits déjà commercialisés serait un véritable atout commercial.

Le Scan de Prospérences

21,5 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

37 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

48,6 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

CHOISIR LA FORCE DU RÉSEAU

OUVERTURES

C'EST PLUS SÛR !

Rejoindre le réseau OuvertureS constitue un choix stratégique qui va vous permettre de booster votre chiffre d'affaires tout en gardant une grande liberté.

• **C'est plus sûr**
côté notoriété :

- Plus de 100 agences partout en France
- 35 ans d'expérience
- Un réseau d'experts passionnés reconnus
- Puissant plan média en TV

• **C'est plus sûr**
côté indépendance :

- Budget transparent
- Liberté d'agir au sein de votre entreprise
- Fidélité récompensée

• **C'est plus sûr**
côté accompagnement :

- Mise à disposition d'outils de vente efficaces
- Équipe dédiée à votre écoute
- Formations régulières

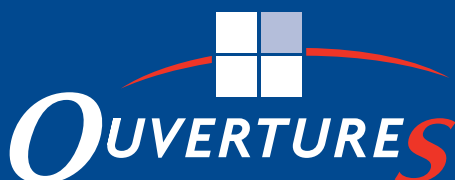


VENEZ ÉCHANGER AVEC NOUS À L'OCCASION DU SALON BATIMAT !

Rendez-vous du 06 au 10 novembre 2017
Parc des expositions de Paris Nord Villepinte
Hall 5A - Allée P - Stand 147

Comment nous rejoindre ? Contactez Guillaume Le Goff et Aurélie Dutoit :

Par téléphone au **03 27 82 29 52** ou par e-mail à reseau@ouvertures.com



FENÊTRES • PORTES • VOLETS • PORTAILS
Avec nous, c'est plus sûr.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1995
Description du réseau : réseau national spécialisé dans la vente et la pose de menuiseries PVC
Nombre de magasins : 50 points de vente
Type de contrat : licence de marque
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 2 000 € HT
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : 3 000 € HT annuel
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : communication personnalisée pour chaque magasin
Aide à la publicité locale : nombreux outils de communication à disposition du magasin
Autres aides en exploitation : oui
Aide financière : nc
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnel de la fabrication et/ou de la vente de menuiseries
Formation dispensée : commerciale et technique
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 8
Nombre d'adhérents RGE : tous
Nombre d'adhérents Qualibat : tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : tous
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : tous

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 650 000 euros

Contacts

Responsable du réseau :
Jean-Pierre Fouquet
Adresse : Veka SAS – ZI de Vongy
74200 Thonon-les-Bains
Tél : 04 50 81 88 00
Site Internet : www.fenetrierveka.fr
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau JEAN-PIERRE FOUQUET

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Fenêtrier Veka s'emploie à ancrer ses entreprises adhérentes dans leur tissu économique local. Ainsi, nous axons nos efforts de communication à la reconnaissance locale de nos adhérents. En effet, une enseigne nationale n'est rien sans ses relais locaux. Des relais qui doivent être connus et appréciés des habitants de leurs régions. Nos entreprises adhérentes ne sont pas de simples « numéros » cachés derrière le nom d'une enseigne nationale. Le mariage du réseau et de ces entreprises est pleinement assumé auprès du particulier.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau Fenêtrier Veka se démarque par un positionnement unique sur le marché : le réseau des professionnels de la fenêtre PVC. Ainsi, la marque Fenêtrier® VEKA peut, par exemple, se marier avec celle de confrères spécialistes d'autres segments de marché, tout comme elle se marie très bien avec la notoriété locale de nos adhérents. Pour autant, nous ne sommes pas un simple label mais bien une enseigne nationale de distribution spécialisée, reconnue comme telle par les particuliers.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Notre action en 2017 ne peut pas se résumer à un seul projet. Notre objectif – tenu – était de donner toujours plus d'outils à nos adhérents pour les soutenir dans leur développement local. Nous étoffons chaque année nos supports marketing et commerciaux pour aller dans ce sens. Par ailleurs, nous travaillons à l'expansion du réseau sur le territoire national. Déjà 14 nouveaux magasins en 2 ans et de nouvelles ouvertures à venir très prochainement ! 2018 sera dans la continuité de ces actions : renforcer et développer notre réseau.



3 questions à un nouvel adhérent FRÉDÉRIC BÉRARD, FB MENUISERIES À TOUCY (89)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Je connaissais la marque Veka mais pas Fenêtrier Veka. Un commercial m'a présenté les solutions Veka et les services apportés par le réseau. Nous avons ensuite rencontré un assembleur pour m'expliquer le fonctionnement concret du réseau. La liberté d'exercer mon activité et l'accompagnement régulier de l'enseigne, le tout sans avoir à apporter un gros capital financier, m'ont motivé à rejoindre le réseau Fenêtrier Veka.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

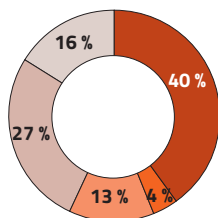
Le partenariat avec le réseau Fenêtrier Veka et l'assembleur peut paraître difficile dans un premier temps, mais nous avons rapidement créé une alliance, basée sur la confiance et la volonté commune d'aller de l'avant, ensemble. Le réseau Fenêtrier Veka est à l'écoute de ses adhérents et je suis très bien encadré. Les supports techniques et publicitaires complètent parfaitement l'accompagnement humain.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Si nous avons des attentes ou besoins particuliers, nous sommes entendus et la réactivité des équipes est bien réelle, au siège et sur le terrain. Nos demandes sont traitées au fur et à mesure.

Le Scan de Prospérences

19,8 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
32 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
60,7 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau STÉPHANE GESNEL



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre signe de ralliement, la marque Grosfillex, bénéficie d'une très forte notoriété et d'un capital confiance remarquable.

Ce point est un pilier fondamental pour asseoir notre dynamique de performance commerciale, et générer le flux de contacts à destination de nos concessionnaires.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nos enseignes Grosfillex home et Grosfillex fenêtres bénéficient d'une architecture commerciale très différenciante.

Notre promesse consommateur est unique : sous la bannière d'une seule marque, nous regroupons une offre produits exclusive pour équiper la maison de la fenêtre au jardin.

Ce point permet de créer de la richesse pour le concessionnaire et de faciliter son commerce au quotidien.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous avons beaucoup travaillé sur notre capacité à réduire les délais d'ouverture pour mieux les séquencer et permettre au nouveau concessionnaire une montée en puissance plus rapide.

Pour 2018, nous allons travailler par « îlots de développement » pour couvrir, par ouvertures simultanées, de nouvelles zones géographiques.

3 questions à un nouvel adhérent MALAVASI FRÉDÉRIC, CONFORT ISOLATION MENUISERIE À HAUCONCOURT (57)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le choix est vaste lorsque l'on souhaite rejoindre un réseau quel que soit le domaine. Mes exigences se sont donc portées sur l'expérience de la marque, dans son métier mais aussi dans le développement de son réseau. La formation et l'accompagnement étant primordiaux pour un nouveau concessionnaire, ce sont des points essentiels que j'ai validés en amont. La production française associée à une garantie de 20 ans sont des atouts différenciants sur le marché de la menuiserie. Ce qui m'a définitivement convaincu de rejoindre le réseau Grosfillex c'est l'offre nouvelle que nous proposons, à mi-chemin entre la décoration et l'habitat, qui permet de capter une clientèle de « shopping » et une clientèle de travaux de rénovation, donc des projets à plus long terme.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

J'ai appris un nouveau métier à la suite des formations pointues délivrées par Grosfillex ! Auparavant, j'avais acquis une expérience professionnelle dans le management et la vente en qualité de directeur commercial dans l'univers du textile. La technique était donc toute nouvelle pour moi et les sessions de formations ont été une véritable découverte. Aujourd'hui, je peux dire que je suis devenu un expert de la menuiserie grâce à la théorie mais aussi et surtout grâce à la pratique ; tous les cas de figure de pose sont passés en revue, les tests de métrés sont approfondis, les fenêtres démontées et décortiquées pendant de nombreuses semaines.

Grosfillex innove également avec une méthode de vente « impact » à destination de la force de vente (des néophytes comme des professionnels) mais également des nouveaux concessionnaires comme moi. Elle a été conçue par les meilleurs vendeurs du réseau et compile « les meilleures pratiques » en vente. Le but étant de se distinguer, ne pas faire comme les autres, en un mot, être meilleur que la concurrence ! Enfin, le réseau m'a fait partager l'expérience des concessionnaires installés depuis plusieurs années ce qui m'a convaincu d'avoir choisi le bon réseau !

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Mon magasin ayant ouvert depuis deux mois, je n'ai pas à ce jour d'autres desideratas. De plus, la centrale Grosfillex a référencé d'autres fabricants français me permettant de répondre à tous les besoins de mes clients et de mener à bien des projets globaux de rénovation (portes de garage, stores extérieur, portails, pergolas,...).

Le Scan de Prospérences

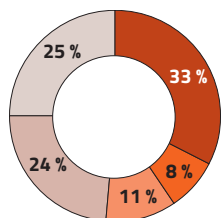
33% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

53 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

49,3 Âge moyen des adhérents



PROSPÉRENCES
Prenez 1 avantage !



Stratégie d'implantation

> 40 000

de 30 000 à 40 000

de 20 000 à 30 000

de 10 000 à 20 000

< 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones
30 minutes des magasins)

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1993

Description du réseau : Grosfillex est un réseau de concessionnaires installateurs de fenêtres et de tous les univers produit de la marque qui concernent l'embellissement, la valorisation de la maison

Nombre de magasins : 110

Type de contrat : Concession

Durée du contrat : 5 ans

Droit d'entrée : non

Investissement global : à partir de 100K€ selon emplacement

Redevance d'exploitation : non

Redevance publicitaire : oui

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide pour l'étude de marché : oui

Aide à la recherche d'un local : oui

Aide pour le dossier de financement : oui

Aide à la conception du magasin : oui

Organisation de la publicité nationale : communication nationale multicanal

Aide à la publicité locale : oui, structuration des plans médias

Autres aides en exploitation : management, recrutement, vente

Aide financière : oui

Aide à la formation : oui

Aide à la cession ou transmission : oui

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Managers du commerce animés par les valeurs de l'enseigne et l'esprit d'entreprendre pour créer ou développer leur affaire.

Nos programmes de formations permettent l'acquisition et la mise à jour des acquis techniques

Formation dispensée : 30 jours répartis en différents modules thématiques

Obligation de certaines normes architecturales : oui intérieures et extérieures

Organisation de conventions : oui

(congrès annuel + conventions et commissions thématiques)

Date et lieu de la prochaine convention : 18 janvier (congrès annuel)

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 7

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1,3 M€

Contacts

Responsable du développement réseau :

Stéphane Gesnel

Tél : 06 60 06 25 97

Email : sgesnel@grosfillex.com

Site Internet : www.grosfillex-fenêtres.com

Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Description du réseau : Le réseau Proxeo fédère plus de 150 entreprises indépendantes œuvrant dans la vente et l'installation de solutions de confort, de contrôle des accès et de sécurité des locaux à usage résidentiel ou professionnel.

Nombre de magasins : + de 160

Type de contrat : concession et partenariat commercial

Durée du contrat : 1 an tacitement reconductible

Droit d'entrée : non

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : indexée sur le volume d'achat

Redevance publicitaire : incluse

Remise de manuels de savoir-faire : non

Aide pour l'étude de marché : étude géo-marketing détaillée de potentiel du secteur fournie par le concédant

Aide à la recherche d'un local : non

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du magasin : non

Organisation de la publicité nationale : oui
Aide à la publicité locale : oui, aide stratégique, graphique et financière

Autres aides en exploitation : outils de prospection et accompagnement personnalisé

Aide financière : aménagement du showroom, enseignes, publicité locale

Aide à la formation : oui

Aide à la cession ou transmission : non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnel formé à l'installation de solutions globales de confort et de sécurité. Entrepreneur maîtrisant la vente et l'installation aux particuliers. Sensibilité à l'équipement de la maison nécessaire.

Formation dispensée : techniques et commerciales

Obligation de certaines normes architecturales : non

Organisation de conventions : oui, biennale

Date et lieu de la prochaine convention : 2018

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : + de 30

Résultats

CA H.T. global du réseau : + de 120 M€

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 500 K€

Contacts

Directeur du réseau : Xavier Franck

Animateur réseau : Paul Doubek

Adresse : rue du Pré de l'Herme, 38926 Crolles Cedex

Tél : 04 76 45 32 32

E-mail : p.doubek@daitem.fr

Site Internet : www.proxeo.fr

Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PAUL DOUBEK

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

En rejoignant le réseau Proxeo, l'entrepreneur dispose d'atouts marketing puissants pour développer son activité dans les métiers de la protection des locaux à usage résidentiel ou professionnel. Le positionnement premium de la démarche Proxeo apporte une forte rentabilité, gage de pérennité pour son entreprise. Il est intéressant de noter que l'enseigne Proxeo est également ouverte aux entreprises adhérentes d'autres réseaux aux offres complémentaires.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Proxeo est le seul réseau dans les métiers de la sécurité et des équipements de protection mené par un fabricant et associant d'autres industriels répondant de manière large aux besoins de mise en sécurité et confort de l'habitat et des locaux à usage professionnel. Nous disposons d'une infrastructure commerciale de 15 animateurs régionaux assurant un support terrain de proximité à nos adhérents, ainsi qu'une équipe marketing dédiée à l'élaboration des campagnes promotionnelles locales menées par les adhérents sur leurs zones de chalandise.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017 le réseau Proxeo a revu en profondeur son organisation lui permettant désormais d'accélérer son développement territorial. 2018 sera l'année qui verra le réseau dépasser le nombre de 200 agences.



3 questions à un nouvel adhérent ÉRIC MILCENDEAU, SOCIÉTÉ AMP À COUTANCES (50)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Ma première motivation en rejoignant le réseau Proxeo est de bénéficier d'une plus grande visibilité sur notre secteur géographique. Je souhaitais également rejoindre une communauté où nous puissions échanger entre professionnels et disposer de produits complémentaires à notre catalogue initial.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Très clairement l'ouverture vers le secteur d'activité résidentielle que je n'exploitais pas auparavant, mon activité initiale étant ciblée sur les locaux à usage professionnels. Mon adhésion au réseau Proxeo me permet désormais de proposer une vitrine enrichie de nouvelles offres à mes clients.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Peut-être une approche plus directe entre les installateurs et certains fabricants partenaires du réseau. Nous sommes aussi demandeurs de toujours plus d'actions médiatiques, pour promouvoir notre visibilité au niveau local et développer la notoriété de Proxeo au niveau national !





R É S E A U D'EXPERTS EN SOLUTIONS GLOBALES DE S É C U R I T É

Vous ETES un professionnel spécialiste de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat ?
Vous CHERCHEZ une activité complémentaire et rentable ?
Vous VOULEZ accroître votre chiffre d'affaires et la rentabilité de votre entreprise ?

**DEVENEZ EXPERT
EN SOLUTIONS DE SECURITE !**

Rejoignez le **réseau PROXEO** :

- Des formations techniques et commerciales
- Des produits à forte valeur ajoutée
- Des marques leaders sur le marché français
- Une communication nationale et multi-locale
- Des outils de prospection
- Un accompagnement humain personnalisé

PROXEO
EXPERTS EN SOLUTIONS DE SÉCURITÉ





Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2006
Description du réseau : Le réseau Océane regroupe des professionnels indépendants, spécialistes de la menuiserie et de l'amélioration du confort de l'habitat.
Nombre de magasins : 40
Type de contrat : Licence de marque
Durée du contrat : 2 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : 0 €
Redevance publicitaire : 450 € par mois
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Le réseau Océane s'adresse à des professionnels de la menuiserie déjà installés, souhaitant poursuivre leur développement dans un environnement fortement concurrentiel.
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : nc
Aide à la recherche d'un local : nc
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : nc
Aide à la cession ou transmission : nc
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : oui, identité visuelle extérieure du magasin
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 2
Nombre d'adhérents RGE : 40
Nombre d'adhérents Qualibat : 40

Résultats

nc

Contacts

Président : Alexis Megnien
Directrice communication et enseignement Océane : Fabienne Mahé-Soleil
Adresse : 1 rue de la Folie - CS 81156 - 86062 Poitiers Cedex 9
Tél : 05 49 38 48 48
E-mail : fabienne.mahe@megnien-industries.fr
Site Internet : www.fenetre-oceane.fr
Intranet ou partie réservée : oui

3 questions au responsable réseau FABIENNE MAHÉ-SOLEIL



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Je lui dirai que la redevance publicitaire versée au réseau sera largement amortie par les retombées des opérations qu'il aura obtenues pour son magasin. Rejoindre Océane, c'est en effet bénéficier d'un accompagnement en "communication" puissant, d'abord centré sur la visibilité et la reconnaissance du magasin, là où il est installé. En clair, et c'est un atout fort pour les professionnels qui nous rejoignent, il n'y a pas, avec Océane, de communication nationale sans déclinaison locale. Plus précisément, sont comprises dans le plan : 2 campagnes TV (en prime time et en partenariat avec France Télévisions) et elles sont accompagnées de 2 campagnes d'affichage par an partout où nous avons des magasins. S'y ajoutent également - et entre autres - 5 campagnes de distribution locale de dépliant. Et puis, il y a une vraie vie de réseau et donc un vrai échange : à la fois avec nos adhérents et surtout entre nos adhérents. Il y a ainsi des rencontres qui permettent à nos adhérents de découvrir des magasins du réseau et leur organisation. Des rencontres où nous laissons également une place importante aux fabricants référencés dans le réseau. Nous sommes accompagnés de fabricants qui innovent, qui améliorent sans cesse leurs produits à la fois pour le consommateur final mais également pour les professionnels qui auront à les vendre et à les poser ! Alors autant le savoir le plus tôt possible. Nous cultivons, dans le réseau, la notion de "l'information" continue !

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Je vois deux spécificités. La première, c'est que, bien que réseau de fabricant de fenêtres (Poitou Menuiseries), nous positionnons nos magasins sur l'axe plus large de l'amélioration du confort de la maison. La stratégie que nous suivons est donc pensée et organisée pour consolider et augmenter le commerce local sans enfermer nos adhérents dans une image trop résumée de "fenêtrier". En cas de baisse d'activité sur un produit donné, nos adhérents sont déjà connus et légitimés pour accentuer leur action sur d'autres produits plus demandés. L'autre spécificité, c'est l'état d'esprit qui règne dans le réseau. Nos adhérents apprécient de se retrouver et d'échanger entre eux. En 2017, nous avons d'ailleurs fait le choix de répondre encore plus concrètement à cette attente. Les rencontres du réseau constituent un espace privilégié de discussions, sans avoir à craindre de trop se livrer, puisqu'il n'y a pas de concurrence. Océane est donc également un espace de coopération et de dialogue entre chefs d'entreprise. Nous n'oublions pas "que communiquer, c'est d'abord le fait de se parler !"

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Le réseau a fêté ses 10 ans en 2017. Et nous avons fait nos premiers pas en télé. Pour 2018, notre projet sera de continuer à nous développer : à la fois, en recevant de nouveaux entrants et également, en accompagnant les projets de développement de nos adhérents existants. Chaque année, un nombre significatif de nos magasins déménagent pour s'agrandir, s'installer dans des zones encore plus attractives, avec des surfaces d'expositions conséquentes. C'est aussi une forme de développement que nous recherchons, dans la durée, avec nos adhérents. En même temps que leurs magasins s'agrandissent, notre réseau grandit !

3 questions à un nouvel adhérent DENIS PILARD, MENUISERIE PILARD À SAINT-CAST-LE-GUILDON (22)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous avons été convaincus par la communication du réseau Océane et par le plan de référencement des fabricants complémentaires. Nous voulions continuer à nous développer, et la communication Océane apporte une dynamique commerciale au magasin, c'est incontestable.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le premier aspect, c'est qu'avec les remises du plan de référencement des fabricants complémentaires, j'achète mieux avec Océane que seul. Mieux encore, les économies que je fais sur mes achats vont couvrir largement ma participation publicitaire. Le deuxième, c'est que nous sommes en ce moment même dans notre première opération Portes Ouvertes Océane et je reconnais que cela nous a déjà permis de signer plus d'affaires. Et puis, nous avons refait la signalétique du magasin. Un vrai coup de neuf. Tout cela cumulé donne donc une vraie dynamique au magasin. Sans se sentir noyé par les actions à mettre en place : le réseau soulage et prend en charge ce qui est amené en plus au magasin. Donc, en résumé, Océane, ça n'est pas compliqué, c'est mieux acheter, c'est plus de visibilité et c'est plus de dynamique pour mon activité !

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

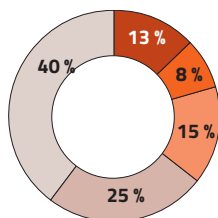
C'est encore un peu tôt pour le dire puisque nous arrivons dans le réseau. De fait, pour l'instant, notre expérience d'Océane, c'est justement plus de prestations : plus d'accompagnement, plus de communication, plus de remises et plus de commandes signées.

Le Scan de Prospérences

12,3 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

27 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

52,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2004
Description du réseau : Réseau d'indépendants spécialisés dans la vente de menuiseries extérieures (posées et non posées) auprès d'une clientèle de particuliers
Nombre de magasins : 24
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 8 000 HT
Investissement global : Variable selon profil et options choisies
Redevance d'exploitation : Part fixe + Part variable sur le CA achat
Redevance publicitaire : Investissement minimum demandé de 4 200 HT
Remise de manuels de savoir-faire : Non
Aide pour l'étude de marché : Oui (optionnel)
Aide à la recherche d'un local : Non
Aide pour le dossier de financement : Non
Aide à la conception du magasin : Préconisation de produits à mettre en avant dans le showroom
Organisation de la publicité nationale : Guide conseil à destination du particulier et 3 opérations commerciales annuelles
Aide à la publicité locale : Oui (optionnel)
Autres aides en exploitation : Montage de dossier CDEC, étude d'implantation (optionnel)
Aide financière : Non
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : Non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Spécialiste de la menuiserie, indépendant, proposant une offre globale : produits (showroom) et service (pose)
Formation dispensée : Oui
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Non
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : aucune
Nombre d'adhérents RGE : 4
Nombre d'adhérents Qualibat : 4
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 0
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 0

3 questions au responsable réseau GUILLAUME CHRÉTIEN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Homega apporte à ses adhérents 5 avantages majeurs :

1. L'accès à un référencement de fournisseurs partenaires sélectionnés pour la qualité et la diversité de leur offre sur le marché des particuliers.
2. Des conditions d'achat négociées au plus près pour leur permettre d'être à la fois compétitif et rentable.
3. Des campagnes de promotions (3 dans l'année) pour augmenter leur notoriété en local et concrétiser les projets de leur zone de chalandise.
4. Un catalogue biennal pour guider leur clientèle de particuliers.
5. Des réunions thématiques (3 dans l'année) pour favoriser l'échange et le partage d'expérience.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau Homega s'adresse à des indépendants souhaitant développer leurs ventes de menuiseries extérieures (posées et non posées) auprès d'une clientèle de particuliers.

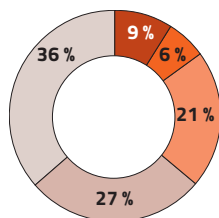
Le réseau est donc fortement tourné vers le particulier et propose donc un ensemble de moyens permettant d'être en phase avec les besoins de ce dernier allant du référencement fournisseur aux méthodes de communication.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Après avoir revu le positionnement stratégique du réseau en 2016, l'année 2017 a été consacrée à retravailler l'offre produits afin qu'elle corresponde aux objectifs du réseau. L'année 2018, sera quant à elle consacrée à l'amélioration des outils de communication afin d'être plus en phase avec les besoins exprimés par notre cible de clientèle principale qu'est le particulier.

Le Scan de Prospérences

- 10%** Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
- 15** Nombre de départements couverts par au moins un magasin
- 53,6** Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

Résultats

CA H.T. global du réseau : 27 millions d'euros
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : entre 600 000 euros et 1 200 000 euros

Contacts

Directeur du réseau : Guillaume Chrétien
Animateur réseau : Emmanuelle Hazebroeck
Adresse : 17 route nationale 39, 62127 Tincques
Tél : 06 24 32 67 97
E-mail : g.chretien@espace-homega.com
Site Internet : www.espace-homega.com
Intranet ou partie réservée : Non



FABRICANTS INSTALLATEURS AGRÉÉS

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1981
Description du réseau : 1^{er} réseau de menuisiers fabricants installateurs, 230 entreprises réparties sur toute la France
Nombre de magasins : 235
Type de contrat : Contrat de concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Vagues de publicité TV relayées par 2 campagnes multicanales
Aide à la publicité locale : Opérations prêtes à l'emploi simples et faciles à décliner en local
Autres aides en exploitation : Coaching permanent des dirigeants via les animateurs réseaux
Aide financière : oui
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Entreprise de menuiseries qui souhaite se différencier par la qualité et l'innovation
Formation dispensée : Vente - Management - Qualité - Technique
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : 4 au 8 octobre 2017 à Amsterdam
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 230
Nombre d'adhérents Qualibat : 230
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 425 millions €
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1,9 millions €

Contacts

Directeur réseaux : Charles Gaël Chaloyard
Animateurs réseaux : 6 animateurs en proximité
Adresse : 270, rue Léon Joulin - BP 63709 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
E-mail : charles-gael.chaloyard@technal.com
Site Internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet dédié
LinkedIn : Technal France
Facebook : Technal France
Twitter : nc
Instagram : Technal France
Intranet ou partie réservée : oui un extranet responsive simple et intuitif



3 questions au responsable réseau CHARLES GAËL CHALOYARD

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau des Aluminiers Agréés Technal bénéficie d'une très grande expérience de plus de 35 ans, il est composé d'entreprises indépendantes, performantes et reconnues localement avec une très large couverture nationale de 230 membres. Porté par l'excellente notoriété de Technal, conjuguée à une culture de l'innovation permanente et un fort engagement qualité, le réseau des Aluminiers Agréés Technal se différencie fortement sur le marché.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Rejoindre le réseau, c'est la garantie de renforcer sa notoriété locale en bénéficiant de l'image de marque Technal. L'adhérent est accompagné à chaque étape de la vie de son entreprise, il est conseillé et « coaché » par les équipes Technal dans des domaines très divers de l'optimisation de l'atelier en passant par le développement commercial, les actions de communication. Il échange très régulièrement avec d'autres membres pour partager les bonnes pratiques.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous lançons de nombreuses innovations que déploierons nos Aluminiers Agréés Technal pour une expérience client augmentée et faire la différence au travers de nos 3 marchés : le résidentiel, le bâtiment et la préfabrication. Notre leitmotiv pour 2018 : capitaliser sur l'esprit novateur de Technal et s'appuyer sur l'implication toujours plus forte des Aluminiers pour consolider notre position de leader.



3 questions à un nouvel adhérent CÉDRIC AHMED, LABASTÈRE 40 À DAX (40)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le réseau bénéficie d'une très forte expérience, avec 35 ans d'existence. Il est composé d'entreprises performantes et reconnues localement. Le réseau est porté par la notoriété de la marque Technal, connue et reconnue dans sa profession.

Le réseau, et la marque Technal, évoluent dans une culture permanente de l'innovation. Adhérer au réseau me permet d'être plus performant que mes confrères et de bénéficier d'une réelle valeur ajoutée. Les nombreux échanges entre les différents adhérents font également la force du réseau.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

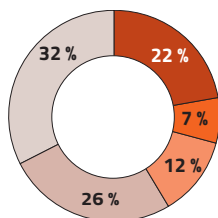
Cela valorise davantage mon entreprise et le fait d'avoir un coach qui m'accompagne et m'aide à prendre les bonnes décisions, plus les échanges entre confrères qui me font gagner du temps, c'est précieux. Être membre du réseau des Aluminiers est un vrai avantage concurrentiel et un investissement plus que rentable.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Un service dédié pour promouvoir et mettre à jour les sites internet que Technal a mis à disposition de chacun des membres. Ces sites sont de vrais outils pour conquérir des clients mais la mise à jour, la promotion de nos réalisations et les news demandent du temps ! Mutualiser nos achats aussi, vu la puissance du réseau et son nombre important d'entreprises nous pourrions avoir un vrai poids sur le marché et bénéficier de conditions très avantageuses.

