

verre & protections mag

UN NUMÉRO 100% DÉDIÉ AUX RÉSEAUX

N°114 • NOVEMBRE 2019

Prêt à rejoindre

LE RÉSEAU
FRANÇAIS DES
EXPERTS DE
LA MENUISERIE
ALUMINIUM
SEPALUMIC ?



PAGE 12



TBC Innovation :
enquête exclusive
ciblant les adhérents
des réseaux

PAGE 16



Gap Référencement,
un nouveau réseau
est né

PAGE 18



Pauline Liria,
nouvelle animatrice
réseaux d'Elcia

PAGE 23



Technal : bilan, un an
après le lancement
du programme
de fidélité PST+



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 Fenétrier® 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

Fenetrier

VEKA

Bien plus qu'une fenêtre



SOCIÉTÉ VÉRANDALIA, ESSEY-LES-NANCY

**APPUYEZ-VOUS
SUR UNE**

Grande enseigne

**DE LA
MENUISERIE
ALUMINIUM**

INTÉGRER LE RÉSEAU NATIONAL GRANDEUR NATURE C'EST BÉNÉFICIER, EN TOUTE INDÉPENDANCE, D'UNE OFFRE DE PRODUITS EXCLUSIFS ET D'UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT ET LA PÉRENNISATION DE VOTRE ACTIVITÉ.

CONTACTEZ-NOUS POUR DÉCOUVRIR TOUS LES AVANTAGES D'ADHÉRER À GRANDEUR NATURE :

TÉL. 02 23 61 60 61
CONTACT@VERANDA-GRANDEURNATURE.COM
WWW.VERANDA-GRANDEURNATURE.COM



06 ÉDITORIAL

« Visible comme un aigle au milieu des poules »

08 ACTIONCOM

Avec l'association Espérance, Tryba s'engage pour les populations démunies

09 AUTREMENT DIT

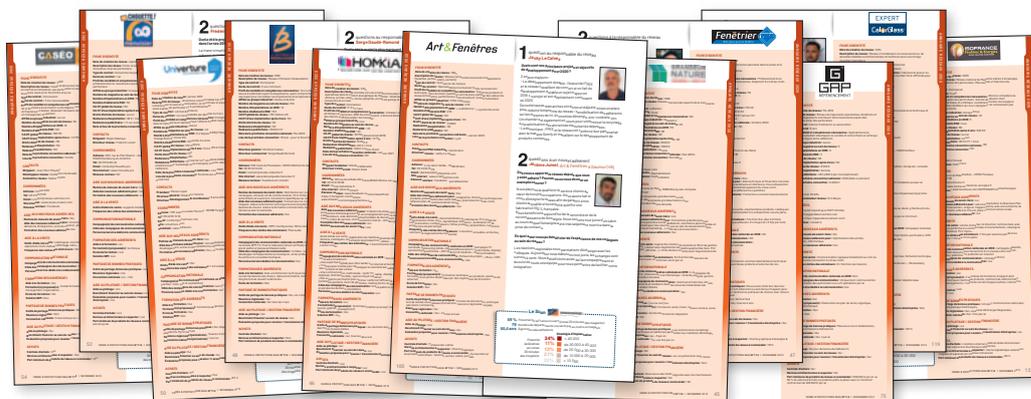
Patrick Sage, directeur commercial et marketing d'Atlantem

10 ACTU RÉSEAUX

La vie des réseaux, franchises et groupements

40 ANNUAIRE RÉSEAUX 2020

81 réseaux à la loupe !



PRATIQUE

156 VOS FOURNISSEURS

Les prestataires qu'il vous faut

162 INDEX

Les entreprises et annonceurs cités dans ce numéro

39 ABONNEMENT

Devenez membre Premium du mag et du site Internet !

26 rue Cardinet, 75017 Paris France

Tél : + 33 (0) 1 43 87 04 40

Mail : frederic.taddei-vpm@orange.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 : 52510497300036

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 2019

Impression : Imprimerie (87000)

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 :

frederic.taddei-vpm@orange.fr

Journalistes :

Mireille Bouniol : mireille.vp@orange.fr

Christian Faivre Delord : faivredelord@free.fr

Pascal Poggi : paspog@noos.fr

Elsa Bourdot : elsa.bourdot@gmail.com

Emmanuelle Chaudieu :

emmanuelle.chaudieu@verreprotections.com

Directrice de publicité :

Claire Grau :

claire.grau@verreprotections.com

Assistante commerciale :

dasilvaalves.ines@verreprotections.com

Directeur artistique :

Quentin Gonard : quentin.vp@wanadoo.fr

Community manager :

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 page 39 ou sur

www.verreprotections.com

Pierre-Louis

Chef des Ventes

Pauline

Animatrice Réseaux

 **PRODEVIS**



**SOU
RIEZ**

vous êtes accompagnés

BATIMAT

Rendez-vous
sur **BATIMAT**,
Groupe ELCIA
Hall 5A / Stand N112

ELCIA partenaire de plus de 80 Réseaux

Réseaux historiques comme Réseaux régionaux, profitez d'un accompagnement personnalisé de notre équipe Réseaux : écoute, réactivité et conseils.

Avec ProDevis, le logiciel n°1 de chiffrage et gestion commerciale, simplifiez le quotidien de vos adhérents et faites-les gagner en efficacité.

ELCIA fête ses 20 ans. N°1 des solutions logicielles Menuiserie, Store et Fermeture : ProDevis, Diapason, ELCIA OnLine, MyPricer, Ramasoft

www.elcia.com/prodevis





« Visible comme un aigle au milieu des poules »

Une fois n'est pas coutume, je vais citer une des expressions favorites de ma grand-mère qui a façonné mon éducation à force de bon sens corrézien ! Elle me disait : « Ta réputation te rendra visible comme un aigle au milieu des poules ». Que voulait-elle dire ? Que simplement, par son attitude, son comportement, ses choix, son mode de vie, ses fréquentations, etc., chacun façonne la personnalité qu'il propose, tout au long de son existence, à ses contemporains.

Pourquoi cette introduction quelque peu imagée et "proustienne" ? Tout simplement parce que je voulais aborder le thème de la e-réputation dans cet éditorial. Et en y réfléchissant, je me suis dit que finalement la e-réputation n'était que de la classique réputation mais en 2.0. Et qu'il fallait peut-être désacraliser cette appellation qui ne qualifie finalement rien de bien compliqué !

Cette thématique de la e-réputation avait été abordée durant la récente convention d'un réseau à laquelle j'ai assisté. En échangeant avec les membres de ce réseau, qui participaient à cet atelier, j'ai constaté de grandes disparités dans leurs approches de la e-réputation, et, plus largement, de leur rapport à Internet. Il y a deux types d'approches qui prédominent encore trop aujourd'hui : les réfractaires et les "geeks". Entre ces deux extrêmes, une majorité d'entreprises ne veulent pas encore entendre combien il est dommageable pour eux de se priver du levier de croissance que représente aujourd'hui le web pour leurs activités.

Il y a quelques temps, une enquête (SAS Institute-IDC) avait été menée auprès de 124 entreprises et de 800 internautes sur la e-réputation. Résultat de cette enquête : sécuriser et préserver leur image de marque était, pour 91 % des entreprises, une réelle priorité. Et en matière de réputation sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux en dehors de Google et des moteurs de recherche, près de 80 % des chefs d'entreprises interrogés estimaient qu'elle pouvait avoir un effet direct sur l'attractivité de leurs produits. Plus de 30 % d'entre eux étaient même certains que cette e-réputation pouvait avoir un impact sur leur chiffre d'affaires.

“
**On considère que
la réputation générale
d'une entreprise
représente entre
50 et 80 % de sa valeur**”

Que doit-on en conclure ? Tout simplement qu'aujourd'hui, on considère que, sur la réputation générale d'une entreprise (dont on s'accorde à penser qu'elle représente entre 50 et 80 % de sa valeur), la e-réputation occupe une place grandissante et pour tout dire... quasi-centrale.

Les responsables des réseaux de nos secteurs le savent bien et la formation, autant que les outils de web-management qu'ils proposent à leurs adhérents, sont de plus en plus pointus et font l'objet d'autant d'attention que les traditionnelles formations mises à leur disposition.

Alors, je le dis à tous les réseaux et surtout à leurs membres, n'ayez pas peur de votre e-réputation, soignez-la, exactement comme vous soignez vos show-rooms, vos stands dans les salons où vous exposez, vos chantiers quand vous les achevez et les livrez. Bref, la e-réputation ce n'est finalement pas grand-chose, ce n'est pas cher, ça prend juste un petit peu de temps mais ça peut rapporter gros, très gros même, d'être considéré par ses clients... comme un aigle au milieu des poules ! ■

REJOINDRE

la Boutique du Menuisier,
c'est construire sa liberté
tout en étant guidé.



CONCEPTION
FABRICATION
POSE
SERVICES

- **20 ans d'expertise** dans l'amélioration de l'habitat
- Un réseau de **155 Boutiques indépendantes**
- Une totale **autonomie de gestion** (Licence de marque)
- Des gammes de produits conçues et fabriquées **en Aveyron**
- **850 000 €** de chiffre d'affaires moyen par Boutique
- Un accompagnement technique et commercial **de proximité**
- Un **plan média** national puissant

Appelez Christine au **05 65 45 04 20**
laboutiquedumenuisier.fr • contact@castes-industrie.fr

DES CHIFFRES...

46 L'ensemble des réseaux de notre annuaire représentent une implantation moyenne de 46 départements français.

Source : Prospérences

57 57% des réseaux déclarent proposer un catalogue à leurs membres.

Source : Score Conseils

49 Les adhérents aux réseaux de notre annuaire ont en moyenne 49 ans.

Source : Prospérences

1/3 Un tiers des réseaux déclarent mener des campagnes TV.

Source : Score Conseils

ACTIONCOM

Retrouvez dans chacune de nos éditions le récit de l'implication d'une entreprise dans une action de communication, de mécénat ou de sponsoring.

Avec l'association Espérance, Tryba s'engage pour les populations démunies

Depuis plus de 15 ans, Tryba soutient chaque année l'engagement de deux de ses collaborateurs, Christian Lux et Othon Nippert, au sein de l'association Espérance, basée à Woerth (67), qui œuvre pour les populations démunies en Roumanie, entre autres.

Une équipe de volontaires s'engage une semaine par an sur le terrain dans la rénovation de maisons et de bâtiments d'accueil. Tout le matériel est acheminé bénévolement. Outre une contribution financière, Tryba offre des fenêtres et des portes qui sont montées par ses collaborateurs et l'équipe de bénévoles. Des personnes-relais assurent l'organisation et l'intendance sur place.

En 2017, ils ont rénové les locaux d'un service de cardiologie dans un hôpital et installé des sanitaires dans quelques chambres. Ils ont aussi rénové et agrandi une maison pour une famille pauvre de huit personnes.

En 2018, les bénévoles ont rénové et aménagé un foyer pour jeunes handicapés et orphelins. En plus d'un logement et d'un accompagnement quotidien, les jeunes y bénéficient d'une formation professionnelle qui leur permet de s'insérer dans la communauté.

Aménagement d'une maison de retraite en Moldavie

En 2019, les bénévoles ont œuvré à Corjeuti, en Moldavie. Ils ont aidé à l'aménagement



d'une maison de retraite qui accueillera une vingtaine de pensionnaires en 2020. Ainsi, du 27 avril au 7 mai derniers, une équipe de 26 personnes s'est rendue à Corjeuti, pour soutenir une équipe locale dans leur projet d'aménagement d'une maison de retraite. Il s'agissait de réhabiliter un étage désaffecté de l'hôpital local afin d'en faire une structure d'accueil pour personnes âgées. Cette année, trois collaborateurs Tryba étaient parmi les bénévoles.

Un grand coup de pouce a été donné pour faire avancer les travaux : aménagement des blocs sanitaires, pose de portes et de fenêtres sponsorisées par Tryba, électricité, placo et structure, sanitaire et chauffage. Avec le soutien de la mairie, l'équipe moldave avait pré-



paré le chantier en amont et sera en charge des finitions.

La structure sera opérationnelle en 2020 et pourra accueillir 20 personnes dans un premier temps. ■

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 **Patrick Sage, directeur commercial et marketing d'Atlantem**, qui s'est plié à l'exercice...

Patrick Sage

Votre mot préféré de la langue française ?

Bienveillance. Je trouve déjà la sonorité de ce mot attirante. Bien mieux que « Good will » en anglais. Parfois son sens est mal compris. Bienveillance ne veut pas forcément dire gentillesse. C'est plutôt les dimensions suivantes qui m'attirent : porter attention, veiller, écouter.

Le réseau pour lequel vous avez le plus d'admiration ?

Difficile cette question quand dans votre entreprise vous pilotez deux réseaux (Solabaie et Charuel). Bref, après nous... je trouve que le travail fait depuis ces dernières années par **Repar'stores** est remarquable. Au fil des ans, la marque a su s'imposer et conduire un développement soutenu. Bravo.

Un vin à partager avec un adhérent ?

Un **saint-joseph** des maisons Chapoutier ou Guigal. Un vin proche de ma région d'origine. J'aime la force du Syrah ainsi que sa couleur intense.

Un mets à partager avec un adhérent ?

Là c'est ma région d'adoption qui parle : la Bretagne. Un **plateau de fruits de mer** qui mélange fraîcheur et saveur. L'araignée est souvent une découverte pour nos hôtes. J'apprécie la convivialité de ces moments autour d'un repas, sans la rupture des changements de plats.

Votre meilleur souvenir professionnel à ce jour ?

L'ouverture de Batimat 2015 où nous présentions notre gamme Hybride AMX. Fier de notre innovation, j'effectuais devant une personne mes toutes premières « déballes » pour ce produit. « Fenêtre multi-matériaux associant le bois, le PVC et l'aluminium, bref le libre choix pour nos clients, etc., etc. ». Sa réaction : « pourquoi ça n'existait pas avant ? ». Visiblement cette personne n'était pas de notre secteur ! Sa réaction m'a marqué et conforté dans notre choix de passer d'un monde du « matériau » à celui des « fonctions rendues » pour un usage responsable de la matière.

Un mot définissant le mieux le réseau Solabaie ?

Partage. Partage des idées, des projets, pas de rapport « dominant / dominé ». Partage du développement avec nos adhérents. Partage des équilibres financiers également en veillant à trouver une place juste sur le marché entre industriel et adhérents. Partage

d'expérience en favorisant les échanges avec et entre les adhérents, pas de tabou ! Et enfin au fil de toutes ces années, partage de bons moments dans les entreprises, en réunion ou convention ou dans nos voyages.

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

Patience. Je n'en ai pas ou peu. J'aime que les choses se mettent en place, aillent vite. Je suis tourné vers l'action et l'immobilisme m'est insupportable.

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

Bien qu'ayant une formation initiale technique de menuisier et d'ébéniste, j'aurais aimé être **charpentier de marine**. Pour la complexité des tracés, la précision des épures et la réalisation des pièces. Ce métier m'aurait également permis d'associer à mon travail ma passion pour les voiliers et le monde de la mer. Une reconversion est toujours possible !

La plus belle réalisation architecturale contemporaine à vos yeux ?

Eh bien elle est triste... Je crois que l'œuvre architecturale que je trouve la plus émouvante est **Ground Zero** à Manhattan. Libeskind a « scénarisé », excusez pour le terme, de manière très digne un événement aussi dramatique. Ce puit sans fond noir dans lequel s'engouffrent des cascades sans fin traduit bien ce drame dont personne n'est revenu. Je trouve qu'il apporte une grande forme de respect pour toutes ces familles qui ont perdu un proche.

La plus belle réalisation architecturale non contemporaine à vos yeux ?

Partons plus au sud de la région Rhône-Alpes. Direction l'Italie avec un monument baroque : la **cathédrale de Lecce** dans les Pouilles. Un travail de la pierre exceptionnel mis en valeur par une rénovation récente.

Le sport dont vous auriez aimé être champion du monde ?

Sans hésitation le **kitesurf**. J'aime cette rencontre avec les éléments. Pour moi c'est une version 3D de la voile et bientôt 4D, j'attaque le foil ! D'ailleurs j'ouvre un groupe WhatsApp, si les Kitiers, windsurfers, surfers et pratiquants du paddle de la profession souhaitent échanger, « Menuiserie ON Board », connectez-vous !



Quel mot symbolise le mieux l'activité de Solabaie ?

Rencontre. Après 15 années de développement de ce réseau je m'aperçois que la réussite est souvent basée sur des rencontres favorables. Rencontre entre un projet de chef d'entreprise et une marque, entre un adhérent et ses équipes, entre un particulier et nos produits. Sans rencontres d'intérêts communs, pas de business.

Votre dernier achat « coup de cœur » ?

Des places pour l'ouverture des Vieilles Charrues 2020 avec Céline Dion. Je ne suis pas un grand fan mais elle sait faire le show ! J'avais le choix, Las Vegas ou Carhaix, j'ai choisi Carhaix. Un peu de pub pour ce magnifique département du Finistère !

La question des journalistes qui vous déplaît le plus ?

Sincèrement, dans notre secteur on ne peut pas dire que nous sommes « assaillis » de questions. Je n'ai donc pas d'expérience de question dérangeante ou désagréable.

Ce que vous aimez le moins dans ce magazine ?

Peut-être ne mettez-vous pas assez souvent en avant des chantiers résidentiels sur des projets plus modestes que les grands chantiers tertiaires.

Ce que vous aimez le plus dans ce magazine ?

La « fraîcheur » de l'info. À vrai dire, étant souvent en déplacement je pratique plus la version Web que papier. Le magazine nous donne un bon aperçu en temps réel des infos de la profession.



MENUISIERS ET FABRICANTS CERTIFIÉS PROFILS SYSTÈMES

Une convention 2020 placée sous le signe du handball

La Fédération française de handball et Profils Systèmes ayant signé un accord de partenariat, l'entreprise va convier l'ensemble de ses réseaux de Menuisiers et Fabricants certifiés à la prestigieuse maison du Handball à Créteil, pour sa convention annuelle début juin.

Team building sur les terrains des champions et dans leurs locaux d'entraînement pour renforcer l'esprit d'équipe, optimiser ses performances et se dépasser... Tout un programme ! (lire également notre article dans Verre & Protections Mag n° 113, page 10). ■

GROSFILLEX HOME

L'enseigne poursuit son déploiement national

Au premier semestre de l'année, un nouveau Grosfillex Home a vu le jour au pôle commercial de Vinzelles (71) situé près de la plus grande zone commerciale de Mâcon Sud. Après 30 ans d'expérience dans la distribution d'articles de sport, Thierry Duverdier revient dans sa



région natale et décide de se lancer dans l'aventure en devenant propriétaire d'un point de vente Grosfillex Home.

« J'avais envie de créer un point de vente avec une offre complète et créative. Grosfillex est une marque de qualité avec un capital sympathie très important. Les produits sont fabriqués dans la région à Oyonnax, ce que je considère comme un plus commercial et environnemental », explique Thierry Duverdier.

Deux techniciens conseils, une assistante et plusieurs poseurs en sous-traitance complètent la team du Grosfillex Home "Ombre et Soleil".

Le point de vente de 400 m² s'organise de la manière suivante : 250 m² de surface de vente, 130 m² de stockage et 20 m² de bureaux.



Plus au Sud, à Pau (64), un nouveau Grosfillex Home vient également d'ouvrir. Grégoire Simon, 35 ans, commercial dans le secteur de la menuiserie depuis 18

ans, souhaitait rejoindre un réseau de qualité. Il s'est tourné vers Grosfillex, marque qu'il connaissait et qui lui a toujours inspiré confiance.

Ce nouvel espace d'exposition de 370 m², idéalement situé dans la plus grande zone commerciale de la ville, offre 140 m² de show-room. Y sont présentés les fenêtres, portes d'entrée, stores, portails, volets, portes de garage ainsi qu'une importante sélection de produits outdoor, transats, salons de jardin et bacs... Grégoire Simon est accompagné de sa femme et de deux commerciaux. ■

Nouvelle vague de la campagne Grosfillex fenêtres sur TF1 "C'est Canteloup"

Grosfillex a lancé une nouvelle campagne TV dans le cadre de son co-partenariat avec l'émission "C'est Canteloup" sur TF1. Produit et réalisé par l'agence Apache d'Annecy, le billboard Grosfillex dure six secondes de bandes-annonces, six secondes en pré-générique et trois secondes en post-générique. La présence de Grosfillex fenêtres est mise en scène sous la forme d'un film qui a été diffusé du 7 octobre au 3 novembre 2019, en ouverture de l'incontournable émission humoristique diffusée sur TF1. Pour rappel, l'émission est regardée par plus de huit millions de Français.

Cette campagne TV est couplée avec une campagne digitale.

Opération nationale "Projets d'automne"

Dans le même temps, une opération nationale a été mise en place : "Projets d'automne" proposant une promotion avec la pose à un euro sur tous les produits.

Les clients et les prospects du réseau Grosfillex fenêtres et Grosfillex home ont pu également découvrir dans leurs boîtes aux lettres un nouveau tract au format impactant.



K PAR K

CYBEL EXTENSION

Saint-Gobain annonce la cession de la société K par K en France

Le 1^{er} octobre dernier, Saint-Gobain a annoncé avoir finalisé la cession à deux de ses dirigeants de l'entreprise K par K, spécialisée dans la vente à domicile de menuiseries et de fenêtres sur mesure sur le marché français.

Cette activité, unique au sein de Saint-Gobain, « présentait des synergies limitées avec le reste du groupe » selon un communiqué.

K par K a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 130 millions d'euros en 2018 et emploie près de 1 000 salariés.

Cette opération marque la poursuite de la stratégie d'optimisation du portefeuille de Saint-Gobain dans le cadre de la nouvelle organisation, au-delà de l'objectif de plus de trois milliards d'euros de cessions en chiffre d'affaires d'ores et déjà atteint, pour accroître son profil de croissance et de rentabilité. Les cessions réalisées ou signées à ce jour représentent un chiffre d'affaires supérieur à 3,1 milliards d'euros. ■

ARCADES & BAIES

Plusieurs campagnes de promotion pour le réseau



Le réseau Arcades & Baies a récemment mené une nouvelle campagne promotionnelle du 16 septembre au 16 octobre dernier.

Pour accompagner ce temps fort, le réseau a également été présent sur BFM TV et sur Europe 1 en sponsoring météo. Arcades & Baies vient aussi de publier le nouveau catalogue général du réseau. ■

Une 3^e convention à Barcelone pour le réseau



Le réseau national spécialisé dans l'agrandissement de la maison et du garage, Cybel Extension a réuni ses concessionnaires à Barcelone (Catalogne) pour sa troisième convention nationale.

« Une année s'est écoulée depuis la dernière convention du réseau et tout le monde attendait l'évènement avec impatience, explique-t-on chez Cybel Extension. Les échanges n'ont pas manqué entre les réunions régionales, les formations trimestrielles, les coachings terrain, les échanges téléphoniques avec le bureau d'études... Mais la convention nationale réunit tout le réseau et accueille les derniers arrivés! ».

Cette troisième édition de la convention s'est donc intitulée "Parenthèse espagnole : le voyage est un retour vers l'essentiel". Direction la capitale de la Catalogne pour les participants afin de passer trois jours tous ensemble. Au programme : visites, anima-

tions, jeux d'équipes, temps de travail formels et informels...

Quatre nouvelles agences Cybel Extension

Au cours de cette année 2019, le réseau Cybel Extension s'est agrandi. Quatre nouvelles agences ont ainsi rejoint le réseau entre avril et août dernier, pour s'installer dans les villes de Limoges, Libourne, La Rochelle et La Roche-sur-Yon. C'est donc la côte ouest française qui bénéficie à présent d'une couverture optimale. Déployé en licence de marque, le réseau est constitué d'agences indépendantes qui portent le statut de contractant général auprès de leurs clients. Implantées sur différentes régions de France, elles travaillent en toute autonomie et bénéficient d'un soutien commercial et technique avec le siège de la marque, basé près de Rennes en Ile-et-Vilaine. ■



Enquête exclusive ciblant les adhérents des réseaux

Dans le cadre de Batimat et du "Grand Prix des Réseaux", TBC Innovations et Verre & Protections Mag ont réalisé, pour la première fois, une enquête auprès des adhérents des réseaux de menuiserie, fermeture, store, véranda...

L'objectif est de comprendre la motivation, les expériences et la satisfaction des entreprises appartenant à un réseau.

Rappelons que TBC Innovations est une société de conseil et d'études spécialisée dans l'innovation pour le bâtiment.



218 chefs d'entreprise ont participé à l'enquête

Les adhérents qui ont accepté de participer à cette enquête sont partenaires des réseaux Expert Rénovateur K•Line, Solabaie, Charuel, Véranda Gustave Rideau, Univerture, Menuisier Alu Agréé Reynaers, Homkia, Storistes de France, Partenaires certifiés Janneau, La Boutique du Menuisier, Lorenove, Point Conseil Bubendorff, Oknoplast Partenaire Premium, Rénovaal, Espace Conseil Hörmann, Menuisiers d'Excellence, Internorm...

Les répondants sont des chefs d'entreprise, ils possèdent en moyenne 2,4 points de vente. 96 % d'entre eux sont partenaires d'un seul réseau. 4 % sont actifs dans plusieurs réseaux. En moyenne, ils ont intégré leur réseau depuis plus de quatre ans. 38 % font partie de leur réseau depuis plus de six ans et 7 % depuis moins d'un an.

Si 8 % des personnes interrogées ont intégré leur réseau dès le démarrage de leur entreprise, la large majorité des répondants – 92 % – ont adhéré alors que leur entreprise existait déjà.

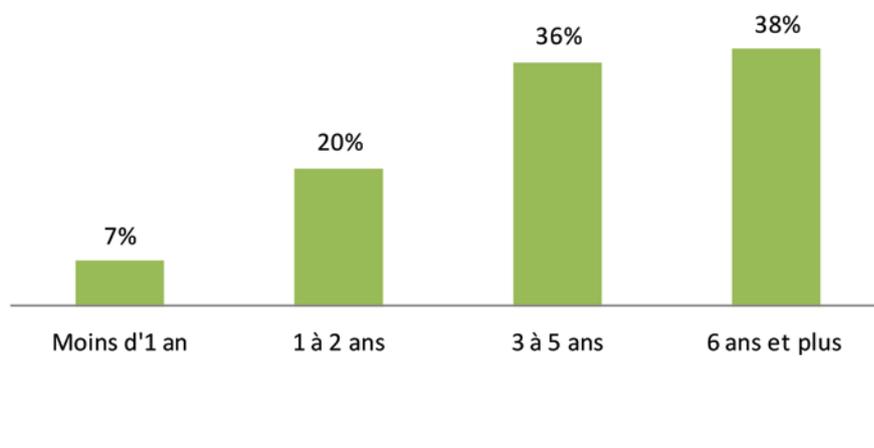
Primordial d'avoir accès à des outils de communication performants

Pour devenir partenaire d'un réseau, 82 % des chefs d'entreprise interrogés pensent qu'il est primordial d'avoir accès à des outils de communication.

Ils sont 80 % à souhaiter s'appuyer sur une marque connue.

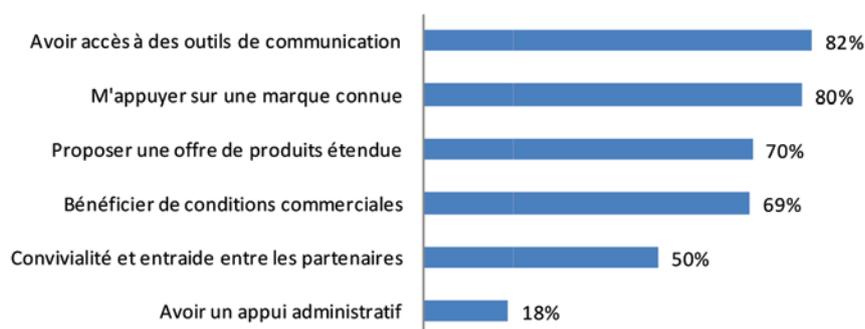
Depuis combien de temps êtes-vous membre de ces réseaux ?

Enquête TBC Innovations - Octobre 2019



Lors de ma décision de devenir partenaire de réseau, il était primordial de...

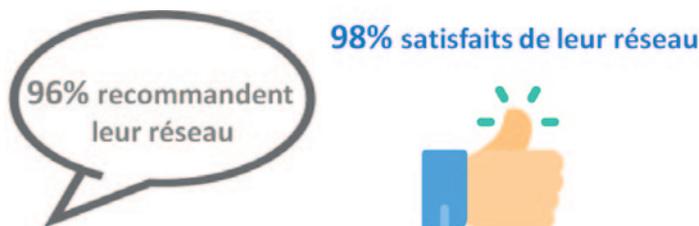
Enquête TBC Innovations - Octobre 2019



Pourquoi avoir adhéré à ce réseau en particulier?
Enquête TBC Innovations - Octobre 2019



Les SUPERS Responsables Réseaux !



Profiter de campagnes de communication efficaces tout en restant indépendants

Quand ils sélectionnent leur réseau, les chefs d'entreprise apprécient les campagnes de communication grand public portées par les marques, tout en restant vigilants à conserver leur autonomie. 96 % des répondants ont adhéré à leur réseau pour profiter de campagnes de communication efficaces. 96 % d'entre eux soulignent l'importance de conserver leur indépendance et autonomie.

Écoute, respect, cohésion, échanges... des valeurs indispensables

Les chefs d'entreprise ont listé les valeurs indispensables pour le dynamisme d'un réseau. Ainsi, écoute, respect, cohésion, échanges sont principalement cités. Pour les chefs d'entreprise, l'entraide et la confiance sont également essentiels. Ils soulignent l'intérêt d'une culture de réseau tournée vers les membres. Cet esprit réseau qu'ils valorisent vient de moments de partage, de rencontres et d'échanges.

Disponibilité, respect et dynamisme, les qualités des responsables animateurs réseau

Les répondants témoignent de leurs très bonnes relations avec leurs responsables de réseau. 96 % valorisent les conseils de leur responsable de réseau, toujours prêt à les assister. 95 % soulignent leur dynamisme et leur force de proposition. 93 % apprécient leur disponibilité et leur écoute.

98 % satisfaits de leur réseau et 96 % prêts à les recommander !

La très large majorité des répondants de cette enquête sont satisfaits des réseaux auxquels ils appartiennent. 96 % des chefs d'entreprise interrogés sont prêts à recommander leurs réseaux à leur entourage professionnel. Au-delà de la satisfaction et de la fidélité des adhérents, TBC a calculé le Net Promoter Score. Ainsi, dans cette étude, le Net Promoter Score s'élève à 69. Ce bon niveau témoigne de l'engagement de ces chefs d'entreprise dans le partenariat avec leur réseau. De quoi les transformer en véritables ambassadeurs ! ■

Méthodologie de l'étude TBC Innovations

L'enquête a eu lieu entre le 1^{er} septembre et le 11 octobre 2019. Les 218 chefs d'entreprise ont répondu sur la plateforme d'enquête en ligne de TBC Innovations. La responsable marketing TBC a réalisé l'analyse des réponses en effectuant les tris à plat et croisés de chacune des questions. Toute l'équipe de TBC Innovations remercie vivement les participants à cette enquête et les responsables de réseaux qui l'ont relayée à leurs partenaires. Un grand merci à tous ! Pour plus d'information sur cette étude, n'hésitez pas à contacter www.tbccinnovation.fr

Grands Prix des réseaux, quatre nouveaux trophées cette année !

Fort du succès de notre Grand Prix des Réseaux lancé en 2017, il n'était pas question pour Verre & Protections Mag, initiateur et organisateur de ce Grand Prix, de se reposer sur ses (jeunes) lauriers !

Nous avons donc, avec notre partenaire historique, la société Prospérences, créée quatre nouveaux prix qui seront, pour la première fois, décernés le mercredi 6 novembre à l'Espace conférence du Hall 5 de Batimat à 17h30.

Ces quatre prix sont, comme leurs intitulés l'indiquent, des indicateurs d'excellence opérationnelle. Ils intéressent aussi bien les consommateurs, que les fournisseurs et enseignes :

- Prix "Safe" (Stabilité des entreprises via les Analyses de leurs Finances et de leur Efficience)
- Prix du "Savoir-faire certifié"
- Prix de la "Meilleure e-réputation"
- Prix de l'"Excellence opérationnelle" : le réseau qui obtenu la meilleure moyenne sur les trois précédents prix.

Les consommateurs recherchent en effet des professionnels fiables et sérieux pour mener leur projet. Les fournisseurs, quant à eux, veulent des partenaires avec qui se développer de façon pérenne.

Les enseignes cherchent à gagner la confiance des consommateurs en maîtrisant la qualité de leur réseau.

Des indicateurs issus de la plateforme Multiscan de Prospérences



Vincent Brunier,
gérant
de Prospérences.

« Ces indicateurs d'excellence opérationnelle ont été construits grâce à notre plateforme Multiscan, explique Vincent Brunier, gérant de Prospérences. Pour la menuiserie, elle recense 25 000 entreprises avec la qualifi-

Grand PRIX des réseaux 2019 / verre & protections

cation RGE fenêtres, dont 46 enseignes et leurs 4 300 magasins extraits des sites internet enseigne ».

Pour chaque magasin, Multiscan réunit toutes les informations utiles aux enseignes et fournisseurs :

- points de vente géolocalisés et avec leurs coordonnées
- potentiels de la zone (sur mesure)
- chiffre d'affaires (90 % de CA disponibles), résultats quand ils sont publiés, défaillances mises à jour mensuellement
- notes Google e-réputation, solidité financière (selon accords avec Creditsafe)

Prix "Safe" avec le système de notation Creditsafe

Pourquoi ce prix "Safe" pour "Stabilité des entreprises via les Analyses de leurs Finances et de leur Efficience" ? La chute des publications de résultats rend difficile la lecture de la solidité des entreprises avec des impacts

possibles tant pour le fournisseur (risque de paiement, solidité du partenariat, image) que pour le consommateur (sécurité de l'acompte versé, exercice de la garantie). Les enseignes ont de leur côté à garantir leur image et celle de leurs membres.

« Si rien ne peut remplacer la lecture du bilan, explique Vincent Brunier, la connaissance de la note de solvabilité est une indication pour les parties contractantes qui s'engagent. Côté méthodologie, nous nous appuyons sur Creditsafe, expert en solvabilité des entreprises, qui a développé un système de notation parmi les plus complets et les plus performants. Les notes calculées sur la base d'éléments financiers, structurels, empiriques et comportementaux permettent d'évaluer la santé financière et le risque de défaillance potentiel de chaque entreprise : elles prédisent 80 % des défaillances un an à l'avance », précise Vincent Brunier.

Prix du "Savoir-faire certifié"

Ce qui nous a conduits à créer ce prix, c'est cette tendance grandissante des consommateurs, comme des fournisseurs, qui recherchent désormais des sociétés qui vont mettre en œuvre leur prestation dans les règles.

La certification Qualibat démontre les



Convention Pilotes Internorm 2019 à La Rochelle

Chaque année, les distributeurs "pilotes" Internorm se rassemblent pour un week-end de convention où travail et convivialité sont au menu. Cette année, celle-ci a eu lieu le week-end du 11 au 13 octobre à La Rochelle (17).

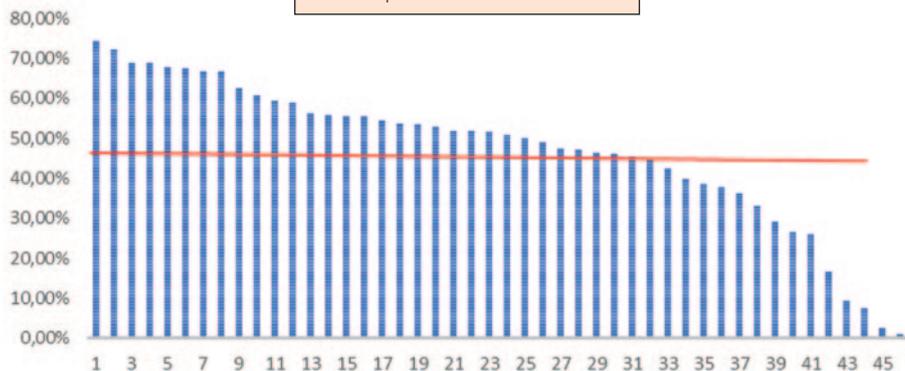
Rappelons que ces distributeurs, agréés par la marque, travaillent exclusivement avec les produits d'Internorm qui, en retour, leur apporte la visibilité et la communication nécessaires pour mener à bien leur activité.

« L'ensemble des distributeurs pilotes a ainsi pu échanger et construire ensemble les objectifs à moyen terme pour apporter à nos clients des produits et services toujours plus performants ! » explique Maxime Picard, directeur commercial chez Internorm.

Lors de cette réunion, plusieurs thèmes ont été abordés : l'évolution du marché de la fenêtre, les nouveautés produit 2020/21, la communication et deux interventions réalisées par des partenaires d'Internorm : Periscom (agence média) et Elcia (logiciel Prodevis). ■



Taux points de vente certifiés



efforts faits par les entreprises pour se présenter au marché avec une expertise et des obligations qui les engagent. Elle est une garantie supplémentaire pour les fournisseurs & consommateurs.

Notre méthodologie : un calcul de la note enseigne avec le pourcentage des membres de réseaux ayant une qualification Qualibat. « Notre analyse, précise Vincent Brunier, fait ressortir 2 011 points de vente sur les 4 355 qui ont une certification Qualibat, les taux s'étalant de 1 à 75 %. Il en ressort une moyenne de 46 %, 25 enseignes ayant plus de la moitié de leurs magasins certifiés Qualibat. Notons que deux enseignes se détachent au-delà de 70 %, dont une met clairement en avant son expertise. Enfin, ajoute Vincent Brunier, le taux d'entreprises avec une qualification Qualibat est significativement plus élevé sur les 22 000 indépendants hors enseigne de notre base. Il faut également souligner enfin que les trois premiers du classement Qualibat figurent dans le Top 9 des enseignes ».

Prix de la "Meilleure e-réputation"

Nous avons créé ce Prix de la "Meilleure e-réputation" parce que nous considérons

que, dans le parcours clients, cette étape des avis-consommateurs est incontournable. Et la note Google, avec les avis qui l'accompagnent, est celle qui lui est accessible en un seul clic.

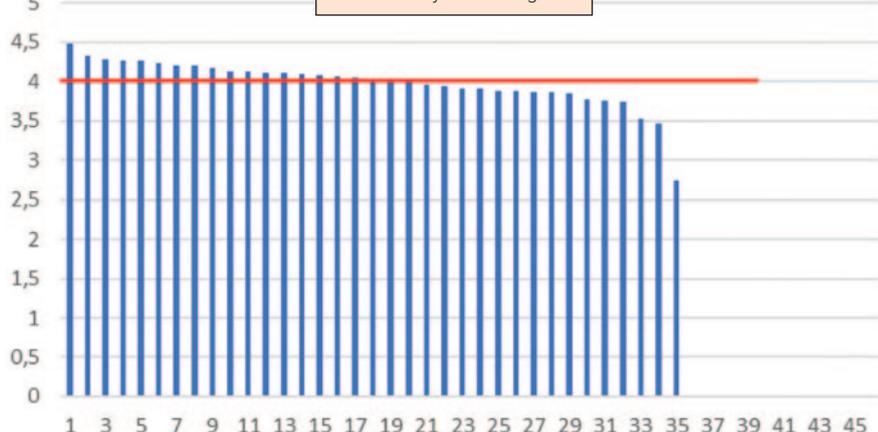
C'est donc, pour le fournisseur, un renseignement précieux avant de nouer une relation et, pour l'enseigne, un point clé qui peut rejaillir sur l'ensemble du réseau, à contrôler absolument, sans discussion possible.

Rappelons que "trois", c'est le nombre moyen de personnes à qui un promoteur va recommander une enseigne et "12", le nombre moyen de personnes à qui un détracteur va déconseiller une enseigne.

Prospérences a donc mené une recherche, sur Internet, de la note Google pour chacun des 4 300 magasins sous enseignes. Seules ont été retenues les enseignes avec au moins 60 % de leurs points de vente avec des avis. Une première analyse des résultats indique que 2 940 magasins ont une note Google, soit 67 % des 4 300 pour lesquelles 24 500 avis ont été émis. Les notes consommateurs enseignes s'étalent de 2,7 à 4,5 sur 5 et la note moyenne est de 4 sur 5.

« Cette appréciation globale apparaît très correcte par rapport à d'autres marchés » en conclut Vincent Brunier. ■

Note moyenne Google



Un nouveau réseau est né à l'initiative de Jordan Khalifa

L'idée germe dans sa tête depuis pas mal de temps, Jordan Khalifa, vient de la concrétiser en lançant le réseau Gap Référencement.

Le dirigeant de la société Concept Ouverture, implantée à Vitrolles (13), avait « envie d'un fort challenge » à réaliser en parallèle au développement de son entreprise spécialisée dans le négoce de menuiseries aluminium, PVC et bois (lire également Verre & Protections n°112, page 24).

« Je n'ai pas trouvé dans les réseaux "traditionnels" de formule réellement adaptée à mon entreprise, se justifie Jordan Khalifa. Je n'ai jamais aimé l'idée d'avoir une enseigne autre que la mienne sur ma devanture et mes attentes en matière de réseaux se résument à trois services, en dehors bien sûr de l'échange des bonnes pratiques, et plus généralement de la vie de réseau : les achats, l'informatique et la communication. Les entreprises de menuiseries de taille importante, dont le chiffre d'affaires se situe au-delà de 1,5 million d'euros, n'ont pas de solutions réseau qui leur permettent de rester réellement indépendantes en conservant leur identité, tout en optimisant leur process, et tout cela dans la transparence la plus totale (à ce titre 30 % du capital du réseau est ouvert aux

adhérents). C'est donc pour ce type d'entreprises que j'ai décidé de créer Gap Référencement », ajoute le chef d'entreprise vitrollais.

Objectif : 15 nouveaux adhérents d'ici fin 2019, 30 à 40 adhérents à fin 2020

Le réseau qui a démarré ses activités cet été ambitionne l'adhésion de 15 entrants d'ici la fin de cette année.

Début novembre, cinq adhérents ont signé leur adhésion à Gap Référencement dont les Établissements Biason, dirigés par Christian Biason à Pau (64), les Fermetures Cousin, dirigées par Henrique Ramos à Calais (62), Sodi-tech, dirigé par Michael Lanoy et Gilbert Ferreux à Rocbaron (83) et, bien entendu, Concept Ouverture, dirigée par Jordan Khalifa à Vitrolles (13).

Le but de Gap Référencement est de rassembler, d'ici la fin de cette année 2019, un nombre d'adhérents cumulant un potentiel d'achat de 20 millions d'euros en 2020. « Début novembre, nous sommes déjà à 13 millions d'euros », se félicite Jordan Khalifa.

Deux animateurs réseaux, Pierre Fornaro et Éric Bayard, ont déjà été nommés pour mettre en place les nouveaux adhérents et prendre contact avec les candidats potentiels. Éric Beyne a également rejoint Gap Référencement, le 4 novembre dernier, au poste de directeur commercial du réseau au sein duquel il aura également la responsabilité des achats. La structure juridique de Gap référencement permet d'inté-



grer également des groupements d'entreprises, sous réserve qu'elles correspondent à la typologie d'adhérents recherchée, qui souhaitent bénéficier uniquement des conditions d'achats sans utiliser les autres services ni participer à la vie de réseau de Gap référencement, et rester parfaitement autonomes.

Regrouper des sociétés qui ont une importante capacité d'achats

L'idée de Gap Référencement est donc de rassembler, au sein d'un réseau, des entreprises de menuiserie, fabricants ou purs négociants, ayant de fortes capacités de développement afin d'obtenir les meilleures conditions auprès des fournisseurs.

C'est à ce titre que l'entreprise Biason a rejoint ce réseau.

Côté informatique, le réseau vient de lancer un projet ambitieux qui s'étalera sur deux années, basé sur l'ERP que Jordan Khalifa avait mis en place pour sa propre menuiserie.

« Nous allons nous servir de cet outil que j'ai moi-même créé il y a plusieurs années pour Concept Ouverture et adapter ses fonctionnalités à toutes les typologies d'entreprises qui rejoindront le réseau et qui seront bien sûr différentes de la mienne tant sur le plan de la gestion commerciale,

de la fabrication ou de la logistique », précise le créateur de Gap Référencement.

« L'idée est donc de créer un outil qui aide à gérer l'ensemble de l'activité d'une entreprise de menuiseries, de la prise de contact jusqu'au SAV, sans pour autant créer un configurateur qui sera, pour le réseau, un configurateur déjà disponible sur le marché. L'utilisation de ce logiciel sera facultative et gratuite, nous tâcherons de convaincre nos adhérents de son utilité afin qu'ils s'en équipent. »

« Ce sera un logiciel vraiment "orienté métier", précise Jordan Khalifa, sur des problématiques pratiques comme les flux logistiques, la gestion du SAV, la communication client tout au long de la commande, puis éventuellement des activités liées à leur at-



Pierre Fornaro



Éric Bayard



Éric Beyne



« Les entreprises de taille importante n'ont pas de solutions réseau qui leur permettent de rester réellement indépendantes.

JORDAN KHALIFA.

lier. Prenons l'exemple d'une société qui possède un atelier de parachèvement où elle assemble des blocs-baies et des demi-linteaux sur ses menuiseries, nous allons donc lui proposer une solution informatique qui va l'aider à mieux gérer son ordonnancement et par conséquent améliorer sa productivité ». L'idée est donc de proposer aux adhérents du réseau un logiciel qui les positionne en termes d'organisation à mi-chemin entre l'industriel pour sa fiabilité et le négoce pour sa proximité et sa flexibilité, pour proposer à leurs clients la meilleure offre et le meilleur service. « Et surtout, en matière de commandes, les traiter de la façon la plus fiable possible. Par exemple j'ai souhaité que les négociants aient la possibilité d'avoir un espace Pro pour leurs clients constructeurs ou menuisiers. Les négociants proposeront un code d'accès à leurs clients pour se connecter sur la plateforme et suivre leurs commandes, livraisons et SAV ».

Le e-commerce sera également proposé aux membres du réseau avec la création d'un site internet type que chaque entreprise pourra personnaliser pour faire du e-commerce en local, en fourniture et pose ou en fourniture seule.

Les adhérents, plus que le réseau, mis en avant dans la communication

Pour ce qui concerne la communication, Jordan Khalifa a une idée bien précise de la stratégie qu'il entend mener pour Gap Référencement.

« Toujours dans notre volonté de ne surtout pas créer d'enseigne, nous allons développer un système de communication uniquement basé sur le logo et l'identité de l'entreprise adhérente. Nous allons éditer deux catalogues (un destiné aux professionnels et l'autre destiné aux particuliers) qui seront les mêmes pour l'ensemble des adhérents et

dans lesquels Gap Référencement ne sera pas mentionné sauf en dernière page pour expliquer en quoi consiste exactement notre réseau. Seules les premières et quatrièmes de couverture de ces catalogues seront personnalisées pour chacun de nos adhérents », ajoute-t-il.

Ajoutons que Gap Référencement va également proposer à ses adhérents, deux labels qualité dont les critères d'obtention seront étudiés lors des différentes réunions régionales et nationales que le réseau compte organiser dès les premiers mois de 2020.

Le réseau entend également mettre en place quatre à cinq opérations commerciales par an dont la toute première est programmée pour le mois de juin 2020 et orientée vers la clientèle du particulier. Gap Référencement va, pour cela, fournir aux points de vente de ses adhérents des affiches 4*3, des formats abribus, des messages radio, des bannières internet, des flyers et des kakémonos. ■

REPAR'STORES

Pour célébrer ses dix ans, le réseau organise sa 8^e convention à Marrakech

Repar'stores a réuni l'ensemble de ses franchisés à Marrakech, du 26 au 29 septembre derniers. Cette 8^e convention nationale s'est déroulée sur quatre jours autour de la thématique : "Fête de famille, les dix ans !".

C'est donc à Marrakech que l'ensemble du réseau Repar'stores s'est retrouvé le temps d'un week-end prolongé pour fêter ensemble les dix ans de l'enseigne. Une convention pensée et célébrée comme une véritable fête de famille. Au programme, randonnée en 4x4 à travers les montagnes du haut Atlas, dégustation de thé, olive et pain chez l'habitant, team building, soirée au palais Gharnata, au cœur de la médina et soirée de gala au palais Jad Mahal.

Témoignages de dix franchisés

Durant la plénière, dix franchisés sont montés sur scène pour raconter leur histoire et célébrer le chemin parcouru avec le réseau ; ce qu'ils faisaient avant et comment Repar'stores a changé leur vie. Dix belles histoires significatives qui viennent positionner encore un peu plus Repar'stores comme un réseau national avec un esprit avant tout familial, composé de chefs d'entreprises heureux. Puis Nicolas Felder, conférencier, est intervenu sur le thème du "dépassement de soi", un moment privilégié où chacun a pu se libérer du poids de l'échec et apprendre à le vivre avec enthousiasme, à le transformer en expérience puis en succès !

44 millions d'euros de chiffre d'affaires espérés en 2019

« En dix ans, Repar'stores est devenu leader sur le marché de la réparation et la modernisation de stores et de volets roulants toutes marques », se félicite le réseau, aujourd'hui solide de plus de 200 franchisés investis qui ont fait de cette convention une belle réussite. « Notre souhait est de devenir "la référence", que toute personne ayant



un problème de volet roulant ou de store ait le réflexe Repar'stores. » déclare Guillaume Varobieff, co-fondateur du réseau.

Avec un chiffre d'affaires de 35,6 millions d'euros en 2018, une croissance de 29 %, le réseau français a pour objectif 2019 d'atteindre un chiffre d'affaires de 44 millions d'euros. ■

Recrutement de cinq nouveaux collaborateurs pour renforcer les équipes du réseau

Repar'stores a intégré, en septembre, de nouveaux collaborateurs. Trois nouveaux conseillers rejoignent le pôle planning qui compte désormais treize collaborateurs. Un animateur réseau pour le Sud de la France renforce une équipe de quatre animateurs et un responsable de l'animation. Enfin, un nouveau collaborateur a été embauché en tant que technicien support logiciel.

CLUB AMCC

Les adhérents du Club AMCC invités à « entrer dans un monde de création »



Pour aider ses clubistes à accompagner leurs clients porteurs d'un projet, AMCC vient de publier son nouveau catalogue dédié à sa collection de portes d'entrée sur-mesure aluminium et PVC. Intitulé "Entrez dans un monde de création", il invite les particuliers à libérer leur créativité en découvrant les quatre lignes de portes d'AMCC dont les caractéristiques permettent de répondre à toutes les attentes en termes de design, de performance et de sécurité tout en respectant le budget de chacun grâce à :

- la ligne Prestige et ses neuf gammes de portes aluminium monobloc au style unique et contemporain,
- la ligne Éléance avec ses modèles aluminium et PVC offrant un large choix de design et une sécurité totale,
- la ligne Classique et ses portes PVC adaptées à ceux qui souhaitent concilier qualité, prix et rapidité de livraison,
- la ligne Technique pour les Établissements recevant du public (ERP).

Un chapitre est également consacré aux solutions domotiques pour motoriser et/ou connecter la porte d'entrée.

Véritable source d'inspiration, le nouveau catalogue portes d'AMCC est déjà disponible en ligne sur le site internet www.amcc-fenêtres.fr. En attendant la version papier, les clubistes AMCC ont pu feuilleter la documentation et découvrir tous les nouveaux modèles de portes d'entrée lors de la récente Journée d'échanges Club AMCC organisée le jeudi 24 octobre dernier à Château-roux (36). ■

NOMINATION

Pauline Liria, nouvelle animatrice réseaux d'Elcia

Pauline Liria prend le relais d'Elise Gasse sur le poste d'animatrice réseaux au sein d'Elcia.

Voici son parcours, ses missions, ses objectifs ainsi que sa vision du poste au travers de quatre questions.

Quel a été votre parcours avant d'occuper ce poste ?

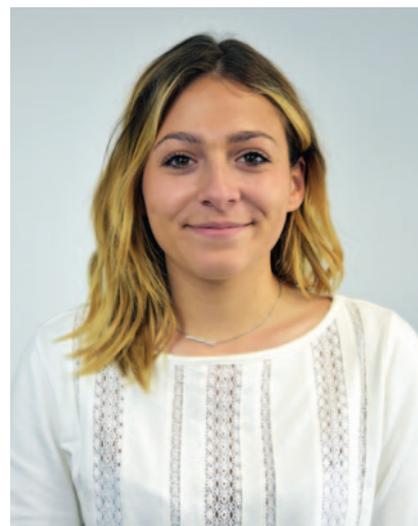
« Je suis entrée chez Elcia il y a deux ans, en tant qu'assistante commerciale (en alternance), à ce moment-là, mon poste se basait plus sur de la prospection téléphonique. J'ai tout de suite apprécié l'ambiance de travail, les valeurs que véhicule l'entreprise. À la suite de cette expérience chez Elcia, j'ai terminé mon Master 2 dans une autre entreprise basée à Mâcon, spécialisée dans la commercialisation de biens immobiliers neufs, en tant que chargée du développement commercial et marketing. L'opportunité de ce poste d'animatrice réseaux s'est présentée à moi, j'ai décidé de saisir ma chance ! ».

En tant qu'animatrice réseaux, quelles sont vos missions au sein d'Elcia ?

« Mes missions consistent à établir et animer la relation avec nos différents réseaux partenaires : nouer de nouveaux partenariats, les accompagner dans leur développement avec ProDevis, mettre en place des actions commerciales et marketing, mettre à jour nos bases d'adhérents ou encore assurer notre présence aux événements et conventions organisées par nos partenaires ».

Quelles ont été vos premières missions ?

« J'ai pris mes fonctions le 3 juin 2019. Aujourd'hui, Elcia est partenaire de plus de 80 réseaux en France. Je me suis donc dans un premier temps présentée à l'ensemble de nos partenaires. Ceci m'a permis de faire un point sur les sujets en cours et leurs attentes. Chaque réseau est différent, nous nous devons de leur apporter une réponse rapide, efficace et personnalisée ! ».



Que souhaitez-vous apporter de plus à vos clients ?

« La confiance, la transparence et l'échange sont au cœur de nos relations avec nos réseaux. Je compte leur apporter écoute, réactivité et conseil. L'objectif de l'équipe Réseaux que je forme avec Pierre-Louis Gerlier, chef des ventes, est de continuer à faire grandir nos partenariats avec des réseaux historiques, tout en accompagnant des réseaux régionaux dans leur développement. Nous accordons le même accompagnement à tous nos réseaux, quels qu'ils soient, grâce à des interlocuteurs dédiés, et des propositions en lien avec leurs positionnements. Nos clients attendent de nous d'être force de proposition, toujours plus efficaces et réactifs dans nos communications ainsi que dans nos reporting aux têtes de réseaux ». ■

Les équipes de Gimm, des Menuiseries françaises et de Lapeyre Industries ensemble pour une grande réunion commerciale

Du 9 au 11 septembre derniers, 60 commerciaux de Gimm Menuiseries et des Menuiseries françaises, leurs membres de la direction et ceux de Lapeyre Industries ainsi que les responsables des services supports (marketing, tarif, services clients, compta...) se sont tous rejoints à l'hôtel Ariane, à Fos-sur-Mer.

Au programme, une réunion plénière concernant l'activité actuelle et les futurs investissements de Lapeyre Industries, menée par Olivier de Longeaux, directeur général de Lapeyre Industries, par Frédéric Martin, directeur industriel de Lapeyre Industries et par Joël Lancelin, directeur commercial de Gimm Menuiseries et des Menuiseries Françaises.

Des ambitions de développement, avec l'objectif d'accroître le chiffre d'affaires 2020 de GAM grâce notamment au marché de la rénovation et le collectif. Selon les dernières études, les prévisions des ventes de maisons individuelles devraient quant à elles être en recul en 2020. Une présentation a été faite des nouveautés produits : la fenêtre avec système de ventilation mécanique contrôlée Myventil, les blocs-portes équipés de la nouvelle huisserie invisible, une nouvelle gamme de porte d'entrée acier, etc. et des supports de communication associés pour l'année à venir.

Des moments conviviaux ont clôturé ces trois journées de travail, avec un Escape game en plein air à Marseille. ■



Puissance, flexibilité et adaptation maximales Centre d'usinage de barres SBZ 151 Edition 90

elumatec



Conçu pour une fabrication flexible et efficace des profilés en aluminium et acier à parois fines jusqu'à 30 mètres

www.elumatec.com



A découvrir à BATIMAT
sur notre stand Hall 5A Allée L N° 140

SÉCURISTES DE FRANCE

25 ans, ça se fête !

25 ans
RÉSEAU SÉCURISTES DE FRANCE

C'est un tournant pour les Sécuristes de France qui cette année fêteront leur 25^e anniversaire ! L'équipe du réseau organise plusieurs manifestations afin de marquer les esprits.

"Rencontres collaboratives" à Grasse

Début septembre, a été organisée la seconde édition des "Rencontres Collaboratives" à Grasse (06) chez le président du réseau, Olivier Rudler (dirigeant de la société Azur Domotic).

Cette réunion a permis aux Sécuriste de découvrir les différents indicateurs de performance d'une société. À travers plusieurs exemples de tableaux de bord, ils se sont intéressés aux informations nécessaires à la mise en place de ces indicateurs dans leurs propres structures.

Immersion chez un Sécuriste Franc-comtois

Mi-octobre, les Sécuristes s'étaient donnés rendez-vous à Besançon chez Le P'tit Dépanneur (25) pour une réunion riche en surprises. Les deux journées se sont enchaînées par des débats sur le management et la délégation des tâches, une immersion chez un Sécuriste franc-comtois atypique et l'intervention du fournisseur-partenaire Elcia Prodevis.

Prochaine assemblée générale aux Baléares

L'évènement majeur des 25 ans du réseau, ce sera, en 2020, l'assemblée générale en mai prochain à Majorque en Espagne. Pour le week-end de l'Ascension, les Sécuristes s'envoleront donc vers les îles espagnoles pour fêter l'anniversaire de leur réseau. L'objectif de ce séjour est d'offrir aux adhérents une expérience sur-mesure tout en multipliant les échanges et le partage. La volonté du réseau est de proposer une formule à la fois studieuse et festive dans un cadre luxueux et agréable.

Le "forum-fournisseurs", l'évènement marquant pour les partenaires des Sécuristes

Les fournisseurs-partenaires sont également conviés à ce voyage pour participer à un "forum-fournisseurs". Il s'agit d'un salon durant lequel ils ont l'occasion de rencontrer les Sécuristes. Ils disposent d'un espace privatif pour exposer leurs produits et présenter leurs innovations.

François Merle, directeur général de Francofa Eurodis revient sur le forum 2019 : « Le Forum Sécuriste est un événement incontournable dans la vie active du réseau. Il symbolise le dynamisme du groupement, que l'on voit rarement ailleurs ! » Au programme, assemblée générale des Sécuristes, forum des fournisseurs-partenaires, activités originales et soirée de clôture. ■

LE VÉRANDIER

Convention nationale nîmoise pour le réseau



Pour sa 12^e convention nationale, le Vérandier, spécialiste des vérandas, pergolas, pergolas à lames orientables, a réuni l'ensemble de ses concessionnaires à Nîmes (30) les 24 et 25 septembre derniers.

« L'évènement a été l'occasion de présenter le nouveau concept qui sera mis en place dans nos magasins, explique Magali Chaudron, responsable réseau. Celui-ci devrait apporter une expérience client nouvelle, nous permettant ainsi, de nous démarquer de nos confrères et de montrer la preuve de notre savoir-faire technique. Ce fut aussi une belle opportunité d'échanger et d'écouter les conseils de Gwilhem Lili, consultant pour la société Abilways sur le thème "du Leadership commercial". Nous en avons aussi profité pour remercier nos meilleurs commerciaux du réseau », conclut Magali Chaudron. ■



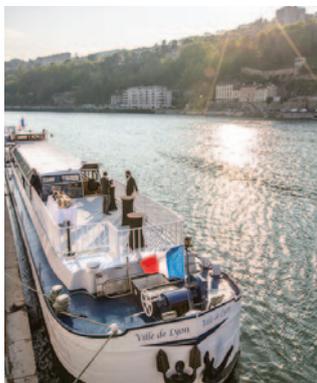
Rencontres collaboratives à Grasse

Une convention entre Saône et Rhône pour les "Gammebéistes"

Ce sont les 13 et 14 juin derniers que s'est déroulée la convention du réseau Gamme Baie-Huet à Lyon. Pour cette édition, plus de 80 participants ont répondu présents. Deux jours placés sous le thème de la cohésion, permettant de favoriser les échanges entre les adhérents "Gammebéistes" et l'équipe commerciale du groupe Huet.

Un programme sur-mesure conçu pour les partenaires

La première journée fut propice à la détente et à la découverte de la ville de Lyon. Pour cela, une visite ludique par équipe a été organisée grâce à un jeu de piste pour découvrir son histoire et ses traditions. Les partenaires ont utilisé le funiculaire pour rejoindre la colline de Fourvière et sa basilique afin d'avoir une vue remarquable sur la ville. Cet après-midi était également ponctué par la détente avec des pauses organisées durant le parcours, les adhérents ont ainsi pu déguster la fameuse tarte à la praline, se désaltérer autour d'une des grandes places de Lyon, et recevoir quelques cadeaux lors du parcours. Par la suite, les participants ont embarqué à bord d'une péniche pour



un dîner convivial. Cette soirée fut rythmée par des animations diverses et variées (cours d'œnologie, quizz musical, jeux...) L'occasion pour les participants de découvrir la ville et ses lumières.

2019 marquée par une dynamique de croissance

Le deuxième jour, place à l'assemblée générale présidée par le pdg du groupe afin de transmettre la stratégie de développement du réseau pour l'année à venir. Cette plénière a été marquée par la présence des intervenants, professionnels du métier : la directrice et le responsable du réseau, la directrice marketing & innovation, le directeur du service client, ainsi que l'équipe commerciale terrain.

Au cours de cette assemblée, Gamme Baie-Huet a mis l'accent sur la nouvelle offre commerciale de la fenêtre PVC répondant aux exigences du marché.

Enfin, l'année 2019 a été marquée par une dynamique de croissance avec l'arrivée de quatre nouveaux partenaires. Ce fut ainsi l'opportunité de leur souhaiter la bienvenue. ■



Creating healthy spaces

Fixscreen®

Protection solaire verticale, résistante au vent

- Montage plus rapide et en toute sécurité grâce à la technologie Connect & Go
- Différents types de montage pour la construction neuve ou la rénovation
- Résistant à des vitesses de vent jusqu'à 130 km/h
- Surfaces jusqu'à 22 m²



www.renson.eu

DÉCOSTORY

Une fin d'année sous le signe d'opérations promotionnelles



Décostory met en place, pour ce dernier trimestre 2019, pas moins de trois opérations promotionnelles à la disposition des adhérents qui souhaitent booster la fin de l'année.

Deux opérations produits sont prévues sur le mois d'octobre et décembre, avec en outre une opération portes ouvertes qui pourra permettre aux clients de gagner des week-ends en thalassothérapie. Ces actions sont accompagnées d'outils d'aide à la vente avec des e-mails, des campagnes SMS, des posts sur Facebook, des mini-vidéos, des flyers, des affiches sans oublier la présence sur le web avec des campagnes AdWords, autant de soutiens pour accentuer la notoriété et le trafic régional chez les adhérents.

Parallèlement, le grand événement de ce trimestre est la sortie du nouveau catalogue Décostory. « Nos adhérents sont nombreux à attendre cette nouvelle version, essentielle à l'évolution de leur notoriété, il les aidera à rester à la pointe en matière de communication. Il dynamisera les ventes en leur permettant de présenter un large panel de nouveaux produits » précise Décostory. ■

ART & FENÊTRES

Une actualité particulièrement chargée pour le réseau

Avec 164 adhérents, représentant 210 points de vente, le réseau Art & Fenêtres est en constante progression sur un marché à maturité. Depuis le début de l'année, il s'est renforcé avec l'arrivée de quatre nouveaux adhérents avec quatre nouveaux points de vente sur les secteurs de Bordeaux, Montargis, Saumur et Le Havre depuis le début d'année.

L'avis clients au cœur des préoccupations du réseau

Art & Fenêtres a procédé au déploiement d'un outil de sondage spécialisé dans le recueil et le contrôle d'avis clients (certification Afnor).

« 91 % de nos clients recommandent le réseau Art & Fenêtres auprès de leurs proches » explique le réseau à l'issue de 4 850 avis collectés à date. « Une volonté d'être à l'écoute et au plus proche de nos clients et de rassurer nos futurs clients dans leur bon choix », ajoute le réseau.

Démarche de développement durable

L'industriel FPPE et le réseau Art & Fenêtres travaillent de concert et ont fait du développement durable un sujet majeur en 2019. Avec, notamment, une sensibilisation des adhérents sur les mesures simples qui permettent de réduire l'empreinte du réseau. Un chantier est actuellement en cours pour uniformiser le recyclage et la valorisation des anciennes menuiseries déposées.



Actualité produits

Art & Fenêtres vient de lancer sur le marché une nouvelle gamme de volets battants et coulissants PVC ou alu.

Partenariat voile d'Art & Fenêtres à nouveau sur la course Jacques Vabre

Fabrice Amédéo, skipper Art & Fenêtres, classé 4^e de l'Imoca Globe Series (championnats du monde Imoca) a pris le départ du Havre, le 27 octobre, pour la course transatlantique Jacques Vabre au départ du Havre et à destination de Salvador de Bahia au Brésil.

« Un partenariat porteur des valeurs fortes du réseau Art & Fenêtres : innovation, performance, environnement », estime le réseau. ■



Premier bilan, un an après le lancement du programme de fidélité PST+

En juin 2018, Technal dévoilait son programme de fidélité PST+ dédié aux artisans menuisiers et petites entreprises générales du bâtiment. Gratuit et sans engagement, ce service a été mis en place dans les 11 agences régionales Points Services Technal : Marseille (13), Toulouse (31), Bordeaux (33), Montpellier (34), Rennes (35), Nantes (44), Lille (59), Strasbourg (67), Lyon (69), Gennevilliers (92) et Alfortville (94).

Son objectif était double :

- permettre aux professionnels de cumuler des points lors de leurs achats et de les échanger contre des avantages pour leur société (formations, logiciels, outillages, nuanciers de couleurs, documentations, etc.),
- renforcer les liens de proximité cultivés chaque jour par le spécialiste des menuiseries aluminium Technal.

Plus de 250 clients ont déjà souscrit au programme

Un an après le lancement, le bilan est positif. « Plus de 250 clients ont déjà souscrit au programme de fidélité PST+, se félicite Pierre Brault, responsable des Points Services Technal. 80 % d'entre eux l'utilisent régulièrement et bénéficient donc de nombreux privilèges. Face à cet accueil enthousiaste, notre volonté est de poursuivre la dynamique amorcée avec de nouveaux avantages comme la mise à disposition de supports de



présentation de nos offres de couleurs et de poignées. Pour multiplier les cadeaux, nous doublons également les points de fidélité des adhérents lors des opérations promotionnelles », conclut Pierre Brault.

Qu'en pensent les adhérents ?

Mathieu Angibault, responsable fabrication AS Alu, achète ses profilés aluminium et sa quincaillerie au Point Services Technal de Nantes depuis début janvier 2018.

« Nous avons atteint rapidement les 10 000 points et sommes donc devenus automati-

quement membre VIP du programme, explique-t-il. Les avantages octroyés participent au développement de notre TPE. Par exemple, nous nous sommes équipés de deux nouveaux logiciels pour la thermique et l'inertie. Nous avons également fait l'acquisition d'une valise avec coupes de profilés Technal pour la présentation à nos clients. Ces outils ont un coût et pour une petite entreprise comme la nôtre c'est un réel plus de pouvoir se les procurer gratuitement. Dans les semaines à venir, nous aurons également l'occasion de visiter le siège à Toulouse ainsi que le site de production. Nos équipes découvriront le département Innovation, le laboratoire acoustique ou encore la fabrication en amont d'une billette en un profilé ! », ajoute Mathieu Angibault. Wilfrid Guerrier, gérant du groupe 3 Déco, a établi un partenariat commercial et technique avec le Point Services Technal de Toulouse depuis l'ouverture de sa société en 2014. « Grâce à ce programme de fidélité, nous avons pu améliorer la production avec l'acquisition d'un complément d'outillage pour l'emboutissage. Notre bureau d'études s'est également équipé et formé à un nouveau logiciel de calcul thermique. D'autres petits cadeaux sont également appréciables comme des tee-shirts pour les équipes ateliers ou les brochures qui facilitent la relation commerciale », explique Wilfrid Guerrier. ■



TRYBA

Huit ouvertures et cinq reprises au premier semestre 2019



La dynamique de la marque a été bonne avec huit ouvertures et cinq reprises entre janvier et juillet 2019. Avec un premier semestre très prometteur, selon Tryba, même si le réseau est aujourd'hui mature, de nombreux secteurs sont encore disponibles ou attendent un repreneur sur toute la France, dans les grandes et les petites villes. La marque a envie d'étendre son maillage territorial et a la volonté de rechercher de nouveaux concessionnaires motivés qui souhaitent développer une concession qui affichera une rentabilité de 8 à 10 %.

Les nouvelles implantations

Les huit ouvertures du premier semestre 2019 viennent donc compléter le réseau, qui comptait déjà plus de 300 points de vente, et renforcer la proximité locale de la marque sur des secteurs jusqu'alors inexploités.

Répartis sur toute la France, au travers de six régions et huit départements, les ouvertures de ce début d'année sont en parfaite corrélation avec les ambitions de la marque de couvrir toute la France :

- Audincourt (25), près de Montbéliard. Ouverture d'un magasin secondaire.
- Jarny (54). Ouverture d'un Carré Tryba.
- Flers (61). Ouverture d'un Espace-conseil.
- Béthune (62). Ouverture d'un Espace-conseil.

- Montauroux (83). Ouverture d'un magasin secondaire.
- Orange (84). Ouverture d'un magasin secondaire.
- Poitiers (86). Ouverture d'un Espace-conseil.
- Limoges (87). Ouverture d'un magasin secondaire.

Pour ce premier semestre 2019, on dénombre donc trois créations de concessions, appelées "Espace-conseil", quatre magasins secondaires, qui viennent renforcer la présence d'un concessionnaire sur son secteur, et un "Carré Tryba", qui est un modèle de franchise participative.

La fin d'année devrait être toute aussi valorisante, puisqu'au total ce seront une vingtaine de nouveaux points de vente qui devrait ouvrir sur la totalité de l'année 2019.

Des secteurs encore disponibles

Tryba s'est fixé pour objectif d'atteindre les 400 points de vente d'ici quelques années. Ce projet audacieux sera possible grâce à de nombreux secteurs encore disponibles :

- Dans les Hauts-de-France, la marque ambitionne de s'implanter à Dunkerque (59), Lesquin (59), Lille (59) et Abbeville (80).
- En Normandie, sont visées les zones de Cherbourg (50), Bayeux (14), Dieppe (76), Rouen (76) dans le nord et le sud de la ville.
- En Bretagne, Tryba a pour projet d'ouvrir

à Rennes Ouest (35), Redon (35) et Pontivy (56).

- Dans les Pays de Loire, l'enseigne veut ouvrir à Laval (53), Nantes (44), Les Herbiers (85) et Fontenay-le-Comte (85).
- Dans le Centre de la France, Tryba envisage de s'implanter à Chinon (37), Loches (37), Bressuire (79) ou Châtellerauld (86).
- Dans l'Est de la France, la marque veut accentuer sa présence à Bar-le-Duc (55), Chaumont (52), Boulay (57) ou Château-Salins (57).
- En Auvergne Rhône-Alpes, l'enseigne regarde les secteurs de Moulins (03), Montluçon (03), Roanne (42) et Aurillac (15).
- En Bourgogne-Franche-Comté, Tryba souhaite ouvrir à Nevers (58), Avallon (89), Fontaine-les-Dijon (21), Lons-le-Saunier (39), et Les Rousses (39).
- Dans le Sud-Ouest : Agen (47), Villeneuve-sur-Lot (47) Cahors (46), Figeac (46) et Mont-de-Marsan (40) font partie des secteurs recherchés.

- Dans le Sud-Est, l'enseigne veut ouvrir à Cannes (06).

Au sein de ces villes pourront s'ouvrir des "Espaces-conseil", dans les zones de chalandise de 150 000 à 200 000 habitants, comme à Rouen ou Cannes, ou des "Carrés Tryba", sous la forme d'une franchise participative, dans les zones de chalandises de 70 000 habitants, comme Bayeux, Cahors ou Figeac.

Véritables opportunités, ces secteurs ont pour but de permettre à des entrepreneurs motivés de devenir leur propre patron tout en étant accompagnés par un réseau solide, qui a prouvé sa solidité et sa rentabilité depuis près de 40 ans et qui bénéficie d'une notoriété spontanée de plus de 72 %.

Reprendre une concession Tryba : des opportunités sont à saisir

Certains entrepreneurs préfèrent racheter une concession existante, plutôt que d'en créer une nouvelle. Ce projet, tout aussi intéressant qu'une création, est possible chez Tryba, car la marque trouve un successeur à celui qui quitte le réseau. Fort de 35 ans d'existence en franchise, Tryba doit faire face dorénavant à des départs en retraite de concessionnaires après de belles et longues carrières.

Ce fut notamment le cas pour deux des cinq reprises de ce début d'année. En effet, sur les

trois reprises qui ont eu lieu dans la région de Lyon, deux étaient dus au départ en retraite de l'ancien concessionnaire. « Ces reprises sont de belles histoires, se félicite-t-on chez Tryba, le nouveau concessionnaire écrivant un nouveau chapitre de l'aventure du point de vente. Tryba est particulièrement fier de voir perdurer et se pérenniser la présence de la marque dans des secteurs où la demande des consommateurs est forte ».

Des concessions avec une rentabilité de 8 à 10 %

Tryba intègre 80 % d'entrepreneurs qui ne sont pas issus du secteur de la menuiserie, et a à cœur de les former à leur nouveau métier pour un partenariat gagnant-gagnant. En effet, il n'est pas aisé de se lancer à son compte et en franchise. Tryba aide et accompagne donc les porteurs de projet, tout au long du processus de création ou de reprise d'une concession, au travers de toutes les étapes, que ce soit :

- La présentation des secteurs disponibles en création et/ou des concessions à racheter,
- La recherche et négociation de locaux adaptés,
- La recherche de financement,
- La création de la société,



- La formation du concessionnaire à son nouveau métier.

Suite à ce processus d'environ neuf mois pour mener à bien leur projet personnalisé, les nouveaux concessionnaires prennent la tête d'une structure à taille humaine, avec une équipe polyvalente de six à huit personnes (assistante, commerciaux et techniciens-poseurs), positionnée comme référence sur un secteur géographique exclusif étendu.

Un espace-conseil Tryba réalise, au bout de trois ans, un chiffre d'affaires de 1 350 000 euros pour un revenu net à disposition du concessionnaire à hauteur de 8 à 10 %.

Pour obtenir cette performance, Tryba lui dispense dès son arrivée dans le réseau, une formation initiale de trois semaines sur tous les domaines : produits, commerce, technique, logiciels informatiques...

Il bénéficie également de l'accompagnement soutenu sur le terrain de la cellule ouverture, composée de quatre formateurs. Ceux-ci se déplacent gratuitement chez le nouvel entrepreneur, pendant six mois, avec l'organisation de rendez-vous bi-mensuels en agence, pour lui transmettre dans la durée tout le savoir-faire de Tryba, et lui permettre de se perfectionner à son rythme. ■

MENUISIERS ALU AGRÉÉS REYNAERS

Un catalogue destiné aux particuliers

Afin d'accompagner les Menuisiers alu agréés Reynaers dans le développement de leur entreprise au niveau local, Reynaers aluminium a créé une documentation spécialement destinée aux particuliers, public cible de son réseau de Menuisiers alu agréés Reynaers.

Le catalogue "Menuiseries aluminium" comprend une vingtaine de pages de description des menuiseries, de tableaux comparatifs entre les différents systèmes présentés, de conseils pour le choix des fonctionnalités, designs et couleurs des produits. Chaque produit est illustré par une photographie grand format de mise en œuvre concrète afin d'inspirer le lecteur. Pour plus de clarté, le catalogue est subdivisé en quatre thèmes : fenêtres et portes-fenêtres, coulissants, portes et poignées.

Il a également été choisi de mettre en avant les données techniques de performances et les images 3D des profilés afin de mettre en avant la technicité et le positionnement haut de gamme de Reynaers Aluminium. Ce parti pris sert également un objectif important d'appropriation du nouvel outil de commu-

nication par les forces de ventes des menuisiers indépendants.

Des versions personnalisables pour les membres du réseau

Le catalogue a été envoyé gratuitement à chaque adhérent en octobre 2019. Des versions personnalisables aux nom, adresse et logo du revendeur pourront par la suite être commandées à la demande auprès de Reynaers Aluminium. Une version digitale PDF est également disponible sur leur application de partage et stockage d'outils d'aide à la vente. Ils pourront ainsi facilement l'envoyer par e-mail à leurs prospects et clients pendant ou après un RDV.

« Le réseau possédait déjà un certain nombre de documents d'inspiration mais pas encore d'outils d'aide à la vente de type catalogue. Ce nouvel outil répond à l'un des principaux objectifs du réseau qui est de rendre sa marque plus forte vis-à-vis du consommateur au niveau local au travers d'un dynamisme commercial affirmé », explique-t-on chez Reynaers. ■



SOLUTIONS PRO SAPA

Réunion autour de l'offre feu



Les fabricants du réseau Sapa se sont réunis pour la deuxième fois de l'année autour du sujet d'actualité : l'offre feu.

Au programme de ces deux journées : des ateliers sur la fabrication de l'offre feu, formation logiciels et présentation des futurs produits dédiés au réseau. L'occasion pour les membres d'échanger sur leurs problématiques et leurs perspectives. Pour conclure, une après-midi ensoleillée au golf de Montélimar où détente et bonne humeur étaient de rigueur.

Les fabricants Solutions Pro Sapa : Tellier G. : Alban Neveu Michael Baron ; SMPF : Mathieu Coste Djamel Farghoussi ; SV miroiterie : David Guibreteau Marc Guerin ; Ekoalu : richard gros ; MPS : Buisson Nathalie Lydie Matisse ; Abadie Sogedial : Fabrice Abadie, Jean Marc Clemente, Alnor : joel Druelle, Teddy Dalhuin, Fabrice Gamot ; Aurore VP16 : Stéphane Huault David Moreira ; Foxal : Franck Espinasse Sylvain Delpoux ; Compex : Marc Michel Falais Xavier Desvaux ; Ty Alu : Philippe Gloux Jonathan Le Priellec ; CFP : Charles Agneray.

Formation feu continue

Une présentation des vitrages et une visite du site Pyroverre a en outre été proposée aux membres du réseau.

Pyroverre, spécialiste français des verres de protection, est intervenu pour présenter ses vitrages de protection incendie, et échanger autour des différentes problématiques de chacun. Des vitrages compatibles et recommandés avec les solutions aluminium de l'offre feu Sapa. ■



ABLOY AUTHORISED

Le réseau de partenaires agréés d'Abloy a organisé sa première convention



La première convention Abloy Authorised, réseau de partenaires agréés d'Abloy créé en 2017, s'est tenue au cœur de l'usine d'Oust-Marest dans la Somme (80), les 3 et 4 juillet derniers, en présence d'une trentaine de clients distributeurs spécialisés, représentant plus de 40 % du chiffre d'affaires Abloy, soit 11 millions d'euros.

Abloy est en effet fort d'un réseau de distributeurs agréés strictement sélectionnés pour leur expertise technique de pointe sur les serrures électriques et solutions de verrouillage de la marque. Ils sont formés et qualifiés pour diagnostiquer et résoudre toutes les problématiques de sûreté, verrouillage, contrôle d'accès et sécurité des personnes.

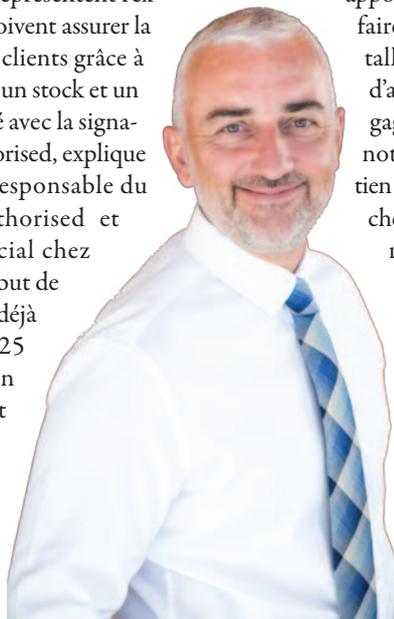
« Nos partenaires représentent l'excellence Abloy, ils doivent assurer la proximité avec nos clients grâce à une présence locale, un stock et un showroom aménagé avec la signalétique Abloy Authorised, explique Franck Lefebvre, responsable du réseau Abloy Authorised et directeur commercial chez Abloy. Depuis le début de l'année, nous avons déjà dispensé plus de 25 jours de formation aux techniciens et technico-commerciaux du réseau

dans le cadre de notre centre de formation Abloy Academy », ajoute Franck Lefebvre. Cette première convention a été l'occasion pour les membres du réseau Abloy Authorised de découvrir le site de production, ses processus et ses collaborateurs.

Entre présentations et ateliers thématiques, l'objectif de cette convention était de fédérer les acteurs du réseau et d'apprendre et partager les forces de la marque Abloy sur le marché.

Parmi les partenaires réunis figuraient : Bati-fer Quincaillerie, Foussier, France cadenas, groupe Setin, Groupe Trénois, Intégral système, LTM, NTAS (Tunisie), Quincaillerie Feraud, SIH (Algérie) et V.E.DIS.

« Le label Abloy Authorised nous apporte de la crédibilité et un savoir-faire en matière de conseil et d'installation de solutions de contrôle d'accès électromécanique, c'est un gage d'expertise et de qualité pour notre entreprise », affirme Sébastien Lansiaux, directeur commercial chez Intégral système, membre du réseau. ■



Franck Lefebvre, responsable du réseau Abloy Authorised et directeur commercial chez Abloy.

Sept nouveaux adhérents au premier semestre 2019



Le réseau Solabaie a réuni ses membres en juin dernier à l'occasion d'une tournée de sept réunions régionales à Toulouse, Bordeaux, Lyon, Marseille, Lille, Paris et Nantes. L'occasion pour les installateurs, leurs équipes commerciales et les animateurs Solabaie d'échanger sur des sujets du quotidien liés à la profession, de dresser un bilan semestriel et de présenter les actions à venir. Rythmées entre-temps de réflexion et moments de convivialité, ces journées fédératrices sont portées par des valeurs d'esprit collectif, de partage, d'écoute et de bonne humeur.

Poursuite du maillage territorial

Sept nouvelles entreprises ont été accueillies dans le réseau au premier semestre, confirmant son maillage territorial, tout particulièrement sur la côte ouest : Biarritz (64), Blagnac (33), Mont-de-Marsan (40), Angers (49), Plumelin-Loctin (56), Saint-Cannat (13) et Vigneux-sur-Seine (91).

Programme d'opérations commerciales

Trois opérations commerciales nationales ont été mises en place depuis le début de l'année, contribuant à la notoriété des entreprises sur leurs territoires. En janvier (Les ventes privées) et mars (3 + 1 = 3), c'est l'offre globale de fenêtres, portes d'entrée et de garage, « Surclassez vos fenêtres et passez à l'hybride ! », qui était à l'honneur. Au mois de juin, Solabaie a mis l'accent sur une nouvelle thématique autour des volets roulants solaires. « Une action qui a rencontré un vif succès au regard de la multiplication des contacts générés, notamment via Internet », précise-t-on chez Solabaie. L'offre promotionnelle de la rentrée a été dévoilée, mettant en lumière la collection de menuiseries hybrides SO !. Elle est appuyée par une distribution de plus de trois millions de flyers en boîtes aux lettres et par une campagne Internet et audiovisuelle.

Les adhérents ont également découvert en avant-première les nouveautés Solabaie, du nouveau coulissant aux nouvelles portes d'entrée SO !, en passant par le relooking du site responsive www.solabaie.fr. ■

DU 18 SEPTEMBRE AU 16 OCTOBRE

SURCLASSEZ vos FENÊTRES
Passez à l'HYBRIDE !

avec **SOLABAIE**

POUR 1€ DE PLUS
L'HYBRIDE
AU PRIX
des fenêtres
PVC !

VITE !
Profitez du crédit
d'impôt !
CITE avant le
31/12/2019

FENÊTRES - VOILETS - PORTES - PORTALS

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



29^e convention nationale à Saint-Pétersbourg

Du 2 au 6 octobre derniers, près de 215 professionnels se sont rassemblés pour la 29^e convention nationale du réseau des Aluminiers Agrées Technal. Le rendez-vous était donné à Saint-Pétersbourg, un choix symbolique pour le réseau. Cette ville emblématique russe, fondée par le tsar Pierre I^{er} Le Grand, réunit les meilleures pratiques observées lors de son voyage à travers l'Europe. Un partage d'expertises et d'expériences, qui constitue l'ADN du réseau des Aluminiers Agrées Technal.

« La proximité client était au cœur de nos réflexions durant cette convention "Biznes First", explique Charles-Gaël Chaloyard, directeur du réseau. Nous avons imaginé un événement interactif et convivial afin que les membres puissent échanger et partager leurs initiatives. L'objectif? Nous faire avancer ensemble vers une seule et même direction : la satisfaction client », L'intervention inédite du conférencier Philippe Bloch s'inscrit dans cette dynamique. Sur un ton divertissant, il a abordé la psychologie du commerce et apporté les clés d'une expérience client réussie.

Des aluminiers "acteurs" de l'évènement

Après la séance plénière, quinze Aluminiers ont été interviewés en direct sur la scène, transformée pour l'occasion en un plateau de talk-show audiovisuel.

À chaque nouvelle thématique, cinq membres se retrouvaient ainsi autour de la table



Toutes photos Technal - Nicolas Fleure

pour témoigner de leurs expériences et inspirer les autres participants (animations commerciales, centrales d'achats...).

Pour la première fois, les adhérents ont participé à un "brainstorming apéro". Ils ont pu proposer une multitude d'idées pour le réseau dans une ambiance décontractée et chaleureuse.

Les Aluminiers ont été conviés à quatre ateliers interactifs de 45 minutes chacun, animés par des experts. Ces groupes de travail ont permis d'approfondir plusieurs sujets de leur quotidien d'entrepreneur (management, sécurité informatique, trésorerie...) et de faire le point sur l'actualité produits de Technal (nouveautés et aluminium bas carbone Circal 75R).



Une convention synonyme de récompenses

Cette convention fut l'occasion d'annoncer le Palmarès architecture aluminium Technal, reflet depuis dix-huit ans de la collaboration pérenne entre les architectes et les Aluminiéristes Agréés Technal (lire également Verre & Protections n°113).

La traditionnelle cérémonie de remise des prix des réseaux a également été un moment fort de cet événement. Elle a récompensé l'engagement et le savoir-faire de sept adhérents :

- Prix "région sud-est" : entreprise PAS 26, Éric Pagnoux,
- Prix "région sud-ouest" : entreprise Miroiterie et menuiseries d'Aunis, Dorothee Leneuf-Blaise,
- Prix "région nord-ouest" : entreprise Fouquet, Jacques Fouquet,
- Prix "région nord-est" : entreprise Groult métallerie, Jérôme Groult,
- Prix "Maisons de Lumière" : entreprise Thiebault, Maisons de Lumière à Rennes,
- Prix "Fabricants Technal" : entreprise OPM Olivier Pinot,
- Prix "Réseau" : entreprise Fabrix, Elisabeth Guillaumond. ■



Prix "région sud-est"



Prix "région sud-ouest"



Prix "région nord-ouest"



Prix "région nord-est"



Prix "Maisons de Lumière"



Prix "Fabricants Technal"



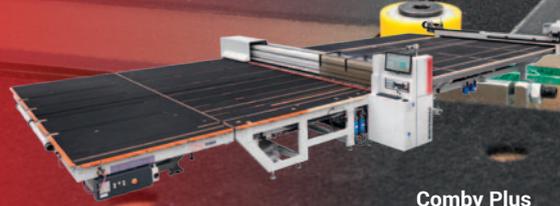
Prix "Réseau"

GENIUS

PRODUCTIVITE MAXIMALE.

Les lignes Comby sont des lignes combinées, introduites par Intermac sur le marché pour la coupe à haute productivité et sont le fruit de la combinaison intelligente entre les bancs de coupe Genius, pour coupe de verre flotté et les bancs pour coupe de verre feuilleté: deux lignes automatiques parfaitement intégrées dans des espaces réduits.

INTERMAC



Comby Plus

INTERMAC.COM

GRANDEUR NATURE

Formation, séminaire et nouveaux adhérents pour le réseau

Formations vente en septembre 2019

Grandeur Nature a souhaité accompagner les membres du réseau dans le développement de leurs compétences commerciales et techniques afin de favoriser la transmission des valeurs et des savoir-faire de la marque mais également donner à ses adhérents toutes les clefs pour réussir leur vente et développer leur activité.

Cet accompagnement personnalisé se concrétise entre autres par la mise en place – depuis 2018 – d'un programme complet de formation : logiciel Cover, pose, métré, réseaux sociaux et vente. « Fortes d'un grand succès et construites sur-mesure à partir d'observations sur le terrain, des sessions de formations ont été renouvelées cette année 2019, pour répondre aux besoins des professionnels dans un secteur en perpétuel changement », précise-t-on chez Grandeur Nature.

Plusieurs sessions ont été organisées dans plusieurs villes de France entre le 11 septembre et le 9 octobre dernier.

« Nous proposons une approche complètement décalée de la vente avec pour objectif d'optimiser la performance commerciale des adhérents en augmentant leur compétence sur des techniques de vente tournées vers le bénéficiaire client. En effet, cette approche fait



écho au positionnement souhaité du réseau : nous ne vendons plus le produit mais l'utilisation qu'en fait le consommateur », explique-t-on chez Grandeur Nature.

Six nouveaux adhérents en 2019

Depuis janvier 2019, six nouveaux membres ont intégré le réseau. Une croissance qui laisse présager de nombreuses autres arrivées.

« Fort de nos nombreux services en communication, en formation, en technique, en informatique, Grandeur Nature attire de plus en plus de professionnels de la menuiserie, désireux de s'appuyer sur un réseau de confiance pour développer leur activité, se félicite Philippe Leire, responsable du réseau. En effet, les décisions prises en 2018 et les services Grandeur Nature étoffés ont porté leurs fruits et la croissance du nombre de point de ventes se poursuit, notre objectif de 70 membres pour la fin de l'année 2020 sera vraisemblablement atteint », conclut Philippe Leire.

Parmi les nouveaux adhérents : la société Ameko de St Just, la société Delavigne de Eu, la société Ouvertures de l'Habitat, la société Menuiserie Laurent de Labégude, la société PHM de Montpellier, la société VP Concept de Frambouhans.

Séminaire commercial en plein cœur de Paris

Fédérer, animer et encourager une dynamique dans le réseau, rassembler et créer une cohésion d'appartenance à une équipe, tels étaient les objectifs du séminaire commercial Grandeur Nature qui s'est tenu le 26 septembre dernier.

« Seule manifestation du réseau réservée

aux commerciaux, ce séminaire est un moment de convivialité durant lequel les participants sont heureux de se retrouver pour échanger et parfaire leurs connaissances », explique-t-on chez Sepalumic.

Cette année, l'évènement s'est tenu dans une salle en plein cœur de Paris à quelques pas des Champs-Élysées. Au programme de cette journée : les nouveautés techniques, la vie du réseau, la communication et l'accompagnement local.

Après cette après-midi studieuse, le temps était venu de féliciter et remettre leur prix aux gagnants du challenge Confort² Vie organisé en début d'année. Le séminaire s'est clôturé en beauté par une soirée au Lido.

Journée réseau en marge de Batimat

La journée Nationale est un moment important dans la vie du réseau. C'est l'évènement annuel rassemblant tous les acteurs du réseau pour faire le bilan de l'année passée et annoncer les nouveautés et actions mises en place pour l'année à venir. Pour les équipes internes c'est donc un rendez-vous stratégique pour informer ses adhérents et « motiver les troupes » pour la bonne réalisation des objectifs de l'année 2020.

Pour les nouveaux membres, la journée nationale est une formidable opportunité de découvrir l'esprit familial du réseau et de se tenir informés des stratégies à venir.

Grandeur Nature a donné rendez-vous à tous ses membres et partenaires le 7 novembre à Paris en marge de Batimat. Au programme de cette Journée Réseau : un après-midi de convivialité, de partage et d'information suivi par un dîner-croisière sur la Seine. ■



VOS FENÊTRES MÉRITENT DES DOUBLES VITRAGES **ECLAZ CONFORT**

Des vitrages pour la vie

LE MEILLEUR DE L'ISOLATION THERMIQUE
ET DE L'ÉCLAIRAGE NATUREL
AVEC DES DOUBLES VITRAGES **SAINT-GOBAIN**

Avec encore + de confort pour...

- limiter les surchauffes en été
- protéger contre les blessures et les effractions
- isoler du bruit extérieur
- nettoyer facilement ses fenêtres



Découvrir
la solution



Sept nouveaux points de vente pour l'enseigne au premier semestre 2019

L'année 2018 avait vu le nombre de magasins Monsieur Store augmenter avec l'ouverture de sept nouveaux points de vente à Corbeil-Essonnes, Châteauroux, Mantes-la-Jolie, Sucy-en-Brie, Courbevoie, Dax et Fontainebleau.

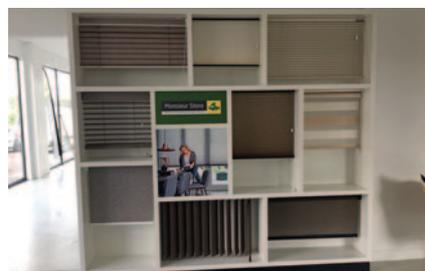
Cette année encore, plusieurs entrepreneurs ont fait le choix de rejoindre l'enseigne. En seulement six mois, sept nouveaux magasins ont ouvert leurs portes à travers le territoire métropolitain et jusqu'en Corse. Ces nouveaux magasins se situent à Rouen, Le Touquet, Rueil-Malmaison, Brest, Le Puy-en-Velay, Saint-Maximin-la-Sainte-Baume et Bastia. ■



Rouen • Bystore

Depuis plus de 10 ans, Yann Bizien dirige une société spécialisée dans les secteurs de l'électricité générale et de l'accessibilité (monte-escalier, ascenseur, etc.). Cet entrepreneur a choisi il y a quelques temps déjà de diversifier son offre en proposant notamment des portes de garage et des volets.

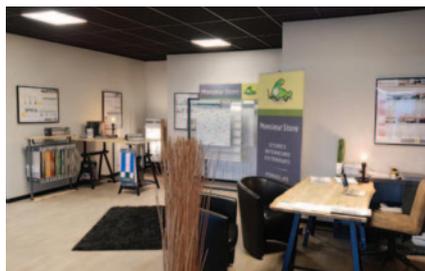
Séduit par l'enseigne Monsieur Store et en parallèle de sa première activité, Yann Bizien a ouvert au premier semestre 2019 le deuxième point de vente du département de Seine-Maritime à Rouen (un premier magasin est déjà installé au Havre). Une nouvelle équipe l'accompagne pour déployer l'offre Monsieur Store dans cette région!



Le Touquet • Baclet Associés

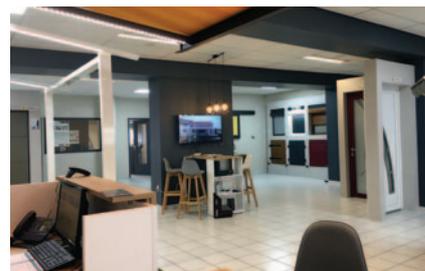
Benjamin, Bastien et Stéphane Baclet se sont associés pour ouvrir le magasin Monsieur Store du Touquet ! Déjà experts dans les domaines des inserts, poêles et cheminées, ils ont souhaité étendre leur activité autour de la maison.

Désormais, les clients déjà conquis pourront compter sur cette affaire familiale pour aménager leurs maisons avec des produits de protection solaire et de fermeture.



Brest • Sarl Corentin Martins

L'enseigne renforce son maillage en Bretagne avec l'ouverture d'un treizième point de vente à Brest cette fois-ci. Expert dans les domaines des inserts, poêles et cheminées depuis plus de 10 ans, Sébastien Dagon a souhaité enrichir son activité et proposer à ses clients des produits d'aménagement de la maison: stores de terrasse, stores intérieurs, pergolas, volets, etc.



Le Puy-En-Velay • Chapuis Store et Fermeture

Le département de la Haute-Loire compte désormais deux magasins. Après une première attache à Saint-Maurice-de-Lignon, Olivier Ouillon a choisi d'implanter son second point de vente au Puy-en-Velay. Le showroom, conçu et réfléchi en collaboration avec une architecte, accueille les clients depuis le mois de mars et leur permet notamment via un "espace projet" de visualiser l'aménagement de leur maison à travers une modélisation 3D.



Rueil-Malmaison • SMC Services

C'est dans les Hauts-de-Seine que l'enseigne compte désormais une nouvelle attache. Sébastien Tranchet, directeur de la société SMC Services ouvre en seulement trois ans son second magasin. En 2016, c'est à Coignières qu'il choisissait de s'implanter. Avec une forte demande de la clientèle de l'ouest Parisien, c'est tout naturellement que le second magasin a ouvert ses portes à Rueil-Malmaison. Depuis le mois de mars, la clientèle est accueillie au cœur du pôle de commerces Colmar. Avant de rejoindre le réseau, Sébastien Tranchet était spécialisé dans l'amélioration de l'habitat en fermeture et menuiserie. Aujourd'hui, grâce à l'étendue des gammes de produits Monsieur Store, son offre s'est considérablement élargie notamment en produits de protection solaire.



Bastia • Casa Nostra

La Corse compte maintenant deux points de vente. Après Ajaccio, c'est Bastia qui accueille un nouvel associé Monsieur Store. Richard Nobili a exercé tout au long de sa carrière dans les domaines de la menuiserie et de la protection solaire (stores et pergolas). Employé dans le magasin Monsieur Store d'Ajaccio entre 1998 et 2001, il décide en février de cette année de retrouver le réseau, cette fois-ci en tant qu'Associé. Avec un showroom qui fait la part belle aux produits et un positionnement idéal dans l'agglomération Bastiaise, Richard Nobili accueille ses clients en s'appuyant sur le savoir-faire et l'offre du catalogue Monsieur Store.



Saint-Maximin-la-Sainte-Baume • Art Deco Stores

Déjà installé dans le Var à Draguignan, c'est à Saint-Maximin-la-Sainte-Baume que Benoît Paoli vient déployer son activité avec l'ouverture de son second magasin. Fortes de leur expérience dans le domaine de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat, les équipes de Benoît Paoli - comme dans l'ensemble du réseau - prennent en charge l'intégralité des projets sans aucune sous-traitance. Les techniciens Monsieur Store sont régulièrement formés aux produits et aux techniques de poses.

PROFILS SYSTÈMES

Profils Systèmes noue un partenariat avec Eldotravo



Profiles Systèmes s'associe à Eldotravo, une start-up qui valorise la satisfaction client en digitalisant le bouche-à-oreille.

Le marché auprès des particuliers évolue de plus en plus. Profils Systèmes avait besoin de créer un véritable lien social entre l'utilisateur final et les membres de son réseau.

Digitalisation du bouche-à-oreille

Un partenariat avec la société Eldotravo a donc été mis en place en mars 2019. La digitalisation du bouche-à-oreille via cette plateforme valorise la satisfaction client et le savoir-faire des membres de son réseau.

Spécialiste de l'e-réputation, cette plateforme permet aux artisans :

- de présenter leur société ainsi que l'ensemble des qualifications qu'ils ont obtenues (RGE, Qualibat, CSTB...),
- de mesurer, optimiser et diffuser leurs satisfactions clients au travers d'avis contrôlés, photos et vidéos de réalisations à l'appui,
- d'acquérir de nouveaux clients directement via la plateforme,
- de développer leur communication digitale sur tous leurs supports de communication physiques et digitaux, notamment sur les incontournables Google, Facebook et Youtube.

Déjà 55 partenaires Profils Systèmes sont référencés sur Eldotravo avec 1850 avis clients. Pour consulter l'ensemble des partenaires Profils Systèmes :

www.eldotravo.fr/enseignes/profils-systemes

REVENDEURS PREMIUM OKNOPLAST

Un tour de France pour aller à la rencontre des revendeurs Premium

Comme chaque année depuis 2015, Oknoplast entreprend un événement de grande ampleur en allant à la rencontre de ses revendeurs premium, réalisant ainsi son tour de France avec l'Oknolive Tour.

Cette année sept rendez-vous ont été organisés à Trouville, Lille, Toulouse, Marseille, Lyon, Strasbourg et Paris avec plus de 200 participants durant six temps forts d'information.

Premiers bilans de la première campagne TV de la marque

Durant ces rencontres Grégoire Cauvin, directeur général Oknoplast France, et Gilles Carré, responsable marketing France, sont venus présenter aux clients le bilan et les retombées positives de la première campagne TV qui s'est déroulée fin 2018.

Cette campagne relayée fortement également au niveau du digital a permis de faire connaître auprès du grand public la marque, ses produits et son savoir-faire. Elle a permis de recueillir de nombreuses demandes de devis, d'augmenter le nombre de commandes, d'asseoir la notoriété d'Oknoplast mais également de contribuer à la croissance de son réseau qui atteint aujourd'hui 190 revendeurs premium en France.

Sortie de MyOknoplast

Ces rencontres ont également permis aux clients de découvrir en vrai les futurs outils créés et déployés par le groupe afin de les accompagner au quotidien dans leur activité. Avec notamment la sortie de MyOknoplast : successeur de l'espace partenaire, le site MyOknoplast.fr permet à chaque client de suivre ses commandes, le traitement de ses réclamations, sa facturation et d'obtenir les outils marketing, les tarifs, les catalogues techniques, les certifications,...