Le Scan de Prospérences

50% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
82 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
51,7 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

■ > 40 000
 ■ de 30 000 à 40 000
 ■ de 20 000 à 30 000
 ■ de 10 000 à 20 000
 ■ < 10 000

RÉSEAUTER :

[REZOTE] v. itr.

**REJOINDRE LE MEILLEUR
RÉSEAU PROFESSIONNEL
POUR Y DÉVELOPPER
SON BUSINESS DE
FAÇON EXPONENTIELLE.**

CHOISISSEZ LE PREMIER RÉSEAU ALUMINIUM DE FRANCE !

- Exposition d'une marque à la notoriété renforcée
- Outils marketing et publicitaires, adaptés et performants
- Accompagnement sur tout le territoire
- Innovations permanentes et partage d'expériences
- 1^{er} réseau 100 % RGE

#JeDeviensAluminierTechnal



| FENÊTRES | PORTES | VÉRANDAS |



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2008
Description du réseau : Showrooms Technal implantés en zone urbaine pour une expérience client augmentée
Nombre de magasins : 27
Type de contrat : Contrat de concession
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Aide de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Plusieurs vagues de publicité TV relayées par 2 campagnes nationales multicanales
Aide à la publicité locale : Opérations prêtes à l'emploi faciles à décliner en local
Autres aides en exploitation : Coaching permanent des dirigeants via les animateurs réseaux
Aide financière : oui
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Entreprise de menuiseries en fabrication et pose qui souhaite se différencier par la qualité et l'innovation
Formation dispensée : Vente – Management – Qualité – Technique – Dirigeant
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Amsterdam du 4 au 8 octobre 2017
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 2
Nombre d'adhérents RGE : 27
Nombre d'adhérents Qualibat : 27
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 27.5 millions €
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1.4 millions €

Contacts

Directeur réseaux : Charles Gaël Chaloyard
Animateurs réseaux : Philippe Barreteau
Adresse : 270, rue Léon Joulin - BP 63709
 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
E-mail : philippe.barreteau@technal.com
Site Internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet spécifique
LinkedIn : Technal France
Facebook : Technal France
Twitter : nc
Instagram : Technal France
Intranet ou partie réservée : oui un extranet responsive simple et intuitif



3 questions au responsable réseau PHILIPPE BARRETEAU

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Ouvrir un magasin Maisons de Lumière Technal, c'est augmenter significativement son chiffre d'affaires grâce à des lieux de vente spécialement conçus pour répondre aux attentes et exigences des consommateurs en se basant sur une expérience client unique.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les Maisons de Lumière sont des magasins implantés en milieu urbain, des Concept Stores clé en main positionnés pour séduire le consommateur grâce à un design unique certifié par la mention Eco design. Ces showrooms dédiés à l'habitat ont pour but d'entraîner le visiteur dans l'univers Technal et ainsi offrir une expérience consommateur exceptionnelle.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La déclinaison de la campagne télévisée dans le cadre d'une opération de communication personnalisable, pour assurer le relais en local de cette action de grande ampleur sur tous les canaux média et hors média. Le principal objectif est de poursuivre notre maillage national, nous prévoyons à l'horizon 2018 l'ouverture de 4 nouveaux Maisons de Lumière. Nous allons renforcer l'expérience client au sein de nos showrooms et lançons un grand plan de formation pour l'ensemble des salariés des Maisons de Lumière sur la satisfaction client et la performance commerciale.



3 questions à un nouvel adhérent FERNANDO DA COSTA, CLOSE2HOME À ORSAY (91)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Technal est un nom mondialement connu, une marque avec une notoriété très forte chez les architectes et les particuliers. La qualité de travail et la recherche de la satisfaction du client final par les Aluminiers Agréés Technal ont été prépondérantes pour mon adhésion au réseau.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau m'apporte énormément, tant au niveau du nombre de contacts qualifiés, qu'au niveau de la qualité des supports de communication et de l'accompagnement des conseillers Aluminiers.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

La satisfaction de notre client final étant notre priorité, il faudrait une base de données de l'ensemble des pièces détachées Technal disponibles pour effectuer les SAV rapidement et dans de bonnes conditions.





SHOW-ROOMER :

[sòwròmè] v. tr.

**SUBLIMER SON ESPACE
DE VENTE PROFESSIONNEL
EN CONCEPT STORE
À FORT POTENTIEL.**



REJOIGNEZ LE RÉSEAU DES MAISONS DE LUMIÈRE TECHNAL.

- Présentation de la gamme
- Expérience client immersive
- Accompagnement personnalisé et coaching
- Concept primé par un **Janus du Commerce** décerné par l'Institut Français du Design, preuve d'une démarche commerciale efficace et innovante.

#JeDeviensMaisonDeLumiereTechnal



VENTE AUX PROFESSIONNELS

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2015
Description du réseau : Réseau d'entreprises de fabrication de menuiseries assurant les standards de qualité Technal
Nombre de magasins : 19
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Plusieurs vagues de publicité TV relayées par 2 campagnes nationales multicanales
Aide à la publicité locale : Opérations prêtes à l'emploi simples et faciles à décliner en local
Autres aides en exploitation : Coach pour amélioration de la productivité et déploiement commercial
Aide financière : oui
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Exigence, Audace, Qualité, Innovation, Performance commerciale
Formation dispensée : Vente – Management – Qualité – Technique
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Amsterdam 4 au 8 oct 2017
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 76 millions €
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 2.8 millions €

Contacts

Directeur réseaux : Charles Gaël Chaloyard
Animateurs réseaux : Yves Malefant
Adresse : 270. rue Léon Joulin - BP 63709
 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
E-mail : Yves.Malefant@technal.com
Site Internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet spécifique
LinkedIn : Technal France
Facebook : Technal France
Twitter : nc
Instagram : Technal France
Intranet ou partie réservée : oui un extranet responsive simple et intuitif



3 questions au responsable réseau YVES MALEFANT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau des Fabricants Technal propose des menuiseries prêtes à la pose, répondant aux exigences les plus élevées, à des prix compétitifs. Fabriquées sur mesure, toutes les menuiseries Technal allient performance, durabilité et design. Si des menuisiers partagent ces valeurs et veulent bénéficier de l'accompagnement et de l'image de la marque Technal, alors ils sont les bienvenus

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau des Fabricants permet à ses membres de bénéficier de la notoriété de Technal, d'un accompagnement fort de la marque à tous les niveaux et d'opérations de fidélisation des clients. Il permet de nombreux échanges entre les membres et avec la marque.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Pour 2017, nous avons organisé des opérations commerciales et de communication sur-mesure pour chacun des membres de notre réseau pour déployer en local le savoir et la qualité Technal

Pour 2018 notre principal objectif va être de procéder au maillage du territoire afin d'assurer au niveau national, en proximité, un standard de qualité de fabrication des produits Technal.



3 questions à un nouvel adhérent TCHAVDAR SMILOV, FabAluTec À GONESSE (95)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

- La notoriété de Technal, en termes d'image, de qualité, de communication.
- La force d'un réseau, l'effet de groupe, la mutualisation des moyens.
- Les échanges entre collègues sur le même marché, les supports, le marketing et la com en appui.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

- Le support, le conseil, les échanges via le responsable du réseau Fabricant Technal.
- L'apport de clients, de contacts.
- L'appui pour le relationnel, l'aide pour la réalisation d'opérations commerciales et de communication et enfin le fait d'être présent à EquipBaie avec un stand dédié pour nous les Fabricants Technal.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Un besoin toujours grandissant d'échanger entre confrères pour partager les bonnes pratiques. Dans la construction de ce nouveau réseau, les entreprises ont apporté leur participation active qui différenciera la marque Technal sur le marché. Comme toujours, il s'agit d'échanges, de réflexion, pour être plus performants ensemble. Pouvoir faire davantage d'opérations commerciales et de communication pour dynamiser notre fichier clients.



L'équipe FabAluTec à Gonesse (95)

RÉSEAU DES FABRICANTS TECHNAL

VOUS POSEZ,



NOUS FABRIQUONS.



Exclusivement réservé aux poseurs installateurs professionnels, le réseau des fabricants Technal® vous propose des **menuiseries sur mesure prêtes à poser**, répondant aux exigences les plus élevées, à des prix compétitifs. Services, conseils, assistance et formation, **partout en France, appuyez-vous sur les professionnels de l'aluminium Technal pour vos menuiseries alu.**



| FENÊTRES | PORTES | VÉRANDAS |



FABRIQUÉ
PRÈS DE
CHEZ VOUS

FABRICANT®



TECHNAL®

VENTE AUX PROFESSIONNELS



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : réseau d'artisans fabricants, spécialistes de la véranda et de la menuiserie alu dans le neuf et la rénovation
Nombre de magasins : 28
Type de contrat : contrat de distribution
Durée du contrat : 3 ans minimum avec tacite reconduction
Droit d'entrée : pas de droit d'entrée, pack identification du point de vente 7 500 € H.T.
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : 300 € H.T. mensuel
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : incluse
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui : 2 opérations commerciales par an (spot radio, 4x3, PQR, panneaux digitaux, TV)
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : aide showroom (produits et supports)
Aide financière : oui pourcentage de rétrocession sur volume achat
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : être artisan-fabricant sur le marché de l'habitat, neuf ou /et rénovation, de plus de 3 ans d'ancienneté
Formation dispensée : commerciaux poseurs et le développement par le management
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Octobre 2017 à Lyon
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 42 M€ (2016)
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : selon point de vente, en moyenne 1,3 M€

Contacts

Dirigeant : Christian Cauty
Animateur réseau : Olivier Cros
Adresse : Chemin du Bois Rond
 69720 Saint Bonnet de Mure
Tél : 04.72.48.31.73
E-mail : cote-baies@cote-baies.fr
Site Internet : www.cotebaies.fr
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau OLIVIER CROS

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le rapport coût efficacité de notre pack de communication qui permet à un artisan fabricant, qui souhaite pérenniser son activité et la développer, d'accéder à un ensemble d'outils et de conseils pragmatiques à moindre coût ! Et au travers des échanges entre adhérents permettant de sortir de son isolement et quitter sa zone de doute pour rentrer dans une phase d'action et de dynamique commerciale.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

De par sa taille et sa philosophie, Coté Baies n'a pas vocation à être un réseau de distribution mais simplement un réseau d'entreprises spécialisées dans la fabrication et la pose, référent dans le conseil et la qualité de réalisation.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La sortie de notre 10^e magazine Coté Baies avec encore plus de réalisations, véritables défis techniques et esthétiques mis en œuvre par nos adhérents dans toute la France. En 2018, nous multiplions encore davantage notre communication digitale et mettons en ligne des films de témoignages clients pour faire connaître notre savoir-faire et faire de nos adhérents la référence à la fois sur le marché de la rénovation, de l'extension d'habitation et de la maison d'architecte.



3 questions à un nouvel adhérent YANNICK POTAIRE, ECO STYLE FERMETURE À ARRAS (62)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Être à la hauteur de nos ambitions avec notre structure destinée au particulier. Nous souhaitons que Côté Baies nous accompagne vers le sommet de la réussite.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

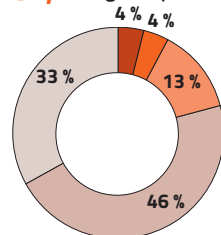
La fraîcheur et l'enthousiasme des collaborateurs du réseau, ainsi que l'ensemble des moyens de communication qui sont en cohérence avec notre savoir-faire, tant dans le domaine de la conception que dans l'accompagnement de notre clientèle.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Le réseau nous a accompagnés dans la création de notre showroom qui aujourd'hui est l'outil essentiel pour l'accueil de nos clients. L'intelligence de sa conception met en confiance nos clients et valorise notre savoir-faire grâce à la mise en valeur de nos produits.

Le Scan de Prospérences

5,7 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
24 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
52,2 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)



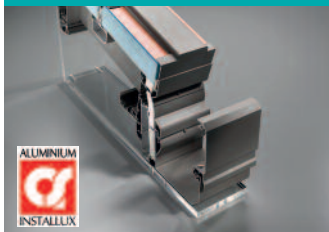
VOUS N'AVEZ PAS ENCORE TROUVÉ UN RÉSEAU À VOTRE POINTURE ?

Vous êtes artisan fabricant spécialiste de l'aluminium

DES
SOLUTIONS
ALUMINIUM
**HAUT DE
GAMME**



**UNE IMAGE
CONSEIL POUR
VOTRE POINT
DE VENTE**



**UNE ÉQUIPE
DÉDIÉE
À VOTRE
ÉCOUTE**



DES OUTILS
DE COM'
**POUR CRÉER
DU TRAFIC**

DÉCOUVREZ "CÔTÉ BAIES"[®]
LE RÉSEAU À LA MESURE
DE VOTRE TALENT !

VÉRANDA • FENÊTRES • PORTE • STORE
PERGOLA • PORTAIL

Vous êtes artisan fabricant spécialiste de la véranda et/ou de la menuiserie aluminium, vous souhaitez développer votre activité en vous appuyant sur un partenaire à forte valeur ajoutée. Rencontrons-nous...

www.cotebaies.fr
cote-baies@cote-baies.fr
Tél. 04 72 48 31 73



CÔTÉ BAIES[®]
ARTISAN DE VOTRE HABITAT





Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : Réseau libre et indépendant spécialisé dans la rénovation de l'habitat : ouverture/fermeture, équipement extérieur, aménagement intérieur
Nombre de magasins : 70 pour 60 adhérents
Type de contrat : adhésion avec prise de participation dans la SAS
Durée du contrat : 1 an reconductible
Droit d'entrée : nous consulter
Investissement global : nous consulter
Redevance d'exploitation : nous consulter
Redevance publicitaire : nous consulter
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Financement par la SAS : campagnes TV et presse spécialisée
Aide à la publicité locale : Mise à disposition des outils pour la communication locale
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : non
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Un professionnel de la rénovation, exploitant un magasin avec des poseurs salariés
Formation dispensée : École de vente
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui, 1 réunion nationale en janvier et l'Assemblée générale annuelle (mai ou juin)
Date et lieu de la prochaine convention : Le Salon des Partenaires, du 24 au 26 janvier au Futuroscope de Poitiers
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 7 nouveaux adhérents au 1^{er} octobre 2017
Nombre d'adhérents RGE : tous
Nombre d'adhérents Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 58 M€
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : progression variable en fonction de la structure (moyenne non représentative)

Contacts

Directeur et animateur réseau : Mikaël Bouyer
Adresse : 44 allée des 5 Continents 44120 Vertou
Tél : 06 14 12 41 85
E-mail : mikael.bouyer@lexpertfenetre.fr
Site Internet : www.lexpertfenetre.fr
LinkedIn : L'Expert Fenêtre
Intranet ou partie réservée : oui



Thermo Plus Confort à Soyaux (16)



3 questions au responsable réseau MIKAËL BOUYER

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre indépendance. Nous ne sommes pas un réseau d'industriels.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

L'implication des adhérents et le « cercle vertueux » que nous avons su créer.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

2017 : la conception d'outils pour exploiter de nouvelles « poches de croissance ».
 2018 : des investissements lourds dans des outils d'aide à la vente « nouvelle génération ».



3 questions à un nouvel adhérent JEAN-PIERRE ARGENTE, AJP STORES À SÈTE (34)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

L'indépendance de L'Expert Fenêtre qui m'a permis de conserver mon identité.

Le côté participatif du réseau, les échanges et le partage des expériences.

Le vaste choix de produits.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Des outils de communication efficaces que je n'avais ni les moyens ni le temps de mettre en place moi-même (outils d'aide à la vente, site internet, publicité à la télévision).
 L'accès à de nouveaux métiers et produits.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

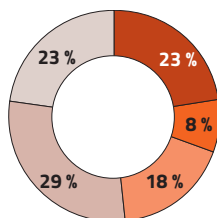
Un multi-configurateur sur-mesure intégrant l'ensemble de l'offre produits de L'Expert Fenêtre.
 Une aide en matière d'accueil de nouveaux salariés (commercial ou assistante) : quel type de contrat et quelle rémunération proposer, quels outils mettre en place pour la meilleure intégration possible.

Le Scan de Prospérences

21,7 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
49 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
47,6 Âge moyen des adhérents



PROSPÉRENCES®
Prenez 1 avantage !



Stratégie d'implantation

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

3 questions au responsable réseau GRÉGORY GEINDRE



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Premium, tout comme Came, s'est diversifié, et multiplie les perspectives de développement de business pour ses membres avec bien sûr l'automatisme de portail qui reste notre cœur de métier, mais avec également les motorisations de stores et de volets, l'interphonie, la domotique et la sécurité, la gestion des accès piétons et routiers.

Tout en accompagnant ses membres d'un point de vue :

- technique avec des formations sur les nouveautés et les normes, et un SAV prioritaire,
- commercial avec des promotions exclusives et des produits dédiés aux membres du réseau ;
- et marketing avec un suivi sur les communications locales et les enjeux d'une visibilité accrue sur Internet

Tout ceci permet d'assurer aux membres du Réseau Premium un accompagnement à 360°.

Et bien sûr la convivialité et la proximité avec nos membres, qui sont le ciment d'un réseau durable.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Avec internet, la demande de réactivité de l'artisan est de plus en plus forte. En effet, avec l'ère du tout numérique et de l'information instantanée, le client souhaite avoir en moins de 24 heures une réponse précise de l'installateur.

Depuis un peu plus d'un an, chaque membre bénéficie de sa propre page dédiée sur le site internet de Came, lui offrant ainsi une visibilité optimisée d'un point de vue national avec la force du réseau Came, et surtout d'une visibilité locale en répondant aux besoins des clients proches de chez lui.

Les résultats sont très encourageants, le nombre de contacts a augmenté de 35 % en 1 an en atteignant la barre symbolique de 10 000.

Pour conclure, le Réseau Premium Came permet de bénéficier d'une force de frappe nationale, tout en traitant ses membres de manière individuelle et locale pour développer dans les meilleures conditions son business.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Le réseau Premium poursuit le travail commencé il y a 2 ans maintenant, et va continuer d'accompagner ses membres sur le développement des nouvelles gammes avec une offre commerciale, marketing, technique et de service percutante.

De plus, la communication auprès de l'utilisateur final sur le Web et les réseaux sociaux sera accentuée, notamment pour maximiser la visibilité de ses membres au niveau local. Et ceci afin d'être toujours en adéquation permanente avec les changements sociétaux.

3 questions à un nouvel adhérent JEAN-MICHEL PINEL, FERMETURES PHILIPPE À KERVIGNAC (56)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Ayant longtemps travaillé avec une marque concurrente, en 2009, j'ai décidé d'adhérer au réseau des Installateurs Agréés Came car c'était le seul, et le premier, réseau structuré en automatismes, c'est-à-dire qu'il permettait une véritable mutualisation entre installateurs, d'un point de vue technique, commercial et marketing. Cette mutualisation passe par des réunions régulières lors de séminaires dans ma région et lors de voyage où je peux rencontrer les installateurs de toute la France. Le partage d'expérience avec des entreprises ayant les mêmes contraintes que moi est un vrai plus.

Un élément non négligeable, est notre suivi au quotidien par notre commercial, qui est un véritable technico-commercial, qui m'a permis d'avoir un suivi technique poussé et bénéficier de réactivité.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau Premium Came, c'est surtout le développement de mon activité, cela m'a permis d'accroître ma notoriété est d'acquérir des prospects, des clients. Ceci s'est accentué au fil des années avec l'élargissement de la gamme, en proposant des produits additionnels à mon cœur d'activité.

Le réseau Premium, c'est également des relations professionnelles avec les autres installateurs, certains d'entre eux sont même devenus des amis depuis.

Le réseau Came m'a également permis d'acquérir une meilleure expertise technique.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Pour faire face à une concurrence de plus en plus féroce et rude, qui n'est plus simplement locale mais internationale aujourd'hui, nous souhaiterions être mieux accompagnés sur ces nouveaux défis, avec par exemple un meilleur suivi des prix, un meilleur suivi technique avec des éléments comme le SAV. Ces éléments sont vitaux pour nous afin d'être différenciés et valorisés, à plusieurs niveaux : en interne chez Came, vis-à-vis des autres installateurs et vis-à-vis de l'utilisateur final.

PREMIUM
installateur agréé



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2002

Description du réseau : Réseau de professionnels en automatisme, interphonie, domotique et sécurité, gestion des accès

Nombre de magasins : 200

Type de contrat : Contrat de partenariat

Durée du contrat : 1 an

Droit d'entrée : 1 000 € HT

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : nc

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide pour l'étude de marché : Oui

Aide à la recherche d'un local : Non

Aide pour le dossier de financement : Non

Aide à la conception du magasin : Oui

Organisation de la publicité nationale : Maximiser la visibilité des membres du réseau sur Internet

Aide à la publicité locale : Oui, sur les supports au choix du membre

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : 650 € HT par an

Aide à la formation : Oui

Aide à la cession ou transmission : Non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Ambassadeur de Came auprès de l'utilisateur final en communiquant et posant dans les règles de l'art

Formation dispensée : Technique et commerciale

Obligation de certaines normes architecturales : Non

Organisation de conventions : Régionales et Nationales, 1 fois par an

Date et lieu de la prochaine convention : mars 2018, Lisbonne (Portugal)

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5

Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 8 M€

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : nc

Contacts

Dirigeant : Frederic Krantz (président)

Directeur du réseau : Grégory Geindre (directeur commercial)

Animateur réseau : Céline Abdel-Sayed

Adresse : 3 allée du 7^e Art – ZAC des Bois Rochefort – 95240 Cormeilles en Parisis

Tél : 01 30 10 24 71

E-mail : cabdelsayed@came.com

Site Internet : www.came.com/fr

LinkedIn : came-france

Facebook : camefrance/

Twitter : Non

Instagram : Non

Intranet ou partie réservée : Oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : Le réseau est dédié aux clients Schüco fabricants et installateurs de fenêtres et vérandas travaillant avec les particuliers.
Nombre d'adhérents : 42
Nombre de points de vente : 47
Type de contrat : contrat de concession d'enseignement
Durée du contrat : 1 an
Droit d'entrée : 2 650 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : selon zone / à partir de 270 €
Redevance publicitaire : comprise
Remise de manuels de savoir-faire : Charte des Partenaires Référence
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du point de vente : Étude sur plans pour l'aménagement
Organisation de la publicité nationale : Campagne média annuelle
Aide à la publicité locale : Kit de communication renouvelé chaque année
Autres aides en exploitation : Implantation showroom
Aide financière : oui
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : le candidat est une société de fabrication et de pose souhaitant représenter une marque reconnue pour l'excellence de ses produits.
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Organisation de réunions régionales : oui
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 14
Nombre d'adhérents RGE : tous
Nombre d'adhérents Qualibat : tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Jacques Llados
Directeur du réseau : Vincent Simorre
Adresse : 4/6, Rte de St-Hubert – BP3
78612 Le Perray en Yvelines
Tél : 01 34 84 22 00
E-mail : vsimorre@schueco.com
Site Internet : www.schuco.fr
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau VINCENT SIMORRE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Rejoindre le réseau, c'est partager notre projet de développement ambitieux auprès des particuliers. Après avoir reconstruit les fondamentaux du réseau en début d'année, nous sommes entrés dans la phase de conquête du client final. À titre d'exemple, nous avons lancé une campagne publicitaire valorisant l'art de vivre dans la maison en collaboration avec les Partenaires Référence. Au travers de ce spot, Schüco porte la vision d'un « haut de gamme moderne » jouant tant sur l'élégance que sur un sur-mesure accessible : un positionnement « lifestyle » à destination du grand public.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Notre principale différenciation vient de l'accompagnement sur-mesure que nous proposons à nos Partenaires à tous les niveaux de leur entreprise. Nous les écoutons et nous mettons en place les actions répondant à leur besoin. Ce qu'ils apprécient le plus, c'est d'être de vrais acteurs capables de décider des grandes orientations du réseau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

2017 a été l'année de la construction d'un réseau fort et engagé avec pour objectif de rendre nos partenaires plus productifs et plus compétitifs. Pour cela, nous avons travaillé avec nos Partenaires Référence à la définition de chaque action menée. Le projet le plus marquant est la campagne publicitaire TV passée en septembre et octobre car ils ont été impliqués dès la conception et ont même choisi le story-board !

En 2018, nous voulons continuer à étendre notre réseau pour atteindre le plus rapidement possible notre objectif de 100 Partenaires Référence sur la France.



3 questions à un nouvel adhérent NICOLAS TACON, 4M À SAINT-MARTIN-DES-CHAMPS (29)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

4M est une société historiquement très impliquée sur le marché des professionnels. Au regard du développement du marché du résidentiel, nous avons décidé de mettre en place une stratégie de développement vers le particulier. Pour pouvoir nous structurer rapidement, nous avons décidé de rejoindre le réseau Partenaire Référence Schüco et de créer une équipe dédiée. Rejoindre le réseau Partenaires Référence nous a permis de gagner vite en expérience grâce aux échanges réguliers que nous avons avec les autres membres.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Tout d'abord, adhérer au réseau nous a permis de fédérer les équipes autour d'un projet commun et de mobiliser l'entreprise pour respecter la date de lancement de notre nouvelle activité résidentielle fixée au 15 septembre.

Le réseau Partenaires Référence nous a apporté tous les outils de merchandising pour relayer largement la campagne TV Schüco et l'opération « le mois de la fenêtre » que nous avons préparées avec les autres membres lors du congrès annuel à Lisbonne.

Par exemple, nous avons pu bénéficier du concept exclusif « la Maison Schüco » pour notre espace d'exposition qui apporte une vraie valeur ajoutée lors de la présentation des produits aux particuliers.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

En tant que nouvel adhérent, nous n'avons pas encore eu l'occasion d'explorer l'ensemble de l'offre de services du réseau Partenaire Référence Schüco. Nous aurons donc l'occasion de réaliser un premier état des lieux dans les prochains mois.



V&P - 10/17

Partenaires Référence Schüco : le réseau au service de votre réussite !

Vous êtes fabricant et installateur de menuiseries aluminium et vérandas et vous vous adressez aux particuliers ? En rejoignant le réseau national des Partenaires Référence Schüco, vous bénéficiez de solides garanties pour votre réussite professionnelle :

- Une image de marque valorisante : Schüco, leader européen des menuiseries Aluminium et PVC
- Un accompagnement dédié et permanent pour améliorer votre productivité et compétitivité : formations techniques et commerciales, offres commerciales attractives...
- Un vrai soutien en communication : au niveau national et local, outils de publicité sur lieu de vente, aménagement de votre espace d'exposition...
- Des contacts exclusifs : vous bénéficiez des demandes qualifiées de particuliers de votre secteur que Schüco reçoit quotidiennement.
- Un réseau solidaire, favorisant les échanges et le partage d'expérience entre partenaires : réunions régionales, congrès annuel...

Devenir membre du Réseau, c'est pour vous l'assurance de profiter d'un vrai partenariat collaboratif au service de votre succès auprès des particuliers.

www.schuco.fr

Si vous êtes intéressés contactez :
Vincent Simorre - vsimorre@schueco.com

SCHÜCO

Fiche d'identité

Date de création du réseau : Juillet 2017
Description du réseau : Réseau de fabricants proposant poseurs – installateurs des menuiseries aluminium prêtes à poser

Nombre de magasins : 8

Type de contrat : Contrat de partenariat

Durée du contrat : 2 ans

Droit d'entrée : 2 000 euros

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : 3 000 euros

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : nc

Aide pour l'étude de marché : nc

Aide à la recherche d'un local : nc

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du magasin : nc

Organisation de la publicité nationale : nc

Aide à la publicité locale : nc

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : nc

Aide à la formation : oui

Aide à la cession ou transmission : nc

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entreprise fabricante de menuiseries prêtes à la pose

Formation dispensée : formation technique

Obligation de certaines normes architecturales : nc

Organisation de conventions : nc

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 8

Nombre d'adhérents RGE : nc

Nombre d'adhérents Qualibat : nc

Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc

Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Nombre d'adhérents label fenêtres alu : 3

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Philippe Lisse

Directeur du réseau : Jean Camet

Adresse : nc

Tél : 06 10 82 58 68

E-mail : jean.camet@sapagroup.com

Site Internet : www.sapabuildingsystem.fr

LinkedIn : Sapa



3 questions au responsable réseau JEAN CAMET

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Réseau en phase de démarrage, tourné vers le professionnel à qui Sapa va apporter des affaires (artisans ou entreprises générales)

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Un des seuls réseaux multi-produits tourné vers les professionnels.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Création en 2017, doublement des adhérents en 2018.