Une présentation de PrefWeb (outil de PrefSuite) a également eu lieu afin de permettre aux clients de mieux appréhender comment se dérouleront très prochainement leurs futures saisies de commandes. Des ateliers ont été réalisés par groupes afin de mener des réflexions et de trouver les leviers qui permettront à chacun de faire grandir encore un peu plus son activité de demain.

Une présentation complète de la gamme aluminium Aluhaus a également permis aux clients de (re)découvrir à quel point le groupe Oknoplast est à même de les accompagner avec une gamme complète à la fois sur des projets fenêtres et portes, notamment avec son produit phare du moment, la porte aluminium Tennis Aluhaus. ■



ISOFRANCE FENÊTRES & ENERGIES

Réunion de la **commission communication** annuelle au château d'Augerville

Le réseau se réunit une fois par an pour aborder les sujets marketing et communication ensemble. À cette occasion, l'enseigne dresse un bilan de ses actions et prépare l'année suivante avec ses concessionnaires.

Les membres du réseau avaient rendez-vous, cette année, au château d'Augerville dans le Loiret, département du siège proche de Paris, le 19 septembre dernier. Cette réunion était l'occasion de célébrer neuf anniversaires : six concessions avaient cinq ans, deux affichaient dix ans et une fêtait ses 15 ans.

Fêter les anciens et accueillir les nouveaux entrants

Si le réseau date de 2005, la marque existe depuis plus de 38 ans et la concession qui se tient à Paris dans le 14^e arrondissement fait partie de l'"aventure Isofrance" depuis presque 30 ans ! Ainsi MM. Buffet et Vuillemin ont été mis à l'honneur et vivement applaudis par l'assemblée réunie. Ce jour était également l'occasion d'intégrer



les nouveaux venus qui ont intégré le réseau au cours de premier semestre écoulé. Ainsi les concessionnaires de Châlons-en-Champagne (déjà ouverts), de Saint-Maximin dans l'Oise (en cours d'ouverture), de Gif-sur-Yvette (91) ont été présentés officiellement. Le réseau a enregistré quatre signatures sur le premier semestre 2019, puisqu'une ouverture sur Annecy est également en cours.

Montée en puissance digitale

L'enseigne a lancé un nouveau site Internet en fin d'année 2018 et a axé une partie de ses actions marketing sur la présence et l'efficacité de ses points de relais sur le web. Site internet, réseaux sociaux et publicité digitale notamment ont été redéployés et affichent de bons résultats sur 2019 avec un trafic grandissant, une consultation plus intense des pages magasins, un nombre de visiteurs sur le "facebook marque" multiplié par cinq et une croissance exponentielle des appels téléphoniques.

« Ces résultats ont conforté l'enseigne sur les stratégies adoptées, ils sont prometteurs et seront bien entendu poursuivis sur 2020 avec l'objectif majeur d'apporter toujours plus de contacts à ses points de vente », se félicite-t-on chez Isofrance.

Une nouvelle charte d'agencement

Afin de supporter les nouveaux concessionnaires dans leur démarrage, l'enseigne a développé et présenté une nouvelle charte d'agencement intérieur des magasins, intéressante également pour l'ouverture de magasins secondaires. Les revêtements de sols et cou-

leurs des murs, les structures de présentation et les menuiseries exposées, les ILV et accessoires de mise en valeur des produits...tout a été repensé pour amener de la modernité à l'ambiance des showrooms, apporter un maximum d'informations aux clients et de supports aux conseillers.

L'objectif était également de respecter un budget contraint afin d'alléger l'investissement nécessaire aux porteurs de projet sans faire de concession sur la qualité visuelle et informative des expositions. Ce nouvel agencement intérieur des points de vente est donc proposé "clé en main".

Adoption du plan de communication

En seconde partie de journée, le dispositif de communication a été discuté avec l'assemblée.

En 2019, des spots radio avaient été diffusés sur les ondes à l'occasion des périodes de portes ouvertes du réseau. Isofrance avait opté pour des spots humoristiques mettant en scène un couple avec de fortes préoccupations de confort, d'isolation thermique et d'économies avec des voix bien connues des Français... et notamment celle de Frédéric Bouraly qui incarne José dans la mini-série "Scènes de ménages" ainsi que celle de Cécile Arnaud, également comédienne reconnue.

Plusieurs hypothèses de mix média ont été proposées afin de répondre aux différents besoins et objectifs du réseau. Les membres ont ensuite traditionnellement procédé à un vote à la majorité afin de définir le plan de communication de l'an prochain. ■

Journée d'échange régionale pour le réseau



Les 17 et 18 septembre derniers, une partie des concessionnaires se sont retrouvés lors d'une journée d'échange régionale (JER). Les concessionnaires étaient donc conviés à une journée d'échange et de convivialité dans un cadre agréable et ludique au sein d'un village Center Parcs.

Les JER ont pour principe de réunir les membres du réseau par zone géographique pour des sessions de travail visant à aborder les problématiques terrain à une échelle locale. L'objectif est également de créer ou d'exploiter l'effet de synergie entre concessionnaires voisins.

La possibilité d'échanger et partager avec les autres concessionnaires permet d'avancer plus vite et plus concrètement sur de nombreux sujets. Pour ceux qui démarrent, c'est l'occasion de se rassurer et d'éviter certains pièges, et même de se canaliser grâce à l'expérience de leurs homologues. À l'inverse, ceux qui sont déjà bien établis peuvent bénéficier de nouvelles impulsions grâce à l'exemple d'actions promotionnelles concluantes ou la gestion de problématique RH testées par leurs collègues.

Identifier les besoins des points de vente

Pour cette session, la thématique choisie était "Générer du trafic en magasin". L'accueil et l'optimisation des vitrines et expositions, l'exploitation de la relation client par la fidélisation ou le parrainage, l'optimisation du web-to-store,... ont été abordés et discutés.

Cette journée permet un apport de conseils et d'informations pour les dirigeants de magasins mais également une remontée d'informations pratiques sur les difficultés et les besoins de ceux-ci. Le but est, tout à la fois, d'impliquer les points de vente dans les actions commerciales et marketing menées par le siège, et de proposer de nouveaux outils plus efficaces à l'ensemble du réseau.

Tisser des liens forts

Cette journée était également l'occasion de réunir les magasins autour d'activités ludiques et fun. Créer un esprit de réseau passe bien sûr par l'accompagnement de l'activité commerciale de chacun afin de favoriser sa réussite économique. Mais proposer des moments de détente permet de créer des souvenirs et de renforcer l'esprit réseau. « En juger par l'esprit de compétition bon enfant qui régnait lors des parties de pétanques et des moments de baignades à l'espace aquatique, cette JER a été une belle réussite ! » se félicite-t-on chez Isofrance Fenêtres & énergies. ■



Inauguration du magasin d'Annemasse

Le réseau vient de fêter l'inauguration officielle du point de vente d'Annemasse (74). Le réseau compte quatre points de vente en Rhône-Alpes et très bientôt un cinquième. Le 27 septembre, a donc eu lieu l'inauguration officielle de la concession de Nadir Benhammouda, à Cranves-Sales (74) très exactement, qui fait partie de la grande agglomération transfrontalière Annemasse-Genève.

Il est ouvert depuis déjà quelques mois, et Nadir Benhammouda a su attendre le bon moment pour organiser cet événement. Il a ainsi pris le temps de finaliser son magnifique showroom de 150 m² au cœur d'une zone commerciale particulièrement dynamique, de lancer son activité commerciale et de s'intégrer dans le tissu économique local. Pour l'occasion, le concessionnaire avait prévu un moment convivial avec animation musicale et buffet. Une plaque souvenir de ce grand jour lui a été remise par Monsieur Féraud, directeur général de l'en-

seigne en présence du directeur commercial réseau et de l'animateur technico-commercial en charge de ce point de vente.

La complémentarité "menuiseries et énergies"

Depuis 2016, Isofrance fenêtres & énergies a intégré un pôle "énergies renouvelables" dans son activité, piloté par un département dédié à ces produits techniques spécifiques comme les pompes à chaleur air/eau et air/air, ballons thermodynamiques, poêles à granulés et à bois, radiateurs à inertie. Il semblait évident que tout particulier, en recherche de confort et d'économies qui fait changer ses fenêtres, est également captif pour changer son mode chauffage.

D'ailleurs les concessions de la région Rhône-Alpes ont toutes intégré cette activité dans leur structure. Le secteur ENR, particulièrement aidé par l'État et les institutions régionales, permet de travailler son fichier client à plusieurs. ■

Nouveau magasin à Châlons-en-Champagne

Depuis plus de 38 ans, Isofrance fenêtres & énergies s'est donné pour mission de satisfaire les exigences de confort et de rénovation de l'habitat des particuliers. Fort de ses deux métiers complémentaires, menuiseries françaises sur mesure et produits de chauffage ENR, le réseau s'agrandit et s'implante dans le département de la Marne (51).

Romain et Thomas Moreno, 2 frères sympathiques et ambitieux, originaires de la région, ont ouvert leur magasin en août dernier.

Installé dans une zone fréquentée quotidiennement, sur un axe très passant, le nouveau magasin et ses 10 mètres linéaires de vitrine offrent une visibilité optimale à l'enseigne et mettent les valeurs de proximité et d'accessibilité au premier plan.

Pour appréhender la gamme Isofrance fenêtres et énergies dans toute sa diversité, ce ne sont pas moins de 150 m² de surface d'exposition baignés de lumière naturelle, que les frères Moreno finissent d'aménager.



CASÉO

Naïma Jraifin, nouvelle animatrice du réseau



Naïma Jraifin a récemment rejoint Caséo depuis et a, depuis son arrivée, visité de nombreux points de vente du réseau pour se familiariser avec l'enseigne. Elle s'est formée aux outils et méthodes développées par l'enseigne.

Issue du monde du sanitaire, avec des parcours chez Idéal Standard et Grohe, au service clientèle et au développement de CRM auprès de revendeurs, Naïma Jraifin a, au travers de ces expériences, pu acquérir les qualités indispensables à ce poste, telles que le sens de l'écoute, la capacité d'analyse et de synthèse, la force de conviction.

Des qualités qui lui seront utiles dans ses missions chez Caséo :

- développement du CRM sur le terrain en formant les équipes de chaque magasin au fil du déploiement de celui-ci prévu pour cette fin d'année et durant l'année 2020,
- animation opérationnelle : elle accompagnera les points de vente dans leur quotidien, et notamment dans la mise en place des process de l'enseigne afin de les aider à améliorer leur productivité et leur rentabilité,
- formation : déjà point fort de Caséo avec 230 personnes formées en 2018, la formation va être intensifiée afin de permettre aux collaborateurs de l'enseigne de suivre un parcours individualisé et ainsi de viser l'excellence opérationnelle,
- marque employeur : réflexion et mise en œuvre d'une démarche visant à faire de Caséo une entreprise qui attire et fidélise les talents. ■

LIPPI

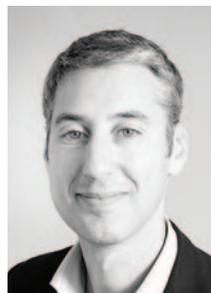
Partenariat CRA-Lippi : reprendre des entreprises de pose de clôtures et portails sous concept Lippi

L'entreprise Lippi, implantée à Mauthiers-sur-Boëme (16), vient de conclure un partenariat avec le CRA (Cédants repreneurs d'affaires), une association sans but lucratif créée en 1985 et regroupant plus de 200 bénévoles (anciens dirigeants et patrons d'entreprise).

Son objectif : proposer le concept Lippi aux 1 300 profils de repreneurs recensés par cet acteur majeur de la reprise d'entreprises en France et identifier des fonds de commerce à reprendre, strictement dans l'activité de pose de portails et clôtures.

Présenter le concept Lippi à des repreneurs, futurs concessionnaires

« Le modèle financier d'une concession Lippi a récemment franchi un nouveau cap, rappelle Julien Lippi, directeur général du groupe et directeur du réseau. Directement mis en œuvre depuis avril 2016 dans le magasin-pilote de l'enseigne par mon frère, Frédéric, il a été retravaillé, en lui appliquant notamment des techniques jusque-là réservées à de grandes entreprises. Il permet aujourd'hui un retour sur investissement rapide, en particulier, grâce à une diminution des capitaux permanents qui libère le besoin en fonds de roulement, une optimisation de toutes les procédures d'une PME dans notre activité et un effet de marque puissant sur un secteur atomisé, poursuit-il. Pour preuve, le magasin-pilote a augmenté en 2018 son chiffre d'affaires de 18 % avec



Julien Lippi, directeur général du groupe Lippi.

une équipe identique à l'année précédente, poursuit-il. C'est pourquoi nous nous sommes rapprochés du CRA pour présenter le concept Lippi à des repreneurs, en quête d'un modèle éprouvé, avec une clientèle existante et une équipe déjà recrutée, et bénéficiant d'un financement plus facilement accepté de la part des organismes bancaires que pour une

création pure », précise Julien Lippi.

Identifier des fonds de commerce de portails et clôtures à reprendre

Le CRA s'est parallèlement engagé à identifier des fonds de commerce à reprendre, strictement dans l'activité des portails et clôtures. Ces affaires à vendre, constituées de 5 à 20 salariés, pourront aussi bien être destinées à des investisseurs financiers, qu'à des anciens cadres en reconversion, à des concessionnaires existants du réseau pour une nouvelle zone d'exploitation ou à un développement en propre par Lippi à travers des succursales. Leur redéploiement sous enseigne Lippi sera notamment accéléré grâce à un accompagnement par une équipe de spécialistes dédiée à leur service, par exemple en matière de préconisations d'actions pour leur communication locale, et par des outils tels que le manuel opérationnel d'une concession ou encore un système de gestion personnalisé à leur activité. « Ces éléments s'avèrent plus particulièrement sécurisants pour un repreneur qui n'est pas issu de notre secteur d'activité », conclut Julien Lippi. ■





Grand PRIX des réseaux

2019 / verre & protections



Depuis plusieurs années, Verre & Protections Mag édite, en novembre, son numéro "100% réseaux", accompagné de l'"Annuaire des Réseaux" le plus complet.

Notre magazine développe régulièrement l'actualité des réseaux au sein de sa rubrique **Actus Réseaux** et est, depuis toujours, partenaire et observateur fidèle de leurs activités.

Fort de cette proximité avec les réseaux, nous avons lancé en 2017 le premier "**Grand Prix des réseaux - Verre & Protections Mag**".

Un jury, composé de toute l'équipe de Verre & Protections et d'experts issus de différents horizons, sous la houlette de Frédéric Taddei, directeur de la publication de Verre & Protections Mag, se réunit en octobre et est chargé de sélectionner les lauréats 2019.



Les lauréats du **Grand Prix 2018**

QUI ?

Plus de 100 réseaux sont sollicités (vitrage, menuiserie, protection et fermetures) pour participer à l'événement

COMMENT ?

Un **jury d'experts** s'est réuni en octobre 2019 pour délibérer :

Anne-Séverine Saboret, présidente - directrice "études et conseil" de TBC Innovations

Olivia Leroux, rédactrice en chef adjointe de Franchise Magazine

Agnès Heudron, directrice associée de l'agence de relations médias Infinités

Laura Duquesne, responsable développement et communication de Score Conseils

Vincent Brunier, gérant, fondateur de Prospérences

Claire Grau, directrice commerciale de Verre & Protections Mag

Mireille Bouniol, journaliste à Verre & Protections Mag

Quentin Gonard, directeur artistique de Verre & Protections Mag

Frédéric Taddei, directeur de la publication de Verre & Protections Mag

QUOI ?

12 prix sont décernés :

- Prix de la Meilleure progression des adhésions sur les deux dernières années
- Prix de la Meilleure campagne de communication
- Prix du Meilleur événement de l'année
- Prix du Meilleur design de point de vente
- Prix du Meilleur accompagnement des entrants
- Prix du Meilleur outil d'aide à la vente
- Prix du Meilleur produit exclusivement dédié au réseau
- Prix de la "Meilleure E-réputation"
- Prix du "Savoir-faire certifié"
- Prix "Safe" (Stabilité des entreprises via les analyses de leurs finances et de leur efficience)
- Prix de l'"Excellence opérationnelle"
- "Coup de Coeur" des lecteurs de Verre & Protections Mag (vote proposé aux 22 000 lecteurs de nos e-newsletters)

OÙ ET QUAND ?

La remise des prix a lieu **sur le salon Batimat le mercredi 6 novembre 2019 à 17h00**.

Une cérémonie qui sera suivie d'un cocktail, à nouveau concocté par le chef Thierry Marx.

EN PARTENARIAT AVEC :



elumatec

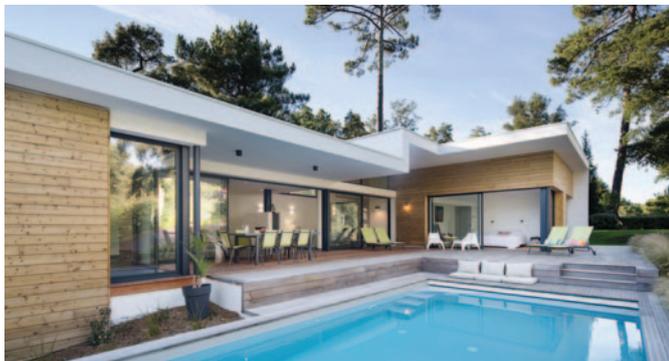


ELCIA
Connectons l'univers Menuiserie

INITIAL

Toutes les menuiseries de ce chantier ont été fabriquées dans l'usine Initial de Lézat (09)

Une villa baignée de lumière, en symbiose avec la forêt landaise



Les propriétaires de cette maison imaginaient leur résidence secondaire comme un havre de paix dans les Landes (40) niché au cœur des pins, en communion avec la nature environnante. Pour réaliser leur rêve, ils ont fait appel à l'architecte Bernard Champagnat qui a conçu cette villa moderne d'environ 200 m², ouverte sur la forêt grâce à de grandes menuiseries en aluminium Initial.

Transparence et fluidité

Pour répondre aux souhaits des propriétaires, l'architecte Bernard Champagnat s'est inspiré de la nature landaise pour créer une maison contemporaine aux lignes épurées, avec un maximum de transparence et de fluidité entre l'intérieur et l'extérieur. Il a alors opté pour une habitation de plain-pied aux espaces décloisonnés, sublimée par un bardage en bois et de larges ouvertures en aluminium.

De la cuisine aux chambres en passant par le salon, toutes les pièces de la maison communiquent avec le jardin arboré, la terrasse et sa piscine grâce à des coulissants deux rails-deux vantaux et trois rails-trois vantaux, de grandes dimensions.

« Par contraste avec les baies vitrées offrant une ouverture maximale, nous avons également imaginé de petites ouvertures, en particulier sur le pignon de la cuisine, pour obtenir des effets de lumière », explique Bernard Champagnat. Celles-ci ont été réalisées avec des châssis fixes à ouvrant caché. Enfin, pour créer une entrée accueillante, l'architecte a conçu un ensemble composé de châssis fixes et d'une porte d'entrée en alu-

minium à un vantail. Toutes les menuiseries ont été réalisées en gris anthracite satiné (RAL 7016S), afin d'opérer un contraste élégant avec le bardage en bois et les murs blancs de la villa.

Grâce aux nombreuses menuiseries, les propriétaires peuvent profiter de leur maison tout en transparence, quel que soit le moment de l'année : « A la belle saison, l'ouverture maximale des vantaux nous permet d'agrandir notre espace de vie et de réception. Quant à l'hiver, au coin du feu, nous avons la possibilité de vivre en symbiose avec cette forêt landaise que nous aimons tant ».

Des menuiseries en aluminium sur-mesure installées par l'entreprise Loubéry Menuiserie

Pour le matériau des menuiseries, le choix s'est naturellement porté sur l'aluminium. « Nous faisons déjà l'expérience de ce matériau depuis vingt ans dans notre résidence principale, et cela facilite grandement l'entretien à proximité de l'océan », affirment les propriétaires. « L'aluminium présentait également un intérêt pour ses performances en termes de dimensions et pour la section réduite des profilés », ajoute l'architecte.

Toutes les menuiseries de la maison ont été fabriquées dans l'usine Initial de Lézat (09) et installées par l'entreprise Loubéry Menuiserie, qui a apporté son conseil technique. « Pour l'aspect sécurité, nous avons utilisé des vitrages retardateurs d'effraction, entraînant des difficultés en termes de poids sur ces ouvrages. Ces problèmes ont été résolus par l'utilisation de roulettes spécifiques proposées dans la gamme Initial », intervient

Aurélien Loubéry, menuisier. Grâce à ce type de vitrage de sécurité, les propriétaires ont d'ailleurs pu se passer de volets et profitent en permanence du contact avec l'extérieur, en toute tranquillité.

Enfin, toutes les menuiseries coulissantes présentent un seuil encastré affleurant le sol intérieur et extérieur afin de faciliter la circulation. Pour une finition parfaite, le drainage extérieur est dissimulé sous les lames de la terrasse bois. ■

PANNEAU DE CHANTIER

Architecte : Bernard Champagnat

Partenaire Initial : Loubéry Menuiserie, Laglorieuse (40)

Menuiseries Initial mises en oeuvre :

- Coulissants deux rails deux vantaux avec rails encastrés
- Coulissants trois rails trois vantaux avec rails encastrés
- Châssis fixes à ouvrant caché
- Ensemble composé de châssis fixes et d'une porte d'entrée un vantail





verre & protections mag

[OFFREZ-VOUS UNE INFO INDÉPENDANTE]



7 numéros par an

+



Accès intégral au site

+



Tous les scoops par mail

- Sept éditions papier par an** (200 pages en moyenne), avec un florilège d'articles approfondis : des interviews, des visites de chantiers, toutes les nouveautés des fournisseurs, avec toujours son lot d'infos exclusives...
- Un numéro spécial "réseaux"** accueillant le répertoire exhaustif des réseaux français du secteur de la baie, avec les interviews d'un membre et du responsable pour chaque réseau, ainsi que l'actualité complète des réseaux.
- L'accès intégral au site www.verreetprotections.com**, qui publie quotidiennement les infos marquantes de nos secteurs.
- La réception plusieurs fois par an en avant-première de **scoops exclusifs** ainsi que de **newsletters ciblées**.
- Accès exclusif à l'intégralité de la revue **huit jours avant sa sortie officielle**.

BULLETIN D'ABONNEMENT

A retourner sous enveloppe affranchie à : EVO+ / Gestion des abonnements VPS - Bât E, 62, rue Benjamin Baillaud 31500 Toulouse

Nom :

Titre :

Société :

Activité :

Adresse :

Code Postal : Ville :

Pays :

Tél : Fax :

E-Mail :

FRANCE

- 1 AN : 93 € T.T.C. (TVA 2,1 %)
- 2 ANS : 160 € T.T.C. (TVA 2,1 %)

HORS FRANCE

- 1 AN : 180 € T.T.C.
- 2 ANS : 330 € T.T.C.

SIGNATURE

DATE

Mon mode de paiement :

VIREMENT BANCAIRE

Compte n° 04261372371 clé 22 (Caisse d'Épargne,
98 Av. Peretti, 92200 Neuilly-sur-Seine France
Code Banque : 17515 Agence: 90000)
SWIFT : FR76 1751 5900 0004 2613 7237 122

CHÈQUE (à libeller à l'ordre de V.P.S.)

Adressez-moi une facture

Mon n° de TVA :

Abonnez-vous aussi sur www.verreetprotections.com



ANNUAIRE RÉSEAUX

2020

81 RÉSEAUX À LA LOUPE L'ANNUAIRE LE PLUS COMPLET



© Photos Tryba

Chaque année, Verre & Protections Mag vous propose l'annuaire des réseaux le plus complet du marché.

Avec une présentation, simple et volontairement pratique, nous souhaitons vous offrir un véritable outil allant directement à l'essentiel.

Merci aux 81 réseaux, aux animateurs et aux adhérents qui ont joué le jeu en offrant leur témoignage dans cette édition.

Nos partenaires : **TBC Innovation, Prospérences et Score Conseils**



Nouveau : TBC Innovation a mené en partenariat avec Verre & Protections Mag une enquête ciblant les adhérents des réseaux de vitrage, menuiseries, fermetures, stores, vérandas, etc., avec pour objectif de comprendre la motivation, les expériences et la satisfaction des entreprises appartenant à un réseau. [À lire en page 12.](#)



Nous avons à nouveau le plaisir de collaborer avec la société Prospérences, qui a collecté des renseignements issus de sa base de données (potentiel de la France couverte, nombre de départements couverts par au moins un magasin, âge moyen des adhérents, stratégie d'implantation). Nous avons également travaillé avec Prospérences sur la création de quatre nouveaux prix pour notre concours "Grands Prix des Réseaux". [Lire l'article en page 14.](#)



Comme pour l'édition 2019, nous avons effectué, pour cette édition 2020, un partenariat avec Score conseils, spécialiste du benchmarking financier des réseaux qui a développé un outil de comparaison des réseaux. Il a procédé à une évaluation à partir des réponses des réseaux au questionnaire de notre annuaire. [Lire l'article en page 42.](#)



ANNUAIRE RÉSEAUX 2020

Une analyse pointue des réponses au questionnaire

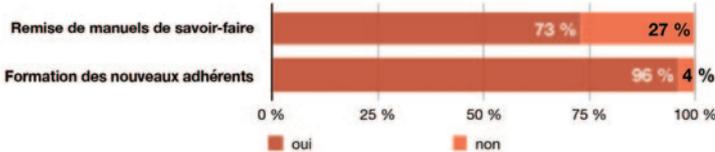
Une enquête, menée par notre partenaire Score Conseils, a permis d'analyser les réponses de plus de 50 réseaux français. Nous vous proposons dans cet article les principaux enseignements.

Les résultats sont présentés sous forme de graphiques pour faciliter la lecture et de nuages de mots pour mettre en avant les mots le plus souvent cités (plus le mot a été mentionné, plus le mot est écrit en grands caractères).

Les six différents thèmes de notre enquête

Dans le questionnaire en ligne envoyé aux réseaux pour figurer dans l'Annuaire des Réseaux 2020 une série de questions a été posée pour mieux connaître les réseaux sur plusieurs critères.

Aide aux nouveaux adhérents

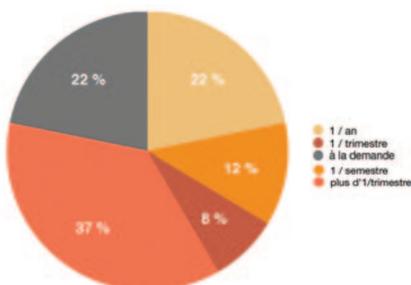


Aide à la vente

Parmi les outils d'aide à la vente proposés par les réseaux, voici ceux le plus souvent cités. Dans le nuage de mots, les réponses les plus citées sont les mots dont les caractères sont les plus grands. Ici, 57 % des réseaux déclarent proposer un catalogue à ses membres.



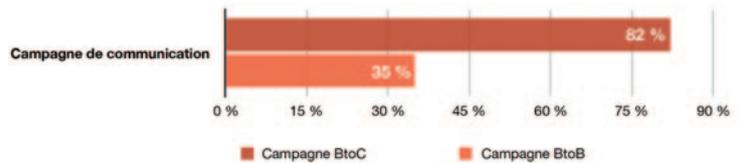
FRÉQUENCE DE VISITE DES ANIMATEURS



Communication nationale

Parmi les supports de communication mis en place par les réseaux, voici les mots qui reviennent le plus souvent. Dans le nuage de mots, les réponses les plus citées sont les mots dont les caractères sont les plus grands.

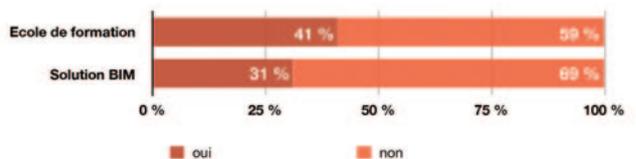
Ainsi, 1/3 des réseaux déclarent mener des campagnes TV



Formation des adhérents

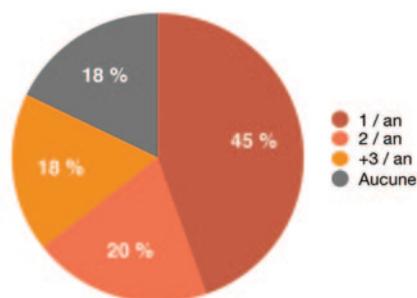
Parmi les sujets des formations, certains thèmes sont plus souvent cités. Dans le nuage de mots, les réponses les plus citées sont les mots dont les caractères sont les plus grands.

75 % des réseaux déclarent proposer des formations techniques/métier aux membres du réseau.

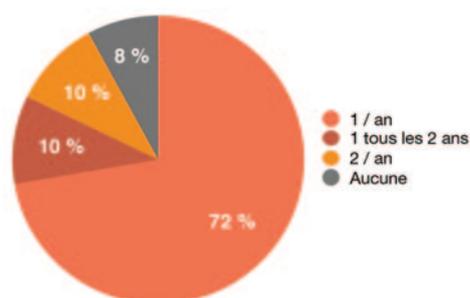


Partage de bonnes pratiques

FRÉQUENCE DES RÉUNIONS RÉGIONALES



FRÉQUENCE DES CONVENTIONS NATIONALES



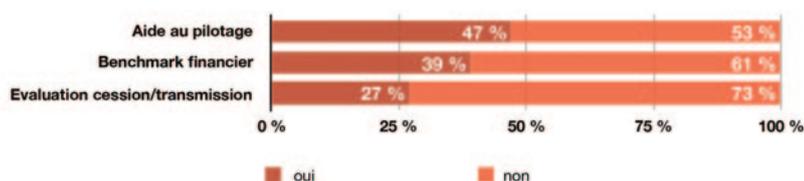
Quelles analyses peut-on tirer de cette enquête ?

À la lecture des réponses au questionnaire, on s'aperçoit que tous les réseaux cherchent à accompagner au mieux leurs membres, dès leur entrée dans le réseau. De nombreux services sont proposés à chaque membre : visites d'animateurs à la demande, campagnes de communication, formations...

Les réseaux apportent en priorité une aide sur tout ce qui a trait à l'identité du réseau. Ainsi, la "communication" semble toujours être un élément majeur pour les réseaux, qui déclarent tous avoir au moins une personne dédiée à la communication.

En revanche, les réseaux semblent moins enclins à aider leurs membres pour des besoins plus spécifiques. Ainsi, une minorité de réseaux déclarent aider leurs nouveaux adhérents dans la recherche d'un local, le dossier de financement. Alors que de nombreux réseaux déclarent aider leurs membres en proposant des formations sur les produits ou la pose, peu de réseaux proposent des formations sur des compétences spécifiques (commerciale, gestion financière) ou des supports pour des communications locales, plus personnalisées. ■

Aide au pilotage / gestion financière



Interview d'Olivier Paris Responsable grands comptes Score Conseils



Pouvez-vous nous présenter Score Conseils ?

« Score Conseils est une société spécialisée dans l'analyse des performances financières des réseaux. Depuis de nombreuses années, nous avons développé des techniques d'analyse financière, des analyses statistiques en utilisant le benchmarking financier. Ces techniques sont mises en œuvre par nos analystes financiers experts.

Avec ces travaux, nous connaissons en profondeur les performances financières des différents membres du réseau. Cette méthodologie Score nous permet ainsi d'identifier très rapidement la situation financière, les points forts et les points faibles et les actions à mener pour chaque membre des réseaux ».

Qui sont vos clients ?

« Nous comptons parmi nos clients des références dans de nombreux secteurs d'activité que ce soit en BtoB ou en BtoC. Chaque secteur d'activité a ses propres particularités. C'est en cela que notre métier est extrêmement intéressant. Nos clients sont les têtes de réseaux. Nous travaillons d'abord avec la direction du réseau pour comprendre le fonctionnement du réseau, son organisation et ses particularités et ensuite nous sommes amenés à travailler avec chaque membre du réseau afin de l'aider dans le pilotage de son entreprise ».

Quelles sont les différentes prestations proposées aux réseaux ?

« Le cœur de notre activité est l'analyse des performances financières dans les réseaux. À la demande des réseaux, nous intervenons également dans le cadre de leur développement. Nous accompagnons leur développement en analysant la situation financière des candidats au réseau. Nous réalisons également de nombreuses évaluations d'entreprises dans le cas de reprises, de cessions ou de transmissions. Enfin, nous organisons des formations pour les équipes du réseau ou les membres des réseaux ».

Selon vous, qu'est-ce qui fait le succès d'un réseau ?

« Au-delà du succès commercial, dans le domaine financier, les clés de la réussite d'un réseau sont pour moi l'implication, le professionnalisme et la solidité financière des membres du réseau ».

Quels axes d'amélioration avez-vous identifiés pour les 50 réseaux analysés ?

« Comme on le voit dans les réponses au questionnaire, beaucoup de réseaux n'ont pas encore les outils d'analyse et d'aide au pilotage de leur réseau. Or ces outils de pilotage sont désormais indispensables à la gestion d'un réseau, dans le cadre d'un rapport gagnant-gagnant entre la direction du réseau et ses membres ».



ANNUAIRE RESEAUX 2020

4Tro	133	La Boutique du menuisier	48
Abloy Authorised	137	Le Club des menuisiers pros	116
Allo Volets Service	150	Ligne & Lumière	88
Aluminier Technal	76	Lorénove	56
Ambassadeur certifié Cebel	152	Maison du menuisier	155
Arcades & Baies	132	Maisons de Lumière Technal	80
Art & Fenêtres	100	Menuisier alu agréé Reynaers	125
Batiman	62	Menuisier certifié Profils Systèmes	74
BozArc	155	Menuisiers d'excellence MéO	143
Calibaie	102	Monsieur Store	90
Came Installateur Premium	149	Océane	145
Caséo	54	Oknoplast programme Premium	146
Charuel	64	OuvertureS	98
Club AMCC	138	Partenaire certifié Janneau	147
Concept Alu	140	Partner Simu	121
Créabaie	141	Portaliers Horizal	60
Décostory	84	Proxeo	151
Espace haute sécurité Picard	127	Renov'Art	154
Espace Lounge	148	Rénoval	131
Expert CalorGlass	119	Répar'stores	126
Expert rénovateur K-Line	142	Réseau Sécuristes de France	124
Experts storistes Soliso	106	Schüco Partenaire référence	130
Fabricant certifié Profils Systèmes	72	Serge Ferrari Premium Partner	114
Fabricant Technal	78	Soko	153
Fenêtréa	68	Solabaie	66
Fenêtrier Veka	47	Solutions Pro Sapa	70
Finstral	139	Somfy Expert	49
Gamme Baie Huet	135	Stores de France	129
Gap référencement	75	Storiste agréé Dickson	110
Glastetik by AGC	104	Storistes de France	58
Glastint	117	Terres de fenêtre	96
Grandeur Nature	45	Tryba le Vérantier	134
Grosfillex	120	Tryba	86
Homkia	46	Tschoeppé relais confiance	118
Initial	112	Un Chouette menuisier	52
Internorm	122	Univerture	50
Isofrance fenêtres & énergies	123	Véranco	144
Kioneo	92	Véranda Gustave Rideau	128
Komilfo	108	Vie & Véranda	82
L'Expert fenêtre	136	Wizeo fermetures	94

2 questions au responsable du réseau **Philippe Leire**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Notre projet le plus marquant de l'année 2019 est notre convention en Norvège. Pour célébrer les 20 ans nous avons choisi de marquer le coup. Cette convention s'inscrit comme chaque année comme un temps fort contribuant à la construction d'un réseau solide et qualifié. C'est aussi une grande réunion de famille pendant laquelle chacun se retrouve et se rappelle de bons souvenirs. Ces 2 jours d'aventures polaires aux confins de la Norvège ont été une réussite. Et pour preuve, cette année, 80 % des membres ont répondu présents pour cet évènement.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Au cours de l'année 2018, nous avons pris le temps d'écouter nos membres et de mettre en place des solutions pour répondre à leurs besoins. Nous déployons ainsi de nouveaux services sur les enjeux tant de formation, d'animation et de communication et cela porte ses fruits avec la signature de 6 nouveaux membres depuis janvier 2019.

Pour permettre aux nouveaux membres de mieux démarrer leur activité, nous avons travaillé sur un programme d'intégration et d'accompagnement : formations commerciales, poses, logicielles et réseaux sociaux, visite de l'usine de production Grandeur Nature, rencontres et échanges avec l'équipe au complet et bien d'autres services pour attirer des professionnels et atteindre d'ici fin 2020, 70 adhérents Grandeur Nature.

2 questions à un nouvel adhérent **André Sanchez, société Ameko à Saint-Just (01)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous recherchions un secteur spécialisé dans la véranda et avons trouvé une solution performante avec l'usine Grandeur Nature Production. La gamme de vérandas, les délais de fabrication et l'offre tarifaire ont attiré mon attention. Après une étude approfondie des différents acteurs du marché, je me suis senti rassuré par le sérieux et l'expérience des équipes.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Le réseau Grandeur Nature propose à ses membres de nombreux événements de rencontres et d'échanges tels que les Réunions régionales, les commissions ou encore les formations. Ces dernières sont des moments très enrichissants car ils permettent d'échanger sur les bonnes pratiques du métier mais surtout se former sur des techniques de vente innovantes et adaptées à nos clients. Ces formations sont de vraies plus-values puisqu'elles sont dispensées par un de nos collègues membre du réseau, gérant de Méridia, qui connaît donc nos problématiques au quotidien.

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : Réseau français des experts de la menuiserie aluminium
Type de contrat : adhésion
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : NC
Affilié au groupe industriel : Sepalumic
Nombre de magasins au sein du réseau : 38
Nombre d'implantations en 2019 : 38
Nombre d'adhérents RGE : 38
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 6500 €
Redevance d'exploitation : 7800 €
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : Non défini
Lieu de la prochaine convention : Non défini

CONTACTS

Dirigeant : Philippe Leire
Animateur réseau : Raphaël Gabion
Assistante réseau : Sophie Dubois

COORDONNÉES

Adresse : Domaine du Mafay, 35890 Bourg-des-Comptes
Tél : 0800 87 71 82
Email : contact@veranda-grandeurnature.com
Site internet : www.veranda-grandeurnature.com/
Facebook : Grandeur Nature Véranda

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : Formations gratuites pour les collaborateurs la première année d'adhésion, assistance personnalisée et accompagnement pour leur premier pas au sein du réseau (technique, logistique, vente et marketing...), outils de communication...
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : logiciel de création de véranda en 3D et de gestion de projet Cover + liaison avec l'application de réalité augmentée Sara. PLV (catalogue, flyer, affiches...) + fiche d'aide à la vente (avec argumentaire de vente)
Fréquence des visites des animateurs : En fonction des besoins de chaque adhérent avec un minimum de 2x par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 4 campagnes de communication, chacune sur une thématique : véranda, pergola, gamme habitat et véranda à nouveau.
Cible des campagnes de communication : Hommes et Femmes +45 ans, CSP+, propriétaires et résidents dans les zones de chalandises des adhérents Grandeur Nature
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : [oui ou non] oui
Formation(s) proposée(s) : Formation vente, Cover, réseaux sociaux, pose, e-réputation...
École de formation : Institut de formation Sepalumic
Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Les commissions marketing/commerce/technique et habitat qui permettent aux membres d'échanger.
Réunions régionales : oui - 5 par an
Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC
Benchmark financier au sein du réseau : oui, en partenariat avec Score Conseil
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Nous avons des tarifs négociés avec nos fournisseurs
Normes architecturales à respecter : NC
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2014
Description du réseau : Homkia est une enseigne française indépendante spécialisée dans le confort énergétique de l'habitat : fenêtres, portails, clôtures, portes-volets, stores-pergolas, portes de garage et isolation, en rénovation et en neuf.
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3, 5 ou 7 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Créateur ou spécialiste ambitieux et rigoureux, ADN de commerçant, à l'écoute de la satisfaction des clients, profil de leader, de manager.
Affilié au groupe industriel : non
Nombre de magasins au sein du réseau : 29
Nombre d'implantations en 2019 : +15
Nombre d'adhérents RGE : 29
CA HT global du réseau : 30 M€ (prévisionnel 2019)
CA HT d'une implantation après 2 ans : 1.5 M€
Droits d'entrée du réseau : 10 000 €
Redevance d'exploitation : 410 € / mois
Redevance publicitaire : Selon contrat choisi
Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2021
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant fondateur : Nikolas Seferiadis
Directeur commercial : Olivier Avias

COORDONNÉES

Adresse : 105 rue de la Belle Olonnaise 85340 Olonne-sur-Mer
Tél : 02 51 21 29 66
Email : contact@homkia.fr
Site internet : www.homkia.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/homkiaofficiel
<https://instagram.com/homkia>
www.linkedin.com/company/homkia-sas

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Aide des nouveaux adhérents pour : Création du showroom avec proposition d'aménagement 3D, accompagnement pour le recrutement de collaborateurs, aide administrative (modèles de documents : contrats de travail, notes de service, communication interne...) études géomarketing.
Formation des nouveaux adhérents : oui
Remise de manuels de savoir-faire : non

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Application de réalité augmentée Homkia lab, CRM Homkia, catalogues, documents de prospection, vidéos...
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois/trimestre minimum selon contrat choisi

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Une communication forte axée localement :
 • Une expertise digitale pour être leader sur internet et les réseaux sociaux
 • 7 campagnes locales pour développer la notoriété des adhérents, générer des contacts et des ventes
 • Une communication multicanale : spots TV, replay, display, campagnes digitales, distribution BAL, sponsoring et mécénat...
 • Des supports pertinents pour animer, renforcer l'efficacité commerciale (catalogue produits, livret de garanties, mailing promo ou BAL...)
Cible des campagnes de communication : Grand public et particuliers propriétaires de biens immobiliers
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Technique (métrés et poses); Commercial (vente, gestion, management)
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui via l'animation et la visite des Points Conseil pilotes
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, tous les deux ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : oui

2 questions au directeur du réseau
Nikolas Seferiadis

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La signature de deux acteurs régionaux majeurs, Socover (3 Points Conseils et 3 autres à venir) et Intoo habitat (3 points Conseils et 6 autres à venir), qui ont quitté leur réseau pour rejoindre Homkia.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Depuis janvier 2019, Homkia a plus que doublé le nombre de ses Points Conseils passant de 13 à 28 points de vente soit une croissance de + 15 magasins ou +115 % pour représenter un CA réseau prévisionnel de 35 M€ en 2019. Notre objectif pour 2020 sera de garder cette dynamique.

2 questions à un nouvel adhérent
Hervé Madeux, Socover à Saint-Jean-d'Angely (17)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

La vision stratégique très digitale de Homkia va de pair avec notre conception de la communication. Nous apprécions particulièrement des outils tels que le simulateur 3D Homkia lab, pour visualiser la pergola ou le portail d'un projet. Ces outils complètent notre volonté d'exploiter les nouvelles technologies et les nouveaux médias.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Homkia, c'est un label dynamique et jeune avec des produits performants et novateurs. Les produits sont régionaux et de fabrication française. De plus, le réseau dispense des formations de qualité dont mon personnel peut profiter pour monter en compétences.



De g. à dr. : Yves Minot (directeur administratif) et Hervé Madeux (gérant)

Le Scan



PROSPÉRANCES
 Prenez l'avantage !

7 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
10 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
44,6 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	31%	> 40 000
	15%	de 30 000 à 40 000
	15%	de 20 000 à 30 000
	31%	de 10 000 à 20 000
	08%	< 10 000

2 questions à la responsable du réseau **Carole Ducrot**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La mise en place de réunions locales, regroupant environ 5/6 magasins, moments privilégiés pour que tous les adhérents puissent échanger, s'exprimer et faire remonter leurs retours d'expériences sur les thèmes proposés. Les premières ont permis d'établir et de diffuser un plan de vente type actualisé et un guide des bonnes pratiques au sein de notre Réseau Fenétrier Veka.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'objectif est de recruter de nouveaux professionnels, spécialistes de la rénovation et de la menuiserie PVC, dans des villes clés dans lesquelles nous ne sommes pas encore suffisamment présents. Nous ne privilégierons pas la quantité, mais la pérennisation des ouvertures, en veillant à la satisfaction de nos futurs adhérents, et en la bonne intégration au sein de la communauté des magasins Fenétrier Veka existants. Sans oublier la volonté de retrouver toutes les innovations Veka, dont Veka Spectral, dans les magasins de nos adhérents.

2 questions à un nouvel adhérent **Thierry Mercadier, société ASK VSE à Nîmes (30)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

L'appartenance à un réseau d'une enseigne de notoriété connue et reconnue par la qualité de ses produits, toujours en recherche d'innovation.

L'accompagnement dans diverses situations de la vie de notre entreprise au moyen d'outils d'aide à la vente, de conseils, de formations, etc.

Comme exemple nous pouvons entre autres, citer l'aide au niveau de la communication de notre activité, avec une approche commerciale et des conseils pour le développement de notre entreprise.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Le partage d'expériences et d'idées entre collègues appartenant au réseau Veka est toujours enrichissant et aide à la progression et à l'amélioration de l'entreprise ; embauche, partage d'expérience commerciale...



Le Scan PROSPÉRANCES® Prenez l'avantage !

22% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
32 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
NC Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	38%		> 40 000
	09%		de 30 000 à 40 000
	13%		de 20 000 à 30 000
	26%		de 10 000 à 20 000
	15%		< 10 000

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1995
Description du réseau : Réseau national spécialisé dans la vente et la fourniture de menuiserie PVC
Type de contrat : Licence de marque
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel de la fabrication ou vente et pose de menuiseries, disposant d'un show-room pour exposer ces produits
Affilié au groupe industriel : Veka
Nombre de magasins au sein du réseau : 50
Nombre d'implantations en 2019 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 50
CA HT global du réseau : 38 M€/HT
CA HT d'une implantation après 2 ans : 750 k€
Droits d'entrée du réseau : 3 000 € / ht
Redevance d'exploitation : 3 300 € / annuel / ht
Redevance publicitaire : Aucune
Date de la prochaine convention nationale : Octobre 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Responsable du réseau : Carole Ducrot

COORDONNÉES

Adresse : ZI de Vongy - 74200 Thonon-les-Bains
Tél : 04 50 81 88 12 / 06 73 99 75 38
Email : cducrot@veka.com
Site internet : www.fenetrierveka.fr
Réseaux sociaux : NC

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Non.
Aide des nouveaux adhérents pour : Aide technique et financière à la mise en place de la charte graphique extérieure et intérieure, mise à disposition de mobilier et aide à la conception/aménagement du show-room.
Animation personnalisée de nos adhérents au quotidien.
Formation des nouveaux adhérents : Formations commerciales (vente) et technique (pose)

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Plan de vente, argumentaires produits, catalogues et autres outils marketing opérationnelles mis à disposition via une plateforme web.
Fréquence des visites des animateurs : Fonction d'un plan d'actions personnalisé, défini avec chaque adhérent. En moyenne 1,5 fois par mois.

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC
Cible des campagnes de communication : NC
Personne/service dédié à la communication :
Service communication - 2 personnes

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Formation commerciale (Vente) et technique (Pose) + Formations spécifiques lié aux produits et services de nos partenaires
École de formation : Non
Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Nous avons initié des réunions locales en régions regroupant 4/5 adhérents au sein de leur magasin pour échanger notamment sur les bonnes pratiques de chacun avec retours d'expériences et synergies
Réunions régionales : Oui, Nord et Sud
Convention nationale : Oui, tous les 2 ans.

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Oui
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : NC
Normes architecturales à respecter : Charte graphique d'enseigne & corner Showroom
Part minimum de produits du réseau à commander : 50%



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1999
Description du réseau : Réseau d'Artisans Indépendants
Type de contrat : Partenariat
Durée du contrat : 2 ans minimum
Profil du candidat et compétences nécessaires : Tout acteur du second œuvre du bâtiment ayant de l'expérience, ayant compris l'intérêt de se regrouper pour mutualiser ses expériences et progresser ensemble.
Affilié au groupe industriel : Castes Industrie
Nombre de magasins au sein du réseau : 150
Nombre d'implantations en 2019 : 12
Nombre d'adhérents RGE : 150
CA HT global du réseau : 130 millions d'€
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 0€
Redevance d'exploitation : 0€
Redevance publicitaire : 3600 € HT
Date de la prochaine convention nationale : Mai 2020
Lieu de la prochaine convention : Rodez - pour le forum des Boutiques

CONTACTS

Directeur général : Christian Castes
Directeur commercial : Sergé Daudé Ramond

COORDONNÉES

Adresse : 660 route de Montauban, 12200 Villefranche de Rouergue
Tél : 05 65 45 04 20
Email : contact@castes-industrie.fr
Site internet : www.laboutiquedumenuisier.fr
Réseaux sociaux : Facebook et LinkedIn

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Distribution du Livre de marque, catalogues, intranet, kit de communication, PLV, fiches produits, échantillons et nuanciers, documents spécifiques au réseau
Aide des nouveaux adhérents pour : Conseil pour la conception du magasin. Aide à la formation technique tout au long de l'année suivant les besoins de chacun. Aide à la formation commerciale, tout au long de l'année suivant la demande.
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : CRM / Configurateur 3D de menuiseries
Fréquence des visites des animateurs : Mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Communication nationale, BFM TV, France Télévision (direct et Pluzz), cinémas, presse grand public et presse professionnelle
Cible des campagnes de communication : 2 cibles : le grand public pour développer la fréquentation en boutiques, et les professionnels, pour l'ouverture de nouvelles boutiques.
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Aide à la formation technique tout au long de l'année suivant les besoins de chacun. Aide à la formation commerciale, tout au long de l'année suivant la demande.
École de formation : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Oui, via notre CRM
Réunions régionales : Oui
Convention nationale : Oui tous les 2 ans.

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Non
Part minimum de produits du réseau à commander : 100 %

2 questions au responsable du réseau Serge Daudé-Ramond

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2019, nous avons fêté les 20 ans de La Boutique du Menuisier ! Cet anniversaire a été l'occasion pour le réseau de resserrer les liens qui nous unissent lors du week-end Boutiques sur le Club Med 2, et d'organiser une grande opération nationale à destination des particuliers.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'ouverture de 15 nouveaux points de vente.

2 questions à un nouvel adhérent Mathieu Maleika, à Muret (31)



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

La Boutique du Menuisier m'accompagne semaine après semaine, grâce une réelle proximité entre tous les acteurs : que ce soit entre les membres du réseau ou avec Castes Industrie. Des outils sont mis en place pour faciliter la communication et la bonne transmission des informations. La Boutique du Menuisier est un réseau à taille humaine qui nous permet de bénéficier de l'aide de professionnels qui sont vraiment à l'écoute, et qui répondent à nos besoins. On n'est pas isolé, et c'est un vrai plus !

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

On partage avec les autres membres du réseau lors de temps forts comme les week-ends Boutiques & forums, et à l'occasion de rencontres avec les autres Boutiques du Menuisier de la région. Cela nous permet d'échanger sur les actions que nous menons chacun dans nos boutiques et de nous enrichir des expériences des autres.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

41 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
57 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
46,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	13%	> 40 000
	08%	de 30 000 à 40 000
	13%	de 20 000 à 30 000
	24%	de 10 000 à 20 000
	41%	< 10 000

2 questions à l'animateur du réseau Arnaud Formisyn

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Développement d'une plateforme d'animation permettant de commander simplement des prestations de biens et de services afin de répondre aux différents besoins de nos partenaires. (Communication, équipement, digital, formation...)



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Enrichir notre catalogue de prestations pour proposer un partenariat toujours plus riche et développer une offre de service premium.



Stéphane Rambaud



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1986

Description du réseau : Partenariat regroupant plus de 300 ambassadeurs locaux, relais des dernières innovations Somfy et garant d'une expérience réussie auprès du consommateur

Type de contrat : contrat de partenariat

Durée du contrat : indéterminée (tacite reconduction annuelle)

Profil du candidat et compétences nécessaires : Installateur spécialiste des ouvertures et des fermetures de la maison disposant d'une structure complète (showroom, techniciens poseur) et effectuant un chiffre d'affaires minimum avec Somfy

Affilié au groupe industriel : Somfy

Nombre de magasins au sein du réseau : 450

Nombre d'implantations en 2019 : 10

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucune

Redevance d'exploitation : 2500 €

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : Réunions régionales Expert Somfy du 26 novembre au 6 décembre

Lieu de la prochaine convention : roadshow national

CONTACTS

Directeur commercial : Patrice Ponte

Animateur réseau : Arnaud Formisyn

COORDONNÉES

Adresse : 1 place du Crêtet - 74300 Cluses

Tél : 07 63 40 47 53

Email : arnaud.formisyn@somfy.com

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non

Aide des nouveaux adhérents pour : séminaire d'accueil de 2 jours au siège

Formation des nouveaux adhérents : oui dans le cadre du partenariat

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : plateforme de prestation de biens et services en support du développement de l'activité de nos partenaires

Fréquence des visites des animateurs : adaptée au besoin

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne nationale Somfy « les instants sécurité »

Cible des campagnes de communication : consommateur final

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : formations techniques et commerciales sur l'ensemble du plan produit

École de formation : oui centre de formation

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Conseil National des Experts Somfy

Réunions régionales : Oui 1 à 2 fois par an

Convention nationale : Oui 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC

Benchmark financier au sein du réseau : NC

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : NC

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : janvier 2015
Description du réseau : Univerture commercialise des menuiseries et des cuisines pour le neuf et la rénovation, en fourniture et pose ou fourniture seule auprès du particulier ou du professionnel.
Type de contrat : contrat d'adhésion
Durée du contrat : 1 an renouvelable par période de 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Entreprise spécialisée dans la menuiserie et représentant 1250 k€ d'achat menuiserie
Affilié au groupe industriel : Aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 42
Nombre d'implantations en 2019 : (1 à Seyssuel 38)(1 Périgueux 24)(1 Orange 84)(1 en Corse 20)
Nombre d'adhérents RGE : 26 points de vente
CA HT global du réseau : 120 millions
CA HT d'une implantation après 2 ans : Entre 2.5 et 3 millions €
Droits d'entrée du réseau : NC
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : Kit starter la 1^{re} année de 2000€ (y compris assistance pour le passage sous enseigne), ensuite selon besoins de l'adhérent.
Date de la prochaine convention nationale : Juin 2020
Lieu de la prochaine convention : Surprise aux adhérents pour les 5 ans Univerture

CONTACTS

Président : Olivier Lopez
Directeur général : Stéphane Tomatis
Directeur développement & coordination : Bernard Huberlant

COORDONNÉES

Adresse : 1125 avenue Julien Panchoy - 66000 Perpignan
Tél : 06 49 32 15 25
Email : contact@univerture.com
Site : univerture.com
Facebook : selon adhérent

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Accompagnement par le directeur développement, accès à notre plateforme collaborative...My Univerture
Formation des nouveaux adhérents : Oui, par le directeur développement

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Oui
Fréquence des visites des animateurs : 1 à 2 visites par trimestre

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 4 campagnes par an (Janvier, mars, juin et septembre)
Cible des campagnes de communication : neuf et rénovation particulier
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Commerce et gestion
Ecole de formation : Oui
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Oui, disponible dans notre plateforme My Univerture
Réunions régionales (périodicité) : Tous les 2 mois
Convention nationale (périodicité) : 1 par an

AIDE AU PILOTAGE /GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %

2 questions au président du réseau Olivier Lopez

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La sortie tant attendue du nouveau catalogue menuiserie 2018-2019 et l'intégration d'un directeur développement qui nous a permis de structurer et animer le réseau avec l'ouverture de 4 points de vente en 2018 et la signature de 7 points de vente supplémentaires pour 2019 qui s'annonce d'ores et déjà comme un grand cru !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En priorité la réussite d'intégration des nouveaux adhérents. Ensuite le perfectionnement de notre plateforme collaborative intégrant tous les outils digitaux nécessaires aux développements et contribuant au bien-être de nos adhérents. Bien entendu, parallèlement, nous continuerons à développer le nombre de points de vente sur le territoire national.

2 questions à un nouvel adhérent Stéphane Morel, menuiserie Bapi à Seyssuel (38)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

L'arrivée chez Univerture nous a amené une dynamique de magasin beaucoup plus moderne par son enseigne, son design, une charte graphique aux couleurs très accrocheuses pour la clientèle, un concept de showroom très ludique et fonctionnel. Un rapport différent avec les fournisseurs qui nous prennent plus au sérieux malgré nos 23 ans d'existence du fait d'une uniformité des magasins Univerture. Nos clients professionnels n'hésitent pas à nous envoyer leurs clients finaux ce qui nous a apporté une progression de notre chiffre d'affaires conséquent, à plus de 27 % sur un an.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

- Des réunions concrètes et sérieuses entre professionnels du même métier qui nous permettent d'avancer et de partager nos expériences et marchés régionaux.
- Une cohésion de groupe respectée, de l'entraide entre les différents magasins qui permet à notre entreprise de mettre en avant les bons produits tout en restant très compétitif.
- Un réseau à l'écoute de ses adhérents, qui progresse et nous fait progresser.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

12 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
19 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	26%	 > 40 000
	6%	 de 30 000 à 40 000
	19%	 de 20 000 à 30 000
	26%	 de 10 000 à 20 000
	23%	 < 10 000

DEVENEZ
LE
DE
**VOTRE
RÉGION !**

NUMÉRO



LA FORCE DU LOCAL, LA PUISSANCE DU NATIONAL

Un concept unique, en adoptant les couleurs Univerture, vous affirmez votre savoir-faire, tout en préservant votre indépendance et votre identité locale. Vous capitalisez ainsi sur votre notoriété régionale tout en bénéficiant de coûts mutualisés.

UN RÉSEAU VECTEUR DE CROISSANCE !

Grâce à l'expérience des fondateurs du réseau, vous bénéficiez de conditions d'achat exceptionnelles ainsi que d'une communication puissante permettant d'annoncer une croissance à 2 chiffres pour tous les indépendants ayant rejoint le réseau.

Rejoignez-nous !



- ✓ ACHATS OPTIMISÉS
- ✓ COMMUNICATION CROSS CANAL MUTUALISÉE
- ✓ IDENTITÉ LOCALE PRÉSERVÉE
- ✓ PROGRESSION DE CA ET DE RENTABILITÉ
- ✓ POLITIQUE TARIFAIRE ENGAGÉE
- ✓ SHOW-ROOM, ANIMATIONS COMMERCIALES



Contactez-nous !

Bernard HUBERLANT
Directeur Développement

06 49 32 15 25

bernard.huberlant@univerture.com

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : septembre 2014
Description du réseau : Vente et pose de menuiseries et fermetures de rénovation chez les particuliers
Type de contrat : Convention de partenariat
Durée du contrat : 1 an
Profil du candidat et compétences nécessaires : menuisiers professionnels ou revendeurs spécialisés dans la rénovation chez les particuliers
Affilié au groupe industriel : Groupe Delplast
Nombre de magasins au sein du réseau : 50
Nombre d'implantations en 2019 : 19
Nombre d'adhérents RGE : 50
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : 99 € / mois
Redevance publicitaire : 1 % sur achats Delplast
Date et lieu de la prochaine convention nationale : NC

CONTACTS

Dirigeant : Régis Delahaye
Directeur réseau : Frédéric Lenoir

COORDONNÉES

Adresse : 620, rue du Plat Chemin - Querqueville
 50460 Cherbourg-en-Cotentin
Tél : 02.33.01.82.40
Email : contact@chouette.pro
Site internet : www.chouette.pro
Réseaux sociaux : NC

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : communication locale
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : supports marketing
Fréquence des visites des animateurs : 1/mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC
Cible des campagnes de communication : NC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : technique
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : non
Réunions régionales : non
Convention nationale : oui - 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : pas de quota

2 questions au responsable du réseau Frédéric Lenoir

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La transformation de l'essai !...en ce sens que la réforme de l'offre mise en place en mai 2018 a fait ses preuves de séduction dans le recrutement de nouveaux clients en 2019. À ce titre, les technico-commerciaux du groupe Delplast - également en charge de l'animation - ont mis en avant sa pertinence auprès d'un cœur de cible d'artisans du segment diffus.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pérenniser cet élan de développement en 2020 en intéressant d'autres clients de ce même profil et qui sont... « des chouettes qui s'ignorent » ! Par ailleurs, le contenu de l'offre sera "upgradé" ; notamment en ce qui concerne le référencement des fournisseurs et les services associés.

2 questions à un nouvel adhérent David Fontaine, Nevers

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

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 que j'ai trouvé avec le réseau.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du 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.

Le Scan



PROSPÉRANCES®
Prenez l'avantage !

12 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
24 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
44,8 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	13%		> 40 000
	20%		de 30 000 à 40 000
	2%		de 20 000 à 30 000
	50%		de 10 000 à 20 000
	15%		< 10 000



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

- Une gamme dédiée et suréquipée
- Une garantie à vie
- Un logiciel métier
- Des outils d'aide à la vente personnalisés
- Une bonification des achats...

UN CHOUETTE!



Partenaire
Expert
Delplast

- 150 collaborateurs
- 1 site industriel de 6.5 hectares 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

GRUPE
Delplast

Contactez-nous dès aujourd'hui :

Frédéric Lenoir - Directeur du Réseau

Tél. : 02 33 01 82 40 - f.lenoir@groupe-delplast.fr

www.delplast.fr - www.chouette.pro

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.
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans renouvelables
Profil du candidat et compétences nécessaires : Indépendant du métier de la fermeture de la maison ou du négoce, ou entrepreneur reprenant ou entrepreneur créateur, disposant de bases techniques, et d'un savoir-faire en management et gestion.
Affilié au groupe industriel : aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 84
Nombre d'implantations en 2019 : 84
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : 190 M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : 1.5 M€
Droits d'entrée du réseau : NC
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : Juin 2020
Lieu de la prochaine convention : Séville

CONTACTS

Dirigeant : Jean-Marc Meyniel
Développeur réseau : Guillaume Vandevelle
Animatrice réseau : Naïma Jraïfin

COORDONNÉES

Adresse : Caseo SAS
Tél : 03 21 59 21 28
Email : contact@caseo-centrale.com
Site internet : www.caseo-maison.com
Réseaux sociaux : Facebook

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Accompagnement sur toute la démarche d'intégration, voire de création, process ouverture de magasin, ...
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : catalogues, site internet, configurateurs, tracts, opérations multi-médias (affichage, radio,...), ...
Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 3 campagnes radios
Cible des campagnes de communication : Particulier
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : toutes formations techniques, vente, management, organisation, ...
École de formation : NC
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : Non
Convention nationale : 5 réunions par an + 1 convention

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Oui
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Oui
Part minimum de produits du réseau à commander : Oui

2 questions au développeur du réseau
Guillaume Vandevelle

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le réseau a ouvert son 1^{er} point de vente en Île-de-France. En parallèle, la centrale a intégré une animatrice qui va suivre le réseau, et apporter formation et assistance aux magasins lors du déploiement du CRM.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Le réseau va poursuivre son développement en se dotant de moyens permettant d'encore mieux accompagner les nouveaux adhérents et les projets d'ouvertures des adhérents actuels. En parallèle, le déploiement du CRM va être une étape importante dans l'excellence opérationnelle recherchée par les adhérents.

2 questions à un nouvel adhérent
Ghislain Ripert, Vernon (27)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

J'étais désireux de me lancer dans l'exploitation d'un magasin de vente de menuiseries, en n'étant pas du métier, le réseau m'a apporté un savoir-faire et une expérience riche qui m'ont permis de gagner du temps dans mon lancement, et dans l'exploitation au quotidien. J'ai pu profiter notamment de leur expertise dans l'agencement d'un magasin grâce à leur partenaire historique.



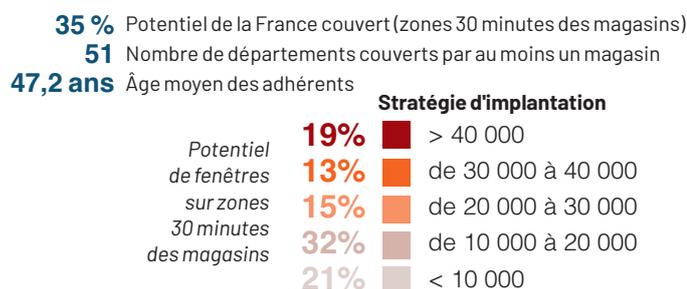
En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

J'ai profité des échanges nombreux et riches entre les adhérents sur les méthodes, les outils mais aussi de conseils pour éviter certaines erreurs au démarrage de l'activité. La richesse de Caséo passe par ces échanges au cours des 5 réunions annuelles. Et certains adhérents m'ont accueilli dans leur magasin pour m'aider dans mon projet.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !



REJOIGNEZ LE RÉSEAU Caséo

Vous êtes spécialiste de la menuiserie en rénovation ?
Le réseau Caséo vous offre de multiples opportunités de développer votre activité.

Et en plus vous :

- **Elargissez votre plan de vente vers des métiers complémentaires** (portails, stores, pergolas, dressings, portes intérieures, cuisines)
- Créez une **activité de distribution de menuiseries auprès des constructeurs** avec l'appui de la centrale
- **Préservez votre indépendance** au travers de la force d'un réseau
- **Augmentez votre rentabilité** au travers d'un **référencement optimisé et négocié** avec les plus grandes marques françaises en toute indépendance de tout industriel
- **Profitez d'une véritable présence digitale** sur le web et les réseaux sociaux
- **Bénéficiez d'un plan de communication complet et efficace** au niveau local et national (tracts, radios, télé, affichage...)
- **Exploitez rentablement** votre secteur grâce à une véritable zone d'exclusivité



HERVE M.

ADHÉRENT

BERNAY

A rejoint Caséo
depuis 2010



Une équipe solide ça change tout !
Rejoignez les 80 points de vente Caséo



CONTACTEZ :

Guillaume VANDEVELLE

07 62 67 46 60

g.vandeville@caseo-centrale.com

CASÉO
CUISINES & MENUISERIES

**NEUF &
RÉNOVATION**

UNE ÉQUIPE SOLIDE, ÇA CHANGE TOUT !

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1983
Description du réseau : Spécialistes du remplacement de menuiseries extérieures sur-mesure fabriquées en France
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnels du bâtiment avec le sens du commerce ou cadre en reconversion
Affilié au groupe industriel : Groupe Lorillard
Nombre de magasins au sein du réseau : 60
Nombre d'implantations en 2019 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 60
CA HT global du réseau : 43 M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : 700 000 €
Droits d'entrée du réseau : 11 000 €
Redevance d'exploitation : 5 950 €
Redevance publicitaire : 6 250 €
Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Bordeaux

CONTACTS

Dirigeant : Gérard Coron-Dall'o
Développeur réseau : Jean-Christophe Péron

COORDONNÉES

Adresse : 1 avenue Gustave Eiffel 28000 Chartres
Tél : 02 37 91 75 75
Email : developpement.reseau@lorenove.fr
Site internet : www.lorenove.fr
Réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Youtube

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : L'implantation et l'aménagement du showroom, la formation des équipes, la campagne de communication ouverture, kit de communications locales prêtes à l'emploi...
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Mallettes, échantillons, nuanciers, catalogues, site web local...
Fréquence des visites des animateurs : 1 à 2 fois/mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : 4 campagnes nationales + portes ouvertes ; parrainage TV sur France 2, France 3 et BFM ; actions digitales
Cible des campagnes de communication : NC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Formation commerciale Lorévente, technique, gestion d'un point de vente Lorenové + immersion en agence et en concession
École de formation : oui
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Application MyLorenove dédiée au réseau
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : Centrale de référencement
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %

2 questions au responsable du réseau Gérard Coron-Dall'o

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La signature, en janvier dernier, de la convention de mécénat par Thierry Luce, président du groupe Lorillard et Jean-Pierre Papin a officialisé le soutien de Lorenové à Neuf de Cœur. Cette association, fondée par le célèbre numéro 9 de l'équipe de France, vient en aide aux familles d'enfants atteints de lésions cérébrales. Unis autour de valeurs communes, nous ne pouvions qu'être naturellement sensibles à la cause du couple Papin. C'est un engagement qui nous tient à cœur !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'objectif sera d'accroître la performance individuelle de chaque magasin. Nous mettrons notamment l'accent sur le développement de partenariats forts avec nos fournisseurs référencés, et sur le déploiement de notre programme de formation continue Lorévente, afin d'apporter encore plus de valeur à nos adhérents. Nous prévoyons, en parallèle, l'ouverture de 10 nouveaux points de vente sur l'année 2020.

2 questions à un nouvel adhérent Mickaël Pépin, concessionnaire à Chambéry (73)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Cette entreprise familiale, forte d'une expérience de 80 ans, qui a su mettre en place un réseau national, nous est apparue indispensable pour développer notre secteur fenêtre. Son expérience en marketing, logistique et commerciale, est bénéfique pour notre développement dans cette activité.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

La force de l'expérience des 60 magasins Lorenové, répartis dans chaque région de France, et le savoir de chacun, nous amènent à une formation permanente et constante. Nous bénéficions grâce à ce réseau, d'une expérience de terrain mutualisée qui permet de nous perfectionner chaque jour encore plus.

Le Scan



PROSPERENCES
Prenez l'avantage !

31 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
38 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
51,7 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	41%		> 40 000
	11%		de 30 000 à 40 000
	10%		de 20 000 à 30 000
	25%		de 10 000 à 20 000
	13%		< 10 000



**"J'AI CHOISI
LORENOVE
POUR SON
SAVOIR-FAIRE
ET SON
EXPÉRIENCE"**

← **CHARLES DURAND**
a concrétisé son
ambition de devenir
entrepreneur en
développant une
concession Lorenové.

LORENOVE : SUCCESS STORY D'UNE ÉVOLUTION DE CARRIÈRE

Salarié dans une concession de fenêtres, Charles Durand a, un jour, eu l'envie de devenir son propre patron. Convaincu par les avantages du réseau Lorenové, acteur incontournable du marché de la fenêtre, l'ancien commercial a sauté le pas en devenant concessionnaire. Récit d'une reconversion réussie.

Pourquoi avoir choisi de rejoindre Lorenové ?

C.D. : « Évoluant dans le milieu de la fenêtre, je connaissais Lorenové pour son expertise et la qualité de son service. Quand je me suis intéressé d'un peu plus près à l'enseigne, je me suis rendu compte que nous partagions les mêmes valeurs : le professionnalisme, le goût du travail bien fait et le sens des relations humaines. Indéniablement, Lorenové est un groupe à l'écoute de ses concessionnaires, en les accompagnant depuis le démarrage jusqu'au suivi de leur activité. Transmis par formation interne, le métier et le savoir-faire Lorenové sont ainsi relayés sur le terrain par une présence et un accompagnement au quotidien. Auprès de ses 70 points de vente, le Groupe favorise une relation directe, en se tenant

à l'écoute de ses équipes et en prenant en compte leurs propositions ».

LA CULTURE DU MADE IN FRANCE

Quels sont pour vous ses points forts ?

C.D. : Assurément, sa qualité Made in France. Établie à Chartres depuis plus de 35 ans, Lorenové revendique clairement sa fabrication française, en réalisant l'ensemble de sa fabrication au sein de ses 5 sites de production. Il ne faut pas oublier que chaque fenêtre Lorenové est fabriquée sur-mesure : c'est un produit unique pour un client unique. La satisfaction fait clairement partie de la culture d'entreprise, qui a établi avec ses clients un véritable contrat de qualité et de services : la charte Lorenové. En développant un nombre croissant de produits innovants visant la réduction de son empreinte écologique, Lorenové se distingue également par son exigence environnementale. Enfin, son appartenance au Groupe LORILLARD, l'une des 3 plus importantes sociétés françaises de menuiserie industrielle sur-mesure, ajoute sans conteste au dynamisme du réseau.

**LE GROUPE
LORILLARD**
Plus de 80 ans
d'expérience

**DES RÉALISATIONS
PRESTIGIEUSES
OU DE GRANDE
ENVERGURE**

**930
COLLABORATEURS**

**1 200
MENUISERIES**
produites par jour

160 MILLIONS
d'€ de CA en 2018



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : Produits sur-mesure (stores intérieurs et extérieurs, fenêtres et baies vitrées, volets, portes d'entrée et portes de garage, maison connectée) avec prise en charge intégrale d'un projet.
Type de contrat : Accord de partenariat
Durée du contrat : 1 an
Profil du candidat et compétences nécessaires : Expérience en management, compétences métier ou diplôme, connaissance du tissu économique et social local, expérience en gestion économique et financière, compétences d'animation, compétences commerciales
Affilié au groupe industriel : Franciaflex
Nombre de magasins au sein du réseau : 80
Nombre d'implantations en 2019 : +3
Nombre d'adhérents RGE : 80
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 3 050 euros
Redevance d'exploitation : 5 271 euros
Redevance publicitaire : 0€
Date de la prochaine convention nationale : janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Méribel

CONTACTS

Dirigeant : Jean-Jacques Nayral
Directeur réseau : David Added
Animateur réseau : Christine Thébaud

COORDONNÉES

Adresse : 13 Rue Gustave Eiffel, 45430 Chécy
Tél : 02 38 60 41 41
Email : contact@storistes-de-france.com
Site internet : www.storistes-de-france.com
LinkedIn : www.linkedin.com/company/9461524/
Facebook : www.facebook.com/storistesdefrance/
Twitter : twitter.com/storistes

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : conception du magasin si besoin, étude géomarketing
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : un "magalogue" BtoC, une brochure BtoB, des magazines « inspirations », des nuanciers, des échantillons, des maquettes produit, des configurateurs...
Fréquence des visites des animateurs : en fonction des besoins

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : plan média Web et radio
Cible des campagnes de communication : le grand public, les particuliers propriétaires de maisons ou d'appartements et les professionnels CHR, collectivités, commerces, tertiaire
Personne/service dédié à la communication : Sylvie Balende

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : commerciaux + poseurs sous forme de webinaire ou face to face
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : non
Réunions régionales : oui (2 fois par an)
Convention nationale : oui (1 par an)

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au directeur du réseau David Added

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

C'est l'anniversaire de nos 30 ans ! Une année marquée par des opérations promotionnelles, assorties d'outils de communication et marketing : notre Magalogue « 30 ans d'élégance à la française » et nos éditions semestrielles du magazine Inspirations. Notre convention annuelle a également fêté cet événement, avec des assises qui ont réuni 180 personnes dont les dirigeants mais aussi leurs poseurs et leurs commerciaux, et un séjour à Séville avec 70 participants.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Développer le réseau pour atteindre les 95 points de vente en recrutant des partenaires avec un fort esprit entrepreneurial, porteurs d'un projet de développement et répondant à nos critères de qualité : bonne santé financière, poseurs intégrés, RGE et tournés vers la satisfaction client et le respect des engagements.

2 questions à un nouvel adhérent Nicolas Clavère, Adour PVC à Anglet (64)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Avec Storistes de France, nous bénéficions de la qualité des produits de l'industriel français Franciaflex et de ses plus de 50 années d'expérience. Nous apprécions l'accompagnement sur les outils de communication tels que les catalogues et flyers, ainsi que sur les dispositifs commerciaux avec les 3 offres promotionnelles chaque année. Le réseau nous permet de développer notre offre de fenêtres ainsi que les stores extérieurs et intérieurs.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Depuis notre intégration au réseau, il y a un an, nous apprécions particulièrement les rencontres avec nos confrères Storistes de France. En tant que PME, nous parlons le même langage. On partage nos expériences afin d'améliorer l'organisation ou les produits. Les réunions régionales apportent un regard extérieur et on se sent moins seuls face à nos problématiques.

Le Scan



PROSPERENCES®
Prenez l'avantage !

39 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
51 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
51,5 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	36%		> 40 000
	8%		de 30 000 à 40 000
	12%		de 20 000 à 30 000
	26%		de 10 000 à 20 000
	19%		< 10 000

PROFESSIONNELS DE LA FENÊTRE, DU STORE ET DU VOLET

Ces chefs d'entreprise nous ont déjà rejoints... ET VOUS ?



STORISTES DE FRANCE C'EST :

- ▶ Le **1^{er} réseau national** d'installateurs indépendants.
- ▶ **30 ans** de succès !
- ▶ **80 points de vente** dans toute la France.
- ▶ Un **partenariat privilégié** avec un puissant industriel français, **Franciflex**.
- ▶ Des **rendez-vous pour échanger** réussites, compétences et expériences.
- ▶ Une **équipe dédiée** qui vous accompagne au quotidien.
- ▶ Un **plan média national**, des **dispositifs de marketing opérationnel** efficaces et un **site web générateur de leads** de qualité.

STORISTES DE FRANCE A ÉTÉ ÉLU PARMIS
LES MEILLEURES ENSEIGNES QUALITÉ 2019
(enquête réalisée par le magazine Capital)



Vous souhaitez accélérer
le développement de votre
entreprise tout en restant seul
maître à bord ?

**Vous aussi
rejoignez-nous !**

 **STORISTES
DE FRANCE**
Fenêtres Stores Volets

www.storistes-de-france.com

Christine THÉBAULT
06 83 35 75 98
christine.thebault@storistes-de-france.com



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
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Profil du candidat et compétences nécessaires : Installateur disposant d'un show-room ou d'une surface d'exposition extérieure
Affilié au groupe industriel : Horizal
Nombre de magasins au sein du réseau : 100
Nombre d'implantations en 2019 : 2
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 1000 € - 1800 €
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : novembre 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Jean-Pierre Delanos
Directeur du réseau : Fabrice Marchand

COORDONNÉES

Adresse : 174 route de Lyon - Domarin - 38307 - Bourgoin-Jaillieu Cedex
Tél : 04 74 93 25 35
Email : info@lesportaliers.com
Site internet : https://www.lesportaliers.com
Réseaux sociaux : Facebook : @lesportaliers, Twitter : @lesportaliers

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : la conception de magasin (Mobilier et équipement de show-room), la communication locale (kit de communication)
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : outils de communication repiquables : mailings, boîtages, affichages, annonces, catalogue produit 200 pages
Fréquence des visites des animateurs : visites régulières

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne radio, campagne presse, opérations commerciales
Cible des campagnes de communication : campagne de publicité B to C visant les propriétaires de maison individuelle.
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Formation technique (pose, motorisation) sur site et en usine. Formation vente sur site ou en usine.
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Charte d'engagement en 10 points sur la qualité, le service et la sécurité
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, tous les 2 ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : pas de part minimum

2 questions au directeur du réseau Fabrice Marchand

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Avec une vingtaine de nouveautés au catalogue, l'année 2019 est marquée par de nombreuses innovations produits tant sur le plan du design que technique, portail coulissant télescopique, nouveaux décors en découpe laser inédits... Ces nouveautés sont accompagnées d'une palette d'outils d'aide à la vente, catalogue produits de 200 pages, outils digitaux en évolution permanente et notamment un nouveau site Internet.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

La technicité produit demeure une demande forte. Notre objectif restera centré sur l'innovation et le produit qui doit être qualitatif, fiable et performant. Nous continuerons à faire preuve d'audace en proposant des produits différenciants, pour répondre à toutes les demandes en termes de technicité et de design (haut niveau de personnalisation, maisons connectées, solutions domotiques...).

2 questions à un nouvel adhérent Frédéric Guérard, Portails du Sud à Marseille (13)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

À travers le réseau des Portaliers, j'ai pu asseoir l'image de mon entreprise sur des bases hautement qualitatives, à l'image d'Horizal et surtout je profite de la force d'action et de communication du réseau.

Mais le véritable apport en ce qui me concerne, c'est surtout une spécialité, une expertise, un métier ! Je dis toujours à mes clients : « Le portail, c'est mon métier ! »



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Avec certains de mes collègues Portaliers, nous avons des relations qui ont largement dépassé le cadre professionnel, c'est une grande richesse que le réseau nous a offerte ! Dans le cadre purement professionnel, nous profitons de l'expérience des uns et des autres, de vécus sur le terrain, réponses techniques à des situations concrètes... On partage nos idées, nos astuces, nos bons et mauvais moments, on se comprend et c'est très agréable.

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



Collection Night & Day®
Portails à éclairage Led connecté
et pilotable par Smartphone
Une gamme exclusive du réseau Portaliers®

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



www.lesportaliers.com

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : spécialisé dans la menuiserie extérieure et intérieure, protection solaire et cuisine. Pour la construction neuve et rénovation. A destination des pros et particuliers.
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : année civile en cours, renouvelable 1 an, et renouvellement pour une période de 2 ans par tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Chef d'entreprise opérant sur le marché de la fermeture extérieure, qualité de manager commercial.
Affilié au groupe industriel : aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 74
Nombre d'implantations en 2019 : 4
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : NC
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Philippe Valette
Développement réseau : Pascal Minard

COORDONNÉES

Adresse : Batiman - Immeuble Le Capitole - 3, avenue Armand Toulet - 64600 Anglet
Tél : 06.88.44.81.45
Email : developpement@batiman.fr
Site internet : www.batiman.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/batimanfrance

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : journées d'intégration, concept point de vente, plan vente, Plan Action Communication local, formations,....
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : catalogues, site, fiche découverte vendeur,....
Fréquence des visites des animateurs : 4 / an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : parrainage TV TF1
Cible des campagnes de communication : particulier
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : managers, vendeurs menuiserie, vendeurs cuisine, challenges vendeurs
École de formation : NC
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : manuel opérationnel, plateforme interne,....
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 75%

2 questions au président du réseau Philippe Valette

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2019 le réseau Batiman a fêté ses 30 ans. L'arrivée d'une nouvelle direction voulue par ses actionnaires a été l'occasion d'une remise à plat de nos fondamentaux, notamment pour construire les 30 années à venir. La satisfaction client au cœur de nos préoccupations a été repositionnée comme élément moteur de notre stratégie commerciale et organisationnelle. Batiman engage un véritable processus de revalorisation et prise en compte de la qualité du service client et la personnalisation de la réponse.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Batiman poursuit son développement et vise les 100 points de vente d'ici 3 ans. Notre réseau veut rester connecté à son environnement et, au travers d'un plan stratégique à 3 ans, veut se donner les moyens du mouvement, de la performance et du développement. C'est ainsi qu'a été décidé le redéploiement de nos moyens de communication cross et multicanal, en national comme en local, pour garantir de meilleurs services à nos adhérents et à nos clients.

2 questions à un nouvel adhérent Hugo Roger, à Dury (80)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Depuis l'adhésion à Batiman, je profite de l'expertise du groupement, de sa connaissance marché et d'un accompagnement pour la communication, ce dont on peut difficilement bénéficier seul. Et, en tant que petite structure, pouvoir s'appuyer sur la centrale pour les achats permet de libérer du temps et de simplifier la relation avec les fournisseurs, nous abordons la technique sereinement sans nous préoccuper du côté financier déjà traité par la centrale.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

En tant que nouvel adhérent, j'ai peu de recul, mais au sein du réseau Batiman, il y a des rencontres organisées tout au long de l'année (réunions, convention, forum) et lors des premiers échanges je me suis rendu compte que nos problématiques sont aussi celles que rencontrent les autres membres, et donc en tant qu'indépendant, on se sent moins seul et on vit mieux les contraintes.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

24 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
51 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,7 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	15%		> 40 000
	8%		de 30 000 à 40 000
	20%		de 20 000 à 30 000
	27%		de 10 000 à 20 000
	30%		< 10 000



BATIMAN[®]
menuiseries • cuisines

FROMAGE & DESSERT



UN ADHÉRENT BATIMAN NE SE PRIVE DE RIEN.

Neuf & Rénovation, Négoce & Pose, Particuliers & Professionnels,

90 RÉFÉRENCEMENTS

en menuiserie extérieure (fenêtres, volets, portes d'entrée, portails, stores, pergolas) et intérieure (portes, dressing, cuisines)

UN ACCOMPAGNEMENT PERMANENT
concept de show-room, plans de vente,
formation, animation

15% D'ÉCONOMIE SUR ACHAT

auprès des fabricants
(mutualisation des achats)

UNE COMMUNICATION PUISSANTE
plan de communication annuel national
et local (TV, web, catalogues...)

CONTACTEZ NOTRE SERVICE DÉVELOPPEMENT : 06 88 44 81 45 - developpement@batiman.fr

“ Votre projet a trouvé à qui parler ”

www.batiman.fr

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2011
Description du réseau : Réseau français d'installateurs de portails, de clôtures et de claustras
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 5 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel qui souhaite développer son activité de vente de portails et clôtures
Affilié au groupe industriel : Atlantem Industries
Nombre de magasins au sein du réseau : 53
Nombre d'implantations en 2019 : 6
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 1560 €HT
Redevance d'exploitation : Aucune
Redevance publicitaire : 1800 €HT
Date de la prochaine convention nationale : février 2020
Lieu de la prochaine convention : Bordeaux

CONTACTS

Dirigeant : Bruno Cadudal
Responsable ou animateur réseau : Jean-Paul Mareschal
Chargée de communication : Caroline Jegado

COORDONNÉES

Adresse : Atlantem Industries - PA La Niel - BP21 - 56920 Noyal-Pontivy
Tél : 02.97.25.95.60
E-mail : contact@charuel.fr
Site internet : www.charuel.fr
Réseaux sociaux : Facebook : Charuel Officiel

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : les produits des show-rooms
Formation des nouveaux adhérents : oui, sur les produits et visite de l'usine

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : un catalogue d'outils marketing avec PLV, échantillons et valises de démonstrations, flyer, catalogues, vêtements.
Fréquence des visites des animateurs : à définir avec les clients

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 2019 : 3 campagnes de communications nationales avec relais Web, posters et flyers.
Cible des campagnes de communication : Campagnes BtoC, vers les consommateurs intéressés par un projet de portail, clôture ou claustra.
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits / techniques / métier / aide à la vente
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Commissions par thème
Réunions régionales : non
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : non

2 questions au responsable du réseau Jean-Paul Mareschal

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Il existe aujourd'hui un réel sentiment d'appartenance à un groupe sous la marque Charuel de nos installateurs avec une réelle volonté d'aller de l'avant. Ainsi, nous avons cette année fait évoluer notre logo pour lui donner l'image de dynamisme de notre réseau.

Nous avons complété notre offre d'outils de PLV. Et aussi développé notre maillage territorial, principalement par les recommandations de nos partenaires.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous allons continuer à trouver de nouveaux installateurs sur des secteurs non couverts, accentuer notre notoriété auprès des consommateurs finaux et intensifier notre communication et notre dynamique commerciale sur le web et le digital, entre autres, avec la mise en ligne d'un nouveau site et d'un configurateur nouvelle génération.

2 questions à un nouvel adhérent Hugues Gaurier, à Troyes

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous proposons les produits de la marque Charuel afin de répondre de manière qualitative aux besoins personnalisés de nos clients, avec des produits fabriqués en France. Charuel nous propose un catalogue spécifique, des modèles exclusifs, un site internet tourné vers le particulier et des offres promotionnelles qui permettent de développer notre activité de vente de portails.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les rencontres entre installateurs à l'occasion des réunions, via notre responsable de réseau ou lors de la convention, sont l'occasion d'échanger sur les difficultés du quotidien que nous rencontrons mais aussi sur nos réussites.

Le Scan



PROSPÉRANCES[®]
Prenez l'avantage !

20 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
39 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,2 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	13%		> 40 000
	10%		de 30 000 à 40 000
	21%		de 20 000 à 30 000
	35%		de 10 000 à 20 000
	21%		< 10 000



BIENVENUE CHEZ NOUS !

LES PORTAILS CHARUEL VOUS OUVRENT L'OPPORTUNITÉ
DE VOUS DÉVELOPPER



INTÉGREZ LE PREMIER RÉSEAU SPÉCIALISTE
DU PORTAIL SUR MESURE

8 bonnes raisons de nous rejoindre !

- 👍 Des partenaires indépendants
- 👍 Des produits exclusifs réservés au réseau
- 👍 Une collaboration simple
- 👍 Des supports personnalisés
- 👍 Une implication des installateurs
- 👍 Un plan de communication
- 👍 Un large choix de portails, clôtures et claustras
- 👍 Une vie de réseau

www.charuel.fr/charuel/devenir-partenaire/

ou par téléphone au 06 61 61 79 55

Bienvenue !



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2003
Description du réseau : Réseau de professionnels de la menuiserie et fermeture indépendants
Type de contrat : Concept progressif, du partenariat à la concession
Durée du contrat : de 3 à 5 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel de la menuiserie et fermeture
Affilié au groupe industriel : Atlantem Industries
Nombre de magasins au sein du réseau : 155
Nombre d'implantations en 2019 : 10
Nombre d'adhérents RGE : 100 %
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : de 500€ à 1700€
Redevance d'exploitation : Aucune
Redevance publicitaire : 2160 €HT
Date de la prochaine convention nationale : janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Evian

CONTACTS

Dirigeant : Bruno Cadudal
Directeur du réseau : Patrick Sage
Chargée de communication : Caroline Jegado

COORDONNÉES

Adresse : Atlantem Industries - PA La Niel - BP21 - 56920 Noyal-Pontivy
Tél : 02.97.25.95.60
Email : contact@solabaie.fr
Site internet : www.solabaie.fr
Réseaux sociaux : Facebook : Solabaie Officiel

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : les signalétiques façades, aménagement des show-rooms et communication
Formation des nouveaux adhérents : oui et visite des usines

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : un catalogue d'outils marketing avec PLV, échantillons et valises de démonstrations, flyer, catalogues, vêtements.
Fréquence des visites des animateurs : à définir avec les clients

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 2019 : 4 campagnes de communications nationales avec publicité en TV, relais Web, distribution en boîtes aux lettres autour des points de vente.
Cible des campagnes de communication : Campagnes BtoC, vers les consommateurs intéressés par un projet de rénovation menuiseries-fermetures.
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits / techniques / métier / aide à la vente
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Commissions par thème, réunions régionales et convention annuelle
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : oui en fonction du contrat

2 questions au directeur du réseau Patrick Sage

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

D'une part nous avons intensifié notre maillage national, entre autres sur le nord de la France, et d'autre part, modifié notre communication afin que Solabaie soit reconnu comme une marque multi-produits de menuiseries et fermetures, avec un nouveau spot publicitaire et un nouveau site internet.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous allons continuer à ouvrir de nouveaux magasins sur des secteurs non couverts, accentuer notre notoriété et intensifier notre communication et notre dynamique commerciale multi-produits sur le web et le digital. Le renforcement de notre équipe d'animateurs régionaux permettra d'accompagner nos installateurs dans leurs développements.

2 questions à un nouvel adhérent Wilhem Fagot, à Biarritz (64)



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

En m'installant à Biarritz j'ai choisi Solabaie afin de m'adosser à une marque nationale. Avec son offre complète de menuiserie et fermeture, cela me permet de me différencier par rapport à la concurrence, en particulier avec la gamme de fenêtres innovantes et personnalisables SO. La mise en place d'une distribution gérée par la marque, sur mon secteur, en plus d'un plan TV et Web à l'occasion des opérations commerciales, me génère des contacts.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les rencontres entre installateurs à l'occasion des réunions régionales et de la convention sont l'occasion d'échanger sur les difficultés du quotidien que nous rencontrons mais aussi sur nos réussites.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

52 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
69 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
47,4 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	26%		> 40 000
	8%		de 30 000 à 40 000
	12%		de 20 000 à 30 000
	31%		de 10 000 à 20 000
	23%		< 10 000



REJOIGNEZ le réseau phare !

148
adhérents
partout
en France



SOLABAIE®

10

BONNES RAISONS

de rejoindre
Solabaie®

- ✓ Une offre complète
- ✓ Des avantages exclusifs
 - ✓ Des innovations
 - ✓ Une marque forte & des outils performants
 - ✓ Un plan de communication solide & des opérations commerciales

- ✓ Une collaboration à la carte
- ✓ Un esprit de groupe
- ✓ Un accompagnement de proximité
- ✓ Un savoir-faire industriel
- ✓ Une fabrication française

VU à la
TV



Pour rencontrer le responsable développement de votre région
contactez-nous au **02 97 25 95 60**
ou sur **contact@solabaie.fr**



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : Expert Conseil FenêtréA
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
Type de contrat : contrat de labellisation
Durée du contrat : 2 ans reconductibles
Profil du candidat et compétences nécessaires : entreprise de menuiseries souhaitant se développer sur le marché de la rénovation auprès de particuliers et privilégiant une démarche professionnelle qualitative (RGE obligatoire).
Affilié au groupe industriel : FenêtréA
Nombre de magasins au sein du réseau : 65
Nombre d'implantations en 2019 : 10
Nombre d'adhérents RGE : 63
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : printemps 2019
Lieu de la prochaine convention : Barcelone

CONTACTS

Dirigeant : Dominique Lamballe
Directeur ou animateur réseau : Frédéric Bourlon

COORDONNÉES

Adresse : PA du Chénot 56380 Beignon
Tél : 02 97 75 70 70
Email : contact@expertconseilfenetre.fr
Site internet : www.expertconseilfenetre.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/ExpertConseilFenetreA

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : NC
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : valises et échantillons, PLV, plaquettes, catalogue, conseils pour l'aménagement du show room
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par mois (le commercial étant l'animateur principal)

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : non
Personne/service dédié à la communication : NC

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : formation sur la performance commerciale, formation au réglage de motorisation, formation à la pose (à venir)
École de formation : oui - FenêtréA Académia
Solution BIM : oui au travers de notre gammiste Schüco

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : La convention annuelle est l'occasion d'échanger les bonnes pratiques entre professionnels (témoignage d'expert)
Réunions régionales : Commission expert 2/an
Convention nationale : oui, 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui (consultant externe)
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

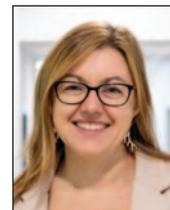
ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 70%

2 questions à la responsable marketing du réseau Morgane Lefeuvre

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Notre convention annuelle qui s'est déroulée sur la presqu'île du Cap Ferret était le temps fort de l'année 2019 au sein du réseau. Ce rendez-vous est fondamental pour le label Expert Conseil FenêtréA tant par son contenu (présentation des évolutions produits et services, point sur le label et les formations à leur disposition) que par la richesse des échanges entre tous les participants.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous allons continuer à renforcer notre maillage national avec l'objectif d'intégrer au minimum 10 nouveaux adhérents sur 2020. Nous poursuivons par ailleurs le développement de notre offre produits à travers 2 axes : rendre connectable l'ensemble de nos produits et étendre notre offre solaire.

2 questions à un nouvel adhérent Menuiserie Soulié à Gourdon (46)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

- Aide et amélioration en termes d'image et de communication : objets publicitaires, cartes, signalétique magasin et véhicules de l'entreprise, stand lors de la foire expo de Gourdon...
- Un soutien financier grâce au crédit marketing obtenu en fonction des ventes
- Des actions commerciales régulières sur des produits qui nous permettent de rester dans une bonne dynamique
- Le soutien et les conseils d'une équipe de professionnels
- La possibilité de mettre en avant des nouvelles technologies

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

- Des échanges de bonnes pratiques, de savoir-faire, entre professionnels du même métier lors des rencontres comme la convention annuelle par exemple ou sur les salons
- Une synergie entre adhérents intéressante permettant le développement de contacts de particuliers comme de professionnels si besoin
- Un apport dans la stratégie et l'argumentation commerciale



Expert

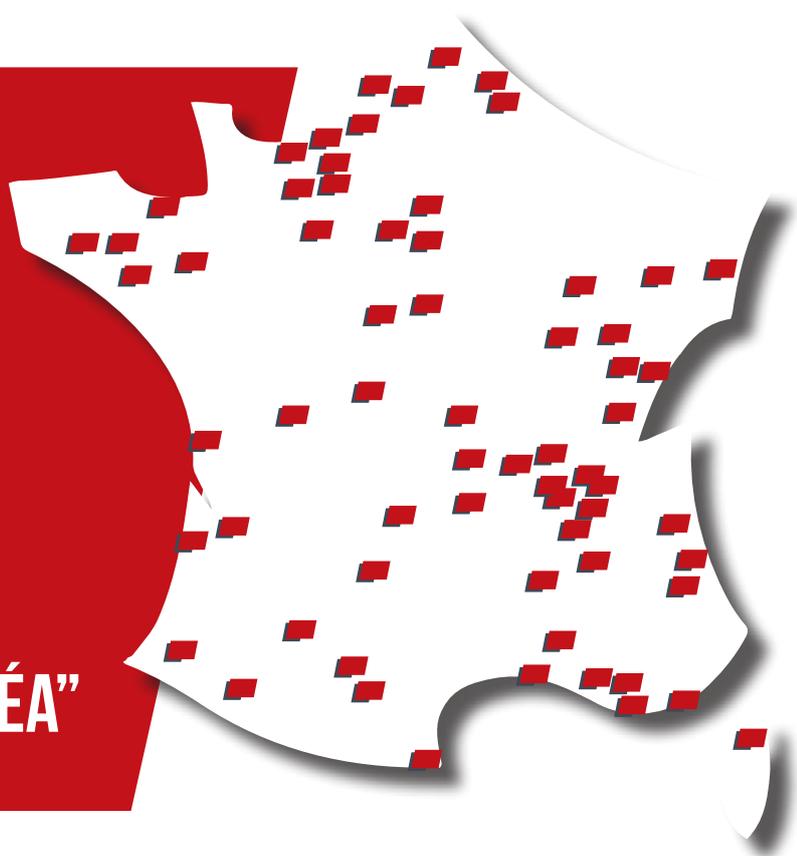
EXPERT
CONSEIL

FenêtréA

Conseil

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

REJOIGNEZ LE LABEL
“EXPERT CONSEIL FENÊTRÉA”



**DEVENEZ INSTALLATEUR
EXPERT CONSEIL FENÊTRÉA**

EMAIL : CONTACT@EXPERTCONSEILFENETREA.FR

WWW.EXPERTCONSEILFENETREA.FR

10 BONNES RAISONS DE NOUS REJOINDRE :

- Une indépendance préservée
- Pas de redevance
- Un service marketing et communication dédié
- Un plan d'actions commerciales à coût partagé
- Un crédit marketing
- Des produits fabriqués en France
- Des conditions fournisseurs négociées
- Des extensions de garantie
- Des formations pour se perfectionner
- Trois niveaux d'adhésion

65 EXPERTS NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE...



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2017
Description du réseau : Fabrication de menuiseries Sapa prêtes à poser à destination des professionnels
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 2 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : fabricant de menuiseries Aluminium en BtoB
Affilié au groupe industriel : Hydro
Nombre de magasins au sein du réseau : 13
Nombre d'implantations en 2019 : 2
Nombre d'adhérents RGE : Label Fenêtre alu (4 labellisés/ 6 en cours)
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 2000€
Redevance d'exploitation : 3000€
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : Juin 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directeur réseau : Fabrice Tomas

COORDONNÉES

Adresse : 4-5 route des Vernedes 83480 Puget-sur-Argens
Site internet : sapabuildingsystems.fr
Réseaux sociaux : LinkedIn

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : mise en place des outils de fabrication
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Oui
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois/mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Presse papier professionnelle Menuiseries/ campagne digitale
Cible des campagnes de communication : Professionnels de la menuiserie aluminium et les installateurs
Personne/service dédié à la communication : NC

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Formation produits, formation commerciale
École de formation : Centre agréé
Solution BIM : Oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Guide du partenaire
Réunions régionales : Oui, 4/an
Convention nationale : Oui, 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC
Benchmark financier au sein du réseau : NC
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 50%

2 questions au responsable du réseau Fabrice Tomas

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

- La mise en place des outils de communication (plaquette réseau, guide des solutions, brochure spécifique)
- Le déploiement de l'offre "feu" de la gamme résistance dédiée au réseau
- La mise en place de groupes de travail pour le développement de services dédiés.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

- Renforcement du réseau par l'intégration de nouveaux membres, objectif à fin 2020 : 6 nouveaux partenaires.
- EquipBaie 2020
 - Convention nationale, la 1^{re} : une nouveauté pour le réseau.

2 questions à un nouvel adhérent Sylvain Delpoux, société Foxal à Lagrave (81)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

- Evolution des produits avec les autres membres
- Meilleure connaissance et beaucoup d'échanges sur pleins de sujets techniques et commerciaux
- Meilleure connaissance du marché
- Rapport privilégié avec notre fournisseur principal.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

- Mise en place d'actions commerciales déjà réalisées par les autres partenaires
- Ateliers de travail sur les produits dédiés dont l'offre "feu" (formation théorique, pratique et visite de la société Pyroverre spécialiste de la fabrication de vitrages feu).



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: By  Hydro



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2015
Description du réseau : Réseau de fabricants de menuiseries aluminium Profils Systèmes sans pose directe
Type de contrat : contrat de partenariat
Durée du contrat : 2 ans renouvelables
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnels indépendants spécialistes de la fabrication de menuiseries aluminium répondant à des critères qualité
Affilié au groupe industriel : non
Nombre de magasins au sein du réseau : 19 unités de fabrication
Nombre d'implantations en 2019 : 2
Nombre d'adhérents RGE : Pré requis pour adhésion au label
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : cotisations fixe + variable
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Date de la prochaine convention nationale : du 02 au 07 juin 2020
Lieu de la prochaine convention : Maison du handball à Créteil et Guadeloupe

CONTACTS

Dirigeant : Christophe Derré, directeur général
Directrice réseau : Pascale Anselme, responsable marketing et communication

COORDONNÉES

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
Réseaux sociaux : LinkedIn : www.linkedin.com/company/profils-systemes
Facebook : www.facebook.com/profils.systemes/
Twitter : twitter.com/ProfilsSystemes
Instagram : www.instagram.com/profils.systemes/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Guide du Fabricant certifié Profils Systèmes
Formation des nouveaux adhérents : oui formation gammes & services

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : oui, personnalisation de plaquettes, catalogues, PLV : meuble métier, valises démo. Digital : Appli Pro, Appli Signature, Landing pages...
Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : campagne de sponsoring TV sur M6 Capital / Zone Interdite, campagnes digitales & presse pro

Cible des campagnes de communication : BtoB
Personne/service dédié à la communication : non

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui 2 jours de formation financés par Profils Systèmes
Formation(s) proposée(s) : Accompagnement pour l'obtention du Label fenêtre, fabrication, pose, logiciel, management, financement, commerce, réseaux sociaux...
École de formation : Profils Systèmes est agréé Centre de Formation
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui
Réunions régionales : oui 2/an
Convention nationale : oui 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 50%

2 questions à la responsable du réseau Pascale Anselme

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La nouvelle identité graphique du réseau pour une meilleure visibilité de la marque Profils Systèmes (enseignes lumineuses, totems, charte qualité ...). La mise en place d'un parcours formation obligatoire sur deux ans avec les 5 thématiques suivantes : fabrication, pose, commerce & services, E-marketing, management, pour les Fabricants certifiés et leurs clients.