2 questions à un nouvel adhérent ALBAN NEVEU, ENTREPRISE TELLIER À CHEMILLÉ (49)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La création d'un réseau de fabricants est un projet à la fois novateur et indispensable. Répondre présent dès le début de l'aventure nous a paru évident, mais surtout nécessaire. C'est ainsi qu'on construit les fondations de ce qui deviendra un atout majeur pour nos entreprises. Car ce nouveau réseau va nous permettre de construire de nouvelles façons de travailler en synergie avec Sapa et avec les autres fabricants. Les intérêts sont nombreux : renforcer nos partenariats, unir nos forces, accélérer le développement commercial, améliorer notre visibilité... Et puis c'est toujours intéressant de rencontrer des gens qui font le même métier que nous. On se rend compte qu'on partage les mêmes problématiques. Et on a toujours plus de solutions à plusieurs têtes ! Ce réseau nous permettra d'établir une veille commune, d'échanger sur des problèmes techniques et d'inventer puis partager les solutions.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Les actions de communication de Sapa ainsi que la promotion du réseau dans la presse et sur internet permettront de générer des contacts et d'accroître notre business.

Le Forum qui est en train de se mettre en place nous permettra d'échanger sur les bonnes pratiques du métier entre adhérents, tant au niveau technique et innovation que commercial et réglementaire.

SOLUTIONS PRO **sapa:**

MENUISERIES ALUMINIUM PRÊTES À POSER



CONCEPTION
FABRICATION
FRANÇAISE

Réseau professionnel de fabricants de menuiseries aluminium prêtes à poser

■ Proximité et expertise

Des professionnels régionaux sur l'ensemble du territoire français.

■ Une offre sur-mesure

Pour le chantier ou le résidentiel, la gamme de produits la plus large du marché.

■ Performances

Des menuiseries à la pointe en matière de sécurité, de design, d'isolation thermique et acoustique.

■ Une démarche labellisée

Mise en place d'un label "Fenêtre Alu" ou Label NF reconnu par la profession.

“ Les poseurs ont enfin
leur réseau de fabricants !



Pour en savoir plus, visitez www.sapabuildingsystem.fr

sapa:



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2006

Description du réseau : réseau de distributeurs exclusifs spécialisés dans les fermetures de l'habitat

Nombre de magasins : 37

Type de contrat : concession

Durée du contrat : 2 ans reconductibles

Droit d'entrée : aucun

Investissement global : variable en fonction des besoins

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : 100 €/mois avec abondement du fabricant

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide pour l'étude de marché : sur demande

Aide à la recherche d'un local : oui

Aide pour le dossier de financement : sur demande

Aide à la conception du magasin : oui

Organisation de la publicité nationale : référencement Web, partenariat Pages jaunes et Google

Aide à la publicité locale : 5 à 6 mois de périodes promotionnelles (dépliants repiqués, affiches)

Autres aides en exploitation : matériels de démonstration, pack marketing, logiciels, ...

Aide financière : non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : vente et pose de fermetures / poseurs intégrés

Formation dispensée : commerciale et pose

Obligation de certaines normes architecturales : non

Organisation de conventions : oui

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau :

supérieur à 25M€

CA H.T. moyen d'une implantation après

2 ans d'activité : supérieur à 650 K€

Contacts

Présidents : Philippe Demaegdt et Franck Dubus

Animateur réseau : Olivier Demaegdt

Adresse : ZA du Moulin à Vent
27210 Bouleville

Tél : 02.32.20.24.70

E-mail : olivierdemaegdt@calibaie.com

Site Internet : www.calibaie.com

Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau OLIVIER DEMAEGDT

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2017 pour Calibaie ?

L'arrivée de nouveaux adhérents est toujours une source de dynamisme et d'optimisme. Il est toujours agréable de voir les projets d'agencement et les programmations d'inauguration qui aboutissent avec succès.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2018 ?

L'objectif réseau est toujours de s'entendre progressivement pour couvrir uniformément le territoire.

Avez-vous constaté des attentes nouvelles de la part de vos adhérents, nouveaux comme anciens. Si oui lesquelles ?

Nous travaillons ensemble sur de nouveaux produits, innovations et axes de développement. Notre démarche est simple : toujours faire la différence par la différence.

3 questions à un nouvel adhérent HERVÉ LE MAREC, SOCIÉTÉ ARC EN STYLE À NEVERS (58)

Quelles sont concrètement vos attentes vis-à-vis de Calibaie ?

Nous souhaitons utiliser des outils de communication et d'aide à la vente qualifiés et opérationnels. Le simple fait d'adhérer au réseau, nous a permis d'en disposer et de valoriser nos produits mais aussi nos prestations.

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre Calibaie ?

L'écoute, la simplicité de fonctionnement et l'accompagnement. Pas de droit d'entrée, abondement de mon budget communication, marketing soigné,... c'est autant de raisons évidentes qui nous ont confortés dans notre choix.

Adhérer à Calibaie a-t-il d'ores et déjà contribué à faire progresser vos ventes ?

Les 5 mois minimum d'opérations commerciales nous ont effectivement généré des ventes en observant des pics flagrants. Le configurateur de porte, les supports vidéo nous ont aussi permis de verrouiller des dossiers plus facilement.



Calibaie, un réseau de distributeurs exclusifs spécialisés dans les fermetures de l'habitat



Calibaie

Créateur de lumière



- Fenêtres PVC & ALUMINIUM
- Portes d'entrée
- Volets roulants & battants
- Portes de garage
- Portails & Clôtures
- Stores
- Vérandas

ENSEMBLE, réalisons vos projets

UNE GAMME DE PRODUIT

- INNOVANTE
- DE QUALITÉ
- SURÉQUIPÉE
- GARANTIE

UN MARKETING

- CIBLÉ
- OPÉRATIONNEL
- PERMANENT
- CONNECTÉ

La force d'un réseau. l'indépendance en plus !

SCANNEZ



POUR NOUS
REJOINDRE



CONVENTION 2017



Retrouvez-nous sur www.calibaie.com





Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2009
Description du réseau : Première franchise en France spécialisée dans la réparation et la modernisation de volets roulants et de stores toutes marques.
Nombre de magasins : 160 franchisés + 3 unités en propre
Type de contrat : franchise
Durée du contrat : 6 ans
Droit d'entrée : 20 000 € HT
Investissement global : 45 000 € HT
Redevance d'exploitation : 4 % du CA mensuel (minima de 300 € HT)
Redevance publicitaire : 300 € / mois
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : cette franchise ne nécessite pas de local (seulement un camion)
Aide pour le dossier de financement : oui (mise en relation avec des partenaires financiers et experts-comptables, aide à l'obtention de prêts à taux zéro...)
Aide à la conception du magasin : pas de magasin, uniquement un véhicule d'intervention.
Organisation de la publicité nationale : parrainage de La Maison France 5, campagne TV sur des chaînes à forte audience
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : administrative (montage du dossier, immatriculation, statuts société...), hotline technique, assistance commerciale pour l'aide à la réalisation des gros chantiers et à la négociation des propositions commerciales,
Aide financière : Oui
Aide à la formation : trois sessions de formation continue annuelles.
Aide à la cession ou transmission : Oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : affinité pour les travaux manuels et aptitudes commerciales
Formation dispensée : 3 semaines de formation pratique + 3 semaines de formation théorique
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : 1 convention annuelle + 2 sessions de réunions régionales
Date et lieu de la prochaine convention : Sept 2017 à Opio en Provence
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 35
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 20,2 millions d'euros en 2016 (+ 44% en un an)
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 140 000 € par unité en national

Contacts

Dirigeants : Guillaume Varobieff, Roger Varobieff, Yoann Guichard
Directeur du réseau : Guillaume Varobieff
Adresse : Parc Marcel Dassault 325 rue Henri Farman 34430 Saint Jean de Védas
Tél : 04 67 07 30 00
E-mail : guillaume.varobieff@reparstores.com
Site Internet : reparstores.com
LinkedIn : non
Facebook : ReparstoresOfficiel
Twitter : @Reparstores
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au directeur du réseau GUILLAUME VAROBIEFF

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous donnons accès à la reconversion professionnelle grâce à la création d'une structure légère à forte rentabilité : un apport de 5 000 € suffit à lever les 45 000 € d'investissement pour atteindre une rémunération moyenne en 3^e année de 3 500 € net.

De plus, nous pensons évidemment que la rentabilité d'une entreprise est importante, et c'est le cas chez Repar'stores, mais que cette rentabilité n'est rien sans l'humain et l'épanouissement de nos franchisés.

Ainsi, nous avons des valeurs, les 3E :

L'éthique : rendre accessible à chacun la création et la passion d'entreprendre.

L'équité : être une franchise participative dans laquelle les franchisés sont acteurs de notre développement.

L'esthétique : permettre aux futurs franchisés de se reconverter et de s'épanouir dans leur nouveau métier. Repar'stores est notre plus belle réussite en tant que franchiseur.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Fondée en 2009, Repar'stores est la première entreprise nationale de réparation et de modernisation de volets roulants et de stores toutes marques.

Nous avons créé un nouveau métier en nous positionnant sur un secteur délaissé par les 10 000 installateurs en France qui ne s'intéressent pas aux SAV des produits qu'ils ont installés.

Nos franchisés interviennent sur un marché de niche estimé à + de 600 millions d'euros annuels pour un parc de volets roulants dépassant les 63 millions d'unités.

Avec 20,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016, une croissance de +44% et un objectif 2017 de 27 millions d'euros, Repar'stores s'affiche comme un réseau fort ayant dépassé le cap des 170 agences.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017 :

- Nous continuons notre campagne TV avec 6 mois de présence sur TF1, BFM TV, France Télévision pendant le tour de France ainsi que le parrainage de la Maison France 5.

- Nous avons développé la version 2 de notre logiciel IRIS sur tablette tactile permettant à tous nos franchisés de deviser le sur-mesure directement chez les clients.

- Nous avons intégré l'activité store intérieur afin de compléter notre offre.

Pour 2018, la RSE. Repar'stores est écologique de par l'essence de son concept : réparer au lieu de changer. Ainsi, en 2016, nous avons réduit la production de près de 500 tonnes de déchets industriels. En 2020, nous aurons passé le cap des 1 000 tonnes. Nous voulons aller encore plus loin en recyclant nos déchets.

- Enfin, nous passerons le cap des 200 agences en 2019 !



3 questions à un nouvel adhérent RENAUD SERRE-COMBE, À L'ISLE ADAM (95)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

J'ai rejoint le réseau Repar'stores pour ses valeurs, car il y règne une qualité humaine et professionnelle que l'on ne trouve que rarement de nos jours, ainsi que pour son activité de niche : la réparation et la modernisation des volets roulants et de stores toutes marques.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau m'a apporté une sérénité dans la création de ma société et son développement car nous sommes accompagnés et soutenus durant notre activité. Nous sommes très réactifs, ce qui fait aujourd'hui notre force. Je suis conscient que ma réussite professionnelle est due à mon professionnalisme mais aussi à tous les services mis en place par Repar'stores.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

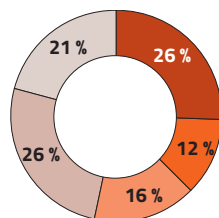
Aujourd'hui j'ai 7 mois d'activité. J'ai constaté en période de grand rush qu'il est difficile de répondre aux appels avec un planning bien rempli. Je pense donc à un centre d'appel regroupant les appels des clients et planifiant les interventions. Cela nécessitera un grand professionnalisme (connaissance des secteurs, du domaine d'activité « technique » afin de permettre une planification cohérente avec des délais d'intervention adéquats). À ce jour, je sais que notre franchise teste ce projet.

Le Scan de Prospérences

33,8 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

65 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

44,4 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

> 40 000

de 30 000 à 40 000

de 20 000 à 30 000

de 10 000 à 20 000

< 10 000



3 questions au responsable réseau ROBERTO GROSSO

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Serge Ferrari Premium Partner, c'est l'assurance d'appartenir à un réseau d'entreprises spécialisé dans le secteur de la protection solaire sur un marché qui manque de lisibilité auprès du consommateur final.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous constatons une forte évolution de la consommation vers des produits de plus en plus techniques lorsque nous parlons de protection solaire. Le niveau de connaissance augmente et nous devons proposer une réponse de spécialiste.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous parlerons de l'année 2016 qui a vu naître un nouveau réseau, Serge Ferrari Premium Partner avec 230 sociétés à fin septembre 2017 ! Nous remercions tous nos partenaires pour leur confiance.



3 questions à un nouvel adhérent NOUR BARAKAT, SUNPROTECT À MONTPELLIER (34)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Sunprotect est une entreprise familiale de quatre personnes, spécialisée dans la protection solaire résidentielle depuis 10 ans. L'objectif est de développer le chiffre d'affaires et à terme d'embaucher une équipe de pose supplémentaire.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

J'ai décidé de rejoindre le réseau car je connais Serge Ferrari depuis longtemps et je suis satisfait de la qualité des produits et c'est aussi l'occasion pour moi de représenter la marque. Je me suis même équipé d'une caméra thermique pour faire des tests comparatifs avant et après la pose pour prouver les arguments que j'utilise. Et puis la notoriété internationale est un plus !

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Depuis que je suis Premium Partner, j'ai reçu 25 demandes qui sont toutes dans mes compétences. Cela m'a également permis de faire évoluer mon offre et de monter en gamme. Sur le nombre, j'ai parfois été déçu car les particuliers ne répondent pas, ou ne donnent plus de signe de vie. Lorsque je reçois l'information par SMS ou par mail, il faut être très réactif. L'usage de la plateforme est simple d'utilisation pour la prise en charge et le suivi, même si cela nécessite une formation... À ce jour, 4 ventes et des devis en négociation...



Fiche d'identité

Date de création du réseau : Novembre 2016

Description du réseau : Réseau spécialisé dans l'équipement de protection solaire dans le secteur de l'habitat

Nombre de magasins : 230 au 29 septembre 2017

Type de contrat : Contrat de Partenariat

Durée du contrat : 2 ans

Droit d'entrée : 1 500 €

Investissement global : En fonction des options

Redevance d'exploitation : 0 €

Redevance publicitaire : 0 €

Remise de manuels de savoir-faire : nc

Aide pour l'étude de marché : Oui

Aide à la recherche d'un local : Oui

Aide pour le dossier de financement : Non

Aide à la conception du magasin : Non

Organisation de la publicité nationale : Campagne presse nationale

Aide à la publicité locale : Oui

Autres aides en exploitation : Non

Aide financière : Non

Aide à la formation : Oui

Aide à la cession ou transmission : Non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Entreprise spécialisée dans le secteur de l'habitat

Formation dispensée : Serge Ferrari Academy

Obligation de certaines normes architecturales : Non

Organisation de conventions : Réunions régionales

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 230

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Roberto Grosso

Animateur réseau : 4 personnes

Adresse : BP 54 - 38 352 La Tour du Pin Cedex

Tél : 06 08 82 37 88

E-mail : roberto.grosso@sergeferrari.com

Site Internet : sergeferrari.fr

LinkedIn :

www.linkedin.com/company/3483220/

Facebook : SergeFerrariFrance/

Intranet ou partie réservée : non



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2003
Description du réseau : Réseau de professionnels de la menuiserie et fermeture indépendants
Nombre de magasins : 125
Type de contrat : Concept progressif : 3 types de contrats, du partenariat à la concession
Durée du contrat : de 3 à 5 ans
Droit d'entrée : Kit de départ avec outils marketing
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : sans
Redevance publicitaire : 180 €/mois
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : nc
Aide à la recherche d'un local : nc
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : 2 opérations nationales diffusées en local
Aide à la publicité locale : Des supports et solutions de diffusion proposées
Autres aides en exploitation : Catalogue d'outils marketing : supports, meubles, papeterie, expo, ...
Aide financière : Crédit marketing
Aide à la formation : Centre de formation agréé
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnels de la menuiserie et de la fermeture
Formation dispensée : Catalogue de formations : vente – produits – management ...
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : Convention annuelle/réunions régionales
Date et lieu de la prochaine convention : Décembre 2017 à Nantes
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 42
Nombre d'adhérents RGE : 99 %
Nombre d'adhérents Qualibat : 100 %
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : Atlantem industries est certifié NF
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : Atlantem industries est certifié OFG sur ses fenêtres et portes d'entrées

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Bruno Cadudal
Directeur du réseau : Patrick Sage
Animateur réseau : animateurs régionaux
Adresse : Atlantem industries – PA La Niel – BP21 – 59920 Noyal Pontivy
Tél : 02.97.27.95.60
E-mail : contact@solabaie.fr
Site Internet : www.solabaie.fr
Facebook : SolabaieOfficiel
Twitter : /Solabaie
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau PATRICK SAGE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Solabaie se présente comme l'un des acteurs référents de la vente auprès des particuliers pour leur projet de rénovation de leur habitat. Avec Solabaie vous avez un seul partenaire pour tous les produits de menuiserie et fermeture : fenêtre PVC, bois, aluminium et hybride, volet roulant, porte d'entrée, porte de garage et portail. Vous rejoignez un réseau, vous vous adossez à une marque nationale tout en gardant votre indépendance. C'est un partenariat progressif qui vous permet d'évoluer dans le concept. Solabaie, marque du groupe Atlantem industries permet de bénéficier de produits fabriqués en France, répondant aux normes les plus exigeantes, certifiés et bénéficiant des labels NF et OFG. Solabaie c'est aussi une équipe avec des animateurs régionaux et des opérations commerciales relayées en TV, sur internet et diffusées en locales.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Un accompagnement de proximité avec des animateurs régionaux et les compétences de l'équipe dédiée, la proximité figurant parmi les fondements de notre réseau. Une offre multiproduits (voir ci-dessus), présentée dans un seul catalogue à destination du particulier. Des produits innovants tels que la fenêtre PVC Fibré Compositum et la menuiserie Hybride personnalisable !SO. Un kit d'accueil pour mettre en avant la marque Solabaie : catalogues, outils d'aménagement des showrooms, valises d'échantillons, meubles d'exposition, posters... Un calendrier d'opérations commerciales nationales et locales. Une communication organisée et prise en charge par le réseau à l'occasion des opérations commerciales nationales. Une mise en avant de son entreprise sur des pages dédiées via le site internet www.solabaie.fr

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La création début 2017 de trois niveaux de partenariats Solabaie, symbolisés par le phare de l'identité graphique du réseau :
 « 1 phare » : pour une découverte du concept Solabaie
 « 2 phares » : pour passer son magasin pleinement aux couleurs Solabaie
 « 3 phares » : pour bénéficier de Solabaie en exclusivité
 Cette évolution de stratégie a été pensée pour s'adapter au plus large nombre de profils. Elle permet à chacun d'entrer et d'évoluer dans le réseau à son rythme et selon ses ambitions de développement. 2018 sera tournée vers le maillage de territoires non encore couverts avec pour objectif l'ouverture de nouveaux magasins et une dynamique sur le Web.

3 questions à un nouvel adhérent ÉRIC BERTIN, MENUISERIE DES ALPES À FAVERGES (74)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

J'ai choisi de rejoindre Solabaie en début d'année. En choisissant de rejoindre un réseau j'avais envie d'afficher une enseigne et de m'adosser à une marque nationale et de bénéficier de sa notoriété. J'ai démarré avec le contrat 1 phare afin de découvrir le concept mais très vite, avant l'été, j'ai été convaincu des apports de la marque alors j'ai évolué en 2 phares. Solabaie m'a apporté des produits de qualité, de la communication, des supports. Cela m'a permis de dynamiser mon activité, entre autres avec les opérations commerciales.



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

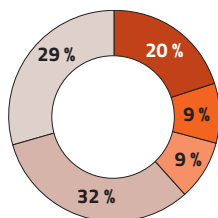
Solabaie m'a apporté des supports comme un catalogue général, des outils marketing (échantillons – meubles d'exposition, supports de promo, pour habiller mon magasin et-ou faire des foires,...) de la publicité nationale en TV et sur Internet, de la visibilité grâce à des opérations commerciales sur mon secteur, des nouveaux produits innovants qui me permettent de me différencier avec la fenêtre hybride personnalisable !SO et bien sûr de nouveaux clients. Solabaie m'a également accompagné dans l'ouverture de mon magasin.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Solabaie offre déjà un panel de formations comme le management, la vente et les produits, mais peut-être qu'une formation complémentaire encore plus technique, normative, pourrait m'apporter davantage dans mon activité. Sinon surtout que Solabaie continue à m'aider et m'accompagner dans mon activité comme ils l'ont fait cette année.

Le Scan de Prospérences

32,5 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
54 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,9 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000



REJOIGNEZ le réseau phare !

120
adhérents
partout
en France

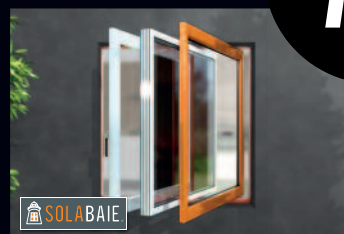


SOLABAIE®

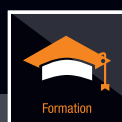
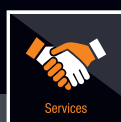
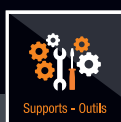
- ✓ Une offre complète
- ✓ Des avantages exclusifs
 - ✓ Des innovations
 - ✓ Une marque forte & des outils performants
 - ✓ Un plan de communication solide & des opérations commerciales

10
BONNES
RAISONS
de rejoindre
Solabaie®

- ✓ Une collaboration à la carte
- ✓ Un esprit de groupe
- ✓ Un accompagnement de proximité
- ✓ Un savoir-faire industriel
- ✓ Une fabrication française



Pour rencontrer le responsable développement de votre région
contactez-nous au **02 97 25 95 60**





Votre conseiller stores et fermetures

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2002
Nombre de magasins : 96
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : Période initiale de 3 ans renouvelable par année
Droit d'entrée : 8 500 euros
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : Cotisation mensuelle
Redevance publicitaire : Aucune
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : Indication sur l'état local du marché à la signature du contrat
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : Oui, concept d'aménagement extérieur et intérieur des points de vente
Organisation de la publicité nationale : Campagnes de communication à la télévision (spot 20 s), Web
Aide à la publicité locale : oui par dotation
Autres aides en exploitation : oui, pour l'aménagement des points de vente
Aide financière : non
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Entrepreneur avec au moins 3 ans d'expérience métier et porteur d'un projet de développement pour son entreprise, centré sur la conquête et la satisfaction client.
Formation dispensée : Produits
Obligation de certaines normes architecturales : Respect du concept façade et magasin Komilfo
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Janvier 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 9
Nombre d'adhérents RGE : tous
Nombre d'adhérents Qualibat : tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 105 millions d'euros
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1 650 000 euros

Contacts

Président : Pascal Quenechdu
Directeur du réseau : Antoine Le Poulichet
Animateur réseau : Alexandre Rotsztajn, Didier Cadio et Eric Kezel
Adresse : 167, route de Lorient 35000 Rennes
Tél : 02 23 46 10 33
E-mail : emelinebourgaud@komilfo.fr
Site Internet : www.komilfo.fr
Facebook : /KomilfoOfficiel
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau ANTOINE LE POULICHET

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

L'évolution du marché conduit les entrepreneurs à être toujours plus performants. Les dirigeants doivent de plus en plus se centrer sur la gestion de leur entreprise, le management de leurs équipes, commerciales, techniques pour une bonne maîtrise de leur rentabilité, de la relation client, dans son ensemble. La construction de l'offre produits, la négociation des achats, la construction et le déploiement des plans de communication et marketing, l'aménagement des points de vente font partie des savoir-faire qui peuvent et doivent être mutualisés pour être performants, c'est le sens de l'action de Komilfo.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

L'indépendance de nos adhérents, l'indépendance du réseau qui permet de faire les meilleurs choix (produits...) et de centrer toute notre valeur ajoutée sur le business de nos adhérents. La cohésion et le fort degré d'implication du réseau, très démocratique, nous permet de porter de grandes ambitions, et d'apporter des réponses agiles, pragmatiques aux évolutions rapides du marché : différenciation, réponse aux attentes clients, nouvelle économie,...

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La solution métier Kidepann.fr a été lancée en avril dernier. Cette solution Web répond à un triple objectif : 1) Augmenter la satisfaction des clients de nos adhérents (diagnostic, prise de rendez-vous 24/24 7/7, pilotage de la relation clients en ligne,...) 2) Rendre accessible cette solution à tous pour capter de nouveaux clients, par le service. 3) Définir les process et apporter les outils pour faire évoluer le dépannage d'une contrainte coûteuse en une source de profit.



3 questions à un nouvel adhérent SÉBASTIEN GÉNIES, KOMILFO GÉNIES EXPO À MONÉTEAU (89)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le manque de dynamisme de mon précédent réseau pour accompagner le projet de développement de l'entreprise.

Le fait que Komilfo ne soit pas affilié à un industriel offre plus de liberté de choix dans le référencement proposé, parmi lequel nous avons déjà 45 % de fournisseurs communs. L'offre Komilfo est bien construite ; diversifiée, elle est adaptée aux tendances du marché.

Le dynamisme perçu de Komilfo, confirmé par la qualité des solutions proposées m'ont fait choisir ce réseau.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

- Des supports marketing, communication et promotion professionnels et efficaces.
- Un renforcement de la notoriété, à commencer par l'impact visuel fort de notre nouvelle façade !
- Les outils mis à disposition et l'accompagnement ont fédéré toute l'entreprise derrière cette dynamique.
- Des conditions d'achats permettant une augmentation de la marge sur les devis d'environ 5 %.
- Des accompagnements promotionnels me permettant d'être compétitif sans détériorer la marge
- Des outils en ligne donnant accès à beaucoup d'informations, des documentations fournisseurs personnalisées...

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

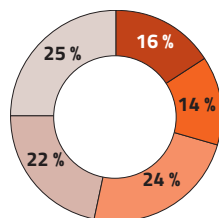
J'envisage d'adhérer au service Kidepann.fr dans quelques semaines pour professionnaliser l'activité de dépannage déjà présente dans l'entreprise...

Le Scan de Prospérences

35,2 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

54 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

51,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau JEAN-PAUL MARESCHAL



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Il bénéficiera d'un choix large de produits, de qualité, différenciants, avec des modèles exclusifs, et il conservera sa liberté d'action dans son quotidien tout en rejoignant un réseau d'installateurs. Nos portails aluminium fabriqués à Carentoir en Bretagne sont labélisés Qualimarine, ce qui est un gage de qualité.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

La proximité que nous avons avec nos clients et notre large offre de portails et clôtures. Un catalogue qui est un véritable outil de vente, richement illustré et complet. Un site internet avec nos modèles, un simulateur et une page présentant son entreprise seront de vrais atouts pour convaincre et rassurer les clients particuliers.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Un recrutement soutenu de nouveaux partenaires en 2017 qui s'amplifie sur 2018 et qui montre ainsi la performance et le dynamisme de notre réseau.

2 questions à un nouvel adhérent NOMAT ECO FERMETURE À SAINTE-LIVRADE-SUR-LOT (47)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous proposons les produits de la marque Charuel pour répondre aux besoins de nos clients. Nous accompagnons particuliers, entreprises, et collectivités à trouver les produits répondant à leurs attentes.

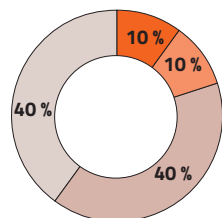
Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Charuel est connu pour sa qualité et sa rigueur de production qui répond aux normes en vigueur et dont l'usine est implantée en France. Il propose une large gamme de portails, avec de nouveaux modèles tous les ans. Le catalogue est de qualité et le site permet d'obtenir des contacts. Le tout en gardant notre indépendance.



Le Scan de Prospérences

NC Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
9 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
52,3 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

Fiche d'identité

- Date de création du réseau :** 2011
- Description du réseau :** réseau français d'installateurs de portails et de clôtures
- Nombre d'adhérents :** 34
- Nombre de points de vente :** 37
- Type de contrat :** Contrat de partenariat
- Durée du contrat :** 5 ans
- Droit d'entrée :** Kit de départ (outils marketing)
- Investissement global :** nc
- Redevance d'exploitation :** non
- Redevance publicitaire :** participation plan média
- Remise de manuels de savoir-faire :** non
- Aide pour l'étude de marché :** non
- Aide à la recherche d'un local :** non
- Aide pour le dossier de financement :** non
- Aide à la conception du point de vente :** oui, supports exposition disponibles
- Organisation de la publicité nationale :** en presse et Internet
- Aide à la publicité locale :** via des supports et une ligne de crédit marketing
- Autres aides en exploitation :** non
- Aide financière :** conditions exposition
- Profil du candidat et compétence technique nécessaire :** professionnels, installateurs de portails et de clôtures
- Formation dispensée :** sessions de formations techniques
- Obligation de certaines normes architecturales :** non
- Organisation de conventions :** oui, en février 2018
- Organisation de réunions régionales :** non
- Date et lieu de la prochaine convention :** en février 2018
- Nombre d'implantations réalisées en 2017 :** 6
- Nombre d'adhérents Qualibat :** 100 %
- Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie :** Portails fabriqués en Bretagne

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Patrick Sage
Animateur / responsable du réseau : Jean-Paul Mareschal
Adresse : ZA de l'Épine – 56910 Carentoir
Tél : 02 99 08 98 98
E-mail : contact@charuel.fr
Site Internet : www.charuel.fr
Facebook : /charuelofficiel



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2014
Description du réseau : Réseau d'installateurs de menuiseries ou de vérandas habilités à commercialiser et mettre en œuvre le vitrage chauffant CalorGlass®
Nombre de magasins : 39
Type de contrat : Contrat commercial
Durée du contrat : 3 ans, renouvelable tacitement
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 1 800 € (kit de communication initial) + 3 750 € (formation initiale)
Redevance d'exploitation : 330 € par trimestre (support technique)
Redevance publicitaire : 600 € par trimestre
Remise de manuels de savoir-faire : Notice d'installation poseur et électricien
Aide pour l'étude de marché : Non
Aide à la recherche d'un local : Non
Aide pour le dossier de financement : Non
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Oui
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : Non
Aide financière : Non
Aide à la formation : Oui, formations dispensées par un organisme agréé
Aide à la cession ou transmission : Non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Fabricant et poseur de menuiseries/vérandas en contact direct avec le client final. Affinités pour les produits techniques à valeur ajoutée.
Formation dispensée : Oui, 3 journées minimum
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Oui
Date et lieu de la prochaine convention : 12/2017 à Honfleur
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 1
Nombre d'adhérents RGE : 26
Nombre d'adhérents Qualibat : 26
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Pierre Riou
Directeur et animateur du réseau : Sébastien Joly
Adresse : Riou Glass, 423 rue Alfred Luard, Bâtiment E, 14600 Honfleur
Tél : 0 800 00 27 00
E-mail : sebastien.joly@riouglass.com
Site Internet : www.calorglass.com
LinkedIn : Riou Glass
Facebook : @calorglass
Twitter : @calorglass
Instagram : @calorglass
Intranet ou partie réservée : Non



3 questions au responsable réseau SÉBASTIEN JOLY

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Devenir Partenaire Certifié CalorGlass®, c'est l'assurance de se démarquer de ses concurrents en proposant un produit innovant et de haute technologie. En effet, nous avons fait le choix d'une distribution sélective du produit : CalorGlass est uniquement disponible via un réseau d'installateurs en contact direct avec l'utilisateur final, qui bénéficient de la force du groupe Riou Glass et d'un appui sérieux pour la commercialisation et la pose : formation, échantillons, accompagnement global en communication et assistance technique permanente.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Il n'existe pas ou très peu de réseaux spécialisés dans le vitrage. Notre réseau offre une complémentarité unique et gagnante à nos partenaires fabricants installateurs de menuiseries ou de vérandas : nous leur offrons de préparer l'avenir, en montant en gamme et en se différenciant de leurs concurrents en se positionnant sur les vitrages intelligents. En effet, nos partenaires n'ont pas uniquement accès à la technologie des vitrages chauffants, mais bien à l'ensemble des innovations proposées par Riou Glass comme les vitrages à opacité contrôlée, les vitrages à stores intégrés motorisés...

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Depuis le début de cette année, nous avons concentré une grande partie de nos efforts sur la R&D. Nous proposons désormais une seconde technologie de vitrage chauffant, complémentaire de la première, qui permet de simplifier la gestion des projets (lors de l'étude et de la mise en œuvre notamment). Cette offre complète va nous permettre ainsi de poursuivre le développement du segment haut-de-gamme, tout en offrant à nos partenaires une excellente alternative technique pour commencer la démocratisation du produit... L'année 2018 sera ainsi placée sous le signe de la communication, nous avons un plan de com' ambitieux pour faire découvrir au plus grand nombre nos différentes technologies et tous les bienfaits qu'offre le vitrage chauffant. Nous vous en dirons plus dans les semaines à venir...



3 questions à un nouvel adhérent ABEL PAIS, STAR-FENÊTRES (ESPACE HABITAT) À SORBIERS (42)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Nous avons choisi d'intégrer le réseau des Partenaires Certifiés CalorGlass pour plusieurs raisons. La première est l'accès à la technologie innovante du vitrage chauffant. La seconde est que Riou Glass est une société familiale indépendante qui bénéficie d'une grande expérience dans les produits verriers. Enfin, CalorGlass est aujourd'hui un réseau important où nous avons un réel rapport de proximité avec nos interlocuteurs.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

L'innovation. En tant que fabricant de fenêtres, depuis que nous sommes adhérents, nous sommes en mesure de proposer et commercialiser la technologie du vitrage chauffant. Grâce à cette dernière, nous supprimons l'effet paroi froide du vitrage et apportons plus de confort à nos clients.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Étant dans la région Rhône-Alpes, j'aimerais que le réseau CalorGlass nous aide à participer aux foires et salons régionaux afin que nous puissions promouvoir et vendre cette technologie auprès du grand public.



Boostez votre activité avec le vitrage chauffant

Démarquez-vous en devenant partenaire certifié.



Vous êtes fabricants et installateurs de menuiseries ou de vérandas : le vitrage chauffant CalorGlass® est la complémentarité gagnante à votre activité.

Nous vous proposons une solution innovante, uniquement disponible via un réseau de partenaires, comme vous, en contact direct avec l'utilisateur final.

Garants de la qualité de service de la marque, vous bénéficiez de toute la force du groupe RIOU Glass et d'un appui sérieux pour la commercialisation et la pose de ce vitrage intelligent : formation, échantillons, accompagnement global en communication et assistance commerciale et technique permanente.

Rejoignez-nous dès maintenant !



La solution de chauffage
totalement intégrée
et invisible, intelligente
et sans entretien

1. Verre intérieur trempé
2. Couche chauffante
3. Bande conductrice
4. Alimentation électrique
5. Couche faiblement émissive réfléchissante

UNE INNOVATION



0 800 00 27 00 Service & appel gratuits

www.calorglass.com

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1987
Description du réseau : Réseau proposant de développer et d'amplifier la communication de ses adhérents sur le produit store.
Nombre de magasins : 157 points de vente (109 maisons mère et 48 agences)
Type de contrat : Contrat d'agrément
Durée du contrat : 1 an à tacite reconduction
Droit d'entrée : 0€
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : nc
Aide à la recherche d'un local : nc
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : nc
Organisation de la publicité nationale : Relais exclusif de la communication nationale Dickson
Aide à la publicité locale : Campagne de com « clé en main » + participation financière
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : Participation financière à la communication des adhérents
Aide à la formation : nc
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Volonté de développer le produit store + showroom qualitatif
Formation dispensée : nc
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : nc
Date et lieu de la prochaine convention : 5 réunions régionales – 14 novembre à Limonest (69), 15 novembre à Aix en Provence, 21 novembre à Le Rheu (35), 22 novembre à Léognan (33) et 28 novembre à Paris
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 43 points de vente (37 maisons mère et 6 agences)

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Grégory Lejeune
Animateur réseau : Marie Dams
Adresse : 10 rue des Châteaux
 ZI La Pilaterie 59443 Wasquehal
Tél : 03 20 45 59 59
E-mail : glejeune@dickson-constant.com
Site Internet : www.dickson-constant.com
LinkedIn : dickson-constant
Facebook : @storistesagreesdickson
Twitter : @dickson-constant
Instagram : @dickson-constant
Intranet ou partie réservée : Oui, « Dickson Connect »



3 questions au responsable réseau GRÉGORY LEJEUNE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le réseau Storiste Agréé Dickson est le réseau le plus adapté pour promouvoir et développer le produit store.

Rejoindre le label Storiste Agréé Dickson c'est également intégrer le réseau le plus ancien de la protection solaire et disposer de l'accompagnement et l'expertise de Dickson dans de nombreux domaines (communication, formation produits...).

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Notre réseau est réellement à l'écoute des besoins de ses adhérents. Notre objectif : respecter leur indépendance tout en leur offrant des outils de communication adaptés et personnalisés à leurs structures et leurs problématiques.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Dickson a mis en place une grande campagne de communication grand public

- Un spot publicitaire dans plus de 2 200 salles de cinéma
- Une campagne digitale sur les réseaux sociaux + mini-site
- Une déclinaison magazine dans des titres de presse déco.

Dickson a également proposé à ses adhérents une transformation des points de vente avec le développement d'un Corner Magasin Dickson. Véritable « shop in shop » cet espace offre une présentation moderne et esthétique des produits Dickson® tout en proposant une démarche expérientielle pour le client final.

Celui-ci peut facilement juger les toiles en transparence grâce à une barre de leds, en absorption de chaleur grâce à une lampe UV et enfin en déperlance.

3 questions à un nouvel adhérent THIERRY CONDOMINAS, MOLINER À ENTRAIGUES-SUR-LA-SORGUE (84)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Ma motivation première à devenir Storiste Agréé Dickson a été une volonté de m'associer à une marque connue et de bonne renommée comme Dickson. En effet le nom Dickson est connu de beaucoup de mes clients et y associer le nom de ma société m'intéressait et m'apporte aujourd'hui un « vrai » plus.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Comme je viens de l'évoquer, quand nous présentons nos produits à notre clientèle, nous mettons en avant le fait d'appartenir au réseau Storiste Agréé Dickson. Cela rassure et donne un gage de caution aux clients. Nos commerciaux s'appuient également beaucoup sur cet argument et cela leur apporte de l'assurance dans leurs discours commerciaux.

Le réseau nous a également apporté un soutien marketing pour nos campagnes publicitaires en affichage ou sur d'autres médias grâce à une mise à disposition de maquettes, de visuels et d'interlocuteurs directs pour répondre à nos questions sur ces sujets.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

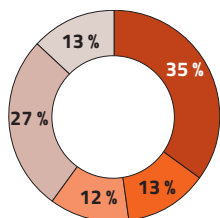
Je pense qu'il faudrait mettre l'accent sur le site internet avec une optimisation du référencement pour générer davantage de contacts pour les adhérents.

Le Scan de Prospérences

39,7 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

57 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

51,8 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau JOËL STEINORT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Être Expert Somfy c'est devenir le relais local de la marque Somfy. C'est faire partie d'un label national de plus de 440 sociétés, dynamique, innovant et résolument orienté vers l'avenir.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau Expert Somfy est positionné comme un partenariat autour de la marque Somfy et vient en complément des différents réseaux et groupements existants sur le marché français avec lesquels nous collaborons également étroitement tout au long de l'année.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous avons animé partout en France entre juillet et septembre nos ateliers sécurité. Nous avons réuni près de 350 clients pour leur présenter les nouveautés produits de notre gamme sécurité : Somfy One + (système d'alarme avec caméra intégrée) et les évolutions de notre système de sécurité dédié aux professionnels.

Notre principal projet pour 2018 sera de proposer un service clé en main à nos partenaires pour qu'ils puissent collecter, maîtriser et publier les avis de leurs clients post-chantier sur leurs sites internet.

3 questions à un nouvel adhérent DAMIEN TAMPIERI, GROSFILLEX ALU CONCEPT PVC À PULNOY (54)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Dans un premier temps, j'ai vu l'occasion de rentrer dans un groupement de sociétés afin de pouvoir échanger avec d'autres professionnels, partager des problématiques et trouver des opportunités nouvelles. Un réseau offre selon moi la possibilité de partager des ambitions, des expériences positives comme négatives pour la montée en compétence commune. J'y vois enfin un rapprochement privilégié avec la marque Somfy qui permet de bénéficier de conditions spéciales et l'opportunité d'avoir les présentations des innovations en avant-première ainsi qu'une vision des tendances marché de demain



Le troisième point réellement utile est selon moi l'aide technique apportée par Somfy sur la connaissance produit et la mise en œuvre. Enfin, l'accès aux formations délivrées par Somfy permet de maintenir un niveau de compétence optimale de mes équipes techniques et commerciales.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Nous sommes dans le réseau Expert Somfy depuis plus de 9 mois, je dirai qu'être Expert Somfy nous permet de conforter notre notoriété existante en nous appuyant sur une marque reconnue. Depuis lors, j'ai apprécié pouvoir bénéficier d'un apport de connaissances sur le marché et ses tendances.

Le troisième point réellement utile est selon moi l'aide technique apportée par Somfy sur la connaissance produit et la mise en œuvre.

Enfin, l'accès aux formations délivrées par Somfy permet de maintenir un niveau de compétence optimale de mes équipes techniques et commerciales.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

À ce jour, le service Leads chez Somfy nous met en relation avec des contacts entrants qualifiés. Je souhaiterais que ce service se développe davantage avec plus de communication média afin de capter davantage d'affaires à notre niveau. Second point, je sais qu'un service marketing existe au sein de Somfy mais j'en attends une personnalisation plus importante. Concrètement une aide sur le marketing au quotidien dans l'entreprise : campagne de communication locale personnalisée, création de supports avec une mise en œuvre facilitée, etc.

Toujours sur l'aspect marketing, j'aimerais voir naître des périodes de promotions uniquement pour les experts avec des remises quantitatives incitatives pour des opérations sur périodes déterminées.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1986

Description du réseau : Label référent de proximité pour accompagner les consommateurs dans l'équipement de leur habitat, du simple produit motorisé jusqu'à la solution domotique complète

Nombre de magasins : 400

Type de contrat : contrat de partenariat

Durée du contrat : indéterminée (tacite reconduction)

Droit d'entrée : 2 500 € HT

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : nc

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : non

Aide pour l'étude de marché : non

Aide à la recherche d'un local : non

Aide pour le dossier de financement : non

Aide à la conception du magasin : concept Showroom Expert Somfy

Organisation de la publicité nationale : non

Aide à la publicité locale : mise à disposition d'outils promotionnels (annonces presse, e-mailings, flyers, ...) que les partenaires peuvent ensuite personnaliser

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : nc

Aide à la formation : nc

Aide à la cession ou transmission : nc

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : nc

Formation dispensée : Proposition de formations

Obligation de certaines normes architecturales : nc

Organisation de conventions : Congrès annuel, réunions régionales

Date et lieu de la prochaine convention : Réunions régionales en novembre

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc

Résultats

nc

Contacts

Animateur / Responsable du réseau :

Joël Steinort

Adresse : 1 place du Crêtet 74300 Cluses

Tél : 04 50 96 70 00

E-mail : joel.steinort@somfy.com

Site Internet : www.somfypro.fr

Intranet ou partie réservée : oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 5 octobre 2012

Description du réseau : Glastetik est le premier réseau des miroitiers spécialisés dans le travail du verre de décoration

Nombre de magasins : 22

Type de contrat : Accord de licence de marque Glastetik

Durée du contrat : 1 an

Droit d'entrée : 3000€

Investissement global : idem

Redevance d'exploitation : 0

Redevance publicitaire : 0

Remise de manuels de savoir-faire : guides de transformation et d'installation, site internet

Aide pour l'étude de marché : nc

Aide à la recherche d'un local : nc

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du magasin : fourniture de matériel promotionnel

Organisation de la publicité nationale : site internet, brochures, totems, présentoirs, pubs, stands

Aide à la publicité locale : matériel promotionnel

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : nc

Aide à la formation : nc

Aide à la cession ou transmission : nc

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : bon niveau d'équipement de travail du verre, bonne qualité d'installation

Formation dispensée : informations produits/installation

Obligation de certaines normes architecturales : verres sécurisés

Organisation de conventions : événement national, visites, ...

Date et lieu de la prochaine convention : fête des 5 ans du réseau

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 1

Résultats

nc

Contacts

Animateur réseau : AGC France SAS

Adresse : 114, bureaux de la Colline, 92213 Saint-Cloud Cedex

Tél : 01 57 58 30 03

E-mail : glastetik.france@eu.agc.com

Site Internet : www.glastetik.fr

Facebook : Glastetik France

Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau VALÉRIE VANDERMEULEN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le partage d'expérience et de savoir-faire, la proximité avec le fabricant AGC, premier producteur mondial de Verre Plat. Le réseau Glastetik est avant tout collaboratif, il implique ses partenaires dans son fonctionnement, chacun est acteur de ce qu'il souhaite y trouver : que ce soit du contact professionnel dédié aux produits verriers de décoration, des visites privilégiées de sites de production, des échanges sur le moyen de promouvoir les produits de décoration, des actions de communication dédiées (participation à des salons nationaux, brochures, site internet, pages sur les réseaux sociaux, ...).

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau Glastetik propose une marque qui représente ses adhérents. Avec des outils de communication customisés Glastetik. C'est le premier réseau des miroitiers déco en France avec un label de qualité, une image haut de gamme. Il représente aussi un relais de communication qui vient appuyer les actions de communication locales des partenaires du réseau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Le Belgium Tour, organisé spécifiquement pour les partenaires du réseau Glastetik. Avec visite des unités de production d'AGC Glass Europe, du siège social à Louvain-la-Neuve (bâtiment 0 énergie) et du carnaval de La Louvière. Autre fait marquant, la présence d'un stand Glastetik sur le salon Ideobain 2017 au Mondial du Bâtiment à Paris.



3 questions à un nouvel adhérent JONATHAN METZ, VERRISSIMA À GOETZENBRUCK (57)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Verrissima est aujourd'hui un acteur incontournable dans le domaine de la transformation du verre plat et met un point d'honneur à sublimer l'habitat en utilisant notamment les verres décoratifs.

Glastetik est un réseau qui permet de rester connecté aux nouveautés dans le monde du verre porté par un réseau de distribution fort qu'est AGC Glass. Faire partie de ce réseau c'est s'ouvrir à de nouvelles possibilités.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau nous a déjà permis la mise en relation avec des demandes clients, il nous permet d'échanger avec les autres adhérents pour un partage d'expérience ou une problématique à laquelle nous pourrions faire face.

C'est être présent dans l'esprit des professionnels au travers d'une marque forte.

Une visibilité accrue pour l'ensemble des acteurs verriers.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

L'organisation de déjeuners qui permettraient des rencontres entre professionnels du verre pour suivre d'encore plus près les évolutions des uns et des autres.





Glastetik est le premier réseau des professionnels du verre destiné à l'aménagement dans l'habitat. Ils proposent la plus belle collection de verres décoratifs de AGC Glass Europe et réalisent les projets les plus originaux.

1 | $\frac{2}{3}$

1. Matelux Linea Azzurra - portes coulissantes
2. Matelac Green Sage - revêtement mural et Lacobel Green Sage - portes de meubles
3. Mirox - décoration murale en miroir

glastetik 
Le verre sur mesure
pour votre habitat

Vous installez des produits verriers et souhaitez rejoindre notre réseau ? Contactez-nous sur www.glastetik.fr



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : professionnels spécialisés dans la commercialisation et la pose de vérandas et extensions sur mesure en aluminium
Nombre de magasins : 180 (dont 25 Distributeurs Certifiés)
Type de contrat : pas de contrat ou convention pour les Distributeurs certifiés
Durée du contrat : libre ou 3 ans pour les Distributeurs certifiés
Droit d'entrée : 0 €
Redevance d'exploitation : 0 €
Redevance publicitaire : 0 €
Remise de manuels de savoir-faire : oui, techniques et commerciaux
Aide pour l'étude de marché : conseils
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : 2 opérations commerciales / an pour les Distributeurs Certifiés. Kit média avec outils de communication personnalisables (annonces presse, e-mailing, bannières Web, affiches, flyers...)
Aide à la publicité locale : panel complet d'outils d'aide à la vente, à la carte, sans obligation
Autres aides en exploitation : accompagnement personnalisé sur les ventes, métrés et poses grâce aux chargés d'affaires sur secteur
Aide financière : conditions particulières sur les investissements de produits d'exposition, possibilité de location courte et longue durée pour des événements
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnels de la vente et l'installation de vérandas, préaux, pergolas et menuiseries aluminium souhaitant compléter ou développer leur activité
Formation dispensée : formations aux produits, commerciales et techniques dispensées à tout nouvel adhérent et accompagnement client tout au long de l'année
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : convention nationale annuelle, réunions régionales
Date et lieu de la prochaine convention : janvier 2018 à Paris
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5 en Distributeur certifié

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 300 à 1 000 K€ selon investissement et nombre de commerciaux

Contacts

Directeur du réseau : Dany Rabiller
Adresse : ZA de l'Eraudière, 25 et 31 rue Eric Tabarly, 85170 Dompiere-sur-Yon
Tél : 02 51 48 38 39
E-mail : contact@sokolux.fr
Site Internet : www.soko.fr
Facebook : /verandas.soko/
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau DANY RABILLER

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Réseau accessible, à taille humaine et à l'écoute nous mettons à disposition de nos partenaires des produits de qualité, différenciants, de fabrication française et prêts à poser, exclusivement dans le domaine de la véranda et l'extension de l'habitat sur-mesure, en aluminium. Notre expertise métier nous permet un accompagnement à 3 niveaux :

- L'organisation commerciale au travers de formations aux produits, à la vente et d'un suivi personnalisé grâce à nos chargés d'affaires répartis sur l'ensemble du territoire.
- Le suivi technique avec assistance sur chantier aux premiers métrés et premières poses, accompagnements réguliers et service d'une hotline grâce à notre bureau d'études intégré.
- La mise à disposition de tout un panel de supports de communication et d'outils d'aide à la vente : site internet, plaquette, book photos, fiche produit, mallette échantillons, PLV, catalogue technique, notices de pose... et la mise en place de temps forts avec animations et/ou promotions produits/services.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Un réseau 100 % gratuit.

Nous travaillons avec des professionnels de profils complètement différents et c'est ce qui fait notre force. Nous proposons plusieurs niveaux de partenariat, adaptés à l'activité et la taille de leur entreprise. Ce, même à des spécialistes de la fenêtre ou la fermeture susceptibles de n'installer que quelques vérandas par an. Nous avons lancé notre réseau de Distributeurs certifiés Vérandas Soko en janvier 2016. A contrario des systèmes de franchise ou concession, le partenariat que nous proposons est purement conventionnel : pas de droit d'entrée, pas de cotisation ni de redevance. En échange de l'exclusivité sur 3 ans et d'un certain volume d'affaires, nous fournissons supports et accompagnement clients avec tout un panel d'outils d'aide à la vente, à la carte, sans aucune obligation.

Notre priorité est de conserver l'indépendance de nos clients en termes d'identité et de communication locale. Nous avons souhaité mettre en place un partenariat gagnant-gagnant qui associe les compétences de professionnels locaux (commercialisation et pose) à celles de Vérandas Soko (fabricant de vérandas et extensions en aluminium).

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En affichant une dynamique de croissance constante depuis plusieurs années déjà, Vérandas Soko poursuit les ambitions que nous nous étions fixées pour son développement. Mais cela ne va pas sans un suivi rigoureux et professionnel. Notre objectif pour l'année 2017 a été d'accroître encore plus notre accompagnement client et leur transmettre notre expertise du métier pour les rendre autonomes sur leur activité véranda. Nous avons ainsi quasi doublé notre équipe commerciale sur le terrain permettant une proximité et une réactivité propice au développement et à l'évolution de l'activité des professionnels avec qui nous travaillons.

Notre plus grande satisfaction aujourd'hui est d'être les témoins de leur progression : certains ne faisaient pas de véranda ou très peu et aujourd'hui cela représente une de leur activité principale. Cet objectif est d'ailleurs toujours d'actualité pour 2018 et sera encore renforcé.



3 questions à un nouvel adhérent YOANN CAILLAUD, NOVAFERMETURES (86)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

L'activité "Véranda" au sein de notre entreprise avant notre adhésion au réseau "Vérandas Soko - Distributeur certifié" était relativement faible. Nous répondions simplement aux quelques demandes que nous pouvions recevoir de la part de nos clients sans pour autant mettre en avant le produit véranda.

C'est pourquoi nous avons voulu développer cette activité au même titre que les autres produits que nous commercialisons et pour ce faire le réseau "Vérandas Soko - Distributeur certifié" s'est vite avéré être la meilleure opportunité. En effet, tout en conservant notre indépendance et de manière très maîtrisée nous pouvions mettre en avant la véranda auprès de notre clientèle au travers d'outils commerciaux performants tout en bénéficiant d'un réel appui technique et commercial de la part du réseau.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Après un peu plus d'un an de présence au sein du réseau nous ne pouvons être que très satisfaits de notre choix. En effet, outre le fait que nos ventes de vérandas sont en progression continue, je retiens surtout l'apport technique dont nous avons pu bénéficier de la part du réseau. La véranda est un produit très technique et chaque projet étant différent, cela nous demande donc à nous installateur une très bonne maîtrise des contraintes techniques liées aux produits et/ou à leur mise en œuvre. L'expérience du réseau "Vérandas Soko - Distributeur certifié" nous a été d'une aide indispensable pour parfaire nos connaissances et notre expertise produit.

Quant aux échanges que nous pouvons avoir au sein du réseau entre adhérents lors de nos différentes réunions ou séminaires, ils nous permettent à nous tous, installateurs, un recoupage d'expérience et une collecte d'informations très utiles lorsqu'il s'agit de répondre au quotidien à des demandes de clients de mieux en mieux informés et cela sur un secteur d'activité fortement concurrentiel.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Le réseau ne cesse de développer de nouveaux outils pour nous permettre de mieux communiquer localement.

Aujourd'hui nous bénéficions d'outils variés et très qualitatifs permettant une communication sur un grand nombre de supports qu'ils soient papier ou Web. Le réseau réalise 2 temps forts dans l'année, période sur lesquelles nous pouvons faire bénéficier nos clients de conditions avantageuses.

La présence terrain de techniciens Soko ainsi qu'une assistance téléphonique privilégiée d'interlocuteurs nous permettent de bénéficier d'une très bonne qualité de service à taille humaine qui plus est.

À notre niveau nous sommes globalement satisfaits de tout ce qui a été entrepris par le réseau en revanche si nous devons formuler une demande elle serait d'étendre notre visibilité sur internet afin de développer à la fois la notoriété de notre réseau mais également de capter une partie des porteurs de projets via le Web afin de continuer à développer nos différentes structures.