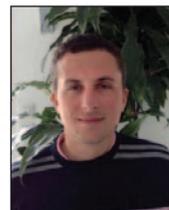
Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Le lancement d'une nouvelle plateforme marketing qui permet de personnaliser et décliner les actions pilotées par le siège au niveau local par nos partenaires pour leurs clients BtoB. Cette plateforme permet de piloter des campagnes d'e-mailing, print, SMS classiques & SMS enrichis avec landing page, post Facebook, PLV...

2 questions à un nouvel adhérent Antoine Helleux, à Fougères (35)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

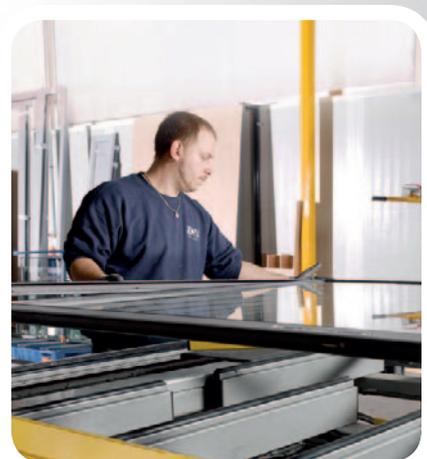
J'attends du réseau des Fabricants Certifiés Profils Systèmes qu'il m'apporte des outils pour aider mes clients poseurs à mieux vendre. Profils Systèmes a une véritable notoriété sur le marché et sa campagne de communication auprès du BtoC apporte beaucoup à l'ensemble de mes clients en contact avec les particuliers.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

J'ai intégré le réseau des Fabricants Certifiés en avril 2019 et je n'ai pu rencontrer les membres du réseau que deux fois depuis mon arrivée. Néanmoins j'ai participé à une formation sur le Management qui m'a été très bénéfique et durant laquelle j'ai pu échanger sur des solutions communes d'organisation, de gestion & production.

"VOS MENUISERIES ALU SUR- MESURE PRÊTES À POSER"



Ils fabriquent pour vous :

AFD - 36 LA CHÂTRE - 02 54 48 41 80
franckluquet@afd-verandas.com - www.afd-verandas.com

ALFAB-B - 12 LA PRIMAUBE
05 65 71 49 99 - lucie.durand@orange.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.allthen@free.fr
www.avenirmetalerieservice.com

APCV - 30 VAUVERT
04 66 71 60 31
ponslio@yahoo.fr - www.apcv.fr

CLEMENT ALU - 45 St JEAN de la RUELLA
02 38 61 99 30 - www.clement.aluminium.fr

CLOS SYSTEMES - 34 ASPIRAN
04 99 91 42 49 - clos-systeme@orange.fr
www.clos-systemes.fabricant-certifie-profils-systemes.com

CLOSURA - 17 AIGREFEUILLE D'AUNIS
05 46 09 94 80 - contact@closura.com - www.closura.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

MENUISERIE HELLEUX - 35 FOUGERES
02 99 99 03 89 - ahelleux@helleux.fr - www.helleux.fr

LBV - 57 HELSTROFF
03 87 61 10 75
b.schemel@fbsverandas.fr
www.fbs-verandas.fr

St MARTIN ALUMINIUM
30 St MARTIN de VALGALGUES
04 66 85 96 00
smaluminium@orange.fr
www.pascalmenuiserie.fr

TENDANCE ALU - 34 LUNEL
04 67 16 30 85
contact@tendance-alu.fr
www.tendance-alu.fr

**POUR LES PROFESSIONNELS
DE LA MENUISERIE ALU**
www.profils-systemes.com



**MENUISIER
CERTIFIÉ**

L'alu naturellement

**Profils
SYSTEMES**

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : Septembre 2005**Description du réseau :** Réseau de menuisiers fabricants et poseurs de menuiseries aluminium Profils Systèmes**Type de contrat :** contrat de partenariat**Durée du contrat :** 2 ans renouvelables**Profil du candidat et compétences nécessaires :** Professionnels indépendants spécialistes de la fabrication et de la pose répondant à certains critères qualité**Affilié au groupe industriel :** non**Nombre de magasins au sein du réseau :** 80 points de vente**Nombre d'implantations en 2019 :** 2**Nombre d'adhérents RGE :** Pré requis pour adhésion au label**CA HT global du réseau :** NC**CA HT d'une implantation après 2 ans :** NC**Droits d'entrée du réseau :** cotisations fixe + variable**Redevance d'exploitation :** non**Redevance publicitaire :** non**Date de la prochaine convention nationale :** Du 02 au 07 juin 2020**Lieu de la prochaine convention :** Maison du handball à Créteil et Guadeloupe

CONTACTS

Dirigeant : Christophe Derré, directeur général**Directrice réseau :** Pascale Anselme, responsable marketing et communication

COORDONNÉES

Adresse : PA Massane 10 rue Alfred Sauvy 34670 Baillargues**Tél :** 04 67 87 67 87**E-mail :** pssystemes@profil-systemes.com**Site internet :** www.profil-systemes.com**Réseaux sociaux :** LinkedIn: www.linkedin.com/company/profil-systemes

Facebook: www.facebook.com/profil.systemes/

Twitter: twitter.com/ProfilsSystemes

Instagram: www.instagram.com/profil.systemes/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui**Aide des nouveaux adhérents pour :** Guide du Menuisier Certifié Profils Systèmes**Formation des nouveaux adhérents :** formation gammes & services

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : plateforme marketing, personnalisation de plaquettes, catalogues, PLV: meuble métier, valises démo, Digital: Appli Pro, Appli Signature, Appli de réalité augmentée Appli Profils Systèmes 3D. Landing pages et référencement sur site web Profils Systèmes partenariat e-réputation.**Fréquence des visites des animateurs :** NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : campagne de sponsoring TV sur M6 Capital / Zone Interdite, campagnes digitales et presse.**Cible des campagnes de communication :** BtoC**Personne/service dédié à la communication :** non

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui, 2 jours de formation financés par Profils Systèmes**Formation(s) proposée(s) :** fabrication, pose, logiciel, management, financement, commerce, réseaux sociaux...**École de formation :** Oui Profils Systèmes est agréé Centre de formation Solution BIM: oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui**Réunions régionales :** oui 2/an**Convention nationale :** oui 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui**Benchmark financier au sein du réseau :** non**Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise :** non

ACHATS

Centrale d'achats : non**Normes architecturales à respecter :** non**Part minimum de produits du réseau à commander :** 50 %

2 questions à la responsable du réseau Pascale Anselme

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?



En janvier dernier, nous avons convié les membres du réseau à une journée de conférences commerciales en présence de Michaël Aguilar, conférencier expert en techniques de vente, persuasion et motivation. Le ton était lancé ! La montée en compétences des membres du réseau est une priorité. Nous avons décidé de mettre en place un parcours formation autour de 5 thématiques : fabrication, pose, service, e-Marketing, management. Une session de formation Management a ainsi été proposée lors de notre dernière commission, qui s'est déroulée au Puy du Fou les 26 et 27 septembre 2019.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous visons toujours l'expérience client et la montée en compétences des membres du réseau : faire valoir leur savoir-faire et rassurer le consommateur. Le marché évolue : 88 % des consommateurs se disent influencés par les avis trouvés sur internet lors de l'acte d'achat. Nous poursuivons notre stratégie de visibilité digitale via l'e-réputation de nos partenaires pour valoriser la satisfaction de leurs clients B2C et la rendre visible des prospects.

2 questions à un nouvel adhérent Pierre Guillaume, à Fontenay-le-Comte (85)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?



Le réseau m'a apporté une vraie proximité avec l'ensemble des membres. Le retour d'expérience de chacun, le sentiment de ne pas être seul et de pouvoir échanger sur le marché qui est le nôtre.

Nous sommes aussi privilégiés car nous participons à la prise de décision concernant les évolutions des produits conçus par Profils Systèmes.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

De nombreux échanges sur la production, la pose mais aussi sur la méthodologie concernant les coûts et la gestion des outils de production m'ont été bénéfiques.

J'ai pu mettre en place des actions sur l'organisation de ma société mais aussi sur le management et les investissements futurs.

2 questions au directeur du réseau Jordan Khalifa

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La création du réseau et l'adhésion immédiate des premiers points de vente.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Objectif : 25 nouveaux adhérents à recruter sur l'année et un volume d'achat prévisionnel de 40 M€ sur 2021, développement de notre ERP et solution e-commerce.



2 questions à un nouvel adhérent Soditech, à Rocbaron (83)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau Gap Référencement nous a permis de connaître d'autres fournisseurs avec des produits parfois plus qualitatifs que les nôtres. Nous avons également pu bénéficier des conditions d'achats plus intéressantes compte tenu du potentiel du réseau.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les échanges avec les membres du réseau nous permettent de partager nos différentes expériences qui peuvent nous permettre de résoudre certaines problématiques. Nous avons de ce fait investi dans un robot permettant l'archivage automatique de nos documents grâce à l'expérience de certains membres.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : Mai 2019

Description du réseau : Réseau de négociants spécialistes, fenêtriers et fabricants indépendants distribuant de la menuiserie auprès des professionnels et/ou des particuliers

Type de contrat : Contrat d'adhésion ou association

Durée du contrat : 5 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Spécialiste de la menuiserie, souhaitant développer sa société et recherchant un échange de bonnes pratiques entre adhérents

Affilié au groupe industriel : Aucun

Nombre de magasins au sein du réseau : 5

Nombre d'implantations en 2019 : 6

Nombre d'adhérents RGE : 3

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 8 000 €

Redevance d'exploitation : Aucune

Redevance publicitaire : 450 à 600 € par mois (optionnel)

Date de la prochaine convention nationale : 2020 (date à préciser)

Lieu de la prochaine convention : A définir

CONTACTS

Dirigeant : Jordan Khalifa

Directeur ou animateur réseau : Eric Beyne

COORDONNÉES

Adresse : 19 rue de Copenhague 13127 Vitrolles

Email : contact@gapreferencement.com

Site internet : <https://gapreferencement.com/>

Réseaux sociaux : Linked in

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Optimisation des achats, communication, informatique

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Communication repiquée totalement au nom de l'adhérent, aide à la conception du show-room

Fréquence des visites des animateurs : En fonction des besoins

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Non

Cible des campagnes de communication : Uniquement communication locale, à destination des particuliers via 4 à 5 opérations par an

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Élaboration du plan de vente, logistique, commerce, informatique

École de formation : Non

Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Manuel en cours d'élaboration, réunions et commissions d'adhérents

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Oui, 1 par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui (sur demande de l'adhérent)

Benchmark financier au sein du réseau : Oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : Oui

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : 800 000 € par an ou 90 % du volume d'achats en produits prêts-à-poser avec un minimum contractuel de 400 000 € par an.

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
Type de contrat : Concessionnaires
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Femme ou Homme ayant un goût prononcé pour la satisfaction client et qui souhaite se différencier par le design, la qualité et l'innovation
Affilié au groupe industriel : Technal, groupe Hydro
Nombre de magasins au sein du réseau : 235
Nombre d'implantations en 2019 : 7
Nombre d'adhérents RGE : 235
CA HT global du réseau : 482 millions €
CA HT d'une implantation après 2 ans : 2.1 millions €
Droits d'entrée du réseau : 8 000 €
Redevance d'exploitation : 5 000 €
Redevance publicitaire : 4 000 €
Date de la prochaine convention nationale : 2 au 6 oct 2019
Lieu de la prochaine convention : Saint Pétersbourg

CONTACTS

Directrice marketing & développement groupe Hydro : Nicole Perez
Directeur réseaux : Charles-Gaël Chaloyard

COORDONNÉES

Adresse : 270. rue Léon Joulin - BP 63709 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
Email : charles-gael.chaloyard@technal.com
Site internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet dédié
Réseaux sociaux : Technal France

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Coaching permanent des dirigeants et de leurs équipes via les animateurs réseaux
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Configureurs multi produits & services qui permettent au consommateur de vivre une expérience "Aluminier Technal"
Fréquence des visites des animateurs : Tous les mois grâce à une présence terrain de 6 animateurs

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Vagues de publicité TV relayée par 3 campagnes multicanaux
Cible des campagnes de communication : B2B & B2C
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Satisfaction client / Vente / Management / Finance / Qualité / Comportement
École de formation : oui
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Convention, réunions régionales et locales favorisent l'échange de bonnes pratiques + extranet dédié avec forum
Réunions régionales : 8 réunions régionales & 4 réunions locales
Convention nationale : oui chaque année

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80%

2 questions au directeur du réseau
Charles-Gaël Chaloyard



Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La convention Aluminiers Agréés Technal à Saint-Petersbourg qui a réuni plus de 220 membres de notre réseau ! Cinq jours d'échanges et de partage d'expertise pour toujours être... Business first ! Car satisfaire nos clients et s'adapter aux marchés, c'est notre priorité !

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous lançons de nombreuses innovations que déploieront nos Aluminiers Agréés Technal sur le marché pour une expérience client augmentée et faire la différence au travers de nos trois marchés : le résidentiel, le bâtiment et la préfabrication. Notre leitmotiv pour 2020 : capitaliser sur l'esprit novateur de Technal et s'appuyer sur l'implication toujours plus forte des Aluminiers pour consolider notre position de leader.

2 questions à un nouvel adhérent
Walter Giner, Isolation Confort à Solaize (69)



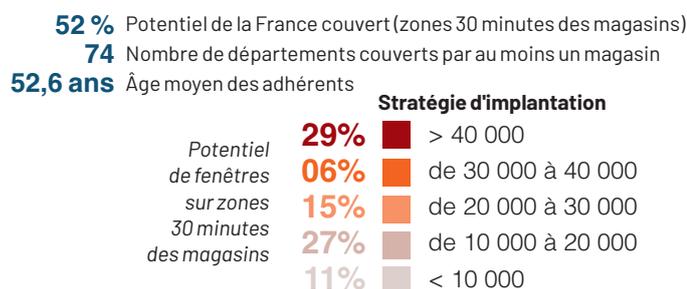
Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Cela valorise davantage mon entreprise grâce à la notoriété de la marque Technal et la force du réseau des Aluminiers. 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.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les rendez-vous organisés par le réseau sont vraiment propices aux échanges, je rentre de la convention à Saint Pétersbourg et j'ai pu pendant 5 jours non seulement échanger avec tous mes collègues mais également m'enrichir des meilleures pratiques durant les ateliers, plénières et le live où 12 Aluminiers ont dévoilé leurs expériences sur un plateau de TV en direct, j'ai même eu le plaisir de partager mon expérience d'e-commerce !

Le Scan **PROSPÉRANCES**
Prenez l'avantage !



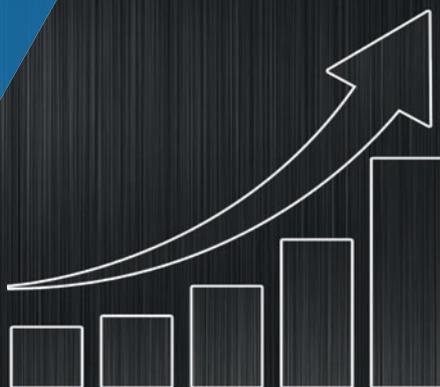
ALUMINIER®



TECHNAL®

FABRICANTS INSTALLATEURS AGRÉÉS

RÉSEAU DES
ALUMINIERS
TECHNAL



RÉSEAUTER : AVEC TECHNAL

[REZOTE] v. itr.

REJOINDRE LE MEILLEUR
RÉSEAU PROFESSIONNEL
POUR 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

technal.fr

By  Hydro

IMAGINE WHAT'S NEXT



TECHNAL®

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 sur tout le territoire
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Exigence, audace, qualité, innovation, performance commerciale
Affilié au groupe industriel : Technal, groupe Hydro
Nombre de magasins au sein du réseau : 19
Nombre d'implantations en 2019 : 3
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : 84 millions €
CA HT d'une implantation après 2 ans : 2.9 millions €
Droits d'entrée du réseau : 8 000 €
Redevance d'exploitation : 5 000 €
Redevance publicitaire : 4 000 €
Date de la prochaine convention nationale : 2 au 6 oct 2019
Lieu de la prochaine convention : Saint Pétersbourg

CONTACTS

Directeur réseaux : Charles-Gaël Chaloyard
Responsable réseau Fabricant : Fabrice Judé

COORDONNÉES

Adresse : 270. rue Léon Joulin - BP 63709 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
Email : fabrice.jude@technal.com
Site internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet dédié
Réseaux sociaux : Technal France

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Coaching permanent des dirigeants et de leurs équipes via les animateurs réseaux
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Configureurs multi produits & services qui permettent au client du réseau Fabricant Technal de vivre une expérience « Fabricant Technal »
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois tous les 2 mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Plusieurs vagues de publicité TV relayée par 3 campagnes nationales multi canal
Cible des campagnes de communication : B2B
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Satisfaction client / Vente / Management / Finance / Qualité / Comportement
École de formation : oui
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Convention, réunions régionales et locales favorisent l'échange de bonnes pratiques + extranet dédié avec forum
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui tous les ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80%

2 questions au responsable du réseau Fabrice Judé

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La convention Aluminiers Agréés Technal à Saint-Petersbourg qui a réuni plus de 220 membres de notre réseau ! Cinq jours d'échanges et de partage d'expertise ! Car satisfaire nos clients et s'adapter aux marchés, c'est notre priorité !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Intensifier notre maillage du territoire afin d'assurer au niveau national, en proximité, un standard de qualité de fabrication des produits Technal. Multiplier les services différenciants pour offrir aux clients du réseau des Fabricants Technal une expérience unique.

2 questions à un nouvel adhérent Gaétan Florentin, Closalu à Castets (40)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le partage d'expérience est la principale force de notre réseau qui, allié à la forte notoriété de la marque Technal, permet de valoriser mon entreprise et de gagner du temps dans le déploiement de nombreuses actions préparées par le réseau comme les opérations de communication, le benchmark de ratios déterminants pour la gestion d'entreprise, la très importante satisfaction client ou encore le recrutement et la motivation des salariés.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les rendez-vous organisés par le réseau sont vraiment propices aux échanges, je rentre de la convention à Saint Pétersbourg et j'ai pu pendant 5 jours non seulement échanger avec tous mes collègues mais également m'enrichir des meilleures pratiques durant les ateliers, plénières et le live où 12 Aluminiers ont dévoilé leurs expériences sur un plateau de TV en direct, j'ai même eu le plaisir de partager mon expérience de vente de portails !

FABRICANT



TECHNAL®

VENTE AUX PROFESSIONNELS

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

technal.fr

By Hydro

IMAGINE WHAT'S NEXT



TECHNAL®

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2008
Description du réseau : Showrooms de solutions Technal implantés en zone urbaine pour une expérience client augmentée
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Femme ou homme ayant un goût prononcé pour la satisfaction client et qui souhaite se différencier par le design, la qualité et l'innovation
Affilié au groupe industriel : Technal Groupe Hydro
Nombre de magasins au sein du réseau : 30
Nombre d'implantations en 2019 : 3
Nombre d'adhérents RGE : 30
CA HT global du réseau : 42 millions €
CA HT d'une implantation après 2 ans : 1.7 millions euros
Droits d'entrée du réseau : 8 000 €
Redevance d'exploitation : 5 000 €
Redevance publicitaire : 4 000 €
Date de la prochaine convention nationale : 2 au 6 oct 2019
Lieu de la prochaine convention : Saint Pétersbourg

CONTACTS

Directeur réseaux : Charles-Gaël Chaloyard
Responsable réseau Maisons de Lumière : Philippe Barreteau

COORDONNÉES

Adresse : 270, rue Léon Joulin - BP 63709 31037 Toulouse Cedex 1
Tél : 05 61 31 28 28
Email : philippe.barreteau@technal.com
Site internet : technal.fr / Chaque adhérent ayant un site internet dédié
Réseaux sociaux : Technal France

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Coaching permanent des dirigeants et de leurs équipes via les animateurs réseaux
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Configureurs multi produits & services qui permettent au consommateur de vivre une expérience "Maison de Lumière by Technal"
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois tous les 2 mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Vagues de publicité TV relayée par 3 campagnes multicanaux
Cible des campagnes de communication : B2C
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Satisfaction client / Vente / Management / Finance / Qualité / Comportement
École de formation : oui
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Convention, réunions régionales et locales favorisent l'échange de bonnes pratiques + extranet dédié avec forum
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui / annuelle

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 90 %

2 questions au directeur du réseau Philippe Barreteau

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La convention Aluminiers, Maisons de Lumière et Fabricants Technal à Saint-Petersbourg qui a réuni plus de 220 membres de notre réseau ! Cinq jours d'échanges et de partage d'expertise pour toujours être toujours... Business first ! Car satisfaire nos clients et s'adapter aux marchés, c'est notre priorité !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nos principaux projets vont renforcer l'ADN des magasins Maisons de Lumière car 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 grâce à une expérience client augmentée.

2 questions à un nouvel adhérent Jean-Christophe Leleu, Maison de Lumière à Arcachon (33) et MAP à Blanquefort (33)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Trois raisons principales m'ont poussé à intégrer le réseau Maisons de Lumière : le partage d'expérience avec des chefs d'entreprise, notamment le benchmark des ratios, cela permet de se positionner d'un coup d'œil, la communication nationale avec la grande notoriété de la marque Technal et la force du concept éprouvé, proposé clé en main.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Visiter les autres show-rooms Maisons de Lumière pour bénéficier de leur expérience et les adapter à son propre parcours pour gagner du temps dans le déploiement d'actions. Aller vite, ne pas faire les mêmes erreurs, c'est à cela que le partage de bonnes pratiques au sein du réseau Maison de Lumière comme chez Technal d'ailleurs.

maisons
de lumière



TECHNAL

FENÊTRES · PORTES · VÉRANDAS

RÉSEAU DES
MAISONS DE
LUMIÈRE
TECHNAL



SHOW-ROOMER : AVEC TECHNAL

[sòwròomé] 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

FENÊTRES - PORTES - VÉRANDAS

technal.fr

By  Hydro

IMAGINE WHAT'S NEXT



TECHNAL®

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1984
Description du réseau : étude, fabrication et construction de vérandas et pergolas
Type de contrat : Contrat de concession
Durée du contrat : 5 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires :
 - Responsable commercial expérimenté dans le secteur de l'habitat
 - Franchisé expérimenté dans le secteur de l'habitat souhaitant se développer sur un marché complémentaire
Affilié au groupe industriel : aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 30
Nombre d'implantations en 2019 : 2
Nombre d'adhérents RGE : 0
CA HT global du réseau : 30 M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : entre 800 K€ et 1000 K€
Droits d'entrée du réseau : 10 000 €
Redevance d'exploitation : 5 000 €
Redevance publicitaire : à partir de 550 €/mois
Date de la prochaine convention nationale : 14-15 janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Lyon

CONTACTS

Dirigeant : Lucas Pinoncély
Directeur commercial : Maxime Baujard
Coordinateur animation commerciale réseau : Mickaël Monaury
Responsable développement : Cyril Sanchez
Assistante réseau : Bérengère Dumont

COORDONNÉES

Adresse : 14 rue Henri Becquerel - 69320 Feyzin
Tél : 04 72 89 08 08
Email : reseau@vie-veranda.com
Site internet : www.vie-veranda.com
Réseaux sociaux : Facebook, Instagramm, Twitter, Pinterest

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Implantation, plan et pose des vérandas d'exposition d'un village expo pris en charge par l'enseigne.
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Formations commerciales dédiées : initiale, perfectionnement, immersion dans des agences existantes et remise de manuel « méthode de vente Vie & Véranda »
Fréquence des visites des animateurs : mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : pub TV ou billboard sur les chaînes nationales BFM TV et RMC Découverte 3 fois par an
Cible des campagnes de communication : Particuliers, propriétaires maisons individuelles CSP+
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposées(s) : logiciel de gestion d'une concession adapté à l'activité
École de formation : oui
Solution BIM : remise des manuels de savoir-faire, administratif, technique et commercial

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : accompagnement et formation terrain, immersion concession pilote, intranet
Réunions régionales : 2 fois / an
Convention nationale : 2 fois / an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 90%

2 questions au coordinateur du réseau Mickaël Monaury

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Les premiers résultats du nouveau plan de développement du réseau Vie & Véranda initié en 2018 avec :

- L'ouverture en mai 2019 à Servon (77) d'un pôle commercial et technique sur 1000 m² dédié au recrutement et à la formation des nouveaux concessionnaires ;
- Le démarrage réussi de notre nouveau concessionnaire à Toulouse (31), ouvert en mars 2019 ;
- L'ouverture en juin 2019 d'un nouveau concessionnaire à Eprenay (51).



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

- L'ouverture de 5 nouveaux concessionnaires en 2020 pour lesquels les démarches sont déjà bien avancées ;
- Lancement d'une nouvelle gamme de vérandas extension « Azur » qui est la déclinaison de nos vérandas d'agrandissement à couverture tuiles ou ardoises, très isolante, moderne, et désormais adaptée à des surfaces inférieures ou égales à 20 m².

2 questions à un nouvel adhérent Amir Farah, à Portet-sur-Garonne (31)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau Vie & véranda nous a apporté un accompagnement avant, pendant et après la création de notre entreprise et jusqu'à aujourd'hui d'ailleurs, à travers les formations commerciales et techniques ainsi que l'accompagnement terrain par le responsable développement et les équipes de pose.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

L'expérience des « 35 de Vie & véranda » nous fait bénéficier de sa notoriété nationale ainsi que de tous les outils mis à notre disposition. Ceci nous permettant de gagner du temps et de profiter de l'expertise du bureau d'études avec un accompagnement complet de tous les services du siège.

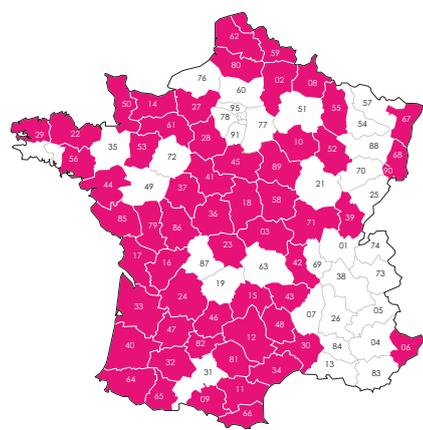


ET SI VOTRE HISTOIRE REJOIGNAIT LA NÔTRE ?



PLUS D'INFOS SUR
franchise.vie-veranda.com

LES SECTEURS DISPONIBLES



■ AU 15/10/2019



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1988
Description du réseau : Réseau d'entreprises spécialisées dans la vente et la pose de protection solaire et fermeture
Type de contrat : NC
Durée du contrat : Sans engagement, peut être rompu sous 3 mois
Profil du candidat et compétences nécessaires : Le futur adhérent doit être un professionnel de la protection solaire et/ou de la fermeture
Affilié au groupe industriel : Non
Nombre de magasins au sein du réseau : 55
Nombre d'implantations en 2019 : En cours
Nombre d'adhérents RGE : 95 %
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 4 500 €
Redevance d'exploitation : 150 €/mois
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : 17 janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Thaïlande

CONTACTS

Président : Fabian Ruinet
Animatrice réseau : Pascale Lentz

COORDONNÉES

Adresse : 3 bis Grand-rue, 77600 Bussy-Saint-Georges
Tél : 06 75 79 86 48
Email : decostory@orange.fr
Site internet : www.decostory.fr
Réseaux sociaux : facebook.com/reseau.decostory/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : Package offert à chaque nouvel adhérent : catalogue, carte de visite, fanion, roll up, enseigne drapeau, objets pub...
Formation des nouveaux adhérents : non

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : 3 catalogues, un site internet et une page Facebook individuels pour chaque adhérent, 6 campagnes promotionnelles annuelles
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par an, plus sur demande

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : aide financière apportée à chaque adhérent pour leur campagne de communication sur leur secteur
Cible des campagnes de communication : Chaque adhérent choisit la cible qui correspondra le mieux à sa région
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : auprès des fournisseurs
Formation(s) proposée(s) : formation en domotique, et aide à la vente
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : le réseau organise, en plus de la convention, 2 réunions, une en juillet en région et une en novembre.
Réunions régionales : oui, pour les formations
Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : Commission Achats, remises négociées
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 60 %

2 questions au responsable du réseau Pascale Lentz

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le grand événement de ce trimestre est la sortie de notre nouveau catalogue. Nos adhérents sont nombreux à attendre cette nouvelle version, essentielle à l'évolution de leur notoriété, il les aidera à rester à la pointe en matière de communication. Il dynamisera les ventes en leur permettant de présenter un large panel de nouveaux produits.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Le réseau va poursuivre son développement de la communication à travers le digital. Nous mettons principalement l'accent sur internet et les réseaux sociaux. Après l'implantation de notre présence significative sur internet, le renforcement du référencement naturel, nous accentuerons le développement de la partie réseaux sociaux afin que tous nos adhérents puissent profiter de ce support de communication.

2 questions à un nouvel adhérent Jean-Marie Perrin, société Ouvre-Elec à Bandol (83)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Dans un premier temps, le réseau m'a apporté une enseigne reconnue avec toute la communication dont j'avais besoin : un catalogue complet regroupant l'ensemble des produits que je commercialise, un package « clé en main » d'opérations promotionnelles sur toute la gamme de protection solaire et fermeture de l'habitat et un site internet avec un référencement dynamique.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

J'ai bénéficié de l'expertise de mes collègues sur le choix de produits et sur la méthodologie de présentation face à la clientèle. Les réunions organisées par le réseau permettent un véritable échange d'expérience qui participe à notre évolution.

Le Scan



PROSPÉRENCES
Prenez l'avantage !

33 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
44 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	44%		> 40 000
	5%		de 30 000 à 40 000
	17%		de 20 000 à 30 000
	23%		de 10 000 à 20 000
	11%		< 10 000



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

Un groupement dynamique qui garantit votre indépendance



Bénéficiez de...

- Conditions de remises d'achats
- Campagnes publicitaires personnalisées
- Outils de communication
- Site internet générant des contacts qualifiés



www.decostory.fr



Pour tous renseignements, contactez Pascale Lentz 06 75 79 86 48



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1984
Description du réseau : Tryba conçoit, fabrique, commercialise et pose des fenêtres, des portes, des volets et des portes de garage, ainsi que toute une gamme d'accessoires et de vitrages. Il est leader sur le marché de la rénovation de l'habitat et le premier réseau français de vente et pose de menuiseries destinées aux particuliers.
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : durée initiale de 3 ans puis tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Compétences commerciales et managériales, appétence pour les produits techniques, qualités relationnelles, leadership, rigueur et organisation...
Affilié au groupe industriel : Atrya
Nombre de magasins au sein du réseau : Plus de 310
Nombre d'implantations en 2019 : 23 ouvertures prévues au total en 2019
Nombre d'adhérents RGE : 180
CA HT global du réseau : 265 millions d'euros
CA HT d'une implantation après 3 ans : 1 350 000 €
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : 1,5 % sur le chiffre d'affaires
Date de la prochaine convention nationale : avril 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Johannes Tryba
Directeur commercial : Philippe Spindler
Responsable développement réseau : Marie-Emmanuelle Ascencio

COORDONNÉES

Adresse : ZI Le Moulin - 67110 Gundershoffen
Tél : 06 60 18 45 15
Email : MASCENCIO@tryba.fr
Site internet : <https://franchise.tryba.com> - <https://www.tryba.com>
Réseaux sociaux :
www.facebook.com/tryba.fr/
https://twitter.com/tryba_france?lang=fr
www.linkedin.com/company/trybafrance/?originalSubdomain=fr
www.youtube.com/channel/UCRoFOYXJm8_2bx1gCNYwVw

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide pour l'étude de marché : Oui
Aide à la recherche d'un local : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Nombreux outils : site web, configurateur, book vendeur sur tablette, configurateur TV Portes d'entrée.
Fréquence des visites des animateurs : toutes les 3 semaines

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : 9 campagnes de communication en TV, 3 campagnes radio et affichage, sponsoring de l'émission "Un si beau Soleil" sur France 2 en mai, activation digitale tout au long de l'année
Cible des campagnes de communication : Particuliers propriétaires de leur habitation, +35 ans
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Formation initiale gratuite de 3 semaines pour les concessionnaires et leurs commerciaux, puis relais sur le terrain par la cellule ouverture gratuitement pendant 6 mois sur les différents aspects techniques, commerciaux et organisationnels.
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Journées d'Échange avec le réseau 2 fois par an, Formation Produit 1 fois par an, Portail Intranet, Réseau social d'entreprise TrybaSphere, Portail Intranet, Plateforme E-learning...
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
 Normes architecturales à respecter : oui
 Part minimum de produits du réseau à commander : 75 %

2 questions au responsable du réseau Marie-Emmanuelle Ascencio

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le plus grand plan d'investissement industriel de la marque a été annoncé et a démarré en 2019 pour l'agrandissement et la modernisation de 3 des principaux sites de production, dont le siège historique et la principale usine de production en Alsace.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Tryba poursuit des objectifs de croissance pour le réseau afin de renforcer son maillage - à travers le développement de points de vente secondaires, l'ouverture de nouveaux secteurs pour de nouveaux projets en concession ou en concessions participatives. De nombreuses opportunités ouvertes, donc, pour être toujours plus proches de nos clients finaux.

2 questions à un nouvel adhérent Olivier Fréville, agence de Douai (59)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau m'a apporté un soutien tant aux niveaux administratif, technique que commercial. Par exemple, les métreaux de l'usine nous accompagnent en rendez-vous pour réaliser les prises de côtes et définir les choix techniques pour la pose. Ils valident nos confirmations de commande à l'usine. Cet accompagnement dure un an.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

J'ai pu, avant le démarrage de mon activité, rencontrer plusieurs concessionnaires des secteurs environnant le secteur du Douaisis (Arras, Béthune, Villeneuve d'Ascq) afin d'échanger sur leur propre expérience. Ils m'ont permis de me faire une idée de ce qui m'attendait.



Le Scan



PROSPERENCES
Prenez l'avantage !

74 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
92 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
50 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	33%		> 40 000
	10%		de 30 000 à 40 000
	14%		de 20 000 à 30 000
	24%		de 10 000 à 20 000
	19%		< 10 000

N°1 DE LA MENUISERIE EN FRANCE

Avec Tryba, j'ai franchi le pas de la réussite !



Découvrez notre nouvel espace franchisé
FRANCHISE.TRYBA.COM

Vous avez de l'ambition ? Vous souhaitez une aventure humaine enrichissante ?
Vous avez le sens du commerce, du management et de la gestion ?
Alors TRYBA est là pour vous !



TRYBA INDUSTRIE SAS Service développement - 67110 GUNDERSHOFEN
mascencio@tryba.fr / 06 60 18 45 15

TRYBA®
CONCEPTEUR - FABRICANT - INSTALLATEUR

tryba.com





VOTRE PROJET MENUISERIE
EN TOUTE CONFIANCE

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : avril 2014
Description du réseau : Réseau d'indépendants spécialistes de la menuiserie
Type de contrat : Partage de savoir-faire
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Être affilié à CMEM via un réseau ou en tant qu'indépendant. Réaliser un CA achat minimum, avoir une équipe dédiée à la menuiserie, une salle d'exposition et proposer la pose
Affilié au groupe industriel : aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 161
Nombre d'implantations en 2019 : 17
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : > à 150 M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 10 000 €
Redevance d'exploitation : Partie fixe + % en fonction du CA achats
Redevance publicitaire : Partie fixe + % en fonction du CA achats
Date de la prochaine convention nationale : Février 2020
Lieu de la prochaine convention : Paris

CONTACTS

Dirigeant : Patrick Schaeffer
Directeur ou animateur réseau : Bernard Grassiano

COORDONNÉES

Adresse : Rue de la Corvée, 55100 Verdun
Tél : 07 85 22 76 96
Email : bgrassiano@ligneelumiere.fr
Site internet : ligne et lumiere.fr
Réseaux sociaux : Facebook - Instagram

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Non (en cours de réalisation)
Aide des nouveaux adhérents pour : Salle d'exposition, choix des partenaires, outils de communications
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Bornes L&L, catalogue papier, opérations commerciales, contrat de partenariats poseurs, fiches de métrés, contrat conditions d'achats, ILV, PLV, goodies
Fréquence des visites des animateurs : Une visite par trimestre et à la demande de l'adhérent.

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 3 opérations commerciales dont une offre anniversaire au mois de juin
Cible des campagnes de communication : B to B et B to C (neuf et rénovation)
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Vente aux particuliers, techniques de pose, aides d'état, relances des devis,....
École de formation : Non
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : Oui
Convention nationale : Oui, une par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non
Benchmark financier au sein du réseau : Non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Non
Part minimum de produits du réseau à commander : 80%

2 questions au responsable du réseau
Patrick Schaeffer



Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

2019 a été pour Ligne et lumière une année forte avec le lancement de la borne L&L et de son configurateur Menuiseries. Nous avons mis en place 30 bornes dans le cadre de la première phase de notre développement. De nouveaux fournisseurs rejoignent pour cette fin d'année le configurateur L&L. Nous avons mis en place l'outil de la société Prospérences afin d'aider nos adhérents dans leur développement et la conquête de nouvelles parts de marchés.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, notre objectif est de continuer à enrichir notre configurateur de menuiserie et le déploiement de notre borne. Pérenniser le réseau tout en continuant notre recrutement.

Le Scan



PROSPÉRENCES
Prenez l'avantage !



VOTRE PROJET MENUISERIE EN TOUTE CONFIANCE



PORTES



FENÊTRES



VOLETS



PORTAILS



PLACARDS



ESCALIERS



PARQUETS



RETROUVEZ NOTRE CONFIGURATEUR
«IMAGINEZ-VOTRE PROJET» SUR
WWW.LIGNEETLUMIERE.FR

Ligne & Lumière vous propose un large choix **de portes, fenêtres, volets, portails, placards, parquets, escaliers...** pour construire, rénover et améliorer votre habitat.

Avec plus de **80 grandes marques, 20 000 références produits**, Ligne & Lumière s'impose comme le spécialiste en menuiserie, issu de la 1ère centrale d'achat indépendante en matériaux de construction.



Retrouvez vos

161 distributeurs Ligne & Lumière

les plus proches sur : www.ligneetlumiere.fr
et suivez nous sur :  





FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1987

Description du réseau : réseau multi-spécialiste n°1 de l'habitat Multi-produits. Coopérative dans laquelle chaque associé détient une part sociale et participe aux décisions stratégiques.

Type de contrat : commerce associé

Durée du contrat : pas de durée

Profil du candidat et compétences nécessaires : les entreprises spécialistes de l'aménagement de l'habitat, dotées d'un showroom

Affilié au groupe industriel : aucun

Nombre de magasins au sein du réseau : 110

Nombre d'implantations en 2019 : 9

Nombre d'adhérents RGE : tous

CA 2018 HT réseau : 110 M€ (progression 8 %)

CA HT d'une implantation après 2 ans : 1 000 000 €

Droits d'entrée du réseau : 10 000 € (part sociale)

Redevance annuelle d'exploitation : 5 412 €

Redevance annuelle publicitaire : 0,8 % du CA

Date de la prochaine convention nationale : novembre 2019

Lieu de la prochaine convention : Rome

CONTACTS

Président : Vincent Brient

Directeur d'enseigne : Laurent Neuville

Responsable du développement : Bruno Loubat

Animateur réseau : Aude Gayet

COORDONNÉES

Adresse : SA Coopérative Monsieur store - ZA Actipôle - 296 rue de la Béalière - 38113 Veurey-Voroize

Tél : 04 76 75 84 30 - 06 83 44 77 23

Email : info-reseau@monsieur-store.net

Site : www.monsieurstore.com

Facebook : www.facebook.com/monsieurstore.france/

Pinterest : www.pinterest.fr/monsieurstore/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : la conception d'un magasin, l'étude de marché, la communication locale, la formation technique, la formation commerciale

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : catalogue produits (plus de 300 pages présentant l'ensemble de l'offre et le positionnement produits), Forum Métiers (salon regroupant les fournisseurs et les équipes réseau - partage d'expériences, formations produits, maîtrise de l'offre), visites animateur, actions commerciales et promotionnelles, mailings, PLV

Fréquence des visites des animateurs : à définir avec le client

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : publicité TV, publicité radio, publicité sur internet, réseaux sociaux (facebook)

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : produits, technique / métier, marketing / communication

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, commissions par thèmes, réunions régionales, convention nationale

Réunions régionales : 4 fois par an

Convention nationale : annuelle

AIDE AU PILOTAGE /GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : centrale de référencement

Normes architecturales à respecter : oui

Part minimum de produits du réseau à commander : 85%

2 questions au responsable du développement Bruno Loubat

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2018, le réseau a fêté ses 30 ans, l'occasion d'un plan de communication exceptionnel et du retour en télévision. En 2019, nous avons maintenu des actions fortes : mécaniques promotionnelles attractives, renforcement de notre présence sur les réseaux sociaux et surtout des rendez-vous TV et radio renforcés et plus fréquents à des heures de grande écoute !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Notre principal objectif est d'accroître encore et encore notre maillage du territoire. L'idée est de continuer à développer le nombre de nouveaux associés, en recrutant des chefs d'entreprise qui se reconnaissent dans nos valeurs et qui apporteront autant au réseau que ce qu'ils viennent y chercher.

Et parallèlement, le soutien de nos nouvelles familles de produits lancées en 2019 : vérandas, portes intérieures et verrières.

2 questions à un nouvel adhérent Richard Nobili, société Casa Nostra à Bastia (2B)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

J'ai d'abord connu le réseau de 1998 à 2000 en tant qu'employé dans le magasin d'Ajaccio. En 2019, j'ai choisi de retrouver l'enseigne Monsieur Store, cette fois-ci en tant qu'associé. Durant toutes mes démarches d'adhésion au réseau, j'ai été accompagné, soutenu et conseillé à différents niveaux : administratif, showroom et enseigne, formation produits, etc. Désormais, j'accueille mes clients dans un showroom qui fait la part belle aux produits tout en m'appuyant sur un savoir-faire et une offre riche.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Chez Monsieur Store, chaque nouvel associé est parrainé par un associé expérimenté du réseau. Ce système de parrain-filleul est basé sur un credo : l'expérience des uns peut faire la réussite des autres. Aujourd'hui, je constate que la longévité du réseau témoigne à elle seule de la performance de ce modèle !

Le Scan



PROSPÉRANCES[®]

Prenez l'avantage !

46 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

63 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

51,4 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	30%	 > 40 000
	11%	 de 30 000 à 40 000
	15%	 de 20 000 à 30 000
	28%	 de 10 000 à 20 000
	16%	 < 10 000



BIEN- VENUE CHEZ VOUS !

DEVENEZ ASSOCIÉ MONSIEUR STORE

- La puissance d'un réseau leader
- Le dynamisme d'un marché porteur
- La performance d'une offre multiproduits
- Et tous les avantages de l'indépendance

Contactez Bruno Loubat - Responsable Développement, pour lui faire part de votre envie de rejoindre notre réseau : b.loubat@monsieur-store.net - 04 76 75 84 30 - 06 83 44 77 23

Monsieur Store



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

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2011
Description du réseau : Spécialisé dans la vente et l'installation de produits de fermetures de la maison en aluminium, PVC et bois : fenêtres, volets roulants et battants, portes de garage, portails et clôtures, pergolas et vérandas.
Type de contrat : Partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Installateur confirmé
Affilié au groupe industriel : Poralu groupe
Nombre de magasins au sein du réseau : 12
Nombre d'implantations en 2019 : 1
Nombre d'adhérents RGE : 12
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : 4 300 €
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : NC
Lieu de la prochaine convention : Surprise !

CONTACTS

Animatrice réseau : Virginie Mercier

COORDONNÉES

Adresse : ZI des Bouleaux 01460 Port
Tél : 04 74 76 26 66
Email : v.mercier@poralu.fr
Site internet : www.kioneo.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/KioneoFrance/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : la recherche du point de vente, la mise en place des produits d'exposition, l'étude de marché, le choix des produits, le dossier de financement.
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Visites animateur réseau, formation, flyers, mailing, emailing, PLV, organisation événements
Fréquence des visites des animateurs : à définir avec le partenaire

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : réseaux sociaux Facebook Instagram
Cible des campagnes de communication : le particulier
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, pose, commerce, logiciel de chiffrage
École de formation : oui
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : commissions par thème, réunion trimestrielle et convention annuelle
Réunions régionales : oui 3 fois par an
Convention nationale : oui 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions à la responsable du réseau Virginie Mercier

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous venons de fêter les 30 ans de Poralu groupe avec l'ensemble de nos clients, fournisseurs et partenaires, au total plus de 600 personnes sont venues sur le site pour voir le résultat des 10 M€ d'investissements (nouvelles lignes d'aluminium, nouvelle ligne PVC sans ébavurage, transstockeur et nouveaux bâtiments) et passer une soirée très conviviale.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Les derniers investissements nous permettent d'avoir les conditions d'une offre multiproduit qualitative et multi-matériaux. L'accent cette année sera sur le développement du réseau et de ses adhérents.

2 questions à un nouvel adhérent Élodie Arnaud à Piolenc (84)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau nous propose un accompagnement sur mesure avec une très large gamme de menuiseries et fermetures de qualité, fabriquées en France avec de très bons délais, des formations tant produits que logiciel de chiffrage, un soutien technique et commercial avec des interlocuteurs dédiés aux membres du réseau et un soutien marketing en termes d'animation magasin, dépliants, promotions.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Le séminaire annuel ou les réunions trimestrielles sont pour nous l'occasion de se rencontrer tous, d'échanger les informations et de partager les bonnes pratiques de chacun. Nous pouvons partager sur tous les sujets qui nous concernent, à savoir les produits et la pose, la démarche commerciale avec le client particulier mais aussi la façon que chacun a de préparer et aborder les opérations promotionnelles.

Le Scan

PROSPÉRANCES
 Prenez l'avantage !

5 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
9 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
43,3 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	36%	 > 40 000
		 de 30 000 à 40 000
	07%	 de 20 000 à 30 000
	07%	 de 10 000 à 20 000
	50%	 < 10 000

ENVIE
d'entreprendre ?

BESOIN DE
se lancer ?

PRÊT À
réussir ?

REJOIGNEZ LE RÉSEAU KIONE0 ET VIVEZ VOTRE MÉTIER AVEC FORCE ET PASSION

- ✓ Une organisation adaptée et des services adéquats
- ✓ Un large choix de produits, de gammes et de couleurs,
- ✓ Une fabrication 100 % française
- ✓ Un accompagnement personnalisé de votre point de vente
- ✓ Des outils efficaces pour la démarche commerciale
- ✓ Des formations adaptées à vos besoins
- ✓ Un réseau vivant et animé, à taille humaine



kioneo



Contactez nous !

Virginie MERCIER
Tél 06 21 51 77 70

www.kioneo.fr

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.
Type de contrat : Libre non franchisé, sous réserve d'un volume d'achat.
Durée du contrat : 1 an par tacite reconduction.
Profil du candidat et compétences nécessaires : Fenêtres, menuisiers équipés d'un showroom.
Affilié au groupe industriel : Marque de Fermetures Loire-Océan
Nombre de magasins au sein du réseau : 144
Nombre d'implantations en 2019 : 17
Nombre d'adhérents RGE : Tous
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : 980 €
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Stéphane Jacquet
Directeur commercial : Didier Bernède
Responsable réseau et communication : Catherine Le Duff

COORDONNÉES

Adresse : 6 rue du Chapelet, 49340 Vezins
Tél : 02 41 64 90 91
Email : catherine.leduff@flo-fermetures.fr
Site internet : www.wizeo-fermetures.fr
Facebook : https://fr-fr.facebook.com/WizeoFermetures/
Instagram : www.instagram.com/wizeofermetures/
Pinterest : www.pinterest.fr/wizeofermetures/
LinkedIn : https://fr.linkedin.com/showcase/wizeo-fermetures

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Plan de communication, conception des showrooms en proposant des outils adaptés à la configuration.
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Catalogues, flyers packages, modules expo, outils digitaux.
Fréquence des visites des animateurs : Visites régulières des commerciaux, responsable commerciale et responsable réseau.

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Sponsoring émission TV, publicité sur internet, réseaux sociaux.
Cible des campagnes de communication : campagne BtoC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposé(e)s : Technico-commercial, motorisation et domotique.
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Intranet, réunions régionales, convention nationale.
Réunions régionales : oui, 2 fois par an
Convention nationale : oui, 1 convention tous les 2 ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %

2 questions au responsable du réseau
Catherine Le Duff



Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous avons consolidé la simplification de nos offres produits avec la création de 2 nouveaux packages Tradi : Solaire 10 et Confort 10. Cette offre participe à une meilleure lisibilité avec des arguments clés qui répondent à la demande de la clientèle de nos adhérents.

Nous avons aussi accentué la mise en valeur des produits Wizeo dans les showrooms.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, nous axons notre communication sur le digital et les réseaux sociaux. Dans un premier temps, nous allons mettre en place un EDI pour le passage des commandes en ligne et nous allons intégrer à notre site internet un simulateur qui permettra de visualiser nos produits, outil également disponible sur tablette pour nos adhérents, leur apportant un véritable support de vente.

2 questions à un nouvel adhérent
Mikaël Robin, Ouvertures de l'habitat à Beynost (01), Lyon (69), Saint-Laurent-de-Mure (69)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

En adhérant au réseau, nous avons pu nous démarquer de la concurrence grâce notamment à la garantie Extensia 10 ans et grâce aux différents packs proposés à nos clients. Nous avons également reçu une formation technique et commerciale complète sur les volets roulants et portes de garage.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Lors de nos réunions régionales, nous échangeons entre les différents adhérents du réseau Wizeo. Ces échanges permettent de savoir et comprendre ce qui se fait de mieux et qui fonctionne dans les différents points de vente, ce qui est très important pour la mise en place de nos actions et le développement de notre activité.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

50 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
64 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
48,8 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

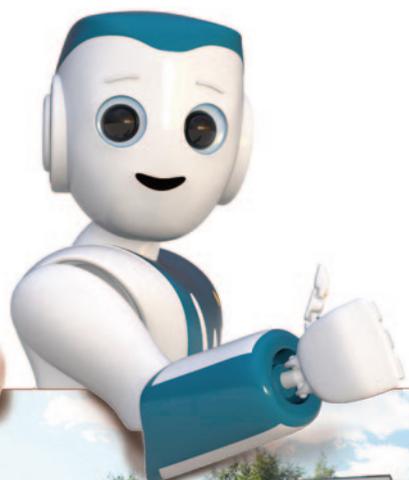
Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	23%	 > 40 000
	8%	 de 30 000 à 40 000
	14%	 de 20 000 à 30 000
	37%	 de 10 000 à 20 000
	17%	 < 10 000



VOLETS ROULANTS & PORTES DE GARAGE

Rejoignez notre réseau de 144 installateurs

Avec des produits exclusifs, sa garantie de 10 ans et son équipe de 144 installateurs en France, Wizeo Fermetures est aujourd'hui le 1^{er} réseau national d'installateurs de volets roulants et de portes de garage.
Rejoignez-nous dès maintenant !



CONFORT & SÉRÉNITÉ
avec le pack

**NEUF & TRADI
CONFORT 10**
Garantie 10 ans



ÉCONOMIE & ÉCOLOGIE
avec le pack

**NEUF & TRADI
SOLAIRE 10**
Garantie 10 ans



PROTECTION
avec le pack

SÉCURITÉ 10
Garantie 10 ans

En avant vers la performance !

- > Accédez à une gamme complète de produits innovants : produits packagés et garantie 10 ans (pièces, main d'œuvre et déplacement).
- > Communiquez avec un package marketing clé en main, créatif et grand public.
- > Gagnez en efficacité et en professionnalisme en formant vos équipes : 3 modules de formation.

Vous êtes zen. Vous êtes wizeo.

www.wizeo-fermetures.fr | 02 41 64 90 91 | contact-flo@flo-fermetures.fr



Wizeo
fermetures

Volets roulants & Portes de garage

1^{ER} RÉSEAU NATIONAL D'INSTALLATEURS

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2003
Description du réseau : vente et pose de menuiseries PVC et aluminium (fenêtre, portes, portes d'entrée, volets, stores, portes de garage, portails)
Type de contrat : partenariat
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : une certaine technicité est requise ; le candidat doit par conséquent avoir une connaissance des métiers de la menuiserie
Affilié au groupe industriel : Maugin
Nombre de magasins au sein du réseau : 108
Nombre d'implantations en 2019 : 30 prévues sur l'exercice
Nombre d'adhérents RGE : 100 %
CA HT global du réseau : 1690 k€
CA HT d'une implantation après 2 ans : + 15 % de croissance
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : 160 €
Date de la prochaine convention nationale : octobre 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Bertrand Maugin
Directeur ou animateur réseau : Ludovic Guillou

COORDONNÉES

Adresse : ZI de la Guerche - 44250 Saint-Brévin-les-Pins
Tél : 02 40 64 02 02
Email : contact@terresdefenetre.fr
Site internet : www.terresdefenetre.fr
Réseaux sociaux : @terresfenetre

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : le réseau fournit une aide pour l'étude de marché, la recherche d'un local, le montage du dossier de financement, la conception du magasin
Formation des nouveaux adhérents : oui, dans le cadre du centre de formation Terr'Pro

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : pour accompagner le lancement des produits, envoi de kits et mise à disposition d'un chronocom qui rythme les opérations commerciales de l'année
Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : une campagne radio nationale RTL + un plan de 9 actions commerciales et promotionnelles sur toute l'année : une campagne sponsoring sur Télé matin (France 2)
Cible des campagnes de communication : les campagnes de communication ciblent le grand public, soit les clients particuliers.
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : formations techniques (normes/métré/pose), commerciales, de gestion et de management
École de formation : oui
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : les adhérents ont accès à un espace professionnel digital sur lesquels ils trouvent les actualités du réseau. Des commissions spécifiques sont organisées au cours desquelles ils échangent leur savoir-faire et les remontées terrain, ainsi que des réunions thématiques organisées par les adév et qui regroupent 4-5 partenaires autour d'un sujet
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, tous les ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : défini dans le contrat de partenariat

1 question au responsable du réseau
Ludovic Guillou

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le projet le plus marquant a été le développement sur-mesure, en collaboration directe avec les partenaires, de la nouvelle gamme Terres de Fenêtre Écléa. Jouant à la fois sur le design, la performance et la sécurité, elle a été mise au point pour répondre aux attentes des clients, qu'ils ont inventoriées sur le terrain. Le lancement de la gamme Terres de Fenêtre Écléa illustre parfaitement la manière dont fonctionne aujourd'hui notre réseau, c'est à dire de façon participative, encourageant chaque partenaire à prendre part activement à son développement.



2 questions à un nouvel adhérent
Olivier Basle, Maine Menuiseries à Château-Gontier-sur-Mayenne (53)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

L'adhésion au réseau Terres de Fenêtre nous a permis d'intégrer de nouveaux fournisseurs que nous ne connaissions pas encore et ainsi de proposer de nouveaux produits à notre clientèle. Cela nous permet de nous différencier réellement de nos concurrents. Nous avons aussi fait l'acquisition d'un nouveau local et nous avons pu compter sur l'accompagnement du réseau dans le projet pour nous permettre de gagner en chiffre d'affaires et en visibilité. Notre nouveau local a ouvert ses portes récemment, le 2 septembre 2019, et nous ressentons déjà l'afflux de nouveaux clients.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous échangeons avec chaque partenaire lors des réunions de pilotage régionales ou lors des réunions annuelles comme la convention, par exemple. À ces occasions, nous partageons nos ressentis et nos méthodes de travail afin de les améliorer, de les harmoniser et d'améliorer nos produits aussi. Le responsable nous facilite les choses en animant le réseau de manière à ce que nous puissions communiquer librement entre nous. Il l'organise aussi de façon à ce que nous nous complétions pour couvrir le territoire, sans jamais entrer en concurrence directement les uns avec les autres.

Le Scan



PROSPÉRANCES
 Prenez l'avantage !



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



DANS LE TOP 3 DES RÉSEAUX

RTL france•2

UNE COMMUNICATION NATIONALE



UNE GARANTIE 20 ANS



UNE FORMATION COMPLÈTE



DES ACTIONS PROMOTIONNELLES

REJOIGNEZ
LE RÉSEAU
QU'IL VOUS FAUT !

Mail : contact@terresdefenetre.fr

Tél : 02 40 64 02 02

www.terresdefenetre.fr

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)
Type de contrat : Concession
Durée du contrat : 1 an
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel de la menuiserie, indépendant ou faisant déjà partie du réseau, reconnu sur son secteur, souhaitant booster le développement de son entreprise.
Affilié au groupe industriel : FPEE
Nombre de magasins au sein du réseau : 96
Nombre d'implantations en 2019 : 16
Nombre d'adhérents RGE : 76
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 1500 € pour le pack de bienvenue OuvertureS
Redevance d'exploitation : 4 810 €
Redevance publicitaire : Aucune
Date de la prochaine convention nationale : Du 16 au 18 janvier
Lieu de la prochaine convention : Marseille

CONTACTS

Dirigeant : Cécile Sanz
Directeur : Guillaume Le Goff
Animateur réseau : Erick Jamier

COORDONNÉES

Adresse : Avenue Georges Pompidou 59 400 Cambrai
Tél : 03 27 82 29 50
Email : ejamier@ouvertures.com
Site internet : www.ouvertures.com
Réseaux sociaux : non

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Un accompagnement personnalisé est mis en place dès le 1^{er} contact, 4 phases : l'échange, le projet, l'adhésion au réseau, le suivi et l'accompagnement
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Charte graphique complète, guide de communication annuel, site personnalisé, catalogues, configurateurs, le club confiance (outil de fidélisation)...
Fréquence des visites des animateurs : mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 3 campagnes nationales diffusées en TV
Cible des campagnes de communication : Les particuliers de 35 ans et +, les csp +
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : formation commerciale, management et technique produits ainsi que sur le fonctionnement du réseau et de ses outils
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui un extranet pour faciliter les échanges et la communication entre les membres du réseau
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui annuelle

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui si nécessaire
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui, si nécessaire

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au directeur du réseau Guillaume Le Goff

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le développement du réseau sur cette année 2019 est marquant, en effet 16 nouveaux adhérents nous ont fait confiance en choisissant de rejoindre notre réseau ! Et l'année n'est pas terminée !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nos projets sont nombreux pour cette année 2020, nous comptons encore étoffer notre couverture nationale et développer la notoriété de notre marque OuvertureS. Nous capitaliserons sur les échanges avec les adhérents qui sont essentiels dans notre partenariat. Et nous nous tournerons vers l'avenir en mettant en place une stratégie digitale : nouveaux sites, stratégie de référencement, outils de configuration...

2 questions à un adhérent Simon Chauvet, société Art et style à Rouillac (16)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Je suis adhérent OuvertureS depuis le 1^{er} juin 2016, professionnel de la menuiserie depuis plus de 15 ans, j'ai souhaité rejoindre le réseau pour bénéficier de la notoriété de la marque face à la concurrence, le réseau me permet de proposer les meilleurs produits à mes clients et d'avoir un réel plan de communication sur l'année avec des outils à ma disposition.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Le réseau favorise les échanges à travers les réunions régionales, le congrès, les séminaires et voyages, nous pouvons partager nos expériences, nous conseiller. Nous ne sommes pas seuls, c'est important de se sentir entouré.

Le Scan

PROSPÉRENCES
 Prenez l'avantage !

26 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
52 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
47,8 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	35%		> 40 000
	09%		de 30 000 à 40 000
	09%		de 20 000 à 30 000
	23%		de 10 000 à 20 000
	24%		< 10 000

REJOIGNEZ-NOUS POUR UN ACCOMPAGNEMENT **SÛR-MESURE !**

Avec 100 agences partout en France et plus de 38 ans d'expérience, le réseau OuvertureS vous accompagne pour booster votre chiffre d'affaires tout en respectant votre liberté.



VENEZ NOUS RENCONTRER DU 4 AU 8 NOVEMBRE

AU SALON BATIMAT 2019

PARIS NORD - VILLEPINTE

Parc des Expositions

HALL 5A

ALLÉE N

STAND 113



Rejoignez OuvertureS, c'est plus sûr !

- Un accompagnement dédié et des formations régulières.
- Des moyens de communication et des puissants outils d'aide à la vente.
- Un secteur exclusif et une liberté d'action préservée sur votre entreprise.

Vous avez des questions ?

L'équipe OuvertureS est à votre écoute,
par téléphone : 03 27 82 29 52 ou par e-mail : reseau@ouvertures.com



FENÊTRES • PORTES • VOLETS • PORTAILS
Avec nous, c'est plus sûr.

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1994
Description du réseau : Réseau national de menuisiers indépendants (fenêtres, portes, volets, portails).
Type de contrat : Concession de marque
Durée du contrat : Renouvellement annuel par tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Expertise produits et technique, sens du client, qualité et soin de pose, partage des valeurs du réseau (innovation, performance, environnement, valeurs humaines)
Affilié au groupe industriel : FPEE Industries
Nombre de magasins au sein du réseau : 210
Nombre d'implantations en 2019 : + 4 adhérents / + 4 points de vente
Nombre d'adhérents RGE : 210
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 3 000€
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Lyon

CONTACTS

Présidente FPEE Industries : Cécile Sanz
Directeur réseau : Jacky Le Calvez

COORDONNÉES

Adresse : 2 rue Henri Vallée - 72350 Brûlon
Tél : 02 43 62 15 29
Email : jlecalvez@artetfenetres.com
Site internet : www.artetfenetres.com
Réseaux sociaux : Facebook : @artetfenetres

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Intégration, formation technique aux produits, présentation des outils réseaux, préconisation show-room, réflexion plan de communication locale.
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Documentations et catalogues, PLV, guide de préconisation show-room, signalétique intérieure - extérieure, kit de communication, configurateurs, fiches produits, échantillons, nuanciers, programme de parrainage.
Fréquence des visites des animateurs : 4 réunions annuelles, animateur commercial régional (visite mensuelle)

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Campagne TV nationale, sponsoring météo, digital (référencement, social média, display), sponsoring sportif (Voile - Défi Voile Art & Fenêtres - Fabrice Amédéo).
Cible des campagnes de communication : Porteurs de projets, + 35 ans, CSP+
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Formation technique aux produits, sessions de formation tous portes dispensées par des organismes de formation externes.
École de formation : Oui
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Forums de discussions, échanges lors de rendez-vous réseaux (convention, réunions régionales, voyage, séminaire commercial).
Réunions régionales : Oui
Convention nationale : Oui - Format annuel

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Oui
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : Partenariats cadres
Normes architecturales à respecter : Charte graphique
Part minimum de produits du réseau à commander : Exclusivité sur les produits distribués : fenêtres, portes, volets, portails.

1 question au responsable du réseau Jacky Le Calvez

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?



2 enjeux majeurs :

- Le développement durable : l'industriel FPEE et le réseau travaillent de concert et on fait du développement durable un sujet majeur en 2019. Le projet et son déploiement continuent en 2020.

De nombreuses démarches ont d'ores et déjà été mises en place pour réduire l'empreinte du réseau : sensibilisation des adhérents sur les mesures de tri, économies d'énergie, éco-conduite, etc. Un chantier est également en cours pour uniformiser le recyclage et la valorisation des anciennes menuiseries déposées.

- La domotique : FPEE et le réseau ont renforcé leur partenariat avec la marque Somfy et travaillent sur le développement de produits connectés.

2 questions à un nouvel adhérent Jérôme Jumel, Art & Fenêtres à Saumur (49)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?



Nous plaçons la qualité et le service clients au cœur de nos préoccupations. Nous avons fait le choix d'intégrer le réseau afin de garantir à nos clients la qualité et la sérénité qu'offre une fabrication 100 % française.

Nous bénéficions aujourd'hui de la notoriété et de la reconnaissance de l'enseigne. Nous sortons tout juste d'un salon au cours duquel l'enseigne a été très largement motrice dans la prise de contacts.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les réunions régionales nous permettent d'échanger avec les collègues. Aujourd'hui nous débutons tout juste, les échanges sont surtout à venir. Nous bénéficions aussi de l'accompagnement et du suivi de toute une équipe pour nous permettre de faciliter notre intégration.

Le Scan



PROSPÉRENCES
Prenez l'avantage !

59 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
79 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
50,4 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	34%		> 40 000
	11%		de 30 000 à 40 000
	12%		de 20 000 à 30 000
	21%		de 10 000 à 20 000
	22%		< 10 000



Art & Fenêtres

VISIBLEMENT
L'ENSEIGNE *préférée* DES FRANÇAIS ⁽¹⁾
REJOIGNEZ LE RÉSEAU

CONGRÈS
Art & Fenêtres
DUBLIN 2019

Rencontrons-nous au salon BATIMAT !

DU 4 AU 8 NOVEMBRE Paris Nord Villepinte

HALL : 5A
ALLÉE : N
STAND : N°113
FPEE

RÉSEAU N° 1 SUR ⁽²⁾

- LA GARANTIE
- L'INNOVATION
- LA CONFIANCE
- LE S.A.V.
- LA QUALITÉ

Pour connaître tous nos secteurs disponibles,
prenez contact avec nos équipes.



Julien Courbet

Contactez Jacky LE CALVEZ
Directeur de Réseau
jlecalvez@artetfenetres.com

02 43 62 15 29



(1) Selon enquête Capital / Statista « Les meilleures enseignes », échantillon de 20 000 personnes, réalisée du 8 juin au 18 juillet 2017.
(2) 1er ou 1er ex-aequo parmi les 3 premiers fabricants de fenêtres français. Selon une étude d'avril 2018 réalisée sur un échantillon de 500 personnes.
Contrat de garantie payant réservé au particulier propriétaire, intervenant après expiration des garanti décennales du fabricant et du poseur. Offre soumise à conditions, susceptible de modifications sans préavis. Voir conditions en magasin. Liste des magasins participants sur www.artetfenetres.com

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2006
Description du réseau : réseau de distributeurs exclusifs spécialisés dans les fermetures de l'habitat
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 2 ans reconductibles
Profil du candidat et compétences nécessaires : vente et pose de fermetures / poseurs intégrés
Affilié au groupe industriel : NC
Nombre de magasins au sein du réseau : 37
Nombre d'implantations en 2019 : 1
Nombre d'adhérents RGE : 37
CA HT global du réseau : supérieur à 25M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : supérieur à 650 K€
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : 100 € par mois avec abondement du fabricant
Date de la prochaine convention nationale : février 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeants : Philippe Demaegd et Franck Dubus
Animateur réseau : Olivier Demaegd

COORDONNÉES

Adresse : ZA du Moulin à Vent, 27210 Boulleville
Tél : 02 32 20 24 70
Email : olivierdemaegd@normabaie.fr
Site internet : www.calibaie.com
Réseaux sociaux : www.facebook.com/groups/Calibaie

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : implantation showroom, élaboration de business plan, mises en place de méthode de vente...
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : configurateur, logiciel de vitrage, mallette de présentation...
Fréquence des visites des animateurs : mensuel ou bi-mensuel

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Offre vitrage de sécurité, remise sur les couleurs des menuiseries aluminium, domotique offerte sur les volets roulants et les portails...
Cible des campagnes de communication : Particuliers
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : commerciale et pose
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, 1 à 2 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 50 %

2 questions au responsable du réseau Olivier Demaegd

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Tous les projets, menés à bien, sont marquants mais s'il y en avait un qui devait se détacher, je pense évidemment à l'intégration de notre nouvelle marque Color'mabaie : la première menuiserie PVC laquée texturée certifiée QB33. Ce nouveau produit différenciant a été pour nos adhérents un réel levier pour doper les ventes.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, notre nouveau catalogue de 80 pages sera personnalisé pour chaque adhérent, en intégrant une présentation de leur entreprise. En fin de catalogue, nous évoquerons aussi l'après-vente qui lui aussi sera personnalisé (parrainage, contrat d'entretien, restant à faire...) car l'histoire doit continuer... L'objectif réseau est toujours de s'étendre progressivement pour couvrir uniformément le territoire. Une dizaine de magasins devrait nous rejoindre pour la fin de l'année.

2 questions à un nouvel adhérent Thierry Raux, société Qualitarn à Labruguière (81)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

L'expérience de notre partenaire Calibaie nous a permis d'organiser, d'optimiser et de valoriser nos compétences. L'acquisition d'un magasin, son agencement, les PLV et tous les outils d'aide à la vente nous ont permis en un an de doubler notre chiffre d'affaires.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous avons tous au sein du réseau différentes idées pour développer et pérenniser notre activité. Lors de nos rencontres, les échanges créent des effets de synergie et nous motivent à être actifs. Dans mon showroom, j'organise un soir par semaine, un moment de convivialité où mes clients se retrouvent autour d'une animation. Une idée collectée que j'ai réadaptée. Fidélité, parrainage et satisfaction client sont les maîtres mots de notre réseau. Une vision différente de faire du commerce qui est basée sur des fondamentaux.



Calibaie, un réseau de distributeurs exclusifs spécialisés dans les fermetures de l'habitat



Calibaie

Créateur de lumière

LA FORCE D'UN RÉSEAU,
L'INDÉPENDANCE EN PLUS !

DES PRODUITS
INNOVANTS ET
DE QUALITÉ



UN MARKETING
CIBLÉ ET
OPÉRATIONNEL



UNE GAMME
SURÉQUIPÉE ET
GARANTIE



UNE
COMMUNICATION
PERMANENTE ET
CONNECTÉE



www.calibaie.com



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2012
Description du réseau : Glastetik, premier réseau spécialisé dans la transformation et l'installation du verre destiné à la décoration
Type de contrat : Accord de licence de marque Glastetik
Durée du contrat : 1 an
Profil du candidat et compétences nécessaires : bon niveau d'équipement de travail du verre, bonne qualité d'installation
Affilié au groupe industriel : AGC Glass France
Nombre de magasins au sein du réseau : 25
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : 0
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 0
Redevance annuelle d'exploitation : 0
Redevance annuelle publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : octobre 2019
Lieu de la prochaine convention : Barcelone

CONTACTS

Responsable réseau : Valérie Vandermeulen

COORDONNÉES

Adresse : 114, bureaux de la Colline, 92213 Saint-Cloud Cedex
Tél : 01 57 58 31 50
Email : glastetik.france@eu.agc.com
Site internet : www.glastetik.fr
Facebook : www.facebook.com/GlastetikFrance

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : le choix des produits
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites d'animateurs, application, formation, mailings, emailings, brochures, PLV
Fréquence des visites des animateurs : à définir avec le client

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : publicité sur internet, réseaux sociaux (facebook, instagram)
Cible des campagnes de communication : campagnes BtoB
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, technique / métier
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, commissions par thème, conventions régionales, convention nationale
Réunions régionales : 1 fois par an
Convention nationale : 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE /GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au responsable du réseau Valérie Vandermeulen

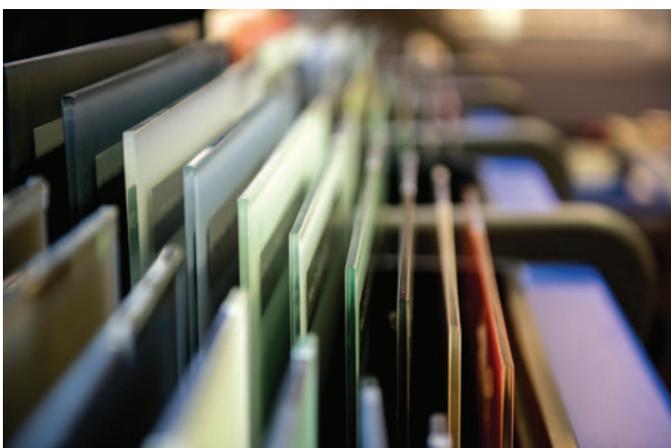
Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le Glastetik Tour, roadshow avec démonstrations d'installation et matériel promotionnel chez les partenaires du réseau. Plus de 300 artisans et architectes sont venus voir et tester les produits proposés. Ils ont pu emporter des échantillons et des brochures, poser des questions, discuter de leurs projets autour d'un déjeuner convivial.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Distribution de nouveaux matériels promotionnels aux partenaires du réseau.



Étagères en verre Planibel Clearvision sur Lacobel T Deep Black



© AGC Glass Europe - Dazibao - Design Gonzo e Vicari

Cloison de douche en verre noir Planibel Dark Grey



AGC Glass Europe - Reid Senepart architecten - Photographer: Thomas De Bruyne

Revêtement mural en verre Lacobel Copper Metal



© AGC Glass Europe

glastetik 
Les professionnels
du verre décoratif sur-mesure

Pour en savoir plus sur l'adhésion au réseau Glastetik, contactez-nous à l'adresse suivante: glastetik.france@eu.agc.com

Premier réseau des spécialistes du verre décoratif, Glastetik réunit des professionnels transformateurs et installateurs.

Le réseau Glastetik c'est:

-  – Un contact privilégié avec le producteur verrier
-  – Une visibilité renforcée sur le marché de la décoration
-  – Un appui pour votre communication
-  – Une meilleure compréhension des enjeux actuels du secteur
-  – Une assistance technique sur les produits verriers et leur mise en œuvre
-  – Une offre produits hors du commun!

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1999 / 2000
Description du réseau : Label de qualité plutôt qu'un réseau, créé pour qualifier et fidéliser des professionnels menuisiers du store, développement et partage de savoir-faire.
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Profil du candidat et compétences nécessaires : Étude préalable du client dont le compte est actif depuis au moins un an, obligation de showroom pour exposer les produits et limite de chalandise à respecter.
Nombre de magasins au sein du réseau : 97 experts, 145 points de ventes
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 1950 € HT
Redevance d'exploitation : non
Redevance publicitaire : non
Date de la prochaine convention nationale : 20 novembre
Lieu de la prochaine convention : Punta Cana

CONTACTS

Dirigeant : Christophe Pichot
Directeur ou animateur réseau : Stéphanie Naulleau

COORDONNÉES

Adresse : 2 rue Fernand Pelloutier 44326 Nantes Cedex 3
Tél : 02 51 89 23 33
Email : soliso.marketing@soliso.com
Site internet : www.experts-Storeistes.com
Réseaux sociaux : Facebook / Pinterest

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC
Aide des nouveaux adhérents pour : Réunions de formation au siège par groupe, visite d'usine, formation produits, informatique et communication.
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Présentoir de bannes, présentoirs intérieurs, catalogues, mailings etc.
Fréquence des visites des animateurs : une fois par an en dehors des réunions régionales et séminaire annuel

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : 5 opérations promotionnelles relayées par des campagnes d'emails nationales, des google adwords et réseaux sociaux.
Cible des campagnes de communication : B to C
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Formation produits, poseurs, communication experts, digitales.
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, 1 par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : NC
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions à l'animatrice du réseau Stéphanie Naulleau

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La fin de l'année marquera un évènement de taille : les 20 ans des Experts Storistes que nous célébrerons lors de notre prochain Séminaire à Punta Cana du 20 au 25 novembre. Cette année nous avons mis en place des réunions régionales qui ont été un vrai succès, l'occasion d'échanger en petits comités. C'était le moment aussi pour nous de tout mettre à plat au bout de 20 ans et de tout reconstruire si besoin mais finalement la communication que nous proposons répond encore aujourd'hui à leurs attentes. À nous de nous différencier et d'être force de propositions innovantes.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous sommes en train de travailler sur un nouvel axe créatif de communication visuelle, une vraie nouveauté qui sera dévoilée lors de notre prochain séminaire à nos Experts ! Nous aimerions également mettre en place une commission pour l'aménagement des showrooms.

2 questions à un nouvel adhérent Vincent Darani, à la Chapelle-Saint-Aubin (72)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous vendions déjà des stores de chez Soliso depuis longtemps. Avoir rejoint le réseau nous a permis d'avoir une plus grande dynamique auprès de notre équipe commerciale (grâce aux différents concours ainsi que les diverses campagnes de promo).



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Encore trop jeune dans le réseau pour en parler (une seule réunion ensemble), mais pour faire déjà partie d'autres réseaux (Art et fenêtres, point conseil Bubendorff), cela va permettre une ouverture d'esprit sur différents points de vue (aussi bien commercial, technique de pose, équipement, amélioration produits, sav, etc.). Le but : progresser tous ensemble.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

45 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
62 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
50,1 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	23%	■	> 40 000
	12%	■	de 30 000 à 40 000
	16%	■	de 20 000 à 30 000
	27%	■	de 10 000 à 20 000
	21%	■	< 10 000

20
ans

C'est l'âge où
**TOUT EST
POSSIBLE**



Rejoignez notre réseau pour
GRANDIR AVEC NOUS!

20
ans

**EXPERTS
STORISTES** agréés
Soliso



www.experts-storistes.com

FICHE D'IDENTITÉ
DATE DE CRÉATION DU RÉSEAU : 2002

Description du réseau : Réseau d'installateurs indépendants spécialistes de la menuiserie, fermetures et protection solaire

Type de contrat : Partenariat

Durée du contrat : 3+ année en cours

Profil du candidat et compétences nécessaires : Entrepreneur du secteur, animé par un véritable projet de développement de son entreprise, qui souhaite bénéficier de toute l'expertise du réseau pour pouvoir se concentrer sur la gestion de son entreprise et des hommes.

Affilié au groupe industriel : aucun

Nombre de magasins au sein du réseau : 98

Nombre d'implantations en 2019 : 3

Nombre d'adhérents RGE : Tous

CA HT global du réseau : 122ME

CA HT d'une implantation après 2 ans : +25 %

Droits d'entrée du réseau : 9500 euros

Redevance d'exploitation : 8990 euros

Redevance publicitaire : 0

Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2019

Lieu de la prochaine convention : Lisbonne

CONTACTS

Président : Pascal Quenechou

Directeur : Antoine Le Poulichet

COORDONNÉES

Adresse : 2D, Allée Jacques Frimot, 35000 Rennes

Tél : 02 23 46 10 33

Email : contact@komitfo.fr

Site internet : www.komitfo.fr / www.kidepann.fr

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Mise ou concept et agencement du point de vente, formations techniques et commerciales, marketing et communication locale, webmarketing, gestion de l'activité dépannage

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Oui

Fréquence des visites des animateurs : 4/an adapté au besoin de chaque adhérent

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 2 campagnes de communication en TV et digitales + 5 campagnes promotionnelles + un kit d'opérations à la carte (thématique ou produits)

Cible des campagnes de communication : Particulier et CHR

Personne/service dédié à la communication : Oui / 3 personnes

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Management, relation clients, commerciales, techniques, produits

École de formation : Oui

Solution BIM : Selon fournisseur partenaire

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Oui

Réunions régionales : 2 par an

Convention nationale : 2 par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non

Benchmark financier au sein du réseau : Non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Centrale de référencement

Normes architecturales à respecter : Oui

Part minimum de produits du réseau à commander : 80 % (>90% constaté)

2 questions au directeur du réseau Antoine Le Poulichet

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

L'année 2019 aura été marquée par la montée en puissance de la solution Kidepann.fr, véritable solution pour gérer intégralement le dépannage au sein des entreprises adhérentes. 2019 aura également vu l'aboutissement du plan de développement des compétences Komitfo pour former toutes les équipes, accompagner les adhérents dans le recrutement de nouveaux talents, et remédier au déficit de ressources dont souffre notre profession.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Komitfo met tout en œuvre pour accompagner toujours davantage ses adhérents : la valeur ajoutée de l'enseigne va bien au-delà de son offre produit et marketing. Le réseau mutualise d'importants moyens et co-construit avec ses adhérents des solutions pour être toujours plus performants, la solution Kidepann.fr en est l'illustration. D'autres projets seront prochainement initiés, il est trop tôt pour en parler, ils seront incontestablement à la hauteur de l'ambition du réseau qui travaille parallèlement sur son maillage sélectif du territoire. Nos marchés évoluent ce sont autant d'opportunités pour toujours innover !

2 questions à un nouvel adhérent David et Elodie Huselstein, à Saint-Geniès-de-Malgoires (30)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Une visibilité forte en termes de communication grâce aux campagnes TV qui me permettent de faire jeu égal avec les leaders historiques du secteur. Avant mon adhésion auprès de Komitfo, je n'aurais jamais eu le moyen de faire une campagne de communication de cette ampleur. Lors de mes dernières foires, les gens ont reconnu l'enseigne Komitfo et se sont spontanément arrêtés. Un autre point positif : les fournisseurs sont plus à l'écoute sur nos demandes depuis que l'on a rejoint le groupement.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

On échange régulièrement avec mes collègues sur la gamme produit. C'est pratique, en plus de l'appui de la SAS, j'ai pu ainsi bénéficier du retour d'expérience terrain des autres adhérents Komitfo du Sud-Ouest sur nos fournisseurs pergolas. Cela se fait simplement et ça permet d'échanger avec des dirigeants qui ont les mêmes problématiques. On gagne du temps.

Le Scan

PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

44 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

61 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

50,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	19%		> 40 000
	14%		de 30 000 à 40 000
	25%		de 20 000 à 30 000
	21%		de 10 000 à 20 000
	20%		< 10 000

ENTRE RESTER INDÉPENDANT ET REJOINDRE UN GRAND RÉSEAU, CHOISISSEZ LES 2.



Entre une sélection de produits de qualité et des conditions d'achat exceptionnelles, **choisissez les 2.**
Entre une communication nationale puissante et des actions locales efficaces, **choisissez les 2.**
Entre un showroom innovant et un site web efficace en local, **choisissez les 2.**
Entre un service de dépannage performant et un concept générateur de business, **choisissez les 2.**

Rejoignez Komialfo : la force d'un grand réseau, l'indépendance en plus.

Contactez les animateurs du réseau :

- 📍 Didier Cadio / Secteur Ouest : didiercadio@komialfo.fr / 06 67 63 17 13
- 📍 Éric Kezel / Secteur Est : erickezel@komialfo.fr / 06 70 39 39 72
- 📍 Alexandre Rotsztajn / Secteur Sud : alexandreroztajn@komialfo.fr / 06 63 70 03 21



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.**Type de contrat :** Contrat d'agrément**Durée du contrat :** 1 an à tacite reconduction**Profil du candidat et compétences nécessaires :** Volonté de développer le produit store + showroom qualitatif**Affilié au groupe industriel :** NC**Nombre de magasins au sein du réseau :** 164 points de vente**Nombre d'implantations en 2019 :** 8 points de vente**Nombre d'adhérents RGE :** NC**CA HT global du réseau :** NC**CA HT d'une implantation après 2 ans :** NC**Droits d'entrée du réseau :** aucun**Redevance d'exploitation :** aucune**Redevance publicitaire :** aucune**Date de la prochaine convention nationale :** 5 réunions régionales - 8 octobre à Limonest (69), 9 octobre à Mallemort (13), 16 octobre à Saint-Jacques de la Lande (35), 17 octobre à L'éognan (33) et 22 octobre à Paris.

CONTACTS

Dirigeant : Eugène Deleplanque**Animatrice réseau :** Marie Dams

COORDONNÉES

Adresse : 10 rue des Châteaux - ZI La Pilaterie, 59290 Wasquehal**Tél :** 03 20 45 59 59**Email :** contact@dickson-constant.com**Site internet :** www.dickson-constant.com**LinkedIn :** https://fr.linkedin.com/company/dickson-constant**Facebook :** https://fr-fr.facebook.com/storistesagreesdickson/**Twitter :** https://twitter.com/dicksonconstant**Instagram :** https://www.instagram.com/dicksonconstant/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non**Aide des nouveaux adhérents pour :** NC**Formation des nouveaux adhérents :** non

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : collection Dickson Solar Fabrics personnalisée avec le logo du label en plus des outils standards**Fréquence des visites des animateurs :** 2 fois par an au minimum

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Une troisième année de communication sur le thème NewDickson pour changer la perception du store.**Cible des campagnes de communication :** Les propriétaires souhaitant s'équiper en protection solaire et découvrir les avantages du produit store.**Personne/service dédié à la communication :** oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : non**École de formation :** non**Solution BIM :** non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC**Réunions régionales :** oui**Convention nationale :** 1 fois tous les 4 ans lors de la sortie de notre nouvelle collection Store

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non**Benchmark financier au sein du réseau :** non**Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise :** non

ACHATS

Centrale d'achats : non**Normes architecturales à respecter :** non**Part minimum de produits du réseau à commander :** non2 questions à la chef de projet réseaux
Marie Dams

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Depuis le lancement de notre campagne en 2017, nous constatons une véritable dynamique de communication au sein du label avec une forte hausse (+342 %) des actions de communication des membres. Nous avons donc souhaité simplifier notre accompagnement pour augmenter le plafond de notre participation financière qui s'élèvera pour 2019 à 5 000 €. Deux autres temps forts de communication sont venus aussi compléter notre accompagnement sur le reste de l'année avec des actions autour d'un produit Orchestra Max (en particulier sur la fin d'année) et un service en pré-saison avec le rentoilage.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Après 3 années de campagne de communication sur le même concept, nous présenterons à nos storistes agréés notre nouvelle campagne de communication pour 2020 afin de continuer à redorer l'image du store tout en mettant en avant les avantages et bénéfiques des toiles de store Dickson. Nous proposerons aussi à nos adhérents l'exclusivité de relais local de cette campagne de communication avec un accompagnement dans leur communication (supports clés en main et aide financière).

Le Scan

PROSPERENCES®
Prenez l'avantage !

55% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
71 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
51,5 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	37%	■	> 40 000
	10%	■	de 30 000 à 40 000
	17%	■	de 20 000 à 30 000
	22%	■	de 10 000 à 20 000
	13%	■	< 10 000



ORCHESTRA MAX, LA TOILE FACILE D'ENTRETIEN ET IMPERMÉABLE

Avec un store équipé d'une toile Orchestra Max, le soleil peut chauffer ou le ciel se couvrir, les clients n'hésitent plus à s'installer en terrasse. Orchestra Max **protège de la chaleur des U.V. mais aussi de la pluie.**

LA SOLUTION ORCHESTRA MAX

L'enduction de la toile Orchestra Max augmente sa **résistance à l'eau, et offre une grande facilité d'entretien.**

La toile élimine les saletés (insectes, débris, poussières) avec la pluie ou un simple rinçage à l'eau pour un entretien simplifié !



www.dickson-constant.com

DICKSON[®]

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1993
Description du réseau : Réseau d'entreprises de fabrication sur mesure de menuiseries aluminium
Type de contrat : Contrat de licence
Durée du contrat : 1 an renouvelable
Profil du candidat et compétences nécessaires : entreprises de fabrication sur mesure de menuiseries aluminium
Affilié au groupe industriel : Kawneer France
Nombre de magasins au sein du réseau : 10 sites industriels
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : 40 millions €
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Redevance annuelle : 5 000 € HT
Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : dans les locaux d'un de nos partenaires en Seine-Maritime

CONTACTS

Dirigeant : Alain Flacon
Directeur ou animateur réseau : Sarah Gaugué

Coordonnées

Adresse : 175 rue du Trident 34740 Vendargues
Tél : 04 67 87 77 34 - 06 83 81 47 03
Email : sarah.gaugue@arconic.com
Site internet : www.initial-fenêtres.com
Réseaux sociaux : Facebook

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : la conception d'un magasin, l'étude de marché
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : documentation technique et commerciale, échantillons, nuanciers, e-mailings, visites d'animateurs, formation, PLV
Fréquence des visites des animateurs : 2 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : dossiers de presse, publicité presse et web
Cible des campagnes de communication : campagnes BtoB, campagnes BtoC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, technique/métier, aide à la vente, marketing/communication, cession/transmission
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : charte éthique du Réseau, logiciel de gestion de projets, application d'échanges instantanés, commissions par thème
Réunions régionales : non
Convention nationale : oui, 2 par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au responsable du réseau Sarah Gaugué

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Sans aucun doute, la première réunion de l'année qui nous a permis de faire un grand pas en avant. Nous avons la chance d'avoir des partenaires très engagés dans le réseau, ce qui permet de maintenir une bonne dynamique de développement. Les nouveaux entrants se sont parfaitement intégrés et participent déjà activement aux différents groupes de travail en cours.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Trois adhérents ont rejoint le réseau en 2019 dans les régions Vosges, Rhône-Alpes et Île-de-France. Notre objectif est d'atteindre un réseau de 20 partenaires d'ici 2 ans. Nous souhaitons créer une véritable communauté de fabricants indépendants experts de l'aluminium qui représentent la marque sur tout le territoire avec l'offre de produits et services la plus large du marché.

2 questions à un nouvel adhérent Jean-Pierre Vieillard, à Saint-Maurice (94)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Une dimension nationale tout en restant une entreprise locale bénéficiant d'un soutien marketing et d'un véritable rôle dans les orientations prises en termes de produits.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous échangeons régulièrement, que ce soit lors des conventions nationales ou même en dehors. Les thèmes sont variés : il peut s'agir d'une question sur l'organisation de l'atelier, la démarche commerciale sur le terrain, chaque partenaire a une expérience différente et peut nous apporter des conseils précieux.

Une
offre si **large**
que ça colle entre
nous!



L'EXPERT DE LA MENUISERIE ALUMINIUM

Depuis plus de 25 ans, INITIAL combine les savoir-faire du concepteur à ceux de l'industriel, pour les marchés de l'habitat, du commerce et du tertiaire, en neuf et rénovation.

Avec la gamme VISION, bénéficiez d'une offre large et cohérente en termes de mise en œuvre, d'esthétique, de performances énergétiques afin de répondre à tous les projets de constructions architecturales.

Avec la gamme ESSENTIEL, construisez des offres commerciales alliant performances économiques et techniques, principalement orientées vers la construction neuve de logements collectifs et de pavillons traditionnels.

www.initial-fenêtres.com

Initial
Menuiseries Aluminium

COULISSANTS, GALANDAGES, FENÊTRES, PORTES, VOILETS, GARDE-CORPS, PERGOLAS...
EN ALUMINIUM PRÊTS À POSER

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2016

Description du réseau : Réseau de spécialiste de la protection solaire dans les secteurs résidentiel, CHR et tertiaire.

Type de contrat : Contrat de partenariat

Durée du contrat : 3 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Les profils idéaux sont des entreprises indépendantes équipées d'un showroom avec une équipe de vente. Le chiffre d'affaires dans ce secteur doit représenter au minimum 30 %.

Affilié au groupe industriel : Serge Ferrari

Nombre de magasins au sein du réseau : 140

Nombre d'implantations en 2019 : 15

Nombre d'adhérents RGE : 118

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : Aucun

Redevance d'exploitation : Aucune

Redevance publicitaire : Aucune

Date de la prochaine convention nationale : NC

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directeur du réseau : Roberto Grosso

COORDONNÉES

Adresse : BP 54 - 38352 La Tour du Pin

Tél : 04 81 61 11 37

Email : premiumpartner@sergeferrari.com

Site internet : www.sergeferrari.fr

Réseaux sociaux : www.facebook.com

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Oui

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Formation commerciale et produits, catalogues, brochures, vidéos, accompagnement réseaux sociaux

Fréquence des visites des animateurs : 2 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : Campagne TV replay

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : Service marketing et communication Serge Ferrari de 5 personnes

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Nous proposons des modules de formations produits et commerciaux.

École de formation : Oui

Solution BIM : Oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Non

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non

Benchmark financier au sein du réseau : Non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Non

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au responsable du réseau Roberto Grosso

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous avons travaillé sur la promesse de marque avec un enjeu fort qui est de consolider notre identité et renforcer notre positionnement sur le marché. Pour ce faire, nous avons travaillé deux axes. Le premier, par la qualité des produits recommandés par le réseau et le second, le professionnalisme. Pour cela, nous avons créé une nouvelle signature de marque pour le réseau. S'adresser au réseau Serge Ferrari Premium Partner, c'est l'assurance de s'adresser à une entreprise spécialisée qui saura recommander « les conseils d'un professionnel ».



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, nous allons nous concentrer sur le développement du réseau selon trois segments :

- Premium Partner Résidentiel
- Premium Partner CHR
- Premium Partner Tertiaire

2 questions à un nouvel adhérent Jean-Paul Martin, société Isotex à Domarin (38)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Pour la saison 2019, les formations ventes destinées à mes équipes commerciales ont permis l'augmentation du panier moyen d'environ 10 % par une montée en gamme sur le store banne, notamment avec la mise en avant de la toile soltis lounge 96. Les outils de vente spécifiques et le mobilier showroom ont été un support intéressant pour les commerciaux.

La mise en avant de la toile soltis lounge 96 nous a permis de nous différencier de l'offre de nos confrères.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous avons partagé entre les membres du réseau sur les principaux avantages et objections concernant la toile soltis lounge 96 pour l'application en store banne.

Les ventes de stores bannes avec la toile soltis lounge 96 représentent pour cette saison 30 % des installations chez nos clients. Nous avons pu proposer et vendre des stores jusqu'à 6 x 3,50 m d'avancée en toute confiance.



VOUS qui êtes professionnels de la protection solaire,
développez avec nous votre activité, rejoignez le réseau
Serge Ferrari Premium Partner.

VOS INTERLOCUTEURS SERGE FERRARI

Nos animateurs réseaux



Stéphane Lecuyer
Sud-Est



Ludovic Meteyer
Sud-Ouest



Vincent Leluin
Ile-de-France
Hauts-de-France



Diane Laprade
Nord-ouest



En recrutement
Nord-est



Karine Bourbon
Assistante Marketing



Anne-Charlotte Alonso
Assistante Commerciale

Notre équipe support

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2010

Description du réseau : Le Club des Menuisiers Pros regroupe des clients artisans des Menuiseries Françaises et propose des offres et des services pour aider les artisans à développer leur entreprise, monter en compétence.

Type de contrat : cotisation mensuelle

Durée du contrat : tous les adhérents peuvent quitter le club dans une durée 3 mois de préavis

Profil du candidat et compétences nécessaires : être un menuisier poseur indépendant ou revendeur spécialisé, potentiel d'achat de 80 000 € HT sur l'année, avoir une équipe de commerciaux dédiés, être équipé d'un showroom.

Affilié au groupe industriel : Les Menuiseries Françaises

Nombre de magasins au sein du réseau : pas de magasin

Nombre d'implantations en 2019 : NC

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : potentiel d'achat de 80 000 €

Redevance d'exploitation : NC

Redevance publicitaire : NC

Date de la prochaine convention nationale : Séminaire 28 et 29 novembre

Lieu de la prochaine convention : Colmar

CONTACTS

Dirigeant : NC

Directeur ou animateur réseau : Sébastien Praud
sebastien.praud@saint-gobain.com

COORDONNÉES

Adresse : GAM - 15 Hameau Ramberton, Pont-Trambouze, 69470 Cours

Tél : 04 74 64 54 44

Email : contact@menuiseries-francaises.fr

Site internet : www.menuiseries-francaises.fr
www.clubdesmenuisierspros.fr/login

Facebook : www.facebook.com/lesmenuiseriesfrancaises

LinkedIn : www.linkedin.com/company/11031448

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC

Aide des nouveaux adhérents pour : NC

Formation des nouveaux adhérents : NC

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Un panel d'outils d'aide à la vente sont disponibles : support de communication, logiciel de chiffrage gratuit, opportunités de chantier, promotions dédiées, etc.

Fréquence des visites des animateurs : 1 fois / mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : NC

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : techniques, commerciales et digitales

École de formation : NC

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : NC

Convention nationale : NC

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC

Benchmark financier au sein du réseau : NC

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : NC

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au président du réseau Sébastien Praud

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2019, le Club des Menuisiers Pros a réuni tous ses adhérents lors du premier séminaire annuel les 4 et 5 avril à Deauville. Cet événement, attendu par nos clients menuisiers poseurs, est un véritable moment d'échanges et de partages sur la profession, les évolutions du marché et les problématiques rencontrées par tous. C'est aussi bien évidemment l'occasion de présenter toutes les nouveautés produits et services des Menuiseries Françaises. Notre convention nationale a également eu lieu du 23 au 26 mai à Moscou, ce séjour offre un dépaysement total à tous les participants!

Prochainement nous tiendrons notre deuxième séminaire à Colmar fin novembre.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2020, se tiendra notre prochaine convention à Dubaï ainsi qu'un séminaire national au mois de juin et enfin plusieurs séminaires en région sur fin novembre. Ces événements sont primordiaux dans la vie de notre Club, en réunissant les adhérents, nous offrons d'agréables moments d'échanges combinant travail et convivialité.

Nos objectifs sont toujours de faire progresser le Club avec une progression du chiffre d'affaires et l'adhésion de nouveaux membres.



2 questions au responsable du réseau **Laurent Nogrette**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Il y en a eu deux :

- Les réouvertures de nouveaux centres en France après la période difficile liée à la mise en place de la réglementation sur la pose de film sur les vitres avant des véhicules (vitres teintées).
- La 1^{re} ouverture à l'export, en Côte d'Ivoire.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Poursuivre le redéploiement du réseau.

1 question à un nouvel adhérent **Jean-Marc Tayet, à Ormesson-sur-Marne (94)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Il est vrai que j'ai rejoint Glastint à l'origine pour les activités liées à l'automobile, mais je me suis aperçu qu'il était vraiment dommage de ne pas intégrer pleinement la franchise en proposant toutes ses activités ! Le secteur du bâtiment possède un très fort potentiel de développement, et il a le mérite de ne pas être saisonnier ! Et c'est vrai que, étant donné que l'activité bâtiment est centrée vers le B-to-B, l'enseigne nous soutient beaucoup dans cette démarche, à travers le responsable grands comptes bâtiment et les franchisés grands comptes Bâtiment. J'ai déjà des chantiers de prévus alors que je n'ai pas encore débuté ma prospection commerciale !



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2001

Description du réseau : Réseau reconnu historiquement comme leader des vitres teintées en France, la franchise Glastint est désormais un acteur incontournable des secteurs Automobile (remplacement de pare-brise notamment) et Bâtiment (fourniture et pose de films pour vitrages / isolation, décoration, sécurité et santé).

Type de contrat : contrat de franchise

Durée du contrat : 5 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Posséder un sens commercial aigu, le goût d'entreprendre et de conquérir de nouveaux marchés sont les premières qualités demandées à un franchisé Glastint. Bien entendu, la volonté d'apporter un service de qualité à ses clients, une aptitude à dynamiser une petite équipe et la capacité à gérer son entreprise sont les garants de la réussite du franchisé Glastint.

Affilié au groupe industriel : Non

Nombre de magasins au sein du réseau : 64

Nombre d'implantations en 2019 : 9

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : 10 272 041 € (2018)

CA HT d'une implantation après 2 ans : 190 000 €

Droits d'entrée du réseau : à partir de 12 000 €

Redevance d'exploitation : 5 %

Redevance publicitaire : 2 %

Date de la prochaine convention nationale : Fin septembre ou début octobre 2020

Lieu de la prochaine convention : Séville

CONTACTS

Dirigeant : Nicolas Guiselin

Directeur ou animateur réseau : Jean-Paul Mellet

Directeur développement : Laurent Nogrette

COORDONNÉES

Adresse : 4, rue Joseph Bressan - MC 98000 Monaco

Tél : +377 93 25 82 00

Email : developpement@glastint.com

Site internet : www.glastint.com

Facebook : www.facebook.com/glastint/

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/433453>

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Formations, assistance à l'ouverture, animation, bureau d'études bâtiment, communication.

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Dalle numérique, Présentations commerciales, Roll up, sticker, bâches, oriflamme, tract rendez-vous, dépliant, flyers, affiches, papeterie, nuancier, livrets, catalogues, pochettes, etc.

Fréquence des visites des animateurs : Tous les 6 mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Politique de référencement web, offres promotionnelles, achat d'espaces, demandes de devis entrant sur notre site internet (en moyenne, un centre Glastint reçoit 480 demandes de devis par an).

Cible des campagnes de communication : Auprès du grand public ainsi que des professionnels

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : techniques, commerciales et technico-commerciales (initiales et continue)

École de formation : Non

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : News journalières, Intranet, Commissions, formations, etc.

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non

Benchmark financier au sein du réseau : Oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : Oui

Normes architecturales à respecter : Oui

Part minimum de produits du réseau à commander : 100 %

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2008
Description du réseau : Réseau d'installateurs de portails et de clôtures en aluminium
Type de contrat : Accord de partenariat avec distribution exclusive
Durée du contrat : 5 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Pas de profil spécifique, possibilité d'accompagner des structures existantes ou des créations d'entreprise
Affilié au groupe industriel : Tschoeppé Industrie
Nombre de magasins au sein du réseau : 60
Nombre d'implantations en 2019 : 11
Nombre d'adhérents RGE : /
CA HT global du réseau : 8 M€ en 2018
CA HT d'une implantation après 2 ans : 350 000 €
Droits d'entrée du réseau : 2 500 €
Redevance d'exploitation : /
Redevance publicitaire : 3,5 % du CA Achat
Date de la prochaine convention nationale : Mai 2020
Lieu de la prochaine convention : Alsace

CONTACTS

Dirigeant : Philippe Tschoeppé
Animateur réseau : Philippe Tschoeppé

COORDONNÉES

Adresse : 2 rue Lavoisier - 67720 Hoerdtsheim
Tél : 03 90 64 26 31
Email : contact@tschoeppé.fr
Site internet : www.tschoeppé.fr/
LinkedIn : https://fr.linkedin.com/company/tschoeppé-industrie
Facebook : www.facebook.com/TSCHOEPEINDUSTRIE/
Twitter : https://twitter.com/tschoeppéind?lang=fr
Instagram : www.instagram.com/le_portail_alu_tschoeppé/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui - Le « Parcours Tschoeppé »
Aide des nouveaux adhérents pour : l'analyse marché, conception et agencement du magasin, publicité locale, recrutement, ...
Formation des nouveaux adhérents : Formation commerciale (avec certification Afnor), formation de management, formations techniques (métrage, pose, automatismes, logiciel de chiffrage et d'intégration 3D,...)