3 questions au responsable réseau SANDRINE GARCIA



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La volonté de Reynaers est d'accompagner ses partenaires dans le développement de leur activité sur le marché du résidentiel, gagner en notoriété en local, monter en compétence. Nous avons intégré une nouvelle notion fondamentale dans le réseau : l'engagement mutuel pour réussir ensemble.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

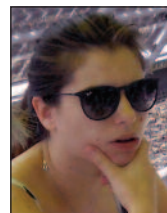
Nous nous concentrons sur le besoin de nos partenaires. La proximité avec eux est essentielle pour comprendre leurs besoins localement et même individuellement.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Le challenge 2017 pour nous a été la relance complète de notre réseau. Cette nouvelle notion d'engagement mutuel a impliqué notamment pour les membres de payer une cotisation alors que l'entrée dans le réseau était jusqu'ici gratuite. Nous considérons que nous sommes repartis de 0 avec un nouveau contrat d'adhésion. Le résultat est plutôt positif puisque nous avons à ce jour 35 partenaires avec 45 points de vente.

En 2018, nous lançons une toute nouvelle campagne nationale 100 % digitale axée sur l'expérience client : Imagine. Nous allons jouer sur l'imaginaire pour permettre aux rêves de devenir réalité grâce à une vidéo totalement personnalisée aux besoins du client. Tout le monde y aura accès sur le site www.reynaers-particulier.fr. Nos partenaires sont fortement associés à la campagne. Ils pourront la relayer sur le terrain grâce à de nombreux outils et une offre promotionnelle.

2 questions à un nouvel adhérent LOUISE CARNEVALI, YSOFA À VITRY-SUR-SEINE (94)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La première motivation fut sans aucun doute l'occasion de rencontrer d'autres entreprises du même secteur rencontrant plus ou moins les mêmes problématiques et profiter ainsi des avantages d'un réseau marketing. Rejoindre ce réseau permet aux entreprises de participer au pilotage de développement d'outils et produits en adéquation avec notre secteur d'activité.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Une seule réunion a été organisée pour le moment. Au cours de celle-ci, les problématiques des uns et des autres se font vite entendre et les propositions de solutions de chacun sont toutes à prendre en compte et à analyser. Le but étant d'évoluer tout en gardant un esprit d'équipe pour nous permettre de générer des ventes avec de nouvelles techniques, de nouveaux outils et produits.

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2004

Description du réseau : Réseau de fabricants installateurs indépendants de menuiseries et vérandas aluminium

Nombre de magasins : 45

Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an par tacite reconduction

Droit d'entrée : nc

Investissement global : Cotisation annuelle de 3 000 €

Redevance d'exploitation : nc

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : nc

Aide pour l'étude de marché : nc

Aide à la recherche d'un local : nc

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du magasin : oui

Organisation de la publicité nationale : un site dédié reynaers-particulier.fr, un partenariat avec Véranda Magazine

Aide à la publicité locale : 2 campagnes promotionnelles par an et accompagnement personnalisé

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : nc

Aide à la formation : oui

Aide à la cession ou transmission : nc

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Tous les adhérents doivent être des professionnels qualifiés

Obligation de certaines normes architecturales : nc

Organisation de conventions : oui

Date et lieu de la prochaine convention : février 2018 en Belgique

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : Nous considérons que nous sommes repartis de 0. Le résultat a été concluant car nous avons à ce jour 35 partenaires

Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat : Tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc

Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 11k€

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 250 K€

Contacts

Dirigeant : Richard Clavier

Directeur du réseau : Sandrine Garcia

Adresse : 1 rue Victor Cousin 77127 Lieusaint

Tél : 01 64 13 85 95

E-mail : info.france@reynaers.com

Site Internet : www.reynaers-particulier.fr

LinkedIn : [reynaers-aluminium-france](https://www.linkedin.com/company/reynaers-aluminium-france)

Facebook : Reynaers-Aluminium-France

Twitter : ReynaersP

Instagram : /reynaersalu/

Intranet ou partie réservée : oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2010
Description du réseau : réseau d'artisans menuisiers indépendants spécialisés dans la rénovation des ouvertures auprès du particulier. Adossé à C2R (industriel fabricant national de fermetures et menuiseries) et en association avec d'autres fabricants de produits complémentaires, Rénov'art couvre l'ensemble des besoins du consommateur.
Nombre de magasins : 55
Type de contrat : contrat de partenariat (pas de franchise ou licence)
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : 1 200 € (pack d'équipement initial)
Investissement global : aucun si adhérent déjà installé
Redevance d'exploitation : 210 €/ mois
Redevance publicitaire : aucune
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : plan d'actions annuel avec opérations commerciales (fidélisation et conquête) et plan média grand public
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : un accord de référencement national avec des fournisseurs de produits et services complémentaires à l'offre C2R.
Aide financière : pourcentage de remises arrières sur le montant des achats réalisés chez C2R et chez les fournisseurs référencés.
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : professionnel RGE spécialiste de la baie qui possède un show-room et qui souhaite développer son activité de rénovation auprès du particulier sur tous les produits de son plan de vente.
Formation dispensée : technique et commerciale via notre centre agréé
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : 1 convention annuelle (La Rochelle – juin 2017)
Organisation de réunions régionales : 1 réunion annuelle inter-adhérents + 2 réunions inforum avec les fournisseurs référencés. Également possibilité de participer à des commissions de travail.
Date et lieu de la prochaine convention : Juin 2018 (lieu indéterminé)
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat : nc
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : aucun
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : aucun

Résultats

CA H.T. global du réseau : 46 M€
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 600 00 €

Contacts

Dirigeant : Franck Nuffer
Directeur du réseau : Julien Lapeyrère
Animateur réseau : Cédric Gay
Adresse : 53 avenue de Paris
 47800 Miramont de Guyenne
Tél : 05 53 20 43 00
E-mail : c.gay@c2r-sa.com
Site Internet : www.renovart-ouvertures.fr
Blog : www.guide-fenêtres-volets.fr
Facebook : Rénov'art by C2R
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau CÉDRIC GAY

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Rénov'art a été conçu pour répondre aux attentes des professionnels spécialistes de la baie qui souhaitent conserver leur indépendance, maîtriser leur croissance, et à la recherche de solutions sur-mesure pour développer leurs ventes. À l'inverse d'une franchise (ou similaire) qui implique une organisation formatée et souvent éloignée de l'état d'esprit de l'artisan, Rénov'art s'affiche comme un partenariat né de la rencontre entre des industriels et des installateurs qui partagent les mêmes valeurs : qualité, savoir-faire, fabrication française, sens du service, etc.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

C'est d'abord le plan d'actions et de communication qui porte sur l'ensemble des produits commercialisés par nos adhérents et pas uniquement sur les produits fabriqués par la tête de réseau. Ceci permet à nos adhérents d'aller capter ou développer du business sur des marchés complémentaires à leur activité principale qui est encore aujourd'hui majoritairement la menuiserie. Ils bénéficient d'outils d'aide à la vente adaptés à l'ensemble de leur plan de vente, d'un soutien technique sur le terrain et de conditions commerciales très avantageuses qui intègrent un système de rémunération arrière. Rénov'art se différencie également par la consultation et la participation des adhérents dans toutes les prises de décisions et les actions menées afin d'être toujours au plus près des préoccupations de chacun.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Il y a eu d'abord l'édition du nouveau catalogue général grand public Rénov'art dont l'objectif était double : positionner clairement l'offre Rénov'art comme une solution qualitative auprès du consommateur et moderniser les codes de ce marché de la fermeture / menuiserie pour l'habitat. L'autre grand projet a été l'accélération de la stratégie digitale du réseau. Cela s'est traduit par la refonte totale du site national Rénov'art et la création, pour chaque adhérent, d'un site personnalisé et dont l'objectif principal est d'aller capter de la demande de devis. Nous préparons actuellement la mise en place (1^{er} trimestre 2018) d'un espace professionnel à destination de nos adhérents. Cette plate-forme regroupera dans un premier temps un accès à des données techniques et commerciales, au suivi des commandes et la vente en ligne de pièces détachées.



3 questions à un nouvel adhérent THIERRY SONSON, À SAINTE-LIVRADE SUR LOT (47)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le marché évolue constamment et rapidement. Les produits doivent être innovants pour répondre à des besoins de plus en plus spécifiques et notre approche commerciale doit s'adapter à une clientèle « nouvelle » dont le comportement d'achat a nettement évolué, notamment par le biais d'internet. C'est en ce sens que Rénov'art m'a séduit : que ce soit les outils d'aide à la vente, le plan d'actions ou la stratégie de communication, tout est en phase avec ces nouveaux éléments marché et avec mes contraintes organisationnelles et budgétaires. Il n'y a pas que ça qui m'a incité à intégrer Rénov'art ; c'est également l'état d'esprit du réseau qui laisse une place prépondérante à la parole des adhérents contrairement à beaucoup d'autres. Pour moi il est essentiel d'échanger, de partager et de pouvoir apporter ma pierre à l'édifice dans un groupe où je me sens à ma place.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau m'a permis d'accroître ma visibilité et mon expertise. Même s'il reste du chemin à faire pour développer la notoriété du réseau, il n'en demeure pas moins que nos clients sont rassurés de savoir que notre entreprise fait partie d'un « groupe » national. Et de mon côté je bénéficie d'une formation permanente sur l'ensemble des produits que je propose. L'autre atout majeur est le dynamisme qu'apporte Rénov'art : avant nous attendions que les clients viennent au magasin. Désormais, grâce au réseau, nous allons à leur rencontre en menant des actions de prospection sur le terrain mais aussi sur internet, chose que je n'imaginais même pas il y a encore quelques temps ! Je crois que c'est véritablement sur ce point que Rénov'art apporte énormément.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Aujourd'hui notre métier est difficile car nous devons être sur tous les fronts en même temps. Commerce, gestion, SAV, formation, dynamisation commerciale, relances, etc. Je pourrais en citer toute une liste ! Et c'est d'autant plus frustrant que nous sommes conscients qu'en se dispersant de la sorte, nous ne sommes pas efficaces par manque de temps. Aujourd'hui je serais très intéressé que le réseau m'apporte des solutions d'accompagnement dans des missions commerciales (prospection, relance client, SAV,...), de façon à concentrer l'énergie de mon entreprise sur la vente et la pose qui est à mon sens son vrai métier.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2003
Description du réseau : Le réseau Gamme Baie-Huet est le partenariat entre les experts de la pose de menuiseries en rénovation (fenêtres, portes fenêtres, portes d'entrée, menuiseries intérieures dans toutes les familles de produits) et un grand groupe industriel français présent depuis plus de 70 ans.
Nombre de magasins : 60
Type de contrat : Concessionnaires et partenaires
Durée du contrat : 4 ans
Droit d'entrée : 0
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : 0
Redevance publicitaire : redevance annuelle de 3 % du CA réalisé
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui (analyse du potentiel client sur la zone de chalandise)
Aide à la recherche d'un local : nc
Aide pour le dossier de financement : nc
Aide à la conception du magasin : oui, un « pack de signalétique Gamme Baie-Huet » est mis à la disposition du Partenaire et/ou Concessionnaire, des modules d'exposition lui sont également transmis, la façade est réalisée en accord avec le nouvel adhérent et pris en charge par Gamme Baie-Huet
Organisation de la publicité nationale : oui à la charge de Gamme Baie-Huet
Aide à la publicité locale : Oui
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : 50 % des actions de communication sont prises en charge par Gamme Baie-Huet. Aide avec des remises complémentaires plusieurs semaines par an
Aide à la formation : oui, via notre propre centre agréé. Le centre Huet-Formations pour les adhérents. (www.huet-formations.fr)
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : maîtrise du commerce, du marché de la rénovation, de la menuiserie et de leur mise en œuvre. Avoir une sensibilité à la communication.
Formation dispensée : nous mettons différents modules à disposition de nos adhérents Gamme Baie-Huet
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui (dernière en date aux pagodes de Beauval avec la présence de plus de 100 adhérents Gamme Baie Huet, et la présence des fournisseurs du réseau)
Date et lieu de la prochaine convention : juin 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 23
Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat : Tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

3 questions au responsable réseau ANNE-LAURE HUET



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le principal argument est en effet le développement. Nous mettons tout en œuvre, notamment par le biais d'outils de communication complets, afin de les aider dans le développement de leur entreprise. Nous avons toutes les clefs pour les aider dans cette voie et disposons de la gamme la plus complète, en proposant aux adhérents des menuiseries intérieures comme extérieures et dans toutes les familles de produits. Mais nous proposons aussi des solutions complètes pour la rénovation globale de l'habitat, un logiciel de chiffrage multi-fournisseurs, etc. Pour en découvrir plus... Rejoignez-nous !

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

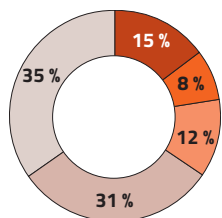
Une communication locale, personnalisée, et en co-branding (association de la marque de l'adhérent et la nôtre). Des outils de communication variés et que nous pouvons qualifier « clé en main », un large choix de menuiseries et en constante évolution grâce à notre BE. Notre but premier : aider les adhérents Gamme Baie à se développer.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Je parlais d'événements, en effet, début d'année 2017, nous avons lancé notre nouvelle gamme de portes d'entrée, la gamme Zendoor. Nous avons également organisé notre convention annuelle, au mois de juin. Plus d'une centaine d'adhérents réunis à Beauval, une partie ludique s'est déroulée au sein du Zoo, puis nous avons pu aller à la rencontre de tous les fournisseurs (faisant partie de la centrale de référencement Gamme Baie-Huet) et en présence de la Direction du Groupe, faire un bilan sur l'année en cours et les perspectives des années à venir. Début 2018, un nouveau produit va encore sortir de nos usines !

Le Scan de Prospérences

15,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
41 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
45,6 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

Résultats

nc

Contacts

Directeur général : Denis Gouy
Directeur du réseau : Anne Laure Huet
Responsable filière fenêtrier : Arnaud Taillebois
Adresse : 140 Route de Cholet
Tél : 02.28.12.07.15
E-mail : al.huet@jhindustries.fr
Site Internet : www.gammebaie.com
Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : février 2011

Description du réseau : Spécialisé dans la vente et l'installation de produits de fermetures de la maison en PVC, aluminium et bois : fenêtres, volets roulants et battants, portes de garage, clôtures et portails, vérandas et pergolas.

Nombre de magasins : 3 magasins en propres et 17 adhérents

Type de contrat : partenariat

Durée du contrat : 3 ans

Droit d'entrée : 0

Investissement global : 50 à 70 000 € pour l'ouverture d'un magasin

Redevance d'exploitation : 4 300 €/ an

Redevance publicitaire : non

Remise de manuels de savoir-faire : oui dans le cadre de nos formations

Aide pour l'étude de marché : oui

Aide à la recherche d'un local : oui

Aide pour le dossier de financement : oui

Aide à la conception du magasin : oui

Aide à la publicité locale : oui

Aide à la formation : formation en interne

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : installateur confirmé avec 3 ans d'expérience minimum ou candidat ayant fait une école de commerce, gestion ou management

Formation dispensée : stratégie d'entreprise et compte de résultats, techniques produits, technique de pose, formation commerciale

Organisation de conventions : oui

Date et lieu de la prochaine convention : février 2018

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 1

Nombre d'adhérents RGE : 17

Nombre d'adhérents Qualibat : 17

Résultats

CA H.T. global du réseau : nc

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 800 000 à 1 000 000 €

Contacts

Contact réseau : Virginie Mercier

Directeur du réseau : Jean-Michel Devargas

Adresse : ZI des Bouleaux 01460 Port

Tél : 04 74 76 26 66

E-mail : v.mercier@kioneo.fr

Site Internet : www.kioneo.fr

LinkedIn : Poralu menuiseries

Facebook : Magasins Kioneo

Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau VIRGINIE MERCIER

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre argument fort : la proximité entre l'industriel et l'adhérent. Nos échanges sont clairs, directs, efficaces avec une expertise forte de la vente aux particuliers, une grande notion de service et d'accompagnement.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Notre offre est centrée autour d'un catalogue avec une très large gamme de produits, permettant de répondre à toutes les demandes des particuliers. De plus notre présence vers les particuliers avec trois magasins en propre, nous apporte cette multicom pétence et vision qui nous permet d'être performants dans les méthodes de vente.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Pour 2017, les principales réussites portent d'une part sur la progression de nos magasins d'Aix les Bains et Chambéry, avec une montée en puissance significative. À ce jour, pour 2018, l'ouverture de deux magasins partenaires est prévue.

3 questions à un nouvel adhérent XAVIER BAUQUIS, À VIENNE (38)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Les avantages différenciants qui m'ont poussé à rejoindre le réseau sont multiples : la qualité des produits et des services d'un fabricant français, Poralu menuiseries, qui bénéficie d'une grande notoriété, une fabrication 100% française, des produits certifiés gages de qualité auxquels le client final est sensible. Rejoindre une équipe motivée et réactive qui a le même objectif que ma société : accompagner et satisfaire le client.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Dans mon entreprise artisanale et familiale, la technique et la pose sont acquises, le réseau m'a apporté le soutien commercial, la mise en place des méthodes de vente et de gestion, la communication et la visibilité, les rencontres et séminaires hauts lieux d'échanges. Rentrer dans le réseau m'a motivé à ouvrir mon magasin ce qui a déjà permis d'accroître mon chiffre d'affaires.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Kioneo possède une très large gamme de produits, il reste cependant quelques produits annexes, couleurs ou accessoires à proposer.

Le Scan de Prospérences

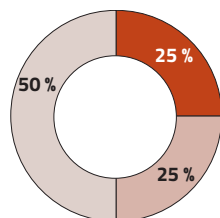
4,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

10 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

45,5 Âge moyen des adhérents



PROSPÉRENCES®
Prenez 1 avantage !



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)



3 questions au responsable réseau **JEAN-CLAUDE SARACCO**

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Les produits Espace Lounge sont prêts à la pose, préfabriqués et sans gestion de stock. Rejoindre le réseau, c'est choisir des produits simples avec une facilité de pose.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Espace Lounge est un concepteur de produits brevetés pour une exploitation exclusive.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Après un beau lancement en France, Espace Lounge souhaite s'ouvrir sur l'international en 2018.



3 questions à un nouvel adhérent **MORIGNAT PHILIPPE,** MENUISERIE MERIDIA, À VICHY (03)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le système innovant de véranda à toiture plate répond parfaitement aux besoins de nos clients en termes d'esthétique et d'isolation.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau IFA nous permet de proposer un service de proximité tout en bénéficiant de l'appui et la structure nationale d'Espace Lounge avec des outils d'aide à la vente (plaquettes et vidéos) et une assistance technique (manuels d'aide à la pose et formation sur chantier).

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Au début l'offre était moins complète mais Espace Lounge fait sans cesse évoluer sa structure en fonction des besoins de ses clients en proposant des nouveautés.

Aujourd'hui, nous avons la possibilité d'ajouter un système d'éclairage, un puit de lumière ou encore des volets roulants intégrés. Il faut que ça continue de progresser dans ce sens.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2015
Description du réseau : L'ensemble des installateurs fabricants agréés par la marque constitue le réseau IFA Espace Lounge
Nombre de magasins : 70
Type de contrat : Contrat de distribution
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 0€
Investissement global : 0€
Redevance d'exploitation : 0€
Redevance publicitaire : 3500€
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : Campagne presse nationale, réseaux sociaux et événement nationaux
Aide à la publicité locale : Conseil
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : remise sur la construction du showroom
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Menuisier aluminium spécialiste véranda depuis 5 ans mini, garantie décennale, site internet actif, showroom mini 50 m², CA supérieur à 1300k€.
Formation dispensée : formation à la pose sur chantier, formation commerciale.
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Novembre 2017 à Paris
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : +10
Nombre d'adhérents RGE : NC
Nombre d'adhérents Qualibat : NC
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : NC
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 6 millions €
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : +160 K€ avec la vente du produit Espace Lounge

Contacts

Dirigeant : Jean-Claude Saracco
Animateur réseau : Cyril De Vriese et Alexandre Nicolle
Adresse : 94, rue Alain Bajac
 84120 Pertuis
Tél : 09 51 60 24 10
E-mail : infoespace-lounge.fr
Site Internet : www.espace-lounge.fr
LinkedIn : Espace Lounge
Facebook : espaceloungesas
Twitter : non
Instagram : verandasespacelounge
Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2005
Description du réseau : Isofrance Fenêtres & Energies est fabricant de menuiseries sur-mesure et spécialiste des énergies
Nombre de magasins : 42
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 5 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 70 000 €
Redevance d'exploitation : 950 €
Redevance publicitaire : 11 400 €
Remise de manuels de savoir-faire : formation continue par les 2 animateurs réseau + 2 visites par mois + formation d'intégration de 5 semaines
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : à la demande du candidat
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : vote des concessionnaires 1 fois par an
Aide à la publicité locale : à la charge des concessionnaires
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : formation continue par les animateurs réseau, 2 visites par mois. Formation intégration 5 semaines
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : commercial
Formation dispensée : nc
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : Commission 2 fois par an (Commission produits et Commission communication)
Date et lieu de la prochaine convention : Le 21.09.2017 à Fontainebleau
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 20
Nombre d'adhérents Qualibat : 20
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 20 000 000 €
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 700 000 €

Contacts

Dirigeant : Frédéric Feraud
Directeur du réseau : Jean-Luc Morin
Animateur réseau : Tony Santos et Patrick Mathieu
Adresse : 41 route de Malesherbes – 45390 - Puiseaux
Tél : 02 38 33 37 36
E-mail : contact@isofrance.fr
Site Internet : www.isofrance-fenêtres-energies.fr
LinkedIn : /isofrance-fen-tres
Facebook : isofrance-fenêtres-energies
Twitter : iffenetres
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au directeur réseau FRÉDÉRIC FERAUD

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous avons 2 segments de marché :
 - Les menuiseries
 - Les énergies renouvelables.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

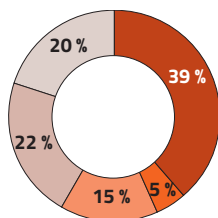
Nous accompagnons les concessionnaires sur la durée grâce à nos animateurs réseau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

La création de notre site internet et notre extranet.

Le Scan de Prospérences

14,9% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
32 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
45,6 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau PASCAL ROSÉ



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Intégrer le partenariat Simu Partner, c'est intégrer une communauté basée sur le partage des expériences de chacun des membres. C'est une communauté dans laquelle tous les membres ont « voix au chapitre » et où chaque Partner accepte de s'ouvrir aux autres. L'objectif de ce partenariat est que ses membres soient encore plus efficaces grâce à lui et à la richesse des échanges.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Chaque réseau est spécifique.

À travers le réseau Simu Partner, Simu souhaite promouvoir les valeurs et l'ADN de Simu. Notre signature de marque, « committed to you » revendique notre engagement aux côtés de nos clients et c'est la première valeur que nous voulons faire passer au travers de Simu Partner.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Comme chaque année, le point d'orgue du partenariat en 2017 a probablement été la tenue de la Commission Simu Partner qui s'est déroulée en juin à Toulouse. À cette occasion, nous invitons nos clients à venir partager le bilan de l'année écoulée, les nouveaux outils, et les nouvelles idées que nous souhaitons proposer au réseau. Une fois encore, partage et convivialité ont été les maîtres mots de ce rendez-vous.

En ce qui concerne 2018, vous comprendrez que l'on en réserve la primeur à nos partenaires !

3 questions à 3 nouveaux adhérents

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Carlos Cambra (Sté Champie) : Notre motivation à rejoindre le réseau est avant tout une confiance totale en l'entreprise Simu, ses équipes et son savoir-faire. C'est une société avec qui nous travaillons depuis plus de 30 ans !

Ensuite, l'idée de partager nos expériences entre professionnels de la fermeture ne peut être qu'enrichissante, aussi bien pour Simu que pour nous fabricants. La devise et l'idée sont de ne plus être concurrents mais confrères, ne plus se sentir seuls mais ensembles, tirer parti de toutes nos expériences et chercher l'excellence dans notre cœur de métier.



Anne-Sophie Audureau (Sté Coferming) : En plus de la qualité de vos produits, nous sommes convaincus de la force d'un réseau. L'adage « seul on va plus vite, ensemble on va plus loin » est bien représentative de notre relation avec Simu.



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Anne-Sophie Audureau (Sté Coferming) : Les différents Hommes et Femmes de chez Simu ont su être à l'écoute de nos attentes et nous proposent des produits toujours plus innovants. L'équipe Simu, grâce à sa dynamique, ses outils, sa présence ainsi que ses nouveautés nous a permis de constamment améliorer nos offres et avoir du coup des coffres innovants. De plus, l'échange est favorisé grâce aux réunions avec les autres membres Simu.

Christophe Delavennat (Sté CD Volets) : Le réseau Simu Partner nous a apporté plusieurs choses.

- Grâce au service marketing Simu, nous avons pu créer ensemble des documentations personnalisées sur nos produits et pour le relais à nos clients des lancements de nouveaux produits avec la réalisation de brochures, flyers mais aussi les carnets de chantier, un outil indispensable à l'accompagnement de nos clients poseurs sur les chantiers.

- Nous avons organisé avec le soutien de Simu des animations pour nos clients, sous forme de « petit-déjeuner technique » avec démonstration de nouveaux produits dans une ambiance conviviale autour d'un café et d'un croissant.

- Les réunions des Partners, nous permettent de rencontrer d'autres professionnels du volet roulant et d'échanger sur des sujets communs et des solutions que nous pouvons avoir.



De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Carlos Cambra (Sté Champie) : Notre point de vue est que, nous faisons tous le même métier et que nous avons tous les mêmes besoins.

Le constat est que nos entreprises ne peuvent plus baisser leurs marges, ne peuvent plus baisser leurs charges fixes, sans quoi nous perdrons des parts de marchés. Le seul levier d'économie qui nous reste sont les achats de matières premières comme les emballages, transport, achat de matières premières, assurances, quincailleries, etc.

Comme notre force vient et passe par l'union et la volonté de chacun nous pensons qu'un groupe de travail sur ce sujet serait opportun pour la vie du réseau.

Christophe Delavennat (Sté CD Volets) : Maintenant que le réseau Simu Partner est en place au niveau de chaque entreprise, nous souhaiterions qu'il y ait une communication plus globale pour faire connaître le réseau auprès de nouvelles cibles, c'est-à-dire un référencement par Simu de ces membres Partners et de la publicité sous différentes formes.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2007

Description du réseau : Réseau de partenaires fabricants et assembleurs de volets roulants et fermetures commerciales

Nombre de magasins : (adhérents) 36 fabricants partenaires en France

Type de contrat : 0

Durée du contrat : 0

Droit d'entrée : 0

Investissement global : 0

Redevance d'exploitation : 0

Redevance publicitaire : 0

Remise de manuels de savoir-faire : 0

Aide pour l'étude de marché : 0

Aide à la recherche d'un local : 0

Aide pour le dossier de financement : 0

Aide à la conception du magasin :

Conception sur catalogue ou sur-mesure d'outils de démonstration et PLV pour showroom

Organisation de la publicité nationale : 0

Aide à la publicité locale : Actions de marketing / communication pilotées par le Simu Partner avec accompagnement et réalisation par Simu

Autres aides en exploitation : 0

Aide financière : 0

Aide à la formation : 0

Aide à la cession ou transmission : 0

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Client fidèle, développeur & expert technique des solutions Simu

Formation dispensée : Formations techniques et commerciales produits Simu

Obligation de certaines normes architecturales : 0

Organisation de conventions : Oui, commission annuelle en juin dernier à Toulouse

Date et lieu de la prochaine convention : 2018 (détails à définir)

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 0

Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : 0

Résultats

nc

Contacts

Responsable Réseau France : Pascal Rosé

Animateur réseau : Sylvie Thevenot

Adresse : Simu SAS, ZI Les Giranaux
70100 Gray

Tél : 03.84.64.75.00

E-mail : simupartner@simu.com

Site Internet : www.simu.fr

LinkedIn : /simusas

Intranet ou partie réservée : non

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2000
Description du réseau : Véritable label de qualité, le réseau Experts storistes a été créé pour qualifier et fidéliser des professionnels menuisiers du store avec un projet de développement basé sur la mutualisation des moyens et le partage des savoir-faire
Nombre de magasins : 147
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : 1 950 € HT
Investissement global : non
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : nc
Organisation de la publicité nationale : oui plusieurs campagnes promotionnelles (Web, emailings, presse)
Aide à la publicité locale : oui mailings, annonces presse
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : non
Aide à la formation : nc
Aide à la cession ou transmission : nc
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnel du store dynamique et motivé disposant d'un showroom et cherchant à se développer.
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : Du 22 au 25 novembre 2017 à Dublin
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 12
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Jean-Pierre Delanos
Directeurs du réseau : Christophe Pichot et Stéphanie Naulleau
Adresse : 2 rue Fernand Pelloutier 44326 Nantes Cedex 3
Tél : 02 51 89 23 00
E-mail : soliso.marketing@soliso.com
Site Internet : www.experts-storistes.com
LinkedIn : non
Facebook : @experts.storistes
Twitter : non
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau CHRISTOPHE PICHOT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Devenir Expert Storiste, c'est un vrai choix professionnel pour celui qui veut innover, se développer tout en conservant son indépendance. Nous leur apportons une dynamique génératrice de business grâce à des avantages exclusifs : outils innovants, des formations, produits exclusifs, promotions et surtout un plan de communication complet.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

C'est de plus en plus difficile de se démarquer des autres réseaux. Nous avons une stratégie marketing forte et efficace qui permet d'accompagner au mieux nos Experts, les stimule et les soulage dans leurs propres actions mais surtout nous ne leur imposons rien, c'est un atout important et une vraie différence.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Nous avons travaillé sur une stratégie social média parallèlement à la communication, et développé des packs réseaux sociaux pour accompagner les Experts dans leur communication digitale. Dans la continuité, le nouveau site Web opérationnel en novembre avec un nouveau design, un référencement optimisé, une aide au choix pour accompagner les visiteurs. En 2018, on va continuer sur notre lancée et amplifier nos efforts sur la partie réseaux sociaux mais surtout sur le référencement naturel et gagner encore plus en visibilité.