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Portails d'exposition,
Outils d'aide à la vente : présentoirs pour documentations, teintes, tôles découpées, vitrages, meuble à accessoires, mallette de démonstration, ...
PLV diverses : beachflag, kakémono, goodies, flyers, panneaux de chantier...
Fréquence des visites des animateurs : toutes les 6 semaines

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Campagne de publicité nationale TV (France Télévision et BFM) + Web
Cible des campagnes de communication : Propriétaires de maison individuelle, + de 35 ans, CSP+
Personne/service dédié à la communication : Équipe marketing interne composée de 2 personnes

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposées : Formation commerciale (avec certification Afnor), formation de management, formations techniques (métrage, pose, automatismes, logiciel de chiffrage et d'intégration 3D,...)
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Serveur partagé
Réunions régionales : Oui, 2 x par an
Convention nationale : Oui, 1 par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : Non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Non
Normes architecturales à respecter : Oui (Bâtiment de France)
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions à l'animateur réseau Nord-Ouest **Matthieu Schaefer**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

2019 fut l'année de lancement de notre nouvelle collection de portails design, nommée : Linéo Life. Ce modèle répond parfaitement à la demande actuelle du marché : un portail plein, avec des lames larges de 27 cm et personnalisable grâce à un insert décoratif découpé. Comme toutes nos collections, les portails Linéo Life sont déclinables en portails battants, coulissants et autoportants et disposent d'une clôture assortie. L'engouement pour cette nouvelle collection nous laisse présager un bel avenir !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Notre principal projet pour 2020 est le développement de notre réseau Relais Confiance. Notre objectif est de doubler le nombre de partenaires d'ici 5 ans afin d'avoir une couverture nationale optimale. Nous serons donc présents sur les salons Artibat et Equipbaie afin de repérer les entreprises souhaitant développer leur activité "Portail" ou de proposer notre accompagnement aux créateurs d'entreprise, novices dans le domaine de la menuiserie extérieure. En parallèle, nous renforçons notre présence auprès de nos partenaires dans le but d'augmenter leur part de marché « Portail ». Cette progression se fera par le biais d'actions ciblées, telles que l'accompagnement des vendeurs en RDV, la mise en place de tableaux de bords et d'outils de communication pour le développement de leur notoriété locale.

2 questions à un nouvel adhérent **Arnaud André, société Atout pose à Andelarrot (70)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

J'ai rejoint le réseau Relais Confiance Tschoeppé en début d'année car je souhaitais développer une nouvelle activité : le portail. Je vends déjà de la fenêtre mais j'ai voulu trouver une activité plus rentable pour mon entreprise. Je suis donc parti à la recherche d'un fabricant de portails proposant des produits originaux et qualitatifs mais où le côté humain est également présent. Outre les produits de qualité proposés par Tschoeppé, c'est la dimension familiale qui m'a convaincu. De plus grâce à l'accompagnement et aux différentes formations Tschoeppé, j'ai désormais confiance « techniquement » et « commercialement ». Parti de rien, je suis actuellement à 72K€ de CA.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les différents événements du réseau permettent des rencontres fréquentes entre membres. Chaque partenaire bénéficie d'un secteur exclusif, il n'y a donc aucune concurrence entre nous, ce qui facilite les échanges et les partages au sein du réseau. Les discussions sont franches et sincères. J'ai également eu la chance de pouvoir me former chez un partenaire Relais Confiance pour la partie « pose ». Avant j'étais seul, et maintenant, j'ai vraiment l'impression de faire partie d'une famille.

2 questions au responsable du réseau Alexandre Justo

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le projet le plus marquant de l'année 2019 est sans aucun doute la réalisation du Splash, le restaurant en bord de Seine de Norbert Tarayre situé à Asnières-sur-Seine. Notre partenaire Vitrum Glass, ainsi que l'ensemble de l'équipe CalorGlass, ont œuvré durant la courte période juillet/août pour fabriquer, livrer et installer plus de 20 volumes de très grandes dimensions, particularité marquante de cette référence.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Les principaux objectifs pour cette année 2020 sont non seulement de continuer à développer le réseau (4 nouveaux Experts en 2019), mais également à proposer une offre produit compétitive à l'écoute du marché & des tendances futures, à l'image de notre dernière solution CalorGlass EasyPlug, primée en début d'année par les professionnels du BTP.

2 questions à un nouvel adhérent José Sallot, à Ozoir-la-Ferrière (77)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous avons intégré le réseau des Experts CalorGlass durant l'été dernier. La première raison aujourd'hui est qu'il était nécessaire pour nous de proposer à nos clients des produits à forte valeur ajoutée. CalorGlass s'inscrit parfaitement de la continuité de notre stratégie – un produit high-tech, avant-gardiste positionné « haut-de-gamme » en parfaite adéquation avec les produits commercialisés au quotidien dans nos différents showrooms Maison de Lumière by Technal tels que Art de l'Habitat à Vaires-sur-Marne (77) et Noisy-le-Grand (93), Close2Home à Orsay (91) ou encore BA9 à Montgeron (91).



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Notre adhésion au réseau est encore trop récente pour répondre à cela. Cependant, intégrer le réseau des Experts CalorGlass offre une garantie de visibilité et de la caution, apportée par Riou Glass, marque industrielle française, acteur de référence sur son marché.



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

Type de contrat : Contrat de partenariat commercial

Durée du contrat : 3 ans, renouvelable tacitement

Profil du candidat et compétences nécessaires : Fabricant & poseur de menuiseries/vérandas en contact direct avec le client final. Affinités pour les produits techniques à valeur ajoutée

Affilié au groupe industriel : Riou Glass

Nombre de magasins au sein du réseau : 20

Nombre d'implantations en 2019 : 4

Nombre d'adhérents RGE : 18

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 0 €

Redevance d'exploitation : 330 € par trimestre (assistance technique & commerciale)

Redevance publicitaire : 540 € par trimestre

Date de la prochaine convention nationale : NC

CONTACTS

Dirigeant : Pierre Riou

Directeur ou animateur réseau : Alexandre Justo

COORDONNÉES

Adresse : 423 rue Alfred Luard – Bâtiment E – 14600 Honfleur

Tél : +33 (0)6 45 09 92 20

Email : alexandre.justo@riouglass.com

Site internet : www.calorglass.com

Réseaux sociaux : @calorglass (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube)

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Notice d'installation poseur et électricien

Aide des nouveaux adhérents pour : NC

Formation des nouveaux adhérents : Formation dispensée (organisme datadocké intégré)

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Abaques, fiches d'aide au devis, grille des prix de vente conseillés

Fréquence des visites des animateurs : 2 fois par an minimum

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Campagne nationale digitale et print

Cible des campagnes de communication : Prescription, particuliers, CHR

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Formation commerciale, formation technique, formation habilitation électrique

École de formation : Organisme intégré « datadocké » – RG Academy

Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Entretien téléphonique

Réunions régionales : NC

Convention nationale : NC

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non

Benchmark financier au sein du réseau : Non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Non

Normes architecturales à respecter : Non

Part minimum de produits du réseau à commander : 100 %

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1993
Description du réseau : réseau de concessionnaires indépendants installateurs, s'engageant à réaliser sur-mesure une installation de grande qualité avec des produits d'ouverture et fermeture, étudiés pour mieux aménager l'espace de vie et faciliter durablement la vie de chaque utilisateur
Type de contrat : concession
Durée du contrat : 5 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : 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
Affilié au groupe industriel : Grosfillex
Nombre de magasins au sein du réseau : 110
Nombre d'implantations en 2019 : 4
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : 1 M € en moyenne
Droits d'entrée du réseau : 10 000 €
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : juin 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directeur réseau : Manech Dillinger

COORDONNÉES

Adresse : rue de Lac - 01100 Arbent
Tél : 06 60 06 25 15
Email : mdillinger@grosfillex.com
Site internet : www.grosfillex.com
Réseaux sociaux :
 Facebook : Grosfillex Group
 LinkedIn : www.linkedin.com/company/9183332/
 Instagram : #grosfillexgroup
 Pinterest : www.pinterest.fr/GrosfillexFr/
 Youtube : Chaîne Grosfillex

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : la recherche d'un local, la conception d'un magasin, l'étude de marché, le choix des produits, le dossier de financement
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites d'animateurs, application, formation, mailings, emailings, brochures, flyers, PLV
Fréquence des visites des animateurs : plus d'une fois par trimestre

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : sponsoring émission TV & campagnes digitales quotidiennes, kit de communication pour relais local, réseaux sociaux
Cible des campagnes de communication : propriétaires + 35 ans
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, technique / métier, aide à la vente, gestion financière, cession/transmission
École de formation : non
Solution BIM : non applicable

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, commissions par thème, conventions régionales, convention nationale
Réunions régionales : oui 2 fois par an
Convention nationale : oui 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 75 %

2 questions au directeur du réseau Manech Dillinger

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La refonte de notre approche industrielle et commerciale axée sur l'unique matériau qu'est le PVC. Nous lancerons, de fait, en novembre 2019 notre première gamme frappe aluminium. Un investissement important et un atelier industriel totalement pensé pour une performance accrue. Une volonté de proposer à notre réseau des produits uniques et différenciants.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

La modernisation de notre outil industriel et de façon concomitante l'arrivée de notre nouvelle menuiserie PVC. Un dynamisme de nos recrutements, une refonte de nos showrooms pour une reconquête des points de vente physiques, une nouvelle approche média et communication, de nouvelle gamme aluminium. Un réseau qui dynamise son approche commerciale.

2 questions à un nouvel adhérent Grégoire Simon, à Lescar (64)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Depuis mon ouverture début mars, la marque Grosfillex a une telle force qu'elle m'apporte aussitôt de la notoriété et l'image de produits de très bonne qualité. Quant à l'équipe support, mon animateur réseau assure un suivi régulier et une présence constante au magasin ou par téléphone et les équipes ADV sont très disponibles.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Une communication avant tout pour un échange d'expériences, de conseils de travail avec d'autres concessionnaires, puiser des idées et voir comment en adapter certaines à mon propre point de vente.

Le Scan



PROSPERENCES
Prenez l'avantage !

39 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
56 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
49,2 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	33%		> 40 000
	15%		de 30 000 à 40 000
	04%		de 20 000 à 30 000
	31%		de 10 000 à 20 000
	18%		< 10 000

2 questions au responsable du réseau Sylvie Thevenot

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La vidéo d'entreprise sur-mesure est un nouveau service offert à nos clients depuis 2018. Nos partenaires ont pu équiper leurs showrooms avec des panneaux de démonstration pour présenter les nouveaux produits Liveln2 et Autosun2. Cet outil a rencontré un vif succès puisque déjà 5 vidéos ont été tournées et produites au cours de l'année.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2020, nous souhaitons déployer à d'autres Partners nos services créés en 2018, comme la formation d'aide à la vente, et la réalisation des films institutionnels de nos clients. De nouveaux services seront également proposés, encore plus tournés vers le digital.

2020 sera aussi consacrée à une nouvelle brochure pédagogique à destination des installateurs, qui permettra à nos partenaires de mieux expliquer leurs solutions.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2007

Description du réseau : Réseau de partenaires fabricants et assembleurs de volets roulants et fermetures commerciales.

Type de contrat : NC

Durée du contrat : NC

Profil du candidat : clients de la marque Simu souhaitant bénéficier d'un accompagnement et de services personnalisés et s'engageant à promouvoir la marque Simu.

Affilié au groupe industriel : Simu SAS

Nombre de magasins au sein du réseau : NC

Nombre d'implantations en 2019 : NC

Nombre d'adhérents RGE : 120

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance annuelle d'exploitation : NC

Redevance annuelle publicitaire : NC

Date de la prochaine convention nationale : mai 2020

Lieu de la prochaine convention : à confirmer

CONTACTS

Responsable Réseau : Pascal Rosé

Animateur réseau : Sylvie Thevenot

COORDONNÉES

Adresse : Simu SAS, ZI Les Giranaux, 70100 Gray

Tél : 03 84 64 75 00

Email : simupartner@simu.com

Site internet : www.simu.fr

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : le choix des produits

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : formation, mailings, emailings, brochures, flyers, PLV

Fréquence des visites des animateurs : plus d'1 par trimestre

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : publicité sur internet, réseaux sociaux (facebook, instagram)

Cible des campagnes de communication : campagnes BtoB

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : produits, technique/métier, aide à la vente

École de formation : oui

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : commissions par thème

Réunions régionales : non

Convention nationale : 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE/GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession/ transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2001

Description du réseau : Distributeurs Internorm implantés dans toute la France, réseau de menuisiers poseurs indépendants

Type de contrat : contrat de distribution en partenariat (concession)

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

Profil du candidat et compétences nécessaires : entrepreneur dans l'âme, fibre technique et commerciale

Affilié au groupe industriel : Internorm International

Nombre de magasins au sein du réseau : 200 adhérents y compris les constructeurs avec 150 points de vente

Nombre d'implantations en 2019 : 20

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : 23 M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : du 11 au 13 octobre 2019

Lieu de la prochaine convention : La Rochelle

CONTACTS

Dirigeant : Thierry Geissler

Directeur et animateur réseau : Maxime Picard

COORDONNÉES

Adresse : 10 rue Alcide de Gasperi

Tél : 03 89 31 68 10

Email : sausheim@internorm.com

Site internet : www.internorm.fr

Réseaux sociaux : www.linkedin.com/company-beta/18040121

www.facebook.com/Internorm.France

twitter.com/internormfrance

www.instagram.com/internormfrance

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non

Aide des nouveaux adhérents pour : la conception du magasin et la publicité locale

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : catalogues produits, logiciel Prodevis, configurateur technique ISS, documents techniques, angles et coupes

Fréquence des visites des animateurs : autant que nécessaire

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 2 campagnes nationales en mars/avril et en sept/octobre avec spot TV sur M6 et France 2

Cible des campagnes de communication : Notre cible est le client particulier qui souhaite changer ses fenêtres ou construire

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : nous proposons des formations sur les produits, sur la technique, le commerce, la vente et l'informatique

École de formation : non

Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : nous mettons à disposition un extranet, le "first window portal", permettant aux distributeurs de télécharger et d'avoir accès à tous types d'informations : technique, marketing, communication, commercial.

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui une par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : aucune contrainte

2 questions au responsable du réseau Maxime Picard

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Une deuxième année de campagne TV sur France Télévisions au mois de mars et octobre, afin d'asseoir la marque et de pouvoir transmettre des contacts à l'ensemble du réseau participant au plan de communication Internorm.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Le développement pour 2020 passera forcément par un accroissement du nombre de distributeurs, de façon à densifier le réseau et d'apporter un réel service de proximité aux clients finaux.

2 questions à un nouvel adhérent Mickael Levy, Style Fenêtres à Geispolsheim (67)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Dans mon cas, où il s'agissait d'une création d'entreprise, l'accompagnement d'Internorm a été précieux au travers notamment de l'apport de contacts qualifiés, de la mise à disposition des supports marketing et publicité mais aussi d'un appui technique et commercial, ou encore la mise à disposition d'éléments pour le showroom.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les échanges sont possibles lors de formations au siège mais également lors des conventions annuelles. Cela permet d'avoir des retours du terrain dans les différentes régions et d'obtenir de précieux conseils pour la pérennité de son entreprise. Le commercial Internorm m'apporte aussi l'expertise des autres distributeurs du réseau.

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

51 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
72 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
47,3 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	23%	■	> 40 000
	09%	■	de 30 000 à 40 000
	10%	■	de 20 000 à 30 000
	30%	■	de 10 000 à 20 000
	28%	■	< 10 000

2 questions au responsable du réseau Eddy Tami

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le lancement de notre nouveau site Internet, des nouveautés produits aluminium et de nouveaux partenariats avec des fournisseurs de premier plan pour les menuiseries, une nouvelle gamme de poêles à granulés étanches pour l'activité Énergies, la mise en place d'une nouvelle charte showroom « Start » pour tous nos nouveaux magasins et nos magasins secondaires, un magasin pilote en Ile-de-France pour accompagner nos concessionnaires et former nos équipes...



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'année 2019 sera une année de développement pour le réseau Isofrance Fenêtres et Énergies sur le terrain en augmentant notre nombre de concessionnaires, mais également en pérennisant la dynamique mise en place afin d'augmenter la croissance de l'ensemble de nos adhérents. Nos nouveaux magasins continuent leur croissance depuis leur intégration. Cela nous conforte dans l'idée que nous partageons avec tous les membres de notre réseau : des produits de qualité, de fabrication 100 % française, posés par des professionnels de la rénovation pour devenir l'interlocuteur unique de l'enveloppe de l'habitat auprès des particuliers. Nos objectifs 2020 s'inscrivent dans la pérennisation de ce développement, nous allons continuer à ouvrir de nouveaux magasins, intensifier notre communication et notre dynamique commerciale multi-produits sur le Web et le digital.

2 questions à un nouvel adhérent Romain et Thomas Moreno, à Châlons-en-Champagne (51)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Un soutien commercial avec une présence soutenue les premiers mois de notre installation : l'animateur technico-commercial nous a épaulés lors de semaines d'actions commerciales complètes. Un accompagnement technique également avec des formations produits théoriques et pratiques, ou formations au logiciel de chiffrage et enfin marketing avec la mise en place de nos outils de communication locale et l'organisation d'opérations commerciales fortes comme les Portes ouvertes nationales. Nous avons apprécié la réactivité et la disponibilité des différents interlocuteurs, et la possibilité de proposer une très large gamme de menuiseries et fermetures de qualité à nos clients est un avantage concurrentiel fort !



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

La possibilité d'échanger et de partager avec les autres concessionnaires lors d'une Journée d'échanges régionale par exemple, ceci sur de nombreux sujets où souvent l'un d'entre nous a essuyé les plâtres. On évite donc les pièges, on gagne du temps et on apporte immédiatement des réponses fiables à nos équipes. Grâce à ce partage d'expériences, nous avons des réponses précises et des exemples concrets que nous pouvons dupliquer ou adapter à notre point de vente, à nos équipes de pose ou à nos problématiques commerciales. Lors des premiers mois de notre activité, où tout s'enchaîne et va très vite, cela nous a rassurés et parfois aidés à nous canaliser aussi !

Le Scan PROSPÉRANCES® Prenez l'avantage !

26 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
34 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
46,5 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	33%		> 40 000
	15%		de 30 000 à 40 000
	15%		de 20 000 à 30 000
	23%		de 10 000 à 20 000
	15%		< 10 000



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2005

Description du réseau : Réseau national de Magasins dédiés à l'enveloppe thermique de l'habitat des particuliers, Menuiseries et Solutions de Chauffage ENR

Type de contrat : Concession

Durée du contrat : 5 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Bonnes compétences commerciales auprès des particuliers. Volonté de devenir chef d'entreprise, dynamique et ambitieux, souhaitant monter une équipe à manager. 80 % des candidats qui nous rejoignent, ne connaissent pas notre secteur d'activité.

Affilié au groupe industriel : Groupe Atria

Nombre de magasins au sein du réseau : 43

Nombre d'implantations en 2019 : 5

Nombre d'adhérents RGE : tous

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : 800 K€

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : aucun

Redevance publicitaire : 950 € HT / mois

Date de la prochaine convention nationale : NC

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Frédéric Feraud

Animateur réseau : Eddy Tami

COORDONNÉES

Adresse : 41 Route de Malesherbes - 45390 Puiseaux

Tél : 02 38 33 37 36

Email : contact@isofrance.fr

Site internet : www.isofrance-fenêtres-energies.fr

Réseaux sociaux : www.facebook.com/ISOFRANCEFenêtresEnergies/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : aide à la réalisation du Business Plan et du Plan de Financement, stage en magasin pilote, aide à la recherche du local et agencement, aide à la mise en place communication locale

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites animateur et direction commerciale, aide au pilotage de la performance commerciale, documentations, catalogues et objets publicitaires, PLV, flyers,...

Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par semaine pendant les 6 premiers mois / 1 fois par mois après

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne Adwords, présence digitale appuyée avec lancement d'un nouveau site internet, réseaux sociaux, publicité TV, publicité sur internet

Cible des campagnes de communication : campagne B to C

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : 3 semaines de formation dirigeant dont 2 semaines théoriques (technique produits, commercial, administratif, marketing, management) + 1 semaine terrain (magasin pilote, commerce, pose)

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Intranet, Commissions nationales, Comités de pilotage thématiques,

Réunions régionales : Oui, Journées d'échanges Régionales,

Convention nationale : Oui, 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : conditions d'achat préférentielles directement négociées auprès des fournisseurs référencés

Normes architecturales à respecter : charte signalétique extérieure magasin et agencement intérieur showroom

Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1995
Description du réseau : le Réseau Securistes de France rassemble les installateurs experts de la sécurité et du confort.
Type de contrat : adhésion
Durée du contrat : 1 an
Profil du candidat et compétences nécessaires : Société comptant entre 5 et 30 salariés, spécialistes de la fermeture, de la sécurité et du confort de l'habitat.
Affilié au groupe industriel : Non
Nombre de magasins au sein du réseau : 190
Nombre d'implantations en 2019 : 7
Nombre d'adhérents RGE : 146
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 160 €
Redevance d'exploitation : Non
Redevance publicitaire : Non
Date de la prochaine convention nationale : 21 au 24 mai 2020
Lieu de la prochaine convention : Majorque (Espagne)

CONTACTS

Président : Olivier Rudler
Directeur Réseau : Cédric Boudry

COORDONNÉES

Adresse : 22 Grande Rue 92310 Sèvres
Tél : 01 45 07 93 30
Email : accueil@securiste.com
Site internet : www.securiste.com
Réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Remise du Kit du nouvel adhérent
Aide des nouveaux adhérents pour : Audit de leur société, marketing direct et service de communication
Formation des nouveaux adhérents : les formations sont organisées par les fournisseurs-partenaires du Réseau Securistes de France

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Mise en place d'opérations commerciales 6 fois par an avec les fournisseurs-partenaires du Réseau
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Campagne de mailing/Envoi d'un magazine interne/Opération commerciale
Cible des campagnes de communication : Dirigeants / fournisseurs
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : En cours de création
Formation(s) proposée(s) : Tutoriel Commercial et Technique sur la pose d'un portail
École de formation : Non
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Rencontres régionales, magazines internes, Interviews vidéo, newsletters
Réunions régionales : Oui, une fois tous les deux mois
Convention nationale : Oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui, via un fournisseur-partenaire
Benchmark financier au sein du réseau : Oui, via un fournisseur-partenaire
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui, via un fournisseur-partenaire

ACHATS

Centrale d'achats : Oui
Normes architecturales à respecter : Non
Part minimum de produits du réseau à commander : 100 000 €

2 questions au directeur du réseau Cédric Boudry

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Conscient de l'importance de la communication dans les entreprises du réseau nous avons mis en place un service de communication dédié ! Logos, plaquettes commerciales, flyers, tapis personnalisés, cartes de visite, tout est possible avec le Réseau Securistes. Avec ce nouveau service, ils sont accompagnés et conseillés dans tous leurs projets graphiques.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2020, nous fêtons les 25 ans du Réseau Securistes de France ! Pour cette année, nous avons établi une véritable stratégie de communication afin de marquer les esprits des Securistes et de nos futurs adhérents. Notre objectif est de déployer et consolider notre notoriété auprès de nos cibles.

2 questions à un nouvel adhérent Isabelle Tuquet, société A2P Tuquet à Chaumont-en-Vexin (60)



Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Je me suis décidée à intégrer le réseau pour plusieurs raisons, notamment le fait de sortir de mon isolement d'entrepreneur, le partage de connaissances et d'expériences. J'ai récemment assisté à un événement du réseau Securistes qui présentait les stores du fabricant KE France. J'ai ainsi pu découvrir de nouveaux produits et rencontrer des Securistes. L'ambiance était conviviale dans un cadre agréable.

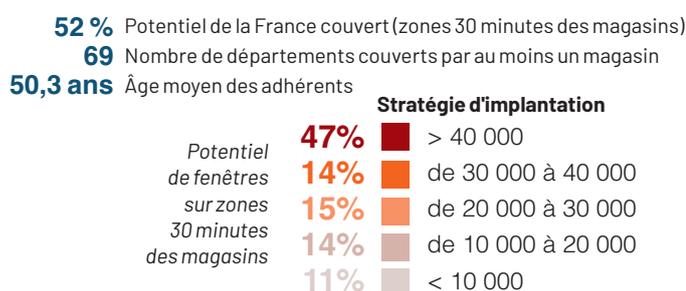
En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Je n'ai pas encore beaucoup de recul, car adhérent depuis janvier 2019, mais il me semble que les événements du réseau sont dynamiques et sérieux ! Ils répondent toujours présents et sont réactifs. Je suis ravie de mon adhésion !

Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !



2 questions à la responsable du réseau **Sandrine Garcia**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Dans l'optique d'un dynamisme commercial renforcé à travers notamment une marque plus forte vis-à-vis du consommateur, nous avons mis en place des outils aux niveaux national et local. Nous avons organisé pour la première fois une campagne radio pour le réseau. C'est un projet très fédérateur car tous les adhérents peuvent eux-mêmes entendre la publicité et cela procure un sentiment de fierté d'obtenir ce type de visibilité auprès du grand public. Au niveau local, des outils digitaux pour améliorer la visibilité de leurs points de vente ont été mis en place.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, nous avons deux objectifs. Celui de rester un réseau agile qui comprend les nouveaux enjeux et prenant le virage du digital. Concrètement, nous mettrons l'accent sur le « World of Reynaers », notre application numérique d'aide à la vente qui permet aux particuliers de visualiser en 3D les fonctionnalités de nos systèmes et ce, de manière très immersive. Même si le digital est incontournable, nous concentrerons également nos efforts sur notre offre très large de menuiseries haut de gamme pour le segment du résidentiel.

2 questions à un nouvel adhérent **Cyrille Carret, à Bourg-de-Péage (26)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau nous aide à mieux répondre aux demandes du marché du résidentiel. Le secteur de la véranda et ses exigences réglementaires (RT2020) évoluent rapidement. Nous avons été accompagnés dans le développement de notre offre produit adaptée à ce marché. Par ailleurs, nous profitons de la génération de leads Reynaers. Nous travaillons à la transformation de ces leads en projets mais la position d'apporteur d'affaire du réseau Reynaers est un vrai plus pour notre activité commerciale.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous avons l'occasion de nous rencontrer et d'échanger sur nos problématiques plusieurs fois par an. Ce qui est intéressant dans cette démarche, c'est la création de synergies entre les membres du réseau. Nous pouvons profiter des complémentarités entre les différentes activités des menuisiers pour nous développer. Cela permet un enrichissement mutuel.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2004
Description du réseau : Réseau de fabricants installateurs indépendants de menuiseries et vérandas aluminium
Type de contrat : Partenariat
Durée du contrat : 1 an par tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Tous les adhérents doivent être des professionnels qualifiés
Affilié au groupe industriel : Reynaers Aluminium
Nombre de magasins au sein du réseau : 52
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : 44
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 2 000 €
Redevance d'exploitation : 3 000 €
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : NC
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Richard Clavier
Directeur ou animateur réseau : Sandrine Garcia

COORDONNÉES

Adresse : 1, rue Victor Cousin - 77127 Lieusaint
Tél : 01 64 13 85 95
Email : info.france@reynaers.com
Site internet : www.reynaers-particulier.fr/
Réseaux sociaux : www.facebook.com/ReynaersFR/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : implantation showroom, plan personnalisé de communication et marketing sur la zone de chalandise
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : e-mailings, brochures, flyers, affiches, maquettes, PLV
Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : campagne radio et digitale
Cible des campagnes de communication : particuliers
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : Formation produits, Formation aide à la vente (digital, dessin, commerciale, management)
École de formation : oui
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : convention nationale, conventions régionales, commission marketing
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2009
Description du réseau : leader de la réparation et de la modernisation de stores et de volets roulants toutes marques
Type de contrat : Franchise
Durée du contrat : 6 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : pas de profil ni de compétences particulières demandés
Affilié au groupe industriel : non
Nombre de magasins au sein du réseau : 242
Nombre d'implantations en 2019 : 231
Nombre d'adhérents RGE : 0
CA HT global du réseau : 45 millions d'euro
CA HT d'une implantation après 2 ans : 140K€
Droits d'entrée du réseau : 20 000 €
Redevance d'exploitation : Concept : 4 % du CA mensuel (avec plancher de 300 € HT) - Formation : 150 € HT/mois
Redevance publicitaire : Communication : 300 € HT/mois
Date de la prochaine convention nationale : 26 septembre 2019
Lieu de la prochaine convention : Marrakech

CONTACTS

Dirigeant : Guillaume Varobieff

COORDONNÉES

Adresse : Parc Marcel Dassault
 325 rue Henri Farman 34430 Saint Jean de Védas
Tél : 04 67 07 30 00
Email : guillaume.varobieff@reparstores.com
Site internet : www.reparstores.com
Facebook : www.facebook.com/ReparstoresOfficiel
LinkedIn : www.linkedin.com/company/repar%27stores/?originalSubdomain=fr

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Oui
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Oui
Fréquence des visites des animateurs : 4 visites annuelles

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Plusieurs campagnes de communication TV sur les grandes chaînes (TF1, France 2, France 3, M6 et BFM TV) pour ancrer le réflexe Repar'stores chez le grand public.
Cible des campagnes de communication : grand public
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : une formation initiale de six semaines et trois sessions annuelles de formation continues autour de diverses thématiques : techniques, commerciale, management, etc.
École de formation : oui
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Commissions et intranet
Réunions régionales : oui, 2 par an.
Convention nationale : oui, 1 par an.

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : oui

2 questions au responsable du réseau
Guillaume Varobieff

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Avec un passage de 35,6 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018 à 45 millions d'euros en 2019 ainsi qu'une croissance de 30 % chaque année, Repar'stores poursuit son développement. À ce titre, soucieux d'apporter toujours plus d'outils à nos franchisés dans leur forte croissance, nous avons créé un service de « Call center », permettant, notamment, de centraliser les appels téléphoniques des prospects et clients et de favoriser la réactivité des franchisés : prise d'appels entrants et sortants, planification de l'agenda des franchisés, validation des devis, etc. Ce service, appelé « Pôle planification », comporte 10 collaborateurs et devrait représenter 30 collaborateurs à terme.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nos principaux projets 2020 sont les suivants :
 - Nous continuons notre campagne TV avec 6 mois de présence sur TF1, M6, BFM TV, France télévision pendant le tour de France.
 - Nous poursuivons et amplifions notre engagement RSE initié en 2018. Repar'stores est écologique par essence : réparer au lieu de changer. En 2020 nous aurons réduit la production de déchets industriels d'environ 1000 tonnes et voulons aller encore plus loin en recyclant nos déchets.
 Quant à notre développement, nous passerons le cap 50 millions d'euros ainsi que celui des 225 agences.

2 questions à un nouvel adhérent
Aurélien Fontez, secteur Massy (91)

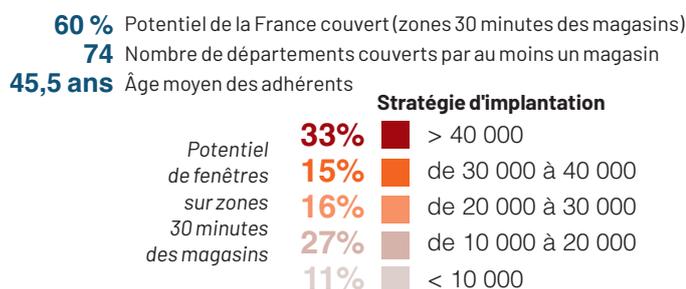
Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau m'a apporté énormément, aussi bien sur le plan professionnel et développement de ma société, que sur le plan humain. Être franchisé Repar'stores, c'est appartenir à une grande et belle famille, proposer des interventions de qualités à des prix intéressants, et ça, le client le ressent, ça fait toute la différence.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

L'expérience de mes collègues franchisés me suit depuis que j'ai intégré le réseau, d'abord avec une formation qui m'a permis d'acquérir des compétences diverses pour les métiers du volet et de chef d'entreprise. Aujourd'hui mes collègues franchisés et moi nous entraînons naturellement et je peux compter sur toutes les assistances qu'offre la franchise, aussi bien techniques qu'administratives.



2 questions au responsable du réseau Julien Maliar

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Pour la 1^{re} fois, nous avons participé à la Foire de Paris avec un de nos installateurs agréés ainsi qu'à la Foire de Lyon avec 4 autres IAP de la région lyonnaise. Ces deux opérations ont été une réussite, en particulier la Foire de Paris pendant laquelle notre nouveau stand a connu un énorme succès. Par ailleurs, suite à l'acquisition de la société Elliott, nous avons invité nos Installateurs Agréés à venir visiter l'usine basée à Torcy. Cela leur a permis de découvrir cette activité qui enrichit notre offre de portes blindées et de solutions de sécurité : la fabrication de blindage de portes. Autre événement marquant cette année pour une entreprise comme Picard Serrures : nous avons sponsorisé la finale de la Ligue des Champions qui s'est tenue le 1^{er} juin. L'occasion pour nous de dévoiler en exclusivité notre nouveau spot publicitaire aux téléspectateurs de BFM TV.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Suite au succès de la Foire de Paris et de la Foire de Lyon, nous serons à nouveau présents à ces événements. En termes de développements produits, nous lancerons une nouvelle gamme de cylindres de haute sécurité et notre cylindre mécatronique Tapkey, jusque-là uniquement disponible sur certaines portes blindées A2P BP1, sera proposé à l'unité chez nos Installateurs Agréés. Pour booster la présence et la visibilité de nos IAP sur les réseaux sociaux, nous allons recruter une personne dédiée chez Picard Serrures qui aura pour mission d'alimenter régulièrement les pages Facebook et comptes Google Business que nous gérons pour eux. Mais 2020 sera aussi une année anniversaire pour Picard Serrures puisque nous fêterons les 300 ans de l'entreprise.

2 questions à un nouvel adhérent Kevin HOBAB, magasin ACDS à Paris (7^e)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Picard Serrures nous a apporté de la notoriété et un savoir-faire. On nous apprend techniquement à poser les produits et à les maîtriser commercialement. De grandes enseignes réputées sur Paris nous font aujourd'hui confiance, et nous confient de beaux chantiers car nous sommes Installateurs Agréés Picard Serrures. Notre chiffre d'affaires a doublé en 1 an et nous avons connu un véritable succès pour notre 1^{re} foire de Paris à laquelle nous étions présents avec Picard Serrures.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Avec les autres installateurs, nous nous sommes rencontrés lors du rassemblement des Installateurs de la région parisienne. Cela nous permet de connaître, d'écouter les confrères pour évoluer, et surtout de pouvoir nous dépanner si nous sommes en rupture sur un produit. Cela nous permet aussi de mieux maîtriser certains produits électriques et électroniques, par exemple.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1998
Description du réseau : serruriers installateurs agréés, spécialistes de la haute sécurité (Portes blindées, blindage et serrures anti-effraction certifiées A2P, Portes techniques anti-effraction certifiées A2P, Portes de Hall, Cylindres mécaniques et mécatroniques)
Type de contrat : contrat d'agrément
Durée du contrat : 1 an reconductible tacitement
Profil du candidat et compétences nécessaires : au moins 5 ans d'expérience en tant que serrurier
Affilié au groupe industriel : SFPI
Nombre de magasins au sein du réseau : 183 magasins
Nombre d'implantations en 2019 : 7
Nombre d'adhérents RGE : 60
CA HT global du réseau : 20 millions d'euros
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : annuelle (2 % du CA Picard Serrures)
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Thierry Delaume
Animateur réseau : Julien Maliar

COORDONNÉES

Adresse : 20 rue Henri Barbusse - 80210 Feuquières-en-Vimeux
Tél : 03 22 60 27 40
Email : contact@picard-serrures.com
Site internet : www.picard-serrures.com
LinkedIn : https://fr.linkedin.com/company/picard-serrures
Facebook : www.facebook.com/PicardSerrures
Twitter : https://twitter.com/PicardSerrures
Youtube : www.youtube.com/user/PicardSerrures
Pinterest : https://it.pinterest.com/PicardSerrures

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : l'étude de marché, la recherche de local et la conception du magasin
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : oui, en plus du plan marketing 2020 mis en place, nous mettons désormais à la disposition des IAP « My Pricer », un logiciel de chiffrage et de commande pour nos portes.
Fréquence des visites des animateurs : a minima 1 fois par mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : campagne radio nationale, référencement web, gestion des contacts, presse nationale et locale, animation terrain
Cible des campagnes de communication : particuliers
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : 5 modules de formation à l'usine (produits, techniques de vente, référencement, pose de produits et techniques d'ouverture)
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui, grâce à la création sur Facebook d'un groupe privé dédié à nos Installateurs Agréés où ils peuvent échanger des conseils et partager leurs retours d'expériences
Réunions régionales : oui, les prochaines auront lieu les 19, 20 et 21 novembre 2019 à Lyon, Marseille, Bordeaux
Convention nationale : oui, la 1^{re} se tiendra en 2020

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui, les IAP doivent respecter la charte enseigne Picard Serrures pour la façade de leur magasin
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : septembre 2012
Description du réseau : Concessionnaires spécialisés dans la distribution et l'installation de vérandas, extensions, pergolas, abris de piscine et de terrasse en aluminium
Type de contrat : Contrat de concession
Durée du contrat : Loi Dubin -3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel issu du bâtiment, confirmé dans son activité et ayant des qualités d'entrepreneur et de développeur.
Affilié au groupe industriel : groupe Gustave Rideau
Nombre de magasins au sein du réseau : 78
Nombre d'implantations en 2019 : 3
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : 1,4 millions d'euros minimum
Droits d'entrée du réseau : 15 000€ HT
Redevance annuelle : 21600€ + 1% du chiffre d'affaires
Date de la prochaine convention nationale : janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Gustave Rideau
 Directeur général : Bernard Cousin

COORDONNÉES

Adresse : Acti Est / Parc Eco 85-1/ Route de Beautour / CS 70003 / 85036 La Roche sur Yon cedex
Tél : 02 51 36 62 62
Email : concessionnaire@alu-rideau.fr
Site internet : www.verandarideau.com
Réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, LinkedIn

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : l'étude de marché, la recherche d'un local, le dossier de financement, la conception du point de vente et la communication locale. Accompagnement sur les ventes, sur les métrés et sur les suivis de chantiers
Formation des nouveaux adhérents : oui, formation initiale à la pose et aux techniques de vente

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : oui
Fréquence des visites des animateurs : 4 à 5 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : oui 4 opérations nationales avec TV
Cible des campagnes de communication : grand public
Personne/service dédié à la communication : oui, service de 5 personnes

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposées(s) : techniques de vente, pose, communication et outils d'aide à la vente.
École de formation : oui
Solution BIM : Cover

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
 Réunions régionales : NC
 Convention nationale : NC

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Evaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : 80%

2 questions au directeur du réseau Bernard Cousin

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Les concessionnaires se sont parfaitement appropriés la large gamme de produits outdoor désormais proposée par notre marque : vérandas, extensions, abris de piscine, abris de terrasse, pergolas et préaux.

Je considère que l'accès à ces produits supplémentaires permet d'augmenter le CA des concessionnaires de 20 %, cette évolution rendant également plus pertinent le business model du réseau de concession et la rentabilité des points de vente, le retour sur investissement étant plus rapide.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Sur le terrain, nous allons déployer plus d'animateurs de réseau pour passer de 2 à 4. L'équipe complète sera en place courant novembre. Cela permettra aux animateurs d'être plus proches des concessionnaires déjà en place et de mailler encore plus le territoire. Notre autre objectif est de donner aux concessionnaires tous les outils leur permettant d'améliorer leurs performances économiques et commerciales.

2 questions à un nouvel adhérent Johan Fontaine, société Delta Vérandas à Barbentane (13)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Faire partie du réseau Veranda Gustave Rideau nous a permis de nous faire connaître davantage et d'attirer de nouveaux contacts clients. Travailler avec une marque reconnue rassure les prospects. Quand nous sommes en opération, nous avons plusieurs contacts téléphoniques de personnes qui ont vu la publicité à la TV ou qui ont reçu les mailings dans leur boîte aux lettres et qui souhaitent travailler avec Veranda Gustave Rideau.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous avons 2 types de communication régulière avec d'autres concessionnaires : sur les projets réalisés et en cours de réalisation et sur les contacts que nous nous échangeons en fonction de nos secteurs géographiques respectifs.



2 questions au responsable du réseau **Jean-Marc Désert**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Avec 5 nouveaux adhérents en 2019 le réseau a passé la barre symbolique des 20 unités au national. Notre projet principal est d'importance : soutien permanent et formation des concessionnaires du réseau.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'année 2020 sera une année de consolidation avec un objectif de 3 à 5 nouveaux adhérents, le renforcement des compétences individuelles, et un plan de communication national ambitieux pour développer la notoriété de la marque Stores de France.

2 questions à un nouvel adhérent **Raphaël Bertholon, à Saint-Étienne (42)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Depuis mes débuts dans le réseau Stores de France, j'ai pu bénéficier d'un accompagnement sur le terrain. Ainsi, pendant plusieurs jours, j'ai pu échanger sur la façon d'exercer au mieux ma nouvelle activité et, en fin d'accompagnement, une liste des axes d'amélioration m'a été remise.

J'ai, depuis, toujours eu la possibilité d'avoir une personne du réseau disponible pour répondre à l'ensemble de mes questions.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Suite à un rendez-vous commercial, j'ai eu un doute sur le produit le plus approprié pour mon client, j'ai alors sollicité les membres du réseau pour leur demander conseil en postant ma demande via notre réseau interne. J'ai obtenu plusieurs réponses de qualité en moins de 5 minutes, impressionnant !

2 questions à un nouvel adhérent **Amaury Morin, à La Roche-sur-Yon (85)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Adhérer au réseau m'a permis de gagner énormément de temps à la mise en place de mon activité, tant sur la partie administrative que commerciale (fournisseurs, fichier prospection, cible, process, outils commerciaux et techniques...). La notoriété du réseau et les outils mis à disposition (catalogue, échantillons, guide de vente) permettent de rassurer les clients et de réaliser des ventes rapidement.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

L'expérience du réseau m'est utile dans mon quotidien (échange tél, réseau de communication interactif interne...) que ce soit sur la partie technique ou commerciale. J'ai pu bénéficier de l'entraide du réseau et c'est ainsi que le concessionnaire de Rennes m'a accueilli dans le cadre d'un chantier de pose de film solaire, ce qui m'a permis de développer mes compétences techniques sur ce produit.

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2009

Description du réseau : Stores de France est un réseau national spécialisé dans la commercialisation de stores sur mesure et solutions de protection solaire.

Type de contrat : Concession

Durée du contrat : 9 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Commercial, technicien ou artisan

Affilié au groupe industriel : non

Nombre de magasins au sein du réseau : NC

Nombre d'implantations en 2019 : 22 agences nationales

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : 250 000 à 450 000 €

Droits d'entrée du réseau : 25K€ HT

Redevance d'exploitation : 4 %

Redevance publicitaire : 2 %

Date de la prochaine convention nationale : Mars 2020

Lieu de la prochaine convention : Var

CONTACTS

Dirigeant : Jean-Marc Désert

Animatrice réseau : Christèle Lecoq

COORDONNÉES

Adresse : 50 Quai Vendevre - BP 3068 - 14018 Caen cedex 02

Tél : 06 82 82 57 82

Email : jean-marc.desert@storesdefrance.com

Site internet : www.storesdefrance.com

Réseaux sociaux : www.linkedin.com/in/stores-de-france-reseau-national-808387188/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC

Aide des nouveaux adhérents pour : l'accompagnement à la création de leur entreprise, le démarrage de leur activité avec des rdv fournis, le support permanent de l'animateur réseau, les bonnes pratiques par les concessionnaires en place

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Guide de vente, catalogues

Fréquence des visites de l'animateur : 1 à 2 fois par an selon besoin

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 :

Magazines : trois publications dans Art & Décoration, une publication dans l'Express, une publication dans Capital, une publication dans le Figaro

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : Agence de com + JMD

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : formation produits, formation pose, formation prospection téléphonique, formation entretien de vente, accompagnement terrain dans une agence pilote, accompagnement terrain sur secteur (organisation et pilotage de l'activité, rdv commercial, prospection directe) + formation de 1 à 2j en novembre (par ex en novembre 2019 : formation commerciale « Réussir son premier rendez-vous » et formation « Répondre à un appel d'offres »)

École de formation : Non

Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Telegram Messenger, permettant un échange instantané avec l'ensemble des membres du réseau, un guide de vente permettant une aide au choix produit/fournisseur et le niveau de coefficient conseillé

Réunions régionales : NC

Convention nationale : Oui, une fois/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC

Benchmark financier au sein du réseau : Non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Non

Normes architecturales à respecter : Oui

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

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

Type de contrat : contrat de concession

Durée du contrat : 1 an

Profil du candidat et compétences nécessaires : le candidat est une société de fabrication et de pose souhaitant représenter une marque reconnue pour l'excellence de ses produits.

Affilié au groupe industriel : NC

Nombre de magasins au sein du réseau : 76

Nombre d'implantations en 2019 : 9

Nombre d'adhérents RGE : tous

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 2 650 €

Redevance d'exploitation : à partir de 270 €

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : NC

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Jacques Lladou

Directeur du réseau : Vincent Simorre

Animateur du réseau : Stéphane Billaud

COORDONNÉES

Adresse : 4 / 6, Rte de St-Hubert - BP3 78612 Le Perray en Yvelines

Tél : 01 34 84 22 00

Email : vsimorre@schueco.com

Site internet : www.schueco.fr

Réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : charte des Partenaires Référence

Aide des nouveaux adhérents pour : aide à l'étude de marché, à l'étude des plans d'aménagement du point de vente, à l'implantation de showroom, à la communication locale, à la productivité

Formation des nouveaux adhérents : Oui, dans notre centre de formation Schüco Academy

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : pack de communication, mobilier pour l'espace d'exposition, catalogues, nuanciers...

Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne TV nationale et sur les réseaux sociaux

Cible des campagnes de communication : Particuliers propriétaires - projets de rénovation ou neuf

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Notre nouveau centre de formation Schüco Academy référencé Data-Dock propose un très large éventail de programmes : réglementation, ingénierie, digital, productivité, fabrication, installation, smart building, sécurité...

École de formation : Oui

Solution BIM : Oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Oui, 2 / an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui

Benchmark financier au sein du réseau : Oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : NC

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au responsable du réseau Vincent Simorre

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Après être entrés dans la phase de conquête du client final l'année dernière, nous accélérons notre développement. Pour cela, nous avons intensifié nos campagnes de communication grand public à la TV et sur les réseaux sociaux et densifié notre maillage du territoire avec nos Partenaires pour répondre à la demande toujours plus croissante des particuliers. Nous avons également développé avec eux une offre produits différenciée dédiée. Ensemble, nous avons décliné nos outils d'aide à la vente et retravaillé les discours produits afin qu'ils deviennent plus audibles pour les particuliers. Cette offre sera disponible dans l'ensemble des showrooms de nos partenaires. Enfin, le réseau fête cette année ses 20 ans et nous avons prévu de célébrer cet anniversaire avec nos partenaires à l'occasion de Batimat.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Notre objectif pour 2020 est de renforcer le maillage pour couvrir l'intégralité du territoire avec une centaine de partenaires, et d'être en mesure de répondre efficacement à l'ensemble des demandes des particuliers. Nous allons donc poursuivre nos campagnes de communication. Schüco Academy sera au cœur de notre dispositif pour faire progresser nos Partenaires et garantir notre exigence de qualité sur toute la chaîne de production, de la fabrication à la pose, et fournir une prestation irréprochable au client final.

2 questions à un nouvel adhérent Jean-Christophe Lelandais, à Saint-Maur des Fossés (94)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

J'ai choisi de devenir Partenaire référence Schüco parce que l'offre de ce gammiste, très riche, apporte une vraie plus-value à notre clientèle de particuliers. Avec cette marque forte, nous pouvons répondre à toutes les demandes. Grâce à l'équipe Schüco, j'ai ajouté la fabrication de menuiseries à mon savoir-faire d'installateur, toujours pour améliorer notre qualité de service. Désormais nous sommes vraiment précis dans les informations transmises et plus justes sur les prix. L'accompagnement de Schüco pour franchir ce pas a été décisif pour nous grâce à leur offre globale, que ce soit dans le choix des profils, mais aussi pour l'aménagement du site de fabrication, l'offre machine et les programmes de formation Schüco Academy.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Ce que j'apprécie dans ce réseau et ce qui en fait sa force est son caractère coopératif : ce sont les membres qui donnent leur avis et impulsent des idées. On décide des grandes actions du réseau. N'étant pas fabricants à la base, l'échange avec les autres membres nous fait gagner beaucoup de temps : par exemple, avant d'investir dans notre centre d'usinage, un confrère m'a invité à visiter son atelier et m'a donné de précieux conseils et recommandations. De même, dans notre showroom de la région parisienne, nous avons installé le concept « Maison Schüco » qui met en valeur l'étendue de la gamme Schüco et valorise notre maîtrise complète de toute la chaîne de production pour rassurer notre clientèle et gagner de nouvelles parts de marché. J'ai pu assister à plusieurs réunions avec les autres Partenaires et ils m'apportent beaucoup au niveau de leur savoir-faire. En gérant tout le parcours de vente, de la prise de commande à la livraison, nous allons être encore plus réactifs. Nos clients apprécieront : il sera plus simple pour eux de s'adresser à un interlocuteur unique. Nous allons jouer la carte de la proximité en les invitant dans notre atelier pour qu'ils voient comment nous travaillons.

2 questions au dirigeant du réseau **Sébastien Chartier**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le projet le plus marquant pour l'année 2019 a été le lancement d'une nouvelle gamme permettant de répondre à l'ensemble des demandes du marché. Ainsi notre réseau de concessionnaire peut aujourd'hui répondre à l'ensemble des demandes.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour 2020, l'objectif principal est l'intégration de six nouveaux points de vente.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2007

Description du réseau : Réseau de concession sur le territoire français et la Suisse, exclusivité territoriale, communication nationale, apport de contacts générés par le site internet de la marque.

Type de contrat : Contrat de concession

Durée du contrat : 3 à 5 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Entrepreneur, commercial, expérimenté dans la vente aux particuliers avec une sensibilité technique et gestionnaire

Affilié au groupe industriel : Non

Nombre de magasins au sein du réseau : 84

Nombre d'implantations en 2019 : 5

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : 18 M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : 1000 000 €

Droits d'entrée du réseau : 25 000 €

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : environ 2 % du CA achat

Date de la prochaine convention nationale : 30 et 31 janvier 2020

Lieu de la prochaine convention : Agadir

CONTACTS

Dirigeant : Sébastien Chartier

Directeur développement réseau : Jean-Pascal Cousseau

COORDONNÉES

Adresse : 84, rue François de Chabot 49360 Yzernay

Tél : 06 63 39 09 97

Email : jp.cousseau@renoval.com

Site internet : www.renoval.com

Facebook : www.facebook.com/renoval.verandas

Instagram : www.instagram.com/renovalverandas

LinkedIn : www.linkedin.com/company/renoval-verandas-et-pergolas

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Un accompagnement permanent tant au niveau commercial, marketing, pose des produits Rénoval. Des process de formations sur tous les métiers de la véranda

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Logiciel de dessin, chiffrage exclusif aux produits Rénoval, des échantillons, totem... sont fournis au nouvel entrant, PLV, stand foires...

Fréquence des visites des animateurs : mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 4 opérations en 2018 (février, mai, septembre et novembre) composées d'un plan de communication sur les plus grands médias nationaux (TF1, France 2, RTL, Europe 1, France bleue), d'un dépliant boîtes aux lettres et d'une campagne digitale nationale et géolocalisée.

Cible des campagnes de communication : 35 ans et plus, propriétaires de maison, zone urbaine et périphérique

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Un panel complet de formation est dispensé à tout nouvel entrant : de la formation produit / logiciel de dessin / commerciale, métré et pose.