3 questions à un nouvel adhérent FRÉDÉRIC FLANDRE, CETRAM (69)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le réseau est structuré et nous offre un plan marketing qui nous permet de rythmer l'année avec une communication réfléchie, qui génère du contact ciblé.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

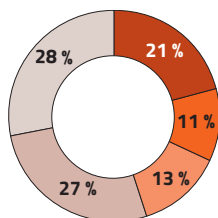
Le contexte est compliqué pour le commerce et le fait d'appartenir au réseau Experts Storistes m'a permis d'obtenir, du jour au lendemain, une notoriété dans la catégorie stores. La clientèle est parfois perdue entre les « touche-à-tout » et les auto-entrepreneurs : avec ce label, elle est rassurée sur notre expertise, les ventes sont plus faciles et nous pouvons nous concentrer sur l'aspect technique. On se sent accompagné à toutes les étapes et c'est important pour avancer ensemble : renseignements techniques, SAV, devis, commande, livraison...

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Un forum d'échange et de partage entre membres du réseau afin de proposer nos invendus (erreur de commande), astuces et conseils sur les produits (pose sur maison phénix en pisay), comment transporter nos stores sur le chantier en ménageant nos poseurs. Une réflexion sur un concept d'agencement magasin et une mise en ambiance intégrant les produits (intérieurs comme extérieurs) constituerait un pas en avant vers encore plus d'identité et de différenciation.

Le Scan de Prospérences

39,4 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
59 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,3 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

■ > 40 000
 ■ de 30 000 à 40 000
 ■ de 20 000 à 30 000
 ■ de 10 000 à 20 000
 ■ < 10 000



2 questions au responsable réseau CHRISTOPHE MAUGIN

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

L'adhérent reste totalement indépendant en lui faisant gagner 20 à 30 % de CA.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Aujourd'hui Résobaies est un réseau n'appartenant pas à un industriel et les adhérents sont en relation directe avec les dirigeants.

La mise en ligne du site internet et les réunions d'échanges avec les adhérents.

3 questions à un nouvel adhérent SERRURERIE GIRAULT, À BONNY-SUR-LOIRE (45)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Devenir membre d'un réseau, c'est abandonner le côté individuel de la vie d'artisan pour travailler en équipe. J'ai apprécié les échanges avec les autres membres Résobaie concernant nos achats, nos méthodes de travail, les idées d'aménagement des véhicules, des showrooms.

Et puis la surprise de voir certaines tâches déjà traitées par la direction du réseau.

L'autre atout – non des moindres – est le regard des fournisseurs vis-à-vis de l'entreprise. Quand tu vends 15 châssis par an et que tu passes à 15 par mois la première année, ils t'estiment différemment.

J'attends la seconde année avec 30 châssis.



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

La première est la disponibilité du directeur de Résobaie, connu dans le monde de la fenêtre et qui est conscient de nos attentes.

La seconde est la taille du réseau, humaine tout simplement. Chaque acteur est à sa place, chaque membre sait à qui s'adresser et obtient la réponse à sa question.

J'ai rencontré 3 réseaux avant celui-ci, nous parlions d'abord argent avant de parler entreprise, équipe, projet à court, moyen et long terme.

Ici le projet a été compris sur le long terme, ce qui pour une entreprise artisanale est logique.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

En fin de première année, quand les équipes sont en place et les contacts établis, il serait bon de faire un audit "Résobaie" de l'entreprise.

Mesurer l'avancée faite et les éléments mis en place, fixer un objectif à moyen et long terme et établir ensemble une stratégie pour atteindre cet objectif.

Fiche d'identité

Date de création du réseau : juin 2015

Description du réseau : Résobaies est un réseau volontaire de professionnel de la menuiserie. Ce choix permet à chaque adhérent de conserver son indépendance de gestion, tout en lui offrant un lieu d'échanges et de mutualisation d'actions et de moyens

Nombre de magasins : 22 Partenaires

Type de contrat : Contrat de partenariat

Durée du contrat : 3 ans

Droit d'entrée : 2 000 €

Redevance exploitation : 400 €

Redevance publicitaire : non

Remise de manuel : oui

Aide pour l'étude de marché : oui

Aide à la recherche d'un local : oui

Aide au financement : oui

Aide à la conception du magasin : oui avec agence de communication

Organisation de la publicité nationale :

Oui avec des supports papiers et des supports internet,

Aide à la publicité locale : oui

Autres aides en exploitation : recherche de contacts

Aide financière : oui

Aide à la formation : oui

Aide à la cession : oui

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Professionnel de la menuiserie, artisan et plus avec certification, voulant se développer tout en restant indépendant, et augmenter ses marges

Formation dispensée : Réunions de formation avec nos industriels référencés tous les 3 mois facultatives mais fortement conseillées

Obligation de certaines normes architecturales : Charte graphique

Organisation de conventions : oui

Date de la prochaine convention : juin 2018

Nombre d'implantations réalisées en 2017 :

14 nouveaux adhérents en octobre 2017

Nombre d'adhérents RGE : 20

Nombre d'adhérents Qualibat : 20

Résultats

CA H.T. global du réseau : 12 000 000 €

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 20 à 30% de progression de CA dès la première année

Contacts

PDG : Christophe Maugin

Directeur général : Alexandre Aprile

Animateurs : Christophe Maugin et Alexandre Aprile

Adresse : Lieu-dit gara de Paille
30230 Bouillargues

Tél : 0466261698

E-mail : c.maugin@resobaies.fr

Site Internet : www.resobaies.fr

LinkedIn : Christophe Maugin

Facebook : Résobaies

Google+ : Résobaies

Terres de Fenêtre®

Le choix qui va de soi

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2003
Description du réseau : Vente et pose de menuiseries PVC et aluminium (fenêtres, portes, portes d'entrée, volets, stores, portes de garage, portails).
Nombre de magasins : 132
Type de contrat : partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 20 < > 60 K€, selon l'implantation déjà existante
Redevance d'exploitation : 380 €/mois
Redevance publicitaire : 160 €/mois
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : campagne radio nationale + un plan de 9 actions commerciales et promotionnelles sur toute l'année.
Aide à la publicité locale : la tête de réseau conseille et soutient les initiatives locales de communication.
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : oui, au sein du centre de formation Terr'Pro
Aide à la cession ou transmission : le réseau apporte son conseil à toutes les étapes de la vie d'entreprise des partenaires.
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : une certaine technicité est requise ; le candidat doit par conséquent avoir une connaissance des métiers de la menuiserie.
Formation dispensée : formations techniques, commerciales, de gestion et de management dispensées au sein du centre de formation Terr'Pro.
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : 1 convention annuelle
Date et lieu de la prochaine convention : Automne 2018, en France
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 20
Nombre d'adhérents RGE : 100 %
Nombre d'adhérents Qualibat : 90 %
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 158 M€
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : + 15% de croissance

Contacts

Dirigeant : Bertrand Maugin
Directeur du réseau : Erick Jamier
Animateur réseau (coordinatrice) : Carole Tonton
Adresse : ZI de la Guerche
 44250 Saint-Brévin-les-Pins
Tél : 02 40 64 02 02
E-mail : contact@terresdefenetre.fr
Site Internet : www.terresdefenetre.fr
Facebook : @terresfenetre
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau ERICK JAMIER

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Devenir partenaire du réseau Terres de Fenêtre, c'est la possibilité d'être accompagné par une enseigne nationale déployée sur tout le territoire, qui possède une vraie force de frappe et capable de communiquer largement (cf campagne radio nationale). C'est aussi l'opportunité de développer son activité, en profitant des conseils de ses pairs, tout en conservant son indépendance. Mais surtout, l'argument principal que nous avançons auprès d'un candidat, c'est le fait que Terres de Fenêtre soit adossé au Groupe Maugin, un industriel historique de la menuiserie. En effet, en adhérant au réseau, chaque partenaire accède à des produits Made by Maugin haut de gamme, qui lui sont proposés à des prix compétitifs. Il peut aussi profiter de prix attractifs chez des fournisseurs qui ont été référencés « Premium » par le Groupe Maugin.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le réseau Terres de Fenêtre se distingue des autres réseaux existants pour plusieurs raisons. La première, c'est que le contrat de partenariat implique le respect d'une zone géographique d'exclusivité. La deuxième, c'est que ce contrat est souple ; s'il engage le partenaire sur 3 ans, il ne requiert en revanche pas de droit d'entrée. Enfin, la proximité et l'échange sont de véritables enjeux pour l'animation du réseau. Dans chaque région, un pilote et un suppléant sont élus. Ils font l'articulation entre les partenaires en région et la tête de réseau, contribuant activement à la progression de tous et privilégiant le dialogue. En d'autres termes, ce qui nous distingue, c'est le caractère participatif et démocratique de notre réseau.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Parmi les projets marquants de l'année 2017, la création d'une 6^e région, soit la région Ile-de-France mais aussi la création de réunions thématiques régionales. La naissance l'été dernier de l'Application Terr'Vision est aussi une avancée dont nous sommes satisfaits, conçue véritablement au service des partenaires Terres de Fenêtre pour assister leurs clients finaux dans leur choix de vitrage. La sortie du nouveau coulisant alu Terres de Fenêtre Sublim'Al, pour lequel nous avons commencé à enregistrer les premières commandes en septembre, est bien sûr un événement tout aussi important dans la vie du réseau. L'année 2018, elle, sera marquée par un accompagnement plus fort des partenaires, visant à faire progresser les nouveaux dans leur développement et à bien asseoir ceux qui sont déjà en place. La prise de contact avec leurs prospects devrait aussi se voir accélérer, au moyen d'un dispositif digital que nous prévoyons de muscler.



3 questions à un nouvel adhérent GRÉGORY BRUNET, GRAU ALU À NORROY-LE-VENEUR (57)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Basée en Lorraine, notre activité principale de pose de vérandas connaît un ralentissement durant l'hiver, en raison des contraintes climatiques (froid et neige). Pour réguler l'activité, notre stratégie prévoit de développer la vente et la pose de fenêtres. Nous cherchions donc, en priorité, un partenaire solide sur la fenêtre PVC et dont les produits sont Made in France, ce qui est essentiel pour nous. À ce titre, nous avons rencontré Maugin qui véhicule des valeurs que notre société Grau Alu partage. De fil en aiguille, notre réflexion a progressé et nous avons assez vite cerné tous les avantages à devenir officiellement partenaire Terres de Fenêtre. C'est un sérieux atout que de pouvoir bénéficier d'un accompagnement dans le développement de notre activité vente et pose de menuiseries, d'avoir accès à des prix attractifs sur les produits Maugin et de faire profiter nos clients des 20 ans de garantie... Avec Terres de Fenêtre, nous voyons l'opportunité de consolider notre activité en toute sérénité.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

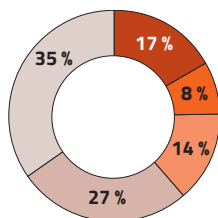
Nous avons rejoint le réseau en Juillet dernier ; c'est tout récent ! Ceci étant, j'en perçois déjà les fruits. La zone d'exclusivité, en premier lieu, fait la différence. En étant le seul revendeur de la marque dans notre périmètre, nous pouvons actionner des leviers commerciaux intéressants. L'image de marque dont profite Terres de Fenêtre est un appui. Enfin, j'ai déjà pu faire profiter mon équipe commerciale et technique du programme de formation Terr'Pro, grâce auquel elle est montée rapidement en compétences. Et pour conclure, la rencontre avec d'autres partenaires, notamment issus de ma région avec des problématiques similaires est très riche, et surtout très rassurante.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Je trouve en Terres de Fenêtre le sérieux auquel nous nous astreignons nous-mêmes chez Grau Alu. C'est déjà une pierre énorme à l'édifice et un excellent démarrage. Je suis pour le moment dans la découverte de l'ensemble des prestations offertes. Je m'attends à du conseil solide et fiable, des campagnes de communication au national et du dialogue avec la tête de réseau pour nous accompagner dans la poursuite de notre croissance.

Le Scan de Prospérences

38,2 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
63 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
46,1 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation (Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

■ > 40 000
 ■ de 30 000 à 40 000
 ■ de 20 000 à 30 000
 ■ de 10 000 à 20 000
 ■ < 10 000

Terres de Fenêtre®

Le choix qui va de soi

Un monde de performance et de dynamisme



FABRIQUÉ
EN FRANCE

UNE **GRANDE ENSEIGNE**
ADOSSÉE À UN FABRICANT



UNE NOTORIÉTÉ **NATIONALE**



UNE **FORTE DYNAMIQUE** COMMERCIALE



UN ACCOMPAGNEMENT **PERSONNALISÉ**



UNE GARANTIE **20 ANS**



UNE CENTRALE
DE RÉFÉRENCIEMENT **PERFORMANTE**

**REJOIGNEZ
LE RÉSEAU
QU'IL VOUS FAUT !**

Mail : contact@terresdefenetre.fr

Tél : 02 40 64 02 02

www.terresdefenetre.fr



Creating healthy spaces

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2010

Description du réseau : Le réseau Renson regroupe tous les spécialistes autour de la protection solaire et le outdoor (pergolas)

Nombre d'adhérents : 70

Nombre de points de vente : 90

Type de contrat : contrat
« Ambassador »

Durée du contrat : de 1 à 3 ans minimum

Droit d'entrée : 2 000 €

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : nc

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : nc

Aide pour l'étude de marché : nc

Aide à la recherche d'un local : nc

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du point de vente :
oui, personne dédiée à la conception showroom

Organisation de la publicité nationale :
Renson organise une campagne publicitaire annuelle dans la presse écrite et digitale

Aide à la publicité locale : oui, en fonction du CA

Autres aides en exploitation : nc

Aide financière : nc

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Nous cherchons les héros locaux d'une zone de chalandise, experts dans l'installation et conseils vis-à-vis des consommateurs finaux.

Formation dispensée : les adhérents sont formés par Renson Academy

Obligation de certaines normes architecturales : nc

Organisation de conventions : Journée des Ambassadors

Organisation de réunions régionales : oui, des roadshows sont organisés

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc

Résultats

NC

Contacts

Animateur / Responsable du réseau :

Olivier Fabre

Tél : 06 07 38 97 39

E-mail : stephane.letallec@renson.net

Site Internet : www.renson-outdoor.fr et www.renson-sunprotection.fr

Intranet ou partie réservée : oui : Renson Customers



3 questions au responsable réseau OLIVIER FABRE

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2017 pour Renson ?

Le lancement de notre pergola bioclimatique Skye, une toiture de terrasse modulaire et innovante. La toiture est rétractable, avec lames en aluminium orientables et coulissantes.

La Skye offre la possibilité de rajouter plusieurs options pour en faire un vrai modèle haut de gamme.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2018 ?

Nous souhaitons proposer des concepts à nos clients et non pas un produit. Notamment le Healthy Residential Concept et le Healthy Veranda Concept.

Essayer de vivre sainement est un bel objectif, mais nous oublions souvent un aspect essentiel : notre maison. Fait-il bon vivre dans votre maison ou dans votre véranda ? Notre objectif est d'améliorer et d'embellir l'espace de vie pour l'habitat avec une bonne ventilation et une bonne protection solaire et des pergolas bioclimatiques tout en gardant une unité architecturale.

Avez-vous constaté des attentes nouvelles de la part de vos adhérents, nouveaux comme anciens. Si oui lesquelles ?

Nos clients demandent un élargissement de la gamme des pergolas bioclimatiques pour pouvoir se différencier avec la concurrence.

Renson propose une gamme de 8 modèles de pergolas. Avec cette gamme nous couvrons toutes les demandes : de l'entrée de gamme (avec l'Azore) au modèle de luxe (Skye) et chaque modèle offre un choix d'accessoires (lumière, loggia, musique, chauffage, screen...).



3 questions à une nouvelle adhérente ARMELLE HARNOIS, HARNOIS-AGRANDIR À MENNECY (91)

Quelles sont concrètement vos attentes vis-à-vis de Renson ?

Un grand industriel proche de ses distributeurs. Pour moi un gage de réussite. Pour être à la pointe de l'innovation et toujours en avance sur les besoins du client final, cela passe obligatoirement par l'échange et l'écoute des demandes des prescripteurs. Renson l'a bien compris. J'aimerais maintenant que Renson soit plus présent sur les grands salons nationaux pour mieux se faire connaître du grand public.

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre Renson ?

Pour moi l'incontestable N°1 en termes de qualité et d'innovation.

Ne souhaitant distribuer que des produits de haute qualité, choisir Renson était une évidence, étant moi-même franchiseur dans le domaine de l'agrandissement de maisons. "Créateur d'espaces durables" oblige.

Adhérer à Renson a-t-il d'ores et déjà contribué à faire progresser vos ventes ?

Le marché de la toiture de terrasse est en pleine expansion. Peu connu jusqu'alors auprès du grand public échaudé par les tonnelles bas de gamme en tous genres, celui-ci souhaite maintenant investir sa terrasse de façon durable avec des produits de qualité et innovants. Renson ayant ces critères, cela ne peut que faire augmenter les ventes.

3 questions au responsable réseau ÉMILIE CARON-FRAPPIER



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Notre réseau, pionnier sur un métier historique, est à la fois novateur et empreint d'un métier précieux : l'aménagement extérieur.

En tant que concessionnaire Lippi, il aura le choix de son territoire pour s'implanter selon les opportunités de marchés et ses ambitions personnelles. Il aura la liberté de construire une offre pointue et diversifiée pour répondre à tous ses publics (architectes, paysagers, particuliers...). Chez Lippi, le concessionnaire peut réellement participer à l'évolution du réseau.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Aujourd'hui le réseau Lippi est le seul à répondre à 100 % à la demande du consommateur : trouver dans un lieu unique à proximité de chez lui un expert capable de lui proposer une prestation de fourniture et pose et de l'accompagner tout au long de son projet, avec la volonté de satisfaire le client.

Le métier de spécialiste du portail, de la clôture et de l'aménagement extérieur développé depuis 50 ans par Lippi, c'est aussi une démarche commerciale conçue, testée et approuvée qui assurera au concessionnaire un positionnement optimal sur tous les marchés et lui apportera une croissance significative.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, le réseau a accéléré la mise au concept de ses points de vente pour être encore plus visible des clients !

En 2018, notre réseau va se doter d'un système d'information commun et continuer à développer la communication locale et nationale afin de générer le trafic commercial dont nos concessionnaires ont besoin.

3 questions à un nouvel adhérent HERVÉ ZARAGOZA, LA CLÔTURE D'OCCITANIE À TOUJOUSE (31)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

En général, un franchiseur apporte un support au démarrage, en matière de formation et d'accompagnement. J'ai opté pour la solution d'un réseau qui allait me fournir des solutions et me rassurer dans mes démarches entrepreneuriales. J'ai ressenti une réelle cohésion entre les dirigeants de Lippi et leurs collaborateurs et je me suis senti en accord avec la stratégie.

J'étais également en quête d'une gamme de produits que j'aurais plaisir à présenter à ma clientèle, et la clôture se décline de façon très variée et personnalisée. Lippi commercialise 30 000 produits, dont 95 % fabriqués en France, et porte une attention particulière aux valeurs du service-clients.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Dès la signature, j'ai tout de suite été pris en charge par les équipes de Lippi. J'ai bénéficié d'un accompagnement personnalisé de la part de tous les services, commercial, technique, administratif et communication et également de la part des autres concessionnaires du réseau. Pendant une semaine, j'ai été accueilli chez deux d'entre eux, dans le nord de la France et dans le Gard. J'ai alors touché le cœur du métier et beaucoup appris. En moins de six mois, depuis mon premier contact avec Lippi en décembre 2016, j'ai pu créer en avril 2017 mon activité en SARL sous la dénomination La Clôture d'Occitanie. Le chemin déjà parcouru avec l'enseigne me conforte dans mon choix initial.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

LIPPI est demeuré à mes côtés depuis le début, et je souhaite que notre relation perdure en l'état. Après avoir aménagé l'intérieur et l'extérieur de mon point de vente au concept Lippi je cherche aujourd'hui à me faire connaître davantage pour développer mon activité. J'envisage de faire des campagnes d'affichage ou de la publicité radio par exemple. Le service communication Lippi dispose d'outils sur lesquels je compte m'appuyer et je n'ai aucun doute sur sa capacité à apporter des solutions pour répondre à mes problématiques en matière de communication.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2013

Description du réseau : Créateur français d'univers d'aménagement extérieur, Lippi conçoit et fabrique depuis 1963 des portails, clôtures, mobiliers et accessoires colorés et modulables pour profiter de ses espaces en toute liberté.

Nombre d'adhérents : 12

Nombre de points de vente : 12

Type de contrat : Concession.

Durée du contrat : 5 ans

Droit d'entrée : 9 500 €

Investissement global : 25 000 à 60 000 €

Redevance d'exploitation : 2 % du CA HT

Redevance publicitaire : 1 % du CA HT

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide pour l'étude de marché : Oui

Aide à la recherche d'un local : Oui

Aide pour le dossier de financement : Oui

Aide à la conception du point de vente : Oui

Organisation de la publicité nationale :

Plan de communication annuel.

Aide à la publicité locale : Soutien et accompagnement sur les actions et outils de communication destinés à générer du trafic commercial.

Autres aides en exploitation : Supports métiers annexes et équipe commerciale dédiée. Manuel de Savoir Faire.

Aide financière : Partenaires financiers

Aide à la formation : Oui

Aide à la cession ou transmission : non

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : H/F/Couple.

Entrepreneur/Repreneur/Commerçant/Indépendant. Connaissance du secteur non obligatoire.

Formation dispensée : Oui

Obligation de certaines normes architecturales : Oui

Organisation de conventions : Oui

Organisation de réunions régionales : Réunion réseau et commission.

Date et lieu de la prochaine convention : Décembre 2017.

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 3

Résultats

CA H.T. global du réseau : 3 700 000 € (janvier-décembre 2016)

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 300 000 à 600 000 €

Contacts

Directeur Général : Julien Lippi

Responsable du réseau : Emilie Caron-Frappier

Animateur réseau : Delphine Gautier

Adresse : La Fouillouse
16440 Mouthiers-sur-Boëme

Tél : 05 45 25 06 17

E-mail : concessionnaire@lippifr.com

Site Internet : www.lippi.fr

Intranet ou partie réservée : oui



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2005
Description du réseau : Maison du menuisier est un groupement d'indépendants spécialisé dans la menuiserie, fermetures, protection solaire et aménagement sur le neuf, le sur-mesure et la rénovation
Nombre de magasins : 90 points de ventes en France
Type de contrat : Contrat d'adhésion au groupement Maison du menuisier
Durée du contrat : 3 ans
Droit d'entrée : nc
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Non
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Opération commerciale 4 fois par an
Aide à la publicité locale : Agence de communication pour mise en place d'action locale
Autres aides en exploitation : Oui
Aide financière : Non
Aide à la formation : Oui
Aide à la cession ou transmission : Oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Structure existante ou création ayant le savoir-faire du métier de la menuiserie
Formation dispensée : Formation commerciale et technique – Formation sur plan de communication globale – Formation gestion
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Oui
 Convention nationale tous les 2 ans et en décalé réunions régionales tous les 2 ans
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 25 points de vente
Nombre d'adhérents RGE : Tous
Nombre d'adhérents Qualibat : Tous
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : Tous
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Laurent Corso
Directeur du réseau : Jérôme Dangles
Adresse : 56 avenue des combattants d'AFN – 13 700 Marignane
Tél : 06.32.98.33.19
E-mail : j.dangles@reseaux-menuiseries.fr
Site Internet : www.maisondumenuisier.fr
Facebook : La Maison du menuisier
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau JÉRÔME DANGLES

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Adhérer à la Maison du menuisier c'est rentrer dans un groupement ou l'ADN principal est familial et où nous sommes très proches de nos adhérents qui conservent leurs indépendance.

L'objectif principal est de redonner un nouvel élan à leurs structures par le biais de formation, de fournisseurs performants leur permettant d'être présents sur les marchés du « neuf » et de la rénovation, ainsi que de les doter d'une image marketing cohérente et dynamique.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous sommes un groupement non lié à un industriel et avec la souplesse et la liberté pour l'adhérent de choisir entre 40 usines référencées.

L'idée principale étant de permettre à l'adhérent de se positionner sur tous les segments du marché, à savoir, le sur-mesure, la rénovation et le neuf mais aussi sur l'entrée, le milieu et le haut de gamme.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Notre convention annuelle a été le projet le plus marquant en 2017, car nous avons regroupé 300 personnes et 34 stands de nos industriels permettant d'allier formation produits et cohésion.



3 questions à un nouvel adhérent ALEXANDRE BILSKI, À EYGUIÈRES (13)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

La motivation première de rejoindre le réseau était avant tout une solution clé en main rentable et très concurrentielle. une sélection de produits, de fournisseurs et de tarifs négociés par le réseau nous a laissé le temps de se concentrer sur notre stratégie de vente et découvrir les nouveaux marchés qui se présentaient à nous. l'adhésion à un réseau rassure et permet un échange d'expériences qui nous évite bien des erreurs et nous fait gagner du temps et donc de l'argent.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau nous a apporté énormément de choses tant sur le plan technique que sur le développement. les solutions en termes de marketing, juridique, commercial, économique sont étudiées par le réseau et nous avons juste à profiter de l'expérience et de la force que cela représente. tout est conçu dans un but de facilité au quotidien, de progression de chiffre d'affaires, de qualité produits et d'amélioration de marge ! Nous avons un excellent rapport qualité prix ce qui nous permet de faire profiter à nos clients de tarifs très raisonnables et de convertir la majorité de nos devis en commandes. Une chose très importante à nos yeux est l'esprit extrêmement familial et la proximité de chacun de ses acteurs, une ambiance de confiance et d'amitié y est présente. Entre adhérents nous échangeons souvent afin de se faire des petits retours d'expérience.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

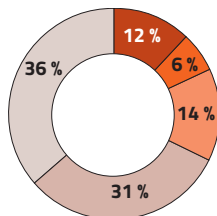
Les prestations que le réseau pourrait créer seraient d'animer des formations de groupe sur le développement commercial, les conseils en marketing, les nouvelles tendances de communication... Nous sommes des professionnels de la menuiserie avant tout et ce serait un réel plus pour nos magasins de se former à ce nouveau métier. Les supports évoluent en permanence et les technologies aussi il est vital d'en prendre conscience et d'en saisir ses avantages.

Le Scan de Prospérences

16,2 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

43 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

48 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

> 40 000

de 30 000 à 40 000

de 20 000 à 30 000

de 10 000 à 20 000

< 10 000



Rejoignez un réseau dynamique !

Groupement la maison du menuisier Pourquoi adhérer ?



- 1 Tarifs de groupement
- 2 Profondeur de gamme
- 3 Image marketing dynamique et cohérente
- 4 Communication périodique et outils d'aide à la vente
- 5 Diverses formations et accompagnement régulier
- 6 Proximité et dimension humaine
- 7 Votre identité associée à celle d'une marque crédible
- 8 Echanger, partager, faire partie d'une famille

Portes d'Entrée
Fenêtres PVC et Bois
Baies Aluminium
Volets battants
Volets roulants
Stores
Portes de Garage
Portails
Portes d'Intérieur
Grilles
Escaliers...

Responsable Développement : 06 32 98 33 19

Ensemble, devenons plus forts !



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2010

Description du réseau : Sur-mesure est un groupement d'indépendants spécialisés dans la menuiserie, fermetures, protection solaire sur le sur-mesure et la rénovation

Nombre de magasins : 80 points de ventes en France

Type de contrat : Contrat d'adhésion au groupement Sur-mesure

Durée du contrat : 3 ans

Droit d'entrée : nc

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : nc

Redevance publicitaire : nc

Remise de manuels de savoir-faire : nc

Aide pour l'étude de marché : Oui

Aide à la recherche d'un local : Non

Aide pour le dossier de financement : Oui

Aide à la conception du magasin : Oui

Organisation de la publicité nationale :

Opération commerciale 4 fois par an

Aide à la publicité locale : Agence de communication pour mise en place d'action locale

Autres aides en exploitation : Oui

Aide financière : Non

Aide à la formation : Oui

Aide à la cession ou transmission : Oui

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Structure existante ou création ayant le savoir-faire du métier de la menuiserie sur la rénovation et le sur-mesure

Formation dispensée : Formation commerciale et technique – Formation sur plan de communication globale – Formation gestion

Obligation de certaines normes architecturales : Non

Organisation de conventions : Oui
Convention nationale tous les 2 ans et en décalé réunions régionales tous les 2 ans

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 23 points de vente

Nombre d'adhérents RGE : Tous

Nombre d'adhérents Qualibat : Tous

Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : Tous

Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Laurent Corso

Directeur du réseau : Jérôme Dangles

Adresse : 56 avenue des combattants d'AFN – 13 700 Marignane

Tél : 06.32.98.33.19

E-mail :

j.dangles@reseaux-menuiseries.fr

Site Internet :

www.surmesure-menuiserie.fr

Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau JÉRÔME DANGLES

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

L'argument principal est que l'adhérent rejoint un groupement dynamique de spécialistes de la menuiserie et de la fermeture en sur-mesure et rénovation, un groupement de professionnels.

L'adhérent bénéficie de formations, d'un panel de 30 usines performantes et compétitives, tout en conservant son indépendance ainsi que la proximité avec un réseau à l'ADN familial.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Nous sommes un groupement non lié à un industriel et avec la souplesse et la liberté pour l'adhérent de choisir entre 30 usines référencées spécialisées dans la rénovation et le sur-mesure.

L'idée principale étant de permettre à l'adhérent de se positionner sur les segments du marché du sur-mesure, et de la rénovation sur l'entrée, le milieu et le haut de gamme.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Notre convention annuelle a été le projet le plus marquant en 2017, car nous avons regroupé 200 personnes et 34 stands de nos industriels permettant d'allier formation produits et cohésion.

3 questions à un nouvel adhérent HERVÉ BOULEKNATER, À CLERMONT L'HÉRAULT (34)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Issu d'une expérience radicalement différente, il était important pour moi de trouver un concept « prêt à partir » à savoir un accompagnement au démarrage et un réseau structuré autour de fournisseurs référencés et fiables.

Conseils, catalogues, chemises devis et échanges avec les autres membres du réseau m'ont permis de concrétiser dès le premier mois en me concentrant sur mon activité commerciale.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Outre l'image Sur mesure qui maintenant est de plus en plus visible par nos clients elle permet de capitaliser autour des nombreux magasins existants, le choix du logo assure aussi une excellente communication.

De plus, la recherche permanente de nouveaux partenaires nous permet d'accéder à des produits novateurs ainsi qu'à des conditions d'achat optimisées. Cela nous permet de nous consacrer pleinement à notre métier.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Créer un intranet ou blog afin de partager tout au long de l'année des expériences, références chantiers voire des problématiques rencontrées afin d'en faire bénéficier d'autres membres du réseau. Je pense que cela serait gage de performances supplémentaires.



RÉSEAU

Entrez dans l'Ère du

sur
mesure
store · menuiserie



Vous êtes un **Professionnel**
du sur-mesure
ET VOUS SOUHAITEZ DEVENIR
PLUS PERFORMANT...

surmesure-menuiserie (.fr)

Pourquoi adhérer ?

UNE GAMME LARGE POUR SE DÉVELOPPER
DES ACHATS NÉGOCIÉS POUR SE POSITIONNER
UNE IMAGE ATTRAYANTE ET CRÉDIBLE POUR ATTIRER
UNE COMMUNICATION RÉGULIÈRE POUR DYNAMISER
DIVERSES FORMATIONS POUR MAÎTRISER SON MÉTIER
DES OUTILS D'AIDES À LA VENTE POUR PLUS D'EFFICACITÉ
CONSERVEZ VOTRE IDENTITÉ POUR PLUS DE VALEUR AJOUTÉE
PROXIMITÉ ET VISITE RÉGULIÈRE POUR ÊTRE ÉPAULÉ ET PARTAGER



Bois
PVC
Alu

**Installateur
& Spécialiste**
en **sur-mesure**

Pour toute information :
admin@reseaux-menuiseries.fr

Portes / Fenêtres / Volets battants et roulants / Pergolas / Stores
Portes de garage / Portails / Placards

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2007
Description du réseau : Le réseau regroupe des professionnels indépendants qui conseillent, vendent et posent des vérandas et extensions aluminium auprès des particuliers
Nombre de magasins : 83
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 à 5 ans
Droit d'entrée : 25 000 € H.T.
Investissement global : 75 000 €
Redevance d'exploitation : Aucune
Redevance publicitaire : environ 1,5 % du CA
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui, Rénovaal gère la publicité nationale sur des grands médias (TV, radio nationale...)
Aide à la publicité locale : Oui, création d'affiches, mailings, flyers pour boîitage...
Autres aides en exploitation : Kit PLV pour les expos, les salons et foires, montage des dossiers administratifs, assistance juridique...
Aide financière : Sur véranda expo et expo foires et salons
Aide à la formation : Oui les formations disposent d'un numéro d'agrément
Aide à la cession ou transmission : Oui, participation à la recherche d'un futur repreneur
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entrepreneur dynamique expérimenté dans la vente au particulier avec une sensibilité technique
Formation dispensée : modules de formation technique, commercial, gestion et accompagnement terrain
Obligation de certaines normes architecturales : Oui (charte archi du magasin)
Organisation de conventions : oui, 1 par an + 2 réunions régionales
Date et lieu de la prochaine convention : janvier 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 2

Résultats

CA H.T. global du réseau : 32 millions d'euros H.T.
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 800 000 euros H.T.

Contacts

Dirigeant : Pierre Tisseau
Directeur du réseau : J. Pascal Cousseau
Animateurs réseau : J. Christophe de Bierre / Arnaud Jaulin
Adresse : 84, rue François De Chabot 49360 Yzernay
Tél : 02.41.49.15.49
E-mail : c.lacouture@renoval.com
Site Internet : www.renovaal.com
Facebook : /renoval.verandas
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions au responsable réseau JEAN-PASCAL COUSSEAU

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Nous proposons :

- Une gamme de produits novatrice et complète qui va du préau jusqu'à l'extension aluminium en passant par la pergola et la véranda. Le tout 100% Français.
- Un programme de formation (produit, commerce, pose, gestion...) bien défini et personnalisable.
- Une assistance permanente pour le recrutement, l'accompagnement des commerciaux, les plans de travaux annexes...
- Des produits étudiés sur-mesure et livrés en prêt à poser afin d'avoir un minimum de choses à faire sur le chantier.
- Un service Recherche & Développement à la pointe de l'innovation
- Une communication sur les médias nationaux qui a su nous positionner comme une marque référente sur le marché
- Un flux de contacts très important via notre site internet, transféré directement à nos concessionnaires qui possèdent tous des secteurs exclusifs.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

- Le 1^{er} élément qui nous différencie : nous n'avons qu'un seul mode de distribution : le réseau Rénovaal. Chaque concessionnaire a un secteur exclusif et est le seul à porter les couleurs de Rénovaal sur sa zone de chalandise. Il n'y a aucune concurrence interne.
- Le 2^d élément est la proximité de Rénovaal vis-à-vis de son réseau. Nous épaulons nos concessionnaires, car notre projet est commun. Le prêt à poser est un véritable métier que nous pratiquons depuis plus de 35 ans, d'où une maîtrise totale qui passe par une anticipation permanente.
- Le 3^e élément différenciant est notre communication sur des grands médias nationaux qui nous permet d'être très visibles pour les porteurs de projets qui nous contactent de plus en plus facilement.
- Le 4^e élément est l'écoute active de nos concessionnaires afin de faire améliorer nos produits et notre fonctionnement.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Pour l'année 2017, l'extension de nos 3 sites de production. Cette extension est liée aussi à des investissements de convoyeurs, cintreurs, transstockeurs, nouvel outil de production à commande numérique. Tout ceci dans le but de remédier à une progression d'adhérents au réseau Rénovaal et à une progression de chiffre d'affaires conséquent. Pour 2018, notre projet principal reste le développement de notre réseau ainsi que le développement d'une nouvelle gamme de produits.



3 questions à un nouvel adhérent XAVIER BURGAUD, À NOYAL-SUR-VILAINE (35)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Une des forces de Rénovaal est l'innovation utile, ils ont toujours été précurseurs, jamais suiveurs : un réel plus en proposition commerciale vis-à-vis des clients. Par exemple, ce sont les seuls fabricants à proposer 2 gammes de produits, à avoir un produit réellement dédié à l'extension de l'habitat, dont la conception a été certifiée par le CSTB et ce dès le 15 janvier 2014 (et là encore ils étaient les 1^{er}).

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Leur force de communication : sponsoring TV, pub, radio... et surtout l'accompagnement du service Marketing sur notre communication locale. Ils sont toujours là pour nous épauler afin de récupérer un maximum d'adresses de projet. Pour information, Rénovaal me transmet en moyenne 20 adresses de prospect par mois qu'ils ont eu via leur site internet. Et ces adresses, je suis le seul à les exploiter au sein du réseau Rénovaal sur le 35 car nous avons tous une exclusivité de secteur.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Franchement que Rénovaal continue l'innovation utile, que leur accompagnement terrain soit toujours aussi efficace et que notre relation soit toujours aussi fructueuse et constructive. Nous avançons main dans la main en toute confiance.

3 questions au responsable réseau GUILLAUME TARAN



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

En rejoignant le réseau Relais Confiance Tschoeppé, nous assurons :

- Un cursus d'intégration sur-mesure et personnalisé, avec une méthodologie éprouvée et développée en partenariat avec notre réseau ;
- Des contacts supplémentaires : nous transmettons en moyenne 60 à 80 contacts par an à nos partenaires ;
- Un accompagnement individualisé, balayant tous les aspects du métier (technique, commercial, managérial, financier, marketing) ;
- Un secteur exclusif, permettant de préserver les marges et de récolter les fruits des investissements en communication ;
- Un marketing percutant : une communication nationale forte pour développer la notoriété de la marque (campagnes nationales de publicité TV, présence digitale) et de nombreux outils de communication locale efficaces (concept showroom, développement de l'efficacité commerciale, opérations commerciales clé en main).

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Actuellement, sur le marché du portail et de la clôture, aucun fabricant ne propose une réelle exclusivité de secteur contractualisée. Cette exclusivité garantit à nos partenaires :

- Une différenciation face à la concurrence, car nos partenaires sont les seuls à proposer les produits Tschoeppé autour de chez eux ;
- De capitaliser sur une marque où ils sont les uniques bénéficiaires des retombées ;
- Un suivi et un accompagnement rapproché de nos ATC, car notre objectif est de développer leur entreprise.

Tschoeppé est également la 1^{re} marque de portail à communiquer nationalement en TV avec des campagnes publicitaires diffusées sur France Télévisions, BFM TV et RMC découverte depuis mars 2016. Nous organisons aussi 2 opérations commerciales par an avec des outils marketing prêts à l'emploi.

Toutes ces compétences et ces méthodologies s'appliquent aussi dans le développement de l'activité « Portail » que pour l'ensemble de leur structure.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Au fil du temps, les compétences apportées par l'équipe Tschoeppé et les retours d'expérience des différents Relais confiance ont permis de développer un réel savoir-faire dans le domaine du portail. Ce savoir-faire est aujourd'hui formalisé dans un document de plus de 30 pages, nommé « Parcours Tschoeppé » et déployer depuis le 1^{er} trimestre 2017. Ce document est un véritable cursus qui permet à chaque Relais Confiance Tschoeppé d'évoluer à partir de sa situation actuelle pour développer ses parts de marché et devenir le leader du portail sur son secteur.

Pour 2018, notre principal projet est le lancement d'un nouveau site internet avec une revue complète du graphisme et de l'ergonomie du site et une mise en avant encore plus forte de nos partenaires Relais Confiance. Ce travail sera bien entendu accompagné d'une présence Web plus soutenue, permettant d'augmenter les visites sur notre site, et donc de fournir davantage de contacts qualifiés à notre réseau.

3 questions à un nouvel adhérent NICOLAS ROUBLIQUE, RM HABITAT À IGOVILLE (27)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Notre société souhaitait développer l'activité Portail/Clôture suite à une demande de plus en plus importante de nos clients. Nous avons donc contacté plusieurs fabricants et Tschoeppé est celui qui a retenu de suite notre attention. Son concept de Relais Confiance nous a séduits immédiatement : une solution clé en main avec un accompagnement personnalisé : formation commerciale, formation de nos poseurs, concept marketing, aménagement du magasin, etc.

Ce partenariat a été un tournant dans le développement de notre société avec à ce jour une évolution importante de l'activité portail/clôture.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le 1^{er} semestre de mon intégration au réseau Relais Confiance, j'ai réalisé un CA « Portail » de 100 K€. Je vise cette année un CA de 400K€. Cette belle évolution de mon chiffre est liée à 2 facteurs principalement.

Le 1^{er} est l'accompagnement personnalisé avec la mise en place de solutions commerciales et marketing permettant un développement rapide de l'activité sur notre secteur géographique. Matthieu est le commercial qui nous suit au quotidien, sa présence est vraiment importante car il a un regard extérieur à l'entreprise. Il nous accompagne dans des décisions stratégiques et je peux dire qu'il fait un travail exceptionnel : il fait maintenant un peu partie de la famille !

Le second facteur est bien entendu la qualité des produits qui est un vrai atout commercial. Plus de 60 ans d'existence, une ligne de production à la pointe de la technologie et des innovations chaque année, voilà ce que j'attends d'un fabricant : être à l'écoute du marché avec toujours une longueur d'avance.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

La prochaine grande étape sera le recrutement d'un commercial pour le développement de notre activité. Je souhaite donc que Tschoeppé m'accompagne dans le processus de recrutement : rédaction des annonces, entretien d'embauche, intégration, formation, etc.



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2008
Description du réseau : Réseau d'installateurs de portails et de clôtures en alu
Nombre de magasins : 60
Type de contrat : Contrat de distribution exclusive
Durée du contrat : Contrat de 5 ans
Droit d'entrée : 10 000 €
Investissement global : 10 000 €
Redevance d'exploitation : /
Redevance publicitaire : 2 500 € / an
Remise de manuels de savoir-faire : Oui : Le « Parcours Tschoeppé »
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui
Aide pour le dossier de financement : Oui
Aide à la conception du magasin : Oui avec prise en charge de la signalétique magasin, conforme à la charte Tschoeppé
Organisation de la publicité nationale : Campagne de publicité nationale TV et Web
Aide à la publicité locale : 1,5% du CA
 Achat reversé pour financer la publicité locale
Autres aides en exploitation : Agence-ment magasin, aide au recrutement, ...
Aide financière : Non
Aide à la formation : Non
Aide à la cession ou transmission : Non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Pas de profil spécifique, possibilité d'accompagner des structures existantes ou des créations d'entreprise
Formation dispensée : Formation commerciale (avec certification Afnor), formation de management, formations techniques (métrage, pose, automatismes, logiciel de 3D)
Obligation de certaines normes architecturales : Respect de la charte graphique Tschoeppé
Organisation de conventions : 1 convention tous les 18 mois
Date et lieu de la prochaine convention : Barcelone en Janvier 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres et Origine France Garantie : NC

Résultats

CA H.T. global du réseau : 8 M€ pour 2016
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 350 000 €

Contacts

Directeur du réseau : Philippe Tschoeppé
Animateur réseau : Guillaume Taran
Adresse : 2 rue Lavoisier – 67720 Hoerdrt
Tél : 03 90 64 26 31
E-mail : contact@tschoeppé.fr
Site Internet : www.tschoeppé.fr
LinkedIn : /tschoeppé-industrie
Facebook : /Tschoeppéindustrie
Twitter : /tschoeppéind
Instagram : /le_portail_alu_tschoeppé
Intranet ou partie réservée : oui (intranet + serveur partagé)

Bo_zArc®
Abris en aluminium

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2002
Description du réseau : Abris de terrasses et carports – mobilier urbain et commercial
Nombre de magasins : 10 en France, 22 en Europe
Type de contrat : Contrat de Partenariat
Durée du contrat : Annuel par tacite reconduction
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 6 000 €
Redevance d'exploitation : 0 €
Redevance publicitaire : Non
Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Non
Aide à la recherche d'un local : Non
Aide pour le dossier de financement : Non
Aide à la conception du magasin : Oui
Organisation de la publicité nationale : Oui et référencement Web SEO SEA
Aide à la publicité locale : 35 % de participation
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : Non
Aide à la formation : Non
Aide à la cession ou transmission : Non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Pas de profil type
Formation dispensée : Commerciale, Technique et de Pose
Obligation de certaines normes architecturales : Non
Organisation de conventions : Annuelle
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 3
Nombre d'adhérents RGE : nc
Nombre d'adhérents Qualibat : nc
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : NC
 CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 400-600 K€

Contacts

Dirigeant : Philippe Verlinden
Directeur et animateur du réseau : Christophe Bergogne
Adresse : Boomsesteenweg 41, 2630 Aartselaar (Belgique)
Tél : +32 3 455 90 67
E-mail : info@bozarc.fr
Site Internet : www.bozarc.fr



3 questions au responsable réseau CHRISTOPHE BERGOGNE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le produit BOzARC est une gamme complète d'abris et de carports de très haute qualité qui répond à tous les besoins de protection. D'autre part la quasi-absence sur le marché français de concurrence sur des produits équivalents en termes de qualité rend notre offre incontournable.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Très peu d'exigence vis-à-vis de l'investissement du partenaire. Le fabricant ne fait sa marge que sur la vente des produits tout en proposant un accompagnement marketing, commercial et technique soutenu. Un vrai partenariat 100 % gagnant.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2017 a été marquée par une vraie stratégie de développement du réseau en France, avec notamment le recrutement d'un business manager France. Ainsi que le déploiement de la version 2.0 du produit BOzARC.

L'année 2018 verra la naissance de nouveaux outils d'aide à la vente comme les logiciels de simulation 3D pour implanter directement le produit sur une photo de la maison du prospect.



3 questions à un nouvel adhérent ARNAUD BESNIARD, ABRIS ALU À ARMENTIÈRES (59)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

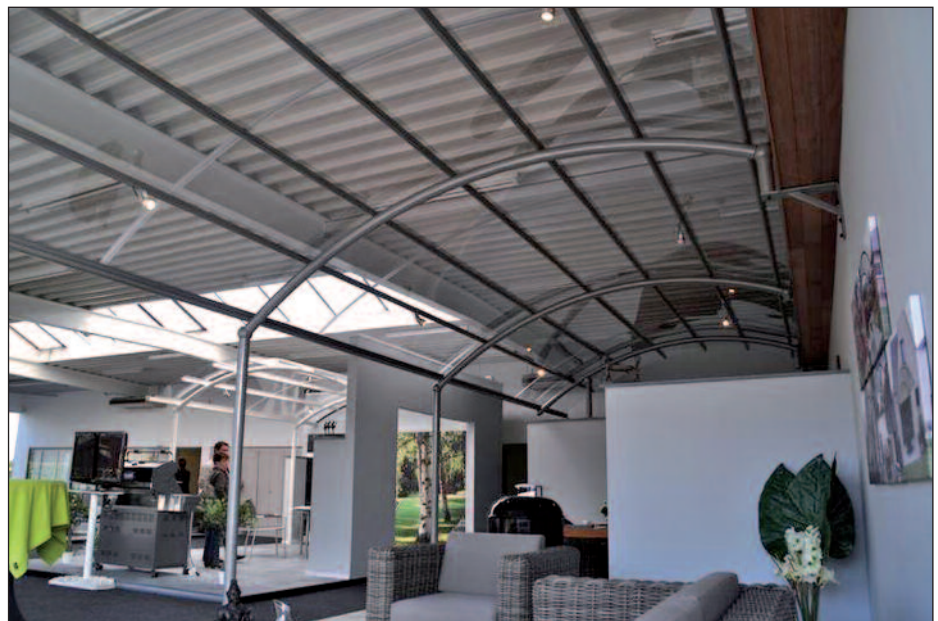
Pouvoir entreprendre sur un produit de haute qualité dont la production était éprouvée et maîtrisée sur son marché d'origine et ce depuis de nombreuses années.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Un accompagnement marketing sur la notoriété locale de la marque. Une vraie qualité de service. Un service de formation sur les aspects techniques et de pose du produit afin d'optimiser la rentabilité de la prestation.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Une vraie démarche de communication au niveau national, organisée et structurée au niveau de la tête de réseau. Un vrai suivi de la qualité du travail suite à la pose pour fidéliser et parrainer de nouveaux contacts.



Bo_zArc®

Abris en aluminium



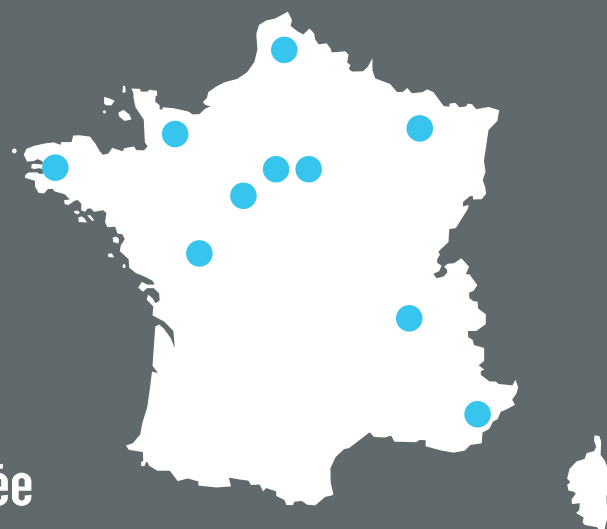
REJOIGNEZ-NOUS!



Prenez part à l'expérience BOzARC et participez à votre succès

UN RÉSEAU EUROPÉEN
UNE DIMENSION FAMILIALE

- + **25** Showrooms en Europe
- + **10** Showrooms en France
- + Plus de **2000** abris posés chaque année



CONTACTEZ NOUS:

Philippe Verlinden • philippe.verlinden@bozarc.be • **WWW.BOZARC.FR**



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2008 (juin)
Description du réseau : partenariat privilégié avec K-LINE pour aider les entreprises qui veulent se développer sur le marché du changement de fenêtres auprès du particulier en privilégiant l'aluminium pour se différencier
Nombre de magasins : 141
Type de contrat : partenariat
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : 2 000 € (intégralement reversé sous forme de signalétique, showroom, PLV, supports de vente...)
Investissement global : 0 €
Redevance d'exploitation : 0 €
Redevance publicitaire : 4 000 € (principalement reversé sous forme de supports de vente, actions promotionnelles, publicité...)
Remise de manuels de savoir-faire : classeur réseau avec kits d'opération
Aide pour l'étude de marché : non
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : showroom LDJ obligatoire (4 menuiseries, meuble spécifique, signalétique, PLV...)
Organisation de la publicité nationale : pub TV, radio, Web
Aide à la publicité locale : kits d'animation, promotion « clés en main », plateforme d'e-mailing, vidéos...
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : non
Aide à la formation : pose, commerciale, technique, management
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : menuisier indépendant, > 5 ans d'expérience, qui veut privilégier l'aluminium pour se différencier
Formation dispensée : intégration, management, commerciale, pose
Obligation de certaines normes architecturales : showroom obligatoire, présence de l'enseigne LDJ
Organisation de conventions : 1 par an
Date et lieu de la prochaine convention : juin 2018
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 11
Nombre d'adhérents RGE : 100 %
Nombre d'adhérents Qualibat : 90 %

Résultats

nc

Contacts

Directeur du réseau : Jean-Pierre Liebot
Animateur réseau : Xavier Menut (responsable) + 3 animateurs
Adresse : K-Line - 24 avenue des Sables 85500 Les Herbiers
Tél : 02 51 66 70 00
E-mail : jp.liebot@k-line.fr
Site Internet : www.fenetre-ldj.fr



3 questions au responsable réseau JEAN-PIERRE LIEBOT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le marché du changement de fenêtre est aujourd'hui dominé par le PVC (65 % PDM). Pour se différencier de ses concurrents, s'il a envie de développer son entreprise en privilégiant la variante aluminium, LDJ est le partenariat pour le faire. Il profite de l'appui de K-Line, 1^{er} fabricant de fenêtres en France, d'actions concrètes autour de 3 thématiques (vente, communication et pose) et de l'échange d'expérience d'un réseau de plus de 140 experts du changement de fenêtres.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Lumière du Jour repose sur plusieurs principes forts : l'indépendance des entreprises, l'envie de travailler et développer le business ensemble, la volonté de privilégier la fenêtre aluminium pour se différencier et la recherche de la satisfaction des particuliers à travers une maîtrise technique et une qualité de réalisation. C'est un partenariat construit avec nos partenaires à travers des commissions de travail et de nombreux échanges, afin d'être proche des réalités du terrain et s'assurer de l'efficacité de nos actions.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

Le point marquant de 2017 est incontestablement la création de notre référentiel de qualité avec l'Association Socotec qualité. Il marque une étape importante dans la construction de notre partenariat.

Depuis la création de LDJ, nous mettons en place des actions de communication, de vente, de promotion afin d'aider nos partenaires à se distinguer. Cependant, ce n'est pas suffisant. Les particuliers ont besoin d'être plus rassurés, notamment sur le choix du bon professionnel. Créé avec nos partenaires et Socotec, ce référentiel de qualité englobe l'ensemble de la relation commerciale, du 1^{er} contact jusqu'à la gestion des SAV, et bien évidemment par la pose. Avec ce référentiel LDJ, audité annuellement, on construit une pyramide des bonnes pratiques qui amène notre partenaire à avoir un niveau de qualité élevé.

En 2018, nous prévoyons de déployer ce référentiel auprès des partenaires LDJ. Ce sera un des thèmes forts à l'occasion des 10 ans du réseau LDJ en juin prochain.



3 questions à un nouvel adhérent ARNAUD GAILLOCHET ART FERMETURES 52 À SAINTS-GEOSMES (52)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Je recherchais un grand groupe français qui donne un gage de qualité, d'expérience et d'innovation. C'est donc tout naturellement que je me suis tourné vers le réseau "Lumière du jour". Un rapport de confiance existe entre Lumière du jour et notre entreprise. Jean-Pierre Liebot est une personne très à l'écoute, dynamique, très réactif et fort de conseils, un homme proche de son réseau.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le référencement Expert Rénovateur et les outils de communication adaptés à mon marché permettent à mon entreprise d'organiser avec sérénité et tranquillité les opérations commerciales et à mes clients de connaître les produits K-Line et de leur donner un gage de qualité.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

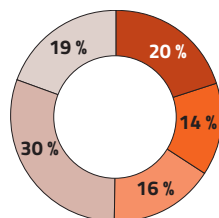
Afin de valoriser notre rôle d'Expert Rénovateur, je pense qu'il serait judicieux de développer une certification pose validée par un organisme indépendant. Cette certification permettrait à nos clients d'être rassurés sur le process complet de leur projet de rénovation, de la demande du devis jusqu'à la réception de chantier.

Le Scan de Prospérences

44,1 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

66 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

48,3 Âge moyen des adhérents



Stratégie d'implantation

- > 40 000
- de 30 000 à 40 000
- de 20 000 à 30 000
- de 10 000 à 20 000
- < 10 000

(Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins)

3 questions au responsable réseau CÉDRIC BOUDRY



Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

En tant qu'adhérent, le Réseau Sécuristes de France vous permet de conserver toute votre indépendance tout en ayant de nombreux avantages et pour un prix très compétitif (moins de 100 euros par mois). Être Sécuriste c'est obtenir un chèque de rétrocession en fin d'année, au prorata des achats effectués auprès de fournisseurs de qualité choisis et validés par vos confrères. Enfin, c'est également des rencontres, des échanges et des partenariats durables qui permettent chaque jour de se remettre en question pour devenir meilleur. Je n'oublie pas d'ailleurs, nos partenaires-fournisseurs qui année après année nous permettent de proposer à nos adhérents des produits fiables et innovants, grâce à une relation de confiance et une véritable synergie industriel-installateur.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Le Réseau Sécuristes de France est un réseau indépendant. Il appartient à 100 % à ses adhérents qui élisent un Conseil d'Administration pour les représenter. Ainsi, toutes les décisions sont prises dans l'intérêt des membres et de leurs sociétés respectives. La redistribution des bénéfices en est le meilleur exemple. Elle s'élève pour l'année 2016 à près de 400.000 euros. En cela, nous avons été précurseurs il y a 22 ans et continuons de l'être.

Notre réseau est également multidisciplinaire. Il regroupe aujourd'hui des serruriers, des menuisiers, des automaticiens et des alarmistes, tous spécialistes du confort et de la sécurité de l'habitat et qui naviguent aujourd'hui entre ces différents métiers. Le réseau leur permet de découvrir des experts d'horizons divers et d'offrir à leurs clients les meilleures solutions.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, nous avons souhaité rajouter notre charte graphique et notre communication. La plaquette a été repensée, nos différents outils ont été revus (annuaire des commerciaux de nos fournisseurs, magazine trimestriel, newsletter mensuelle, différents documents de prospection et de communication, ...). Le site Internet a également subi une totale refonte avec pour cible le client final. Nous souhaitons proposer à chaque particulier, un expert qualifié proche de chez lui et tous les renseignements sur les produits qu'il recherche.

L'année prochaine, nous souhaitons mettre en place encore davantage de moments d'échanges et de débats entre nos adhérents lors de nos différents événements. Cela passe par des rencontres locales et des visites d'entreprise afin de partager les bonnes pratiques de chacun. Nous souhaitons également développer pour nos adhérents la conquête de leads en leur offrant du contact qualifié. C'est une réelle source de progression.

3 questions à un nouvel adhérent PATRICK SCHWOB, PTM SÉCURITÉ À MULHOUSE (68)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le Réseau Sécuristes de France m'a offert la possibilité d'échanger avec de véritables experts de mon secteur d'activité. Par le biais de réunions ou encore de conventions, nous pouvons partager nos expériences afin de trouver ensemble des solutions aux problématiques auxquelles nous sommes confrontés. Bien évidemment, les partenariats mis en place avec des fournisseurs qui nous permettent de bénéficier de conditions d'achats avantageuses sont également très intéressants.

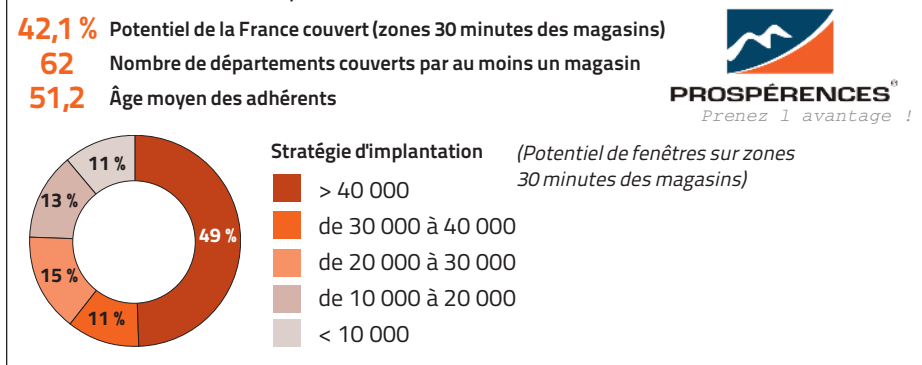
Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Pour ma part, ce sont véritablement les rapports humains, au travers des différents échanges avec les autres professionnels de mon métier. Même s'il est compliqué de participer à l'ensemble des réunions que nous propose le réseau, celles-ci sont véritablement bénéfiques, notamment dans cet univers de plus en plus concurrentiel dans lequel nous sommes. Ensuite, les remises tarifaires ainsi que les ristournes de fin d'année sont un vrai plus. Enfin, le réseau nous propose également des solutions pour nous aider à développer nos sociétés (formation, aide au développement, ...)

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Je souhaiterais que la palette de fournisseurs soit plus large sur certaines gammes de produits. De plus, je pense qu'il serait également intéressant que le réseau se développe en proposant à ses adhérents une offre de services (véhicules, banques, ...). En effet, ce sont des postes de dépense non-négligeables pour nos entreprises et cela permettrait à l'ensemble des adhérents de bénéficier de conditions d'achat avantageuses. Néanmoins, le réseau nous propose aujourd'hui des solutions qui sont déjà très intéressantes.

Le Scan de Prospérences



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1995
Description du réseau : Les experts de la sécurité et du confort
Nombre de magasins : 160
Type de contrat : contrat d'adhésion aux valeurs du réseau et validation par parrainage
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : 160 € (achats de parts dans la coopérative)
Investissement global : 350 € (kit de communication)
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : print et web principalement
Aide à la publicité locale : oui dans le cadre du relais d'opérations commerciales réseau
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : non
Aide à la formation : oui, commerciales, managériales et techniques
Aide à la cession ou transmission : oui par l'intermédiaire d'avocats spécialisés
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : expert spécialisé dans le confort et la protection de l'habitat (serrurier, menuisier, automaticien, alarmiste, ...) disposant de compétences techniques, commerciales et managériales vérifiées et reconnues sur son marché.
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : oui (Lisbonne, mai 2017)
Date et lieu de la prochaine convention : mai 2018 (lieu à définir)
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 6
Nombre d'adhérents RGE : 70
Nombre d'adhérents Qualibat : 35
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 0
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : 0

Résultats

CA H.T. global du réseau : 130 millions d'euros en 2016

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 400 000 euros

Contacts

Président : Olivier Winzelberg
Directeur : Cédric Boudry
Assistante de gestion : Valérie Lardeux
Animateur de réseau : William Figarol
Adresse : 22 Grande Rue, 92310 Sèvres
Tél : 0145079330
E-mail : accueil@securiste.com
Site Internet : www.securiste.com
Linkedin : non
Facebook : non
Twitter : non
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : en cours de création



Fiche d'identité

Date de création du réseau : avril 1983
Description du réseau : spécialiste vérandas et pergolas de haute qualité en aluminium
Nombre d'implantations : 50 en France, 12 en Suisse et Benelux
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 3 ans renouvelables
Droit d'entrée : 0 €
Investissement global : 75 000 €
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : nc
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : oui
Aide pour le dossier de financement : oui
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : nc
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : non
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entrepreneur et manager à dominante commerciale. Étude selon dossier
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : oui
Organisation de conventions : oui
Date et lieu de la prochaine convention : février 2018 à Paris

Résultats

nc

Contacts

Dirigeant : Nicolas Libbrecht
Adresse : Europark Zuid
 16 9100 Sint-Niklaas (Belgique)
Tél : +3237776193
E-mail :
 service.commercial@veranco.com
Site Internet :
 www.veranda-veranco.com
LinkedIn : /veranco
Facebook : /verandaveranco
Twitter : /verandaveranco
Intranet ou partie réservée : oui



3 questions à un nouvel adhérent

PHILIPPE BERTRAND,
AFP24 À SAINT-LAURENT-SUR-MANOIRE (24)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Mon parcours professionnel m'avait déjà donné l'occasion de travailler avec Veranco. Après ma reprise de cette société en Dordogne, Veranco s'est imposé comme une évidence. Il est un fabricant sérieux et toujours au fait des nouvelles tendances dans le domaine de la véranda. Après une première collaboration de 10 ans, je souhaitais vraiment retrouver ce réseau dans lequel le partenariat est un vrai leitmotiv.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Nous sommes très attachés aux nouveautés et Veranco met une grande énergie au service de la recherche et de l'innovation, avec son service intégré R&D, nous offrant des produits de haute qualité reconnus par les particuliers. Nos produits attirent une clientèle très intéressée, qu'il est important de guider avec respect dans ses choix et ses désirs d'extension d'habitation. Le bureau d'études de Veranco est doté de techniciens particulièrement disponibles et permet d'élaborer les projets avec un grand professionnalisme.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Aujourd'hui, nous pouvons offrir à notre clientèle un niveau de réponse à la hauteur des gammes proposées. Rien ne manque.





**Créez vous une vie extérieure !
Nouvelle Pergola Bioclimatique**

 **veranco**
Il fait bon vivre dans nos vérandas !
www.veranda-veranco.com



La marque 100% menuiserie

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2011

Description du réseau : SYbaie, la marque menuiserie dédiée aux artisans menuisiers

Nombre d'adhérents : 800

Droit d'entrée : Aucun

Aide à la conception du point de vente : show-room SYbaie Co-Brandé

Organisation de la publicité nationale : Relais Web et presse nationale

Aide à la publicité locale : Outils de communication de proximité

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Artisan menuisier maîtrisant la dépose totale

Formation dispensée : oui

Résultats

nc

Contacts

Adresse : BP27 – Brétignolles
79301 Bressuire Cedex

Tél : 05.49.74.46.75

E-mail : communication@groupe-mi.com

Site Internet : www.sybaie.com

Intranet ou partie réservée : oui :
<http://espaceprosy.com>



3 questions au responsable réseau C. LOURADOUR, RESPONSABLE SYBAIE RÉGION-SUD

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

SYbaie n'est ni une marque classique, ni un réseau classique, c'est une "Communauté" où chaque adhérent artisan garde son identité et son propre rayon d'action sans aucune obligation ou redevance. SYbaie est la "communauté" dédiée aux artisans menuisiers amoureux et respectueux de leur métier avec des atouts majeurs sur la réactivité, la proximité et surtout l'autonomie grâce à des outils pensés pour le quotidien des artisans.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Il y a eu peu de changement ces dernières années dans les réseaux, c'est aussi pour cela que nous affichons fièrement nos valeurs notamment humaines et de savoir-faire grâce à notre nouvelle approche de la menuiserie avec « La communauté SYbaie ». C'est un vent de nouveauté et de liberté qui souffle sur l'univers de la menuiserie.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

C'est véritablement la sortie du site de la "Communauté des artisans" sybaie.pro qui est la parfaite « traduction numérique » de la philosophie SYbaie. Avec son configurateur de portes et de fenêtres SYmax, qui permet de chiffrer des menuiseries et passer commande en temps réel, un guide de choix et des vidéos, nous travaillons en permanence sur des outils qui valorisent et accompagnent le travail du menuisier. Et pour l'avenir, il passera obligatoirement par la formation de notre communauté.



3 questions à un nouvel adhérent M. GUÉRIN, ENTREPRISE GUÉRIN MÉTAL

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

J'ai choisi de rejoindre la communauté SYbaie pour deux raisons : la première pour leur nouvelle approche de la menuiserie et de notre métier. La seconde est qu'ils proposent une large gamme de produits, fenêtres et portes d'entrée de qualité, et de matériaux comme le bois, le PVC et l'aluminium et le multimatériaux.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

SYbaie, c'est un groupe familial et c'est vraiment un plus pour moi. Ensuite, je garde mon identité d'artisan tout en gardant une totale autonomie avec leur système informatique, on peut configurer de nos bureaux un devis précis et complet pour nos clients. On peut tout faire de chez nous et les commerciaux SYbaie sont toujours disponibles pour nous apporter leurs conseils et nous former sur les produits.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Franchement, SYbaie, c'est un esprit familial, des interlocuteurs présents et une large gamme de produits très compétitifs ! En un mot, ils sont au top.

3 questions au responsable réseau OLIVIER BOUGEOT

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La proximité de l'ensemble des équipes avec le client sans hésiter ! Chez Menuisier Conseil, le client est vraiment au centre de notre organisation.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

L'association de la liberté et de la proximité. Chez nous, vous êtes comme chez vous.

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

En 2017, nous avons décidé de réorganiser notre force commerciale pour être encore plus proche de nos clients.

Pour 2018, nous prévoyons d'accentuer davantage notre présence sur le terrain.

3 questions à un nouvel adhérent FABRICE LANDREIN, ISO FERMETURES À FONSORBES (31)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Les principales raisons qui m'ont motivé pour rejoindre le réseau Menuisier Conseil sont les suivantes :

- La notoriété que génère un réseau de plus de 400 adhérents sur l'ensemble du territoire français.
- La qualité des produits qui proviennent de leurs usines.
- Le côté humain qui est conservé au sein du groupe Les Zelles.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

- Une image de professionnel de la menuiserie.
- Un support marketing (charte graphique), des objets de communication (panneaux chantier, accroches porte) un showroom.
- Un fort accompagnement commercial.



De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

- Une communication nationale.
- Plus d'accompagnement lors de grosses manifestations, par exemple le prêt d'un stand pour une manifestation.
- La récupération de contacts qualifiés.

MENUISIER - CONSEIL
FENÊTRES | PORTES | VOLETS

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1995

Description du réseau : Menuisier Conseil est la marque du groupe Les Zelles, spécialisée dans la fabrication et la pose de menuiseries PVC et aluminium, fabriquées en France pour le particulier à travers un réseau de professionnels indépendants.

Nombre de magasins : 450

Type de contrat : partenariat

Durée du contrat : aucun

Droit d'entrée : aucun

Investissement global : nc

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Remise de manuels de savoir-faire : sur demande

Aide pour l'étude de marché : sur demande

Aide à la recherche d'un local : sur demande

Aide pour le dossier de financement : nc

Aide à la conception du magasin : sur demande

Organisation de la publicité nationale :

Communication sur site et présence sur réseaux sociaux, sponsoring etc...

Aide à la publicité locale : sur demande, propre à chaque partenaire (mailing, parrainage etc.).

Autres aides en exploitation : sur demande

Aide financière : aucune

Aide à la formation : sur demande

Aide à la cession ou transmission : sur demande

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : Maîtriser la pose de menuiseries extérieures, être soucieux de la satisfaction du client final. Avoir la volonté de développer son activité dans le cadre d'un partenariat.

Obligation de certaines normes architecturales : nc

Organisation de conventions : nationale et régionales selon besoin

Date et lieu de la prochaine convention : nc

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc

Nombre d'adhérents RGE, Qualibat, NF fenêtres ou Origine France Garantie : nc

Résultats

CA H.T. global du réseau : 35 M€

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 400 000 €

Contacts

Dirigeant : Robert Dollat

Directeur du réseau : Olivier Bougeot

Animateurs réseau : Joël Nourry, David Estrany

Adresse : ZI les Ecorces BP 7
88250 La bresse

Tél : 03 29 25 53 11

E-mail : communication@leszelles.fr

Site Internet : www.menuisierconseil.com

LinkedIn : oui

Facebook : oui

Twitter : oui

Instagram : non

Intranet ou partie réservée : oui

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1993
Description du réseau : réseau d'entreprises de fabrication industrielle de menuiseries aluminium
Nombre de magasins : 7
Type de contrat : contrat de licence de marque
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Droit d'entrée : sur simple demande après validation par le responsable et le comité directeur du réseau
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : oui
Organisation de la publicité nationale : oui
Aide à la publicité locale : oui
Autres aides en exploitation : non
Aide financière : non
Aide à la formation : oui
Aide à la cession ou transmission : oui
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : entreprises de fabrication de menuiseries aluminium
Formation dispensée : oui (technique et commerciale)
Obligation de certaines normes architecturales : non
Organisation de conventions : non
Date et lieu de la prochaine convention : nc
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : nc
Nombre d'adhérents RGE : nc
Nombre d'adhérents Qualibat : 7
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : 1
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : en cours

Résultats

CA H.T. global du réseau : 40 millions €
CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : nc

Contacts

Président : Alain Flacon
Animateur réseau : Bertrand Lafaye
Adresse : ZI rue de Garenne
34740 Vendargues
Tél : 04 67 87 77 53
E-mail : bertrand.lafaye@arconic.com
Site Internet :
www.menuiseries-alu-initial.com
Instagram : non
Intranet ou partie réservée : oui
LinkedIn : non
Facebook : /Initial-votre-expert-de-la-menuiserie-aluminium
Youtube :
www.youtube.com/channel/UCTTwpU68MSiDdWnNnXWHW-g



2 questions au responsable réseau BERTRAND LAFAYE

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

La convivialité et le partage au sein de notre réseau.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les réseaux développent de nouveaux outils de communication (spots TV, réseaux sociaux, etc.)



Garde-corps Initial.



Porte d'entrée Initial.



Coulissant Essentiel.

3 questions au responsable réseau PATRICK POURCEL

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Le partage d'expérience et le développement produit.



Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

Les réseaux développent de nouveaux outils de communication et de marketing (spots TV, réseaux sociaux, etc.)

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

2017 : évolution de la toiture véranda

2018 : nouvelle véranda

3 questions à un nouvel adhérent LOIC FISTER, WERALU À DOMBASLE-SUR-MEURTHE (54)



Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le réseau m'a apporté une dynamique, le fait de ne plus être seul et pouvoir partager à tout moment avec les membres du réseau sur des sujets aussi bien techniques que sur des questions quotidiennes, permet d'avancer plus vite et mieux, on se sent rassuré.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Le réseau Vérancial est un réseau constitué de fabricants indépendants, qui fabriquent avec les mêmes profilés (Kawneer) par le biais de leurs sociétés connues et reconnues dans leur secteur géographique depuis plusieurs années.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

J'aimerais bénéficier d'une aide marketing et commerciale plus vivante et innovante, et non purement technique (par exemple concernant les innovations tels que les chéneaux évolutifs) car nous avons la chance d'avoir des produits innovants.



Vérancial
VÉRANDAS ET HABITAT

Fiche d'identité

Date de création du réseau : 2003

Description du réseau : Le réseau Vérancial regroupe des professionnels de la fabrication et de la pose de vérandas aluminium sur-mesure, tous sélectionnés pour leur savoir-faire et leur expertise

Nombre de magasins : 40

Type de contrat : contrat de licence de marque

Durée du contrat : 1 an renouvelable

Droit d'entrée : sur simple demande après validation par le responsable et le comité directeur du réseau (package de démarrage)

Investissement global : 1 500 € + coût annuel des outils de communication consommés

Redevance d'exploitation : non

Redevance publicitaire : non

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide pour l'étude de marché : oui

Aide à la recherche d'un local : non

Aide pour le dossier de financement : non

Aide à la conception du magasin : oui

Organisation de la publicité nationale : oui

Aide à la publicité locale : oui

Autres aides en exploitation : non

Aide financière : non

Aide à la formation : oui

Aide à la cession ou transmission : oui

Profil du candidat et compétence technique nécessaire : sociétés spécialisées dans l'amélioration de l'habitat et dont l'activité principale est la fabrication et l'installation de vérandas

Formation dispensée : oui (technique et commerciale)

Obligation de certaines normes architecturales : non

Organisation de conventions : oui, une par an

Date et lieu de la prochaine convention :

juin 2018

Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 3

Nombre d'adhérents RGE : 100 %

Nombre d'adhérents Qualibat : 80 %

Nombre d'adhérents certification NF

fenêtres : 10 %

Nombre d'adhérents certification Origine

France Garantie : 0

Résultats

CA H.T. global du réseau : 10 millions d'euros

CA H.T. moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 200 000 €

Contacts

Président : Alain Flacon

Animateur réseau : Patrick Pourcel

Adresse : ZI rue de Garenne
34740 Vendargues

Tél : 06 86 18 29 42

E-mail : patrick.pourcel@arconic.com

Site Internet : www.verancial.com

Instagram : non

Intranet ou partie réservée : oui

Facebook : verancial

Youtube :

www.youtube.com/user/verandaaluminium

Pinterest : /verancial



Fiche d'identité

Date de création du réseau : 1992
Description du réseau : L'installateur agréé est un professionnel menuisier et/ou électricien expert en motorisation de fermetures automatiques. FAAC sélectionne les professionnels du réseau sur leur savoir-faire, leur sérieux et leur expérience en automatismes.
Nombre de magasins : 147
Type de contrat : Partenariat
Durée du contrat : 1 an
Droit d'entrée : 1 290 €
Investissement global : nc
Redevance d'exploitation : nc
Redevance publicitaire : nc
Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide pour l'étude de marché : oui
Aide à la recherche d'un local : non
Aide pour le dossier de financement : non
Aide à la conception du magasin : participation
Organisation de la publicité nationale : Service marketing FAAC
Aide à la publicité locale : participation
Autres aides en exploitation : nc
Aide financière : Salons, portes ouvertes et foires locales
Profil du candidat et compétence technique nécessaire : menuisier, électricien, serrurier
Formation dispensée : oui
Obligation de certaines normes architecturales : nc
Organisation de conventions : oui, une par an
Date et lieu de la prochaine convention : du 25 au 28 janvier 2018 à Séville
Intranet ou partie réservée : non
Nombre d'implantations réalisées en 2017 : 5
Nombre d'adhérents RGE : nc
Nombre d'adhérents Qualibat : nc
Nombre d'adhérents certification NF fenêtres : nc
Nombre d'adhérents certification Origine France Garantie : nc

Résultats

nc

Contacts

Président : Elio Caneva
Animateur réseau : Alexandre Gauzens
Adresse : ZA du Moulin, 17 rue du saule trapu, 91300 Massy
Tél : 06 42 18 13 52
E-mail : alexandre.gauzens@faac.fr
Site Internet : www.faac-web-store.fr



3 questions au responsable réseau ALEXANDRE GAUZENS

Quel est l'argument principal que vous avanceriez à un nouveau candidat pour qu'il choisisse de devenir adhérent à votre réseau ?

Associer la renommée locale de l'adhérent à celle d'un groupe mondial reconnu pour la performance de ses produits. L'expérience du partenaire de l'installation et la puissance d'innovation du fabricant permettront au candidat de développer son offre produit en restant toujours dans son cœur de métier : la fermeture automatique. Nos équipes sont présentes pour vous accompagner sur ces nouveautés : Par exemple, nos produits sont désormais « Ready connect » c'est-à-dire qu'ils délivrent l'information nécessaire à une gestion domotique. Ainsi, la qualité de nos produits s'intègre dans la demande de connectivité du marché.

Qu'est-ce qui, selon vous, différencie votre réseau des autres réseaux existants ?

FAAC est un fabricant qui, de par sa profondeur de gamme, permet aux installateurs de toujours trouver la solution au besoin de leur client, qu'il soit domestique, tertiaire ou collectif. Les installateurs agréés FAAC sont des entités indépendantes, qui partagent des valeurs communes : la maîtrise technique de l'installation, la qualité des produits utilisés et le respect des normes en vigueur. Notre réseau fête cette année ses 25 ans d'existence et la marque FAAC plus de 50 ans de savoir-faire au service du professionnel. C'est vous dire que FAAC et son réseau d'agréés, c'est une longue histoire d'amour !

Quel a été le projet le plus marquant au cours de l'année 2017 pour votre réseau, et quel est votre principal projet pour l'année 2018 ?

L'année 2018 verra la refonte du site internet FAAC Web store (www.faac-web-store.fr) site dédié au réseau des installateurs agréés FAAC, ainsi que le lancement de l'offre Premium (gamme hydraulique) qui confèrera à l'utilisateur « Premium » une extension de garantie à 5 ans, exclusivité du réseau.

3 questions à un nouvel adhérent MARC AODIA, DOMOCONFORT À VETRAZ MONTHOUX (74)

Qu'est-ce qui vous a motivé en priorité pour rejoindre le réseau ?

Le fonctionnement en réseau est très pertinent pour mon activité et de pouvoir m'adosser à un grand fabricant réputé pour la robustesse de ses produits a été clef.

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ?

Une assistance « Premium » aussi bien technique que commerciale à hauteur de mes attentes et l'accès aux différentes marques du groupe me permettent de toujours trouver un moteur en adéquation avec ma gamme de portail.

De quel(s) service(s) aimeriez-vous bénéficier en plus des prestations habituelles de votre réseau ?

Le réseau me permet d'être plus visible sur internet et m'apporte une bonne communication visuelle, une offre de conception pour le renouvellement de mon showroom serait cependant pertinente.



CÉRÉMONIE DE REMISE DES



Grands PRIX des réseaux



2017 / VERRE & PROTECTIONS

Rendez-vous sur le salon **Batimat** le **jeudi 9 novembre 2017 à 12h00**, sur la scène de **l'Espace conférences du Hall 5**, suivie d'un cocktail sur le stand de Verre & Protections Mag (Hall 5A-stand R152).

Résultats du concours : les dès sont jetés !

Notre jury qui s'est réuni à Paris le 8 septembre dernier a rendu son verdict...

Candidatures : Pari gagné !

Succès immédiat puisque nous avons reçu pas moins de 51 candidatures pour ces 8 prix mis en jeu cette année !

11 prix sont cette année remis à 11 réseaux

Le jury a en effet décidé d'ajouter une récompense « Coup de cœur » à un second réseau dans la catégorie "Meilleure campagne de communication BtoC".

Coup de cœur des lecteurs de Verre & Protections

Deux ex-aequos en nombre de voix ! Notre appel au vote auprès de nos lecteurs qui pouvaient choisir leur réseau préféré du 13 septembre au 15 octobre a rendu un incroyable verdict ! Deux réseaux ont obtenu, le 15 octobre à minuit, exactement le même nombre de voix : 1345 voix chacun !

11 prix seront décernés :

- Meilleure progression des adhésions sur les deux dernières années
- Meilleure campagne de communication B to B
- Meilleure campagne de communication B to C
- "Coups de cœur" Meilleure campagne de communication B to C
- Meilleure rentabilité des points de vente
- Meilleur évènement de l'année
- Meilleur design de points de vente
- Meilleur accompagnement des entrants (2 prix)
- "Coups de cœur" des lecteurs de Verre & Protections (vote proposé aux 19 000 lecteurs de nos e-newsletters) (2 prix ex aequo)

EN PARTENARIAT AVEC :





ÉMERGER
DÉVELOPPER
SE RÉALISER



© Fotihoca / Martin Barraud - Getty Images

VOUS AVEZ UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE ET UN TEMPÉRAMENT D'ENTREPRENEUR ?

Donnez de la visibilité à votre savoir-faire et valorisez votre expérience en rejoignant un réseau dynamique d'envergure nationale. Avec le réseau Fenêtrier® VEKA, dotez-vous des meilleures clés de réussite pour développer et pérenniser votre activité dans le respect de votre indépendance.

- ◆ Un positionnement unique sur le marché : celui de spécialiste de la fenêtre PVC
- ◆ Des outils d'aide à la vente efficaces pour chaque instant clé de votre démarche commerciale
- ◆ La notoriété et l'image d'une marque déposée, associées à celles de votre entreprise

POUR DONNER À VOTRE ACTIVITÉ
UNE AUTRE DIMENSION,
CONTACTEZ-NOUS VITE
www.fenetrierveka.fr