École de formation : Oui

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Oui

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : NON, accord-cadre

Normes architecturales à respecter : oui, charte architecturale

Part minimum de produits du réseau à commander : 100 % en véranda alu

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 : Réseau d'installateurs indépendants, spécialistes de la rénovation de l'habitat. Fabrication 100 % française (fenêtres-portes-volets PVC-alu-bois)
Type de contrat : Convention de distribution (ce n'est pas une franchise)
Durée du contrat : 2 ans, puis tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel de la rénovation de l'habitat qui a besoin d'outils de développement et une large gamme de produits
Affilié au groupe industriel : FPV-Industries
Nombre de magasins au sein du réseau : Près de 60
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : Tous
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : Aucun
Redevance d'exploitation : 300 €/mois
Redevance publicitaire : Aucune
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directeur réseau : Amaury Deible

COORDONNÉES

Adresse : ZI la Levraudière - BP33 - 85120 Antigny
Tél : 02 51 51 68 68
E-mail : info@arcadesetbaies.com
Site Internet : www.arcadesetbaies.com
Facebook : www.facebook.com/Arcades-et-Baies-1488187217882891/
LinkedIn : www.linkedin.com/company/13025826/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Accompagnement complet jusqu'à l'ouverture (formation, équipement magasin, communication...)
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Large gamme d'outils traditionnels (mallettes, catalogues...) et d'outils digitaux (configurateur Porte, réalité augmentée, chiffrage en ligne...)
Fréquence des visites des animateurs : A définir avec chaque adhérent

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : TV et radio nationales, web
Cible des campagnes de communication : NC
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Formations produits et techniques offertes à l'entrée dans le réseau
École de formation : Non
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : Oui
Convention nationale : Oui, tous les ans et demi.

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non
Benchmark financier au sein du réseau : Non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Oui, nombreux partenaires référencés
Normes architecturales à respecter : Oui
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au directeur du réseau
Amaury Deible

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?



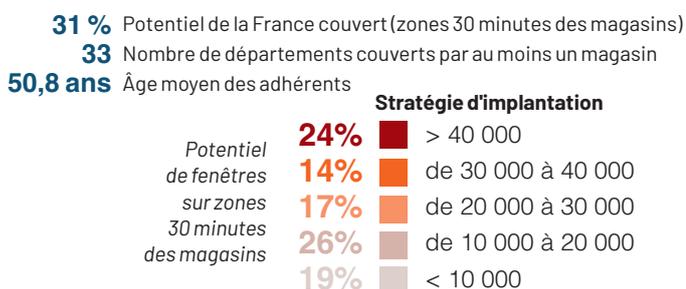
Pour accroître la visibilité de nos adhérents, nous mettons à disposition de chacun d'eux un site web personnalisé. En 2019, ces sites web deviennent le point de concentration des campagnes digitales que nous leur proposons désormais et qui ont été présentées et plébiscitées à la dernière convention du réseau... Notons également le tout nouveau catalogue produits Arcades & Baies mis à disposition du réseau fin juin 2019.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Notre priorité, ce sont nos clients et leur développement. Nous allons donc continuer à renforcer notre communication et nos outils digitaux et proposer des nouveautés produits tout au long de l'année. Parallèlement nous investissons toujours pour accroître le nombre de points de vente et apporter plus de soutien à nos adhérents. Nous renforçons d'ailleurs cette année l'équipe d'animation et de développement à cet effet.



Le Scan **PROSPÉRANCES**
 Prenez l'avantage !



2 questions au responsable du réseau **Patrick Larhantec**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

L'organisation des premiers JO de la Menuiserie à Montpellier. La première réunion commerciale "jours de cohésion" entre adhérents et fournisseurs pour améliorer les expériences et les relations professionnelles.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous souhaitons continuer le développement du réseau national à une vingtaine de membres d'ici fin 2020 tout en gardant l'esprit collectif, de partage d'expérience et en respectant l'image et la communication locale des adhérents.

2 questions à un nouvel adhérent **Mickaël Locteau**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Une centrale d'achat et un réseau qui m'apporte soutien et accompagnement.

Une communication ciblée et spécialisée pour m'accompagner dans la zone de chalandise.

Aide au développement de nouveaux produits innovants dans la fermeture grâce au centre de partage et à la collaboration entre les membres. Enfin, demande de fabrication d'une véranda par un adhérent, directement livrée à mon entreprise pour pose.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Une présence humaine, des valeurs de partage et une proximité. Le réseau respecte les entreprises locales dans leurs choix tout en apportant le soutien et les expériences de leurs membres.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : Octobre 2016

Description du réseau : Le réseau 4TRO est un réseau national créé par des dirigeants d'entreprises spécialisées dans la conception, la fabrication et la pose de vérandas et de systèmes de fermeture pour l'habitation. 4TRO est une centrale d'achat qui promeut les marques qu'elle référence. C'est aussi une agence de communication spécialisée dans la communication locale au service de ses adhérents avec comme spécificité de mettre en exergue le nom de l'entreprise : documentations, catalogues, événements, etc.

Type de contrat : Adhésion annuelle

Durée du contrat : À l'année

Profil du candidat et compétences nécessaires : entreprises de menuiseries et fermetures

Affilié au groupe industriel : aucune affiliation, réseau indépendant

Nombre de magasins au sein du réseau : 12

Nombre d'implantations en 2019 : NC

Nombre d'adhérents RGE : 12

CA HT global du réseau : 25 millions €

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 0 €

Redevance d'exploitation : 3540 €

Redevance publicitaire : 0 €

Date de la prochaine convention nationale : Mai 2020

Lieu de la prochaine convention : Normandie

CONTACTS

Président : Patrick Larhantec

Vice-présidents : Mickaël Locteau, Pierre Martinez

COORDONNÉES

Adresse : 1226 avenue de Bayonne 64210 Bidart

Tél : 05 59 26 76 95

Email : patrick@tybask.fr

Site internet : www.4tro.fr

Réseaux sociaux : facebook.com/4TROhabitat/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Commerce, marketing/communication, pose, recrutement

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Oui

Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Oui

Cible des campagnes de communication : Entreprise de fermetures et menuiseries extérieures

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Pose, formation produits, formation commerciale

École de formation : Non

Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Réunions mensuelles (10/an)

Réunions régionales : Oui

Convention nationale : Oui, 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui

Benchmark financier au sein du réseau : Oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Oui

ACHATS

Centrale d'achats : Oui

Normes architecturales à respecter : Non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2007

Description du réseau : Le Vérandier est une marque de l'entreprise Tryba spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de vérandas et pergolas sur mesures.

Type de contrat : concession

Durée du contrat : 3 ans, puis renouvellement automatique pour une durée indéterminée

Profil du candidat et compétences nécessaires : Nous recherchons des personnes ayant un profil d'entrepreneur

Affilié au groupe industriel : Atrya

Nombre de magasins au sein du réseau : 27

Nombre d'implantations en 2019 : 3

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : Environ 12 M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 10 000 €

Redevance d'exploitation : 0

Redevance publicitaire : 10 000 €

Date de la prochaine convention nationale : Fin septembre 2019

Lieu de la prochaine convention : Nîmes

CONTACTS

Dirigeant : Philippe Plat

Animatrice réseau : Magali Chaudron

COORDONNÉES

Adresse : ZA Le Bosquet, Rue de la Lisière, 67580 Mertzwiller

Tél : 03 88 90 52 60

E-mail : mchaudron@leverandier.fr

Site internet : www.la-veranda.fr

Réseaux sociaux : www.facebook.com/verandier

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Sur la partie commerciale, organisationnelle et technique. Formation théorique de 2 fois 1 semaine à l'usine et relais sur le terrain.

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Tous les outils physiques nécessaires pour la prospection et la négociation (mallettes de démonstration, stand pour les galeries marchandes, plan de vente, etc.)

Fréquence des visites des animateurs : 1 à 2 fois par mois selon les besoins

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 9 périodes de promotion avec des actions marketing ciblées et un relais Web

Cible des campagnes de communication : les prospects situés dans un rayon de 20 km autour des magasins

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : Un plan d'intégration est réalisé conjointement avec le concessionnaire afin d'accentuer la formation sur les points faibles

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : C'est le rôle de l'animateur de diffuser les bonnes pratiques du réseau lors de ses visites régulières.

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui

Normes architecturales à respecter : oui

Part minimum de produits du réseau à commander : 70%

2 questions au responsable du réseau Magali Chaudron

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous sommes actuellement en plein déploiement d'un outil d'aide à la vente dans nos magasins qui devrait apporter une expérience client nouvelle, nous permettant ainsi, de nous démarquer de nos confrères et de montrer la preuve de notre savoir-faire technique.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

2020 sera une année phare tant sur le plan du développement produit avec la sortie d'une nouvelle pergola à lames totalement innovante, que d'un point de vue commercial avec la refonte complète du concept : nouveau site internet, relooking des magasins, nouveaux outils d'aide à la vente... Nous avons également des projets d'ouvertures de points de ventes satellites de notre magasin pilote afin d'accueillir encore plus de personnes de notre réseau en formation.

2 questions à un nouvel adhérent Grégory Hamy, à Châteaubriant (44)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

L'adhésion au réseau le Vérandier m'a principalement permis d'avoir accès à des produits de haute qualité fabriqués en France, ce qui nous permet à la fois de travailler dans une vraie différenciation via à vis des confrères, et bien sûr d'obtenir une satisfaction client durable.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

L'expérience de plus de 10 ans du réseau a permis de bénéficier des développements produits et des bonnes pratiques commerciales, notamment au travers d'un dossier client complet et efficient. Par ailleurs, le démarrage à côté d'un voisin déjà en place est un vrai plus.



2 questions à la directrice du réseau Anne-Laure Huet

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Les 13 et 14 juin derniers, s'est déroulée notre Convention nationale annuelle à Lyon. Ce séminaire a permis de présenter la nouvelle stratégie de développement à venir et de renforcer la cohésion entre les équipes. L'occasion également de présenter notre nouvelle offre commerciale sur la fenêtre PVC et les évolutions sur notre coulis aluminium Stylium, et aussi de souhaiter la bienvenue aux nouveaux concessionnaires.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

2020 sera marquée par le déploiement de la nouvelle identité visuelle du réseau de rénovation Gamme Baie-Huet (logo, slogan...). Par la suite, nous allons procéder à la refonte du site internet et des outils d'aide à la vente en corrélation avec la nouvelle charte. En parallèle, nous continuerons d'étoffer notre présence sur le territoire national en développant le nombre de partenaires.

De plus, nous travaillons en permanence, avec notre service R&D interne, sur le déploiement de nouveaux produits répondant aux attentes du marché. Des nouveautés 2020 encore à venir !

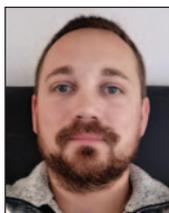
2 questions à un nouvel adhérent Bastien Mourey, à Jâlons (51)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau m'a permis de diversifier mon offre produit afin de proposer à nos clients la solution la plus adaptée à leur projet : de la fenêtre aux volets, en passant par les portes de communication et la porte d'entrée. En effet, nous disposons d'un ensemble de solutions pour l'habitat, conçu et fabriqué en France, permettant ainsi de répondre aux attentes des particuliers. Le réseau dispose également d'une centrale d'achat référençant des fournisseurs majeurs reconnus du grand public.

De plus, le réseau accompagne ses partenaires sur la formation de ses menuiseries grâce au Centre de Formation Huet agréé. Cela permet de maîtriser parfaitement les produits proposés afin de perfectionner notre argumentaire de vente.

Enfin, en rejoignant le réseau, cela m'a permis de réaménager l'intérieur de mon local en le transformant en un véritable magasin afin d'y intégrer un showroom représentatif de la qualité des menuiseries. Le réseau Gamme Baie-Huet met à notre disposition de nombreux outils de PLV et un showroom permettant de mettre en valeur notre offre produit.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Chaque année, le réseau réunit ses partenaires afin d'échanger sur la vie du réseau. En effet, des clubs sont mis en place dans chaque grande région. De plus, une Convention nationale alliant le ludique, la stratégie, la communication est organisée une fois par an sur deux journées. Ces moments forts permettent d'échanger sur les bonnes pratiques avec les autres partenaires et de partager nos diverses expériences.

Le Scan



PROSPERENCES
Prenez l'avantage !

25% Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
38 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
46,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	15%		> 40 000
	09%		de 30 000 à 40 000
	19%		de 20 000 à 30 000
	24%		de 10 000 à 20 000
	33%		< 10 000

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2001

Description du réseau : Issu d'un grand groupe industriel français, Huet, présent et reconnu depuis près de 75 ans, né d'une entreprise artisanale en 1945, le groupe est aujourd'hui un acteur de référence dans le monde de la menuiserie, intérieure et extérieure.

Type de contrat : partenariat

Durée du contrat : 4 ans, puis reconductible annuellement

Profil du candidat et compétences nécessaires : spécialiste indépendant de la menuiserie et souhaitant conserver son identité tout en se développant. Le candidat doit avoir des compétences techniques et commerciales et une sensibilité accrue à la communication.

Affilié au groupe industriel : Groupe Huet- JHindustries

Nombre de magasins au sein du réseau : 55

Nombre d'implantations en 2019 : 4

Nombre d'adhérents RGE : 55

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : le chiffre d'affaires moyen des adhérents augmente de 12 % sur les deux premières années.

Droits d'entrée du réseau : Aucun

Redevance d'exploitation : NC

Redevance publicitaire : Aucune

Date de la prochaine convention nationale : juin 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directrice du réseau : Anne-Laure Huet

Responsable du réseau : Arnaud Taillebois

COORDONNÉES

Adresse : 140 Route de Cholet, 85300 Challans

Tél : 02 28 12 04 20

Email : alhuet@jhindustries.fr

Site internet : www.gammebaie.com

Réseaux sociaux : pages entreprises « Huet Portes & Fenêtres » sur LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube et le blog : <http://openlab.huet.fr/>

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : plan de communication, conception et accompagnement commercial de leur magasin, étude de marché, choix des produits, dossier de financement,

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : accompagnement commercial, formations, mailings, e-mailings, brochures, flyers, PLV, site internet, échantillons, expos, ...

Fréquence des visites des commerciaux : à définir avec le partenaire

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : publicité sur internet, réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Instagram), presses ...

Cible des campagnes de communication : campagne BtoB et BtoC

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui - centre de formation interne agréé : www.huet-formations.fr

Formation(s) proposée(s) : formations sur les menuiseries intérieures et extérieures, mise en œuvre des menuiseries performantes selon le DTU 36.5, mise en service de blocs-portes D.A.S au sein d'un système de sécurité, mise en œuvre des menuiseries intérieures selon le DTU 36.2, analyse par caméra thermique appliquée aux menuiseries extérieures, Module Feebat RénoVe V1

École de formation : oui

Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, Club Partenaires, Convention nationale

Réunions régionales : 2 fois par an

Convention nationale : 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui

Normes architecturales à respecter : oui

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ
Date de création du réseau : 1999

Description du réseau : L'Expert Fenêtre est un réseau national, libre et indépendant, spécialisé dans la rénovation de l'habitat (ouvertures/fermetures, équipement extérieur et aménagement intérieur). Sa forme juridique est la SAS.

Type de contrat : contrat d'adhésion, chaque adhérent étant associé de la SAS.

Durée du contrat : 2 ans, avec tacite reconduction

Profil du candidat et compétences nécessaires : Pour intégrer L'Expert Fenêtre, une entreprise doit être professionnelle de la rénovation, posséder un magasin et des poseurs salariés.

Affilié au groupe industriel : aucun

Nombre de magasins au sein du réseau : 78

Nombre d'implantations en 2019 : 4

Nombre d'adhérents RGE : 58

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 3 000 € HT + 1 500 € pour les parts sociales

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : 2 900 € HT/an + cotisation de 2 500 € HT/an

Date de la prochaine convention nationale : Salon des partenaires fin janvier 2020

Lieu de la prochaine convention : Clermont-Ferrand

CONTACTS
Dirigeant : La SAS L'Expert Fenêtre est dirigée par un conseil d'administration présidé par la société Ets. Riquet, représentée par Pascal Gault.

Directeur ou animateur réseau : en cours de recrutement

COORDONNÉES
Adresse : 44, allée des 5 Continents - 44120 Vertou

Tél : 02 4034 92 21

Email : contact@lexpertenetre.fr

Site internet : lexpertenetre.fr

Réseaux sociaux : facebook.com/lexpertenetre

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS
Remise de manuels de savoir-faire : non

Aide des nouveaux adhérents pour : découvrir l'ensemble des outils et services mis à leur disposition par le réseau ainsi que l'étendue de la gamme des produits référencés.

Formation des nouveaux adhérents : non.

AIDE À LA VENTE
Outils d'aide à la vente : Catalogue, site internet personnel, site internet de la marque, fiches produits, carnet de garantie, flyers, panneaux de chantiers, annonces presses, etc.

Fréquence des visites des animateurs : 2 fois/an

COMMUNICATION NATIONALE
Campagne(s) de communication nationale en 2018 : En 2018, L'Expert Fenêtre a été présent en parrainage sur les chaînes de France Télévision à l'occasion de ses 2 opérations promotionnelles annuelles (printemps et automne).

Cible des campagnes de communication : Des propriétaires, principalement de maisons individuelles, et CSP+ pour être en accord avec le positionnement moyen/haut de gamme de la marque.

Personne/service dédié à la communication : oui.

FORMATION DES ADHÉRENTS
Aide à la formation : non

Formation(s) proposée(s) : formation commerciale sur-mesure, débutant et chevronné, utilisant les outils d'aide à la vente de L'Expert Fenêtre.

École de formation : oui

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES
Outils de partage de bonnes pratiques : une appli interne est à l'étude.

Réunions régionales : oui, 2 fois/an, en été et en hiver.

Convention nationale : oui, une réunion nationale en janvier et l'Assemblée générale annuelle en mai/juin.

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE
Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS
Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : 70 %

2 questions au responsable du réseau Pascal Gault

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Sans aucun doute les 20 ans de L'Expert Fenêtre ! Cet anniversaire a été pour nous l'occasion de gâter nos adhérents mais aussi leurs clients. La SAS a offert aux Experts de nombreuses opérations de communication locale tout au long de l'année (conquête et fidélisation), les dotations du Grand jeu de l'été, et notamment 10 chèques de 2000 € offerts à des clients. Et comme à 20 ans, on déborde d'énergie, le réseau fourmille de nouvelles idées !



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'objectif majeur est de poursuivre la montée en puissance de notre réseau en affirmant notre ADN (cohésion, échange et professionnalisme) :

- À l'externe par l'intégration de nouveaux adhérents répondant à nos valeurs,
 - Mais aussi, en interne, par une présence accrue auprès de nos membres pour les accompagner dans leur évolution.
- Du côté de l'offre produits, l'objectif est de développer et pérenniser la relation commerciale avec les différents partenaires de L'Expert Fenêtre.

2 questions à un nouvel adhérent Philippe Suau, Philippe Fermetures, à Marnay (70)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

- L'accès à une sélection de fournisseurs sérieux proposant des produits de qualité avec des remises déjà négociées au niveau national.
- Une augmentation de ma remise chez les fournisseurs référencés au moment de l'adhésion au réseau « L'Expert Fenêtre ».
- La mise à disposition d'un catalogue, « L'Expérience Habitat », regroupant des réalisations de chaque expert.
- Des opérations promotionnelles clé en main avec la possibilité de communiquer à moindre coût (distribution de PNA, sacs à pain) grâce aux négociations au niveau national, des outils déjà créés pour une communication de qualité.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Lors de notre première AG de juin 2019, nous avons pu très facilement échanger avec les autres experts sur nos entreprises, tant au niveau commercial que technique. Chacun partage son expérience, et pour notre jeune entreprise (création en novembre 2017) c'est très important de pouvoir profiter de ces expériences-là.

Le Scan

PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

35 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
58 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
48,7 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	26%	> 40 000
	08%	de 30 000 à 40 000
	14%	de 20 000 à 30 000
	31%	de 10 000 à 20 000
	21%	< 10 000

2 questions au responsable du réseau **Franck Lefebvre**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2019, nous avons organisé notre première convention Abloy Authorised au sein de notre usine française à Oust-Marest dans les Hauts-de-France.

Entre visite d'usine, rencontre avec l'équipe, présentations et ateliers thématiques, l'objectif de cette convention était de fédérer les acteurs du réseau et d'apprendre et partager les forces de la marque Abloy sur le marché.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2020, notre objectif est de continuer à développer le réseau aux Antilles, au Maghreb et en Afrique francophone, avec mon homologue, Denis Morvan. TechnoServ Sénégal a récemment rejoint le réseau, comme NTAS en Tunisie ou SIH en Algérie. En France, nous continuons à développer nos outils commerciaux et marketing en soutien de notre croissance de chiffre d'affaires, notamment avec un outil de partage de dossiers projets sur lesquels les produits Abloy sont préconisés.

2 questions à un nouvel adhérent **Médoune Sene, TechnoServ, Dakar (Sénégal)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous avons rejoint le réseau Abloy Authorised après avoir rencontré Denis Morvan, directeur commercial Abloy Critical Infrastructure, et identifié des besoins et des projets de sécurisation d'infrastructures critiques au Sénégal et en Afrique de l'ouest. Récemment, nous avons pu suivre une formation ABloy Academy approfondie sur les solutions de verrouillage, formation fort utile dans le cadre d'un gros projet que nous allons bientôt déployer.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

C'est justement pendant cette formation technique que nous avons pu échanger avec des collègues installateurs agréés Abloy. La possibilité de partager nos expériences terrain est très importante dans nos métiers et très enrichissante à titre individuel.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2017

Description du réseau : Le réseau Abloy Authorised se compose de distributeurs spécialisés aptes à accompagner les installateurs & clients finaux dans leur problématique de sécurisation des biens & des personnes.

Type de contrat : Contrat de partenariat

Durée du contrat : 1 an d'engagement

Profil du candidat et compétences nécessaires : point de vente, stock, technicien sédentaire, technicien itinérant, technico-commercial

Affilié au groupe industriel : NC

Nombre de magasins au sein du réseau : 19

Nombre d'implantations en 2019 : NC

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : 11 millions d'euros

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : NC

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : David Geiswiller, directeur d'activité Assa Abloy contrôle d'accès

Directeur réseau : Franck Lefebvre, directeur commercial Abloy

COORDONNÉES

Adresse : 533 avenue du Général de Gaulle, 92140 Clamart

Tél : 01.41.28.91.02

Email : info@abloy.fr

Site internet : www.abloy.fr

LinkedIn : www.linkedin.com/showcase/assa-abloy-contrôle-d'accès/

Youtube : www.youtube.com/channel/UCpx_e33N5kL-dePL74dgeg

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC

Aide des nouveaux adhérents pour : NC

Formation des nouveaux adhérents : formations techniques Abloy Academy

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : formations technico-commerciales Abloy Academy

Fréquence des visites des animateurs : collaboration avec le commercial Abloy du secteur

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : NC

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : technique & commerciale sur les solutions de verrouillage électrique, les portes anti-effraction et les normes du secteur

École de formation : ABloy Academy

Solution BIM : Assa Abloy Openings Studio

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2009

Description du réseau : Le Club AMCC est un réseau d'entrepreneurs indépendants 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)

Type de contrat : Contrat sur mesure selon dossier. Pas de franchise

Durée du contrat : Indéterminée. L'adhésion au Club se renouvelle chaque année

Profil du candidat et compétences 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.

Affilié au groupe industriel : Atrya Partner

Nombre de magasins au sein du réseau : 30

Nombre d'implantations en 2019 : 5

Nombre d'adhérents RGE : 30

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : Aucun

Redevance d'exploitation : Cotisation mensuelle

Redevance publicitaire : Cotisation mensuelle

Date de la prochaine convention nationale : Mars 2020

Lieu de la prochaine convention : Non défini

CONTACTS

Dirigeant : Lars Platow

Directeur ou animateur réseau : Jean-Philippe Duranton

COORDONNÉES

Adresse : 9-11 rue du Rondeau BP 185 36004 Châteauroux

Tél : 02 54 60 64 00

Email : club-amcc@amcc-fenêtres.fr

Site internet : www.amcc-fenêtres.fr

Réseaux sociaux : @amcc.fenêtres.portes

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Mise en place d'un showroom, supports de communications personnalisés, opérations commerciales, services internes dédiés

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Accompagnement dans la réalisation des supports, mise à disposition d'un pack d'aménagement magasin

Fréquence des visites des animateurs : Une fois tous les 2 mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Uniquement des campagnes locales

Cible des campagnes de communication : Client final BtoC

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : oui

École de formation : oui

Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Nos partenaires bénéficient de tarifs préférentiels et de gammes dédiées

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : non

2 questions au responsable du réseau Jean-Philippe Duranton

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?



Le Club AMCC a intégré de nouveaux partenaires plus structurés, avec une meilleure connaissance de leur environnement. Nous avons mis en place des gammes exclusives leur permettant de se démarquer plus facilement de leurs concurrents. La création de ces gammes est le fruit d'un travail commun avec les partenaires clubistes. Par ailleurs, le Club AMCC met à disposition des outils d'aide à la vente et participe à la mise en place de showrooms pour toujours plus de visibilité et de professionnalisme. Pour la réussite des actions commerciales et la valorisation de l'offre produits exclusive, des catalogues personnalisés ont été élaborés au nom des partenaires.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'année 2020 sera axée sur le développement des partenaires Club AMCC et leur visibilité. Des lancements produits viennent également en soutien des membres pour qu'ils puissent se différencier, atteindre leurs objectifs et augmenter leur chiffre d'affaires. Parallèlement, nous chercherons continuellement à recruter de nouveaux adhérents pour enrichir notre réseau. Le Club AMCC continue à mettre l'ensemble des outils marketing et d'aide à la vente à la disposition des partenaires, pour la réussite de leur activité.

2 questions à un nouvel adhérent Simon Delamaere, Projinov à Aprey (52)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?



Le Club AMCC est un réel levier pour mon activité. En adhérent au Club AMCC, je bénéficie d'un accompagnement et d'un suivi réguliers. Je dispose d'outils de communication personnalisés pour réaliser mes actions commerciales et marketing, tout en préservant mon identité et mon logo. D'un point de vue produit, nous profitons de gammes exclusives permettant de nous démarquer de nos concurrents. Grâce aux outils digitaux, je gagne en visibilité grâce à mon référencement sur le site internet de la marque et le configurateur de portes permet à mes clients de voir les produits en situation chez eux. Enfin, le Club AMCC participe au financement de mon showroom et permet de gagner en image et en notoriété.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Avec le Club AMCC, nous avons l'opportunité de participer à des journées d'échanges et des conventions club régulières avec la présence de l'ensemble des partenaires. Lors de ces rencontres, nous avons l'occasion de partager nos expériences, nos réussites et notre fonctionnement quotidien (structure, équipe de pose, chantiers marquants...). Nous échangeons également sur les produits, les gammes exclusives et les axes d'amélioration. Le Club AMCC est à l'écoute de toutes les demandes d'évolution. Nous travaillons ensemble dans un esprit de collaboration.

2 questions au responsable du réseau Nicolas Laurent

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Mise en place des nouvelles salles d'expo normées "Studio partenaires Finstral" et mise en place des certifications de pose.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Mise en place d'une nouvelle gamme FIN-Window, campagnes de communications régionales.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2002

Description du réseau : Partenariat entre entreprises indépendantes

Type de contrat : Démarche volontaire des distributeurs Finstral, sans contrat spécifique mais sous réserve d'un volume d'achat minimum ; d'engagement à un plan de qualité de pose et de la volonté d'afficher la marque du fabricant.

Durée du contrat : accord renouvelable tous les ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Installateurs de portes et fenêtres, cherchant une différenciation sur leur marché, au-delà de l'aspect prix

Affilié au groupe industriel : Finstral

Nombre de magasins au sein du réseau : 120

Nombre d'implantations en 2019 : 6

CA HT global du réseau : 26 M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : printemps 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : M. Bedel

Directeur ou animateur réseau : M. Laurent

COORDONNÉES

Adresse : 1 rue du Krebsbach - 68230 Wihr-au-Val

Tél : 03 89 71 71 00

Email : finstralfrance@finstral.com

Site internet : www.finstral.com

Réseaux sociaux : Facebook, twitter, Instagram

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui, le Guide Finstral

Aide des nouveaux adhérents pour : aide à la vente (formations produits et commerciale, PLV, expo)

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites d'animateurs, application, formation, mailings, brochures, flyers, PLV

Fréquence des visites des animateurs : plus d'une par trimestre et fonction du degré d'autonomie du nouvel adhérent

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Finstral organise des communications sur des zones géographiques en fonction des revendeurs participants

Cible des campagnes de communication : en rénovation, BtoB

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : pose, techniques de vente, enrichissement du panier moyen

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, conventions régionales, convention nationale

Réunions régionales : oui, 1 fois par an

Convention nationale : oui, tous les 18 mois

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : pas de minimum

Le Scan



PROSPÉRENCES
Prenez l'avantage !

56 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

77 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

48,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potential de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	23%		> 40 000
	12%		de 30 000 à 40 000
	13%		de 20 000 à 30 000
	26%		de 10 000 à 20 000
	26%		< 10 000

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 21 février 2013

Description du réseau : Concept Alu compte à ce jour 43 points de vente en France : 9 agences intégrées et 30 concessions-partenaires spécialisées dans la rénovation et/ou l'aménagement de l'habitat. Tous partagent les valeurs de Concept Alu centrées sur l'écoute active et le respect des partenaires, des clients et de l'environnement.

Type de contrat : concession

Durée du contrat : 3 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : sociétés majoritairement spécialisées dans la rénovation et/ou l'aménagement de l'habitat : vente et installation de menuiseries, volets, portails ou exclusivement de vérandas.

Affilié au groupe industriel : NC

Nombre de magasins au sein du réseau : 34

Nombre d'implantations en 2019 : 43

Nombre d'adhérents RGE : 30

CA HT global du réseau : 38 millions d'euros

CA HT d'une implantation après 2 ans : entre 700 000 et 1 M€ selon potentiel

Droits d'entrée du réseau : 10 000 €

Redevance d'exploitation : 5 000 €

Redevance publicitaire : 5 000 €

Date de la prochaine convention nationale : juin 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Yoann Arrivé

Animateur réseau : Stéphane Genat

COORDONNÉES

Adresse : Parc Ekho 3 - 2 Rue Floriane - 85500 Les Herbiers

Tél : 02 51 92 91 91

Email : developpementreseau@conceptalu.com

Site internet : www.conceptalu.com

Réseaux sociaux : Facebook/LinkedIn/Instagram/Twitter

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : accompagnement marketing, commercial et pose

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : valise échantillons, coupes diverses, dispositif de communication structuré avec des affiches publicitaires, des catalogues et des mailings

Fréquence des visites des animateurs : 4 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : communication en TV et web

Cible des campagnes de communication : propriétaires de maisons individuelles

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : modules pratiques de 3 mois sur la gestion commerciale (stages dans les points de vente) et les techniques d'installations des vérandas (participation à des chantiers).

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : les réunions régionales qui ont lieu 2 fois par an permettent à chaque dirigeant de concession de se rencontrer sur une journée pour échanger sur tous les sujets autour des problématiques et solutions qu'ils rencontrent au quotidien. Ces réunions sont coordonnées par l'animateur réseau, en présence du dirigeant et des experts de chaque métier (pose, commerce, chantier et marketing)

Réunions régionales : oui, 2 fois par an

Convention nationale : oui, une fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : oui

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au dirigeant du réseau Yoann Arrivé

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

L'année 2019 marque le renforcement de l'accompagnement auprès du réseau avec, d'une part, le recrutement d'un animateur Réseau qui visite régulièrement chaque concession, pour lui apporter conseils et objectifs sur le développement de la marque Concept Alu sur chaque point de vente. D'autre part, une personne est également dédiée au réseau pour conseiller et aider à la pose des produits Concept Alu.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

2020 est l'année des 30 ans de la marque Concept Alu. Des innovations-produits majeures pour solidifier notre place de numéro 1 dans l'extension de l'habitation, un dispositif marketing et une campagne de communication nationale importante feront écho tout au long de l'année avec l'objectif de monter encore la notoriété de la marque sur le territoire national.

2 questions à un nouvel adhérent Franck Trainini, à Toulouse

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau a permis à mon entreprise d'élargir sa gamme de produits et de commercialiser des produits différenciants sur le marché de la véranda, en devenant partenaire d'un fabricant, garant d'une très bonne qualité.

Un exemple concret : la réalisation d'une extension de 150 m² dans la région toulousaine a été un projet d'envergure importante et vecteur de notoriété que nous n'aurions jamais pu accomplir seuls.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Faire partie du réseau Concept Alu est une belle opportunité de conjuguer nos talents à travers des réunions régulières portant sur les différents pans de nos métiers (la communication en local, le commerce, la pose) et le partage des bonnes pratiques, un réel enrichissement et une valeur ajoutée pour chacun de nous. Comme en sport, il est possible de gérer les temps forts et les temps faibles en s'entraînant mutuellement grâce au renfort de nos effectifs par ceux des confrères du réseau.



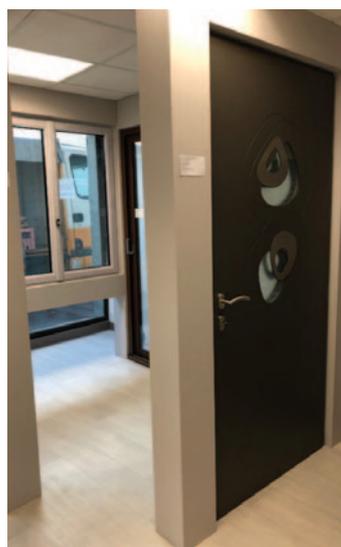
2 questions au responsable du réseau Sébastien Morin

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La mise en place et le développement du tout premier adhérent.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Trois adhérents supplémentaires.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2019
Description du réseau : Concession de marque
Type de contrat : Loi Doubin
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : 30 à 55 ans, ayant envie de se développer, disposant d'un espace pour créer un showroom, d'un commercial et d'une équipe de pose
Affilié au groupe industriel : G.Martin
Nombre de magasins au sein du réseau : 1
Nombre d'implantations en 2019 : 1
Nombre d'adhérents RGE : 1
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : 300 000 €
Droits d'entrée du réseau : 500 €
Redevance d'exploitation : 1% C.A.
Redevance publicitaire : 1% C.A.
Date de la prochaine convention nationale : NC
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Pierre-François Mingret
Directeur ou animateur réseau : Sébastien Morin

COORDONNÉES

Adresse : SAS G.Martin - Créabaie - 161 rue de la Jaunaie
79290 Bouillé-Loretz
Tél : 05 49 67 04 32
Email : commercial@gmartin.fr
Site internet : www.crea baie.fr
Réseaux sociaux : facebook

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC
Aide des nouveaux adhérents pour : publicité, showroom, etc.
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : NC
Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC
Cible des campagnes de communication : particulier
Personne/service dédié à la communication : agence de communication

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : vente et / ou pose
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : non
Convention nationale : oui, 1/an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : NC
Normes architecturales à respecter : NC
Part minimum de produits du réseau à commander : 75 %

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : juin 2008

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.

Type de contrat : partenariat

Durée du contrat : 1 an

Profil du candidat et compétences nécessaires : menuisier indépendant, > 7 ans d'expérience, démarche qualitative, showroom obligatoire, poseurs intégrés, RGE

Affilié au groupe industriel : K-Line

Nombre de magasins au sein du réseau : 175

Nombre d'implantations en 2019 : 16

Nombre d'adhérents RGE : 100 %

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 2 000 €

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : 4 000 €

Date de la prochaine convention nationale : juin 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Jean-Pierre Liebot

Animateur réseau : Xavier Menut

COORDONNÉES

Adresse : K-Line, 24 Avenue des Sables - CS40129 - 85500 Les Herbiers

Tél : 02 51 66 70 00

E-mail : jp.liebot@k-line.fr

Site Internet : www.expert-renovateur-kline.fr

Réseaux sociaux : aucun

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : classeur réseau avec kits d'opération

Aide des nouveaux adhérents pour : formation d'intégration, coaching d'un animateur dédié

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : supports pour show-room, kits d'animation, 2 promotions nationales, opérations locales à la carte, plateforme de-mailing, vidéos, pub TV ...

Fréquence des visites des animateurs : 1 / trimestre

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne digitale toute l'année, pub TV, parrainage TV

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : management, commerciale, pose + mise en place d'un référentiel qualité avec l'association Socotec Qualité

École de formation : non

Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : lors de la convention nationale et des réunions régionales

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui 1 / an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : showroom obligatoire

Part minimum de produits du réseau à commander : non

2 questions au dirigeant du réseau Jean-Pierre Liebot

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Sans aucun doute, le déploiement du nouveau nom de notre partenariat, rebaptisé Expert Rénovateur K-Line lors des 10 ans du réseau en juin 2018. Cela marque une étape importante dans son évolution et lui permet de profiter de la visibilité et de la notoriété de la marque K-Line auprès du grand public.

Ce changement s'accompagne en 2019 par notre première campagne TV avec le parrainage de la météo sur France 2 au printemps et à l'automne.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2016, nous nous étions fixés 2 objectifs à fin 2020 : 1 - Obtenir une couverture nationale cohérente avec plus de 200 experts rénovateurs. En fin d'année 2019, nous devrions être plus de 180. 2 - Mettre en place chez tous les partenaires une démarche de qualité globale grâce à un référentiel qualité audité tous les ans par Socotec. À ce jour, seulement 18 mois après sa présentation, 64 % des Experts Rénovateurs K-Line ont lancé la démarche en interne.



Le Scan



PROSPÉRANCES
Prenez l'avantage !

53 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)

71 Nombre de départements couverts par au moins un magasin

NC Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	27%	 > 40 000
	18%	 de 30 000 à 40 000
	12%	 de 20 000 à 30 000
	29%	 de 10 000 à 20 000
	14%	 < 10 000

2 questions à l'animateur du réseau Cyril Prou

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Le développement du Club des Menuisiers d'Excellence MéO poursuit sa croissance, et passe en 2019 la barre symbolique des 50 adhérents, avec déjà 53 partenaires à fin septembre 2019.

À la suite des réunions régionales de janvier, les partenaires du club ont adopté leur charte d'engagement et la nouvelle charte graphique MéO spécifique au Club, qui s'est ensuite déclinée sur de nombreux nouveaux supports : catalogue et pochette de remise de devis, roll up... L'ensemble des points de vente des partenaires a aussi été équipé d'une MéOthèque, un meuble de présentation exclusif reprenant les spécificités des menuiseries MéO,



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En complément de notre développement du nombre de partenaires pour compléter notre maillage national, nous allons mener des actions spécifiques afin d'aider les membres du club à développer leur activité en menuiseries MéO bois/aluminium. Dans ce cadre, la prochaine réunion annuelle de la commission communication aura toute son importance.

2 questions à un nouvel adhérent Fabien Gabillard, Menuiseries du Don à Moisdon-la-Rivière (44), partenaire depuis février 2019

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

- Accompagnement et amortissements pour les châssis d'expos
- Hausse des affaires gagnées grâce aux opérations commerciales exclusives au Club des Menuisiers d'Excellence
- Formation commerciale / Visite usine
- Des supports qualitatifs de vente : catalogue portes d'entrée spécifique, pochette devis, MéOthèque...

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

- Rencontre avec un « parrain », un partenaire du Club, avant d'intégrer le Club.
- Échanges de bonnes pratiques lors de la formation commerciale, et lors de la convention annuelle. (Parrainage, financement, exemple d'un discours commercial MéO...)



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2012

Description du réseau : Fédérer les ambassadeurs de la fenêtrerie MéO au sein d'un Club avec une volonté commune de développement, le tout dans un très bon état d'esprit

Type de contrat : Partenariat

Durée du contrat : 1 an avec tacite reconduction

Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnels, installateurs indépendants, spécialistes des menuiseries Bois/ Aluminium avec une démarche proactive de vente avec notre menuiserie MéO

Affilié au groupe industriel : MC France (groupe Liébot)

Nombre de magasins au sein du réseau : 53 adhérents, 66 magasins

Nombre d'implantations en 2019 : 6 à fin Septembre 2019

Nombre d'adhérents RGE : 53

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : Frais d'adhésion et kit d'intégration / 1500 euros

Redevance d'exploitation : 0

Redevance publicitaire : NC

Date de la prochaine convention nationale : Juin 2020

Lieu de la prochaine convention : France

CONTACTS

Directeur général : Franck Rostand

Directeur du réseau : Franck Gascoin

Animateur réseau : Cyril Prou

COORDONNÉES

Adresse : Zone du Mortier Ouest, 85610 Cugand

Tél : 02 51 71 13 00

Email : contact@mc-france.com

Site internet : www.fenetremeo.com

Réseaux sociaux : Facebook / Pinterest / Instagram / linkedin

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Charte de qualité et d'engagement

Aide des nouveaux adhérents pour : Accompagnement à la mise en place des outils, partage des bonnes pratiques, soutien de l'animateur.

Formation des nouveaux adhérents : Formation commerciale et technique

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Apport de contacts / Documentations et outils d'aide à la vente et de communication spécifiques / Châssis en Showroom / Opérations commerciales exclusives

Fréquence des visites des animateurs : 2/3 fois par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : Nouveau site internet MéO, Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Pinterest), presse spécialisée, PLV point de ventes clients

Cible des campagnes de communication : Le particulier et le professionnel

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : Formation en continu et session de formation au siège

École de formation : NC

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Commission Communication et Produits ainsi que lors de la convention annuelle

Réunions régionales : 7 réunions régionales, 1 fois par an

Convention nationale : 1 fois par an

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : non

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1983
Description du réseau : spécialistes Vérandas et Pergola de haute qualité en aluminium
Type de contrat : partenariat
Durée du contrat : 3 ans renouvelables par périodes d'un an par tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : entrepreneur et manager à dominante commerciale. Étude selon dossier
Affilié au groupe industriel : non
Nombre de magasins au sein du réseau : 60
Nombre d'implantations en 2019 : 7
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : 30 M€
CA HT d'une implantation après 2 ans : 700k€
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Nicolas Libbrecht
Animateurs réseau : Guénolé Normant, Thibault Ara

COORDONNÉES

Adresse : Europark Zuid 16. B-9100 Sint-Niklaas
Tél : +32 (0) 3 780 55 16
Email : service.commercial@veranco.com
Site internet : www.veranda-veranco.com

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : Plan d'intégration, formation technique et commerciale (3 stages) club vendeurs et clubs patrons
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : E-marketing, marketing mix, PLV, affichage, 4x3, catalogues, tarifs logiciels devis et online
Fréquence des visites des animateurs : 6 semaines

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : adwords, affichage 4x3.
Cible des campagnes de communication : Particuliers
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : formation technique et commerciale, club vendeurs et clubs patrons
École de formation : oui
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, tous les 2 ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : non
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au dirigeant du réseau Nicolas Libbrecht

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Notre activité a été soutenue, en nombre de ventes, et en forte croissance en valeur avec plus de valeurs ajoutées pour chaque type de vérandas et pergolas vendu par nos Partenaires.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Poursuite du développement de notre implantation sur le grand ouest, sud-ouest de la France, la Bretagne, région Ile-de-France, le sud-est, par le recrutement de nouveaux Partenaires. Pour nos Partenaires existants, continuer à les soutenir et les accompagner dans leur développement : formations, innovations, actions commerciales.

2 questions à un nouvel adhérent Etienne Leplay & Éric Frebourg, SNI Veranco au Havre

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous donner un exemple concret ?

Nous cherchions un fabricant de vérandas de qualité qui pourrait nous livrer dans les délais prévus des vérandas prêtes-à-poser. Veranco répondait déjà avec avance et talent à ce que nous attendions d'un industriel spécialisé dans ce domaine. Nous sommes très attachés aux nouveautés et Veranco met une très grande énergie au service de la recherche et de l'innovation, 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. Aujourd'hui, notre très grand showroom de 400 m² accueille ces clients et nous pouvons leur offrir un niveau de réponse à la hauteur des gammes proposées.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Dans le cadre du partenariat, Veranco a développé des méthodes de travail basées sur un grand respect mutuel et d'échanges gagnant-gagnant.

2 questions à la directrice du réseau **Fabienne Mahé-Soleil**

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous continuons à avoir une proposition très forte en termes d'accompagnement à la communication et à l'animation commerciale des magasins. Nos magasins bénéficient de cinq grandes opérations par an, organisées clés en main et incluant la TV, des campagnes d'affichage et des dépliants. Avec un calendrier qui permet aux magasins d'afficher une dynamique commerciale régulière et répétée sur leurs territoires. Et qui intègre largement les produits des fabricants référencés dans le réseau.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

L'augmentation du nombre de magasins est évidemment un objectif pour 2020. Et aussi continuer à accompagner le développement de nos adhérents. Avec une attention particulière aux deux sujets suivants : continuer à augmenter la visibilité locale de nos adhérents et accélérer les mises en contact des consommateurs vers les magasins. La Fevad et l'Insee ont mesuré qu'en 2018, les consommateurs avaient un taux de transformation vingt fois supérieur en magasin qu'en ligne. En 2020, le magasin sera plus que jamais au cœur de nos projets.

2 questions à un nouvel adhérent **Kévin Thomas, à Châteauroux (36)**

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Pour moi, le plus grand intérêt, c'est l'impact de la communication. On dispose d'un grand nombre d'actions et d'outils qui sont tellement facilitants et impactants pour notre commerce que je les utilise à fond. De toute façon, face à la concurrence, on ne peut plus se passer de communication aujourd'hui. Et puis il y a la multiplicité de l'offre produits des fabricants référencés : une variété qui préserve notre liberté d'achat. L'exemple le plus concret que je puisse vous donner, c'est que je reprends la société dans le cadre du départ en retraite de son dirigeant. Le faire en étant dans le réseau Océane, c'est rassurant.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Chaque rencontre ou réunion est l'occasion de parler avec des collègues et de s'enrichir de l'expérience de l'autre. J'ai en tête une discussion avec un collègue sur un fabricant référencé et ses produits. Très vite après cet échange, c'est un fabricant avec lequel je me suis mis à travailler. Les échanges entre chefs d'entreprise : c'est un autre bénéfice très concret du réseau.

Le Scan **PROSPERENCES** Prenez l'avantage !

- 13%** Potentiel de la France couverte (zones 30 minutes des magasins)
- 28** Nombre de départements couverts par au moins un magasin
- 53 ans** Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	13%		> 40 000
	08%		de 30 000 à 40 000
	13%		de 20 000 à 30 000
	28%		de 10 000 à 20 000
	38%		< 10 000



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.
Type de contrat : Licence de marque
Durée du contrat : 2 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Des professionnels de la menuiserie déjà installés, souhaitant accroître leur efficacité commerciale et soucieux de renforcer le rayonnement et le développement de leurs entreprises.
Affilié au groupe industriel : Poitou Menuiseries
Nombre de magasins au sein du réseau : 31
Nombre d'implantations en 2019 : 2
Nombre d'adhérents RGE : 31
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : NC
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : Non déterminée à date
Lieu de la prochaine convention : Non déterminé à date

CONTACTS

Président : Alexis Megnier
Directrice réseau : Fabienne Mahé-Soleil

COORDONNÉES

Adresse : La Folie - CS 81156 - 86062 Poitiers Cedex 9
Tél : 05 49 38 48 48
Email : fabienne.mahe@megnien-industries.fr
Site internet : www.fenetre-oceane.fr

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : signalétique magasin, équipement showroom
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : catalogue, valise démonstration, nuancier, panneau chantier, flyer, mailing, marquage véhicule, etc.
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 5 + 1 actions intégrant notamment 2 campagnes d'affichage, 7 semaines de sponsoring en prime time sur France TV et la distribution de 3 millions de dépliants publicitaires en 6 vagues.
Cible des campagnes de communication : notoriété = couverture nationale / émergence et trafic = couverture locale
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : non
Formation(s) proposée(s) : oui
École de formation : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : oui
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : plan de référencement de fabricants
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : oui

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 24/05/2015
Description du réseau : Oknoplast a toujours eu la volonté d'être au plus proche de ses revendeurs afin de collaborer dans un esprit d'engagement gagnant-gagnant. La marque Oknoplast doit être au service du développement de ses clients et les clients contribuent au développement d'Oknoplast.
Type de contrat : Accord de partenariat
Durée du contrat : Illimité
Profil du candidat et compétences nécessaires : Oknoplast s'associe à des revendeurs indépendants souhaitant intégrer un grand groupe moderne et dynamique tout en gardant son indépendance.
Affilié au groupe industriel : Oknoplast
Nombre de magasins au sein du réseau : 189
Nombre d'implantations en 2019 : 25
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucune
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : 2020
Lieu de la prochaine convention : Paris

CONTACTS

Directeur général Oknoplast France et directeur du réseau : Grégoire Cauvin

COORDONNÉES

Adresse : 85 rue de Rennes, 35510 Cesson-Sévigné
Tél : 02 57 24 04 40
Email : bureaufrance@oknoplast.com
Site internet : www.oknoplast.fr
Facebook : https://www.facebook.com/Oknoplast.FR/
Instagram : https://www.instagram.com/oknoplast_fr/
Blog : https://oknoplast.fr/blog/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : chaque nouvel adhérent premium reçoit un atelier Oknoplast pour équiper leur showroom et présenter les produits Oknoplast
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : divers outils d'aide à la vente catalogues, fiches produits, angles, valise, boîte de vitrages, site internet, configurateur de porte sont mis à la disposition de nos partenaires premium. De nouveaux outils ont été développés avec la sortie notamment cette année de MyOknoplast : successeur de l'espace partenaire, le site MyOknoplast.fr permet à chaque client de suivre ses commandes, le traitement de ses réclamations, sa facturation et d'obtenir les outils marketing, les tarifs, les catalogues techniques, les certifications, ...
Fréquence des visites des animateurs : 1 fois par mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : campagne TV en 2018 et 2019 durant 6 semaines sur les chaînes du groupe TF1 et relais via campagne digitale forte (search, display, réseaux sociaux, Le Bon Coin, Côté Maison, BFMTV...)
Cible des campagnes de communication : les particuliers propriétaires de 30 à 59 ans
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : tous les adhérents premium peuvent accéder aux formations produit et d'aide à la vente Oknoplast et Aluhaus
École de formation : non
Solution BIM : oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui annuelle

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Oui
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : 80 %

2 questions au directeur du réseau
Grégoire Cauvin

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

L'année 2019 a été très riche pour Oknoplast. Tout d'abord avec Oknolive Tour - véritable tour de France avec plus de 7 villes visitées en région - où les équipes commerciales Oknoplast France sont parties à la rencontre des partenaires premium afin de faire le bilan de l'année 2018 et d'échanger sur les perspectives et objectifs 2019. Le groupe a tenu sa première convention européenne le 12 septembre 2019 et célébré ses 25 ans entouré de plus de 800 invités. Enfin, Oknoplast France reconduit pour la 2^e année consécutive une campagne TV sur les chaînes du groupe TF1 accompagnée d'un relais digital important durant 6 semaines.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Les objectifs du groupe Oknoplast France pour 2020 sont tournés vers l'écologie avec tout d'abord la mise en place de la certification ISO 14001. Le digital sera également au cœur des projets tant dans l'équipement des showrooms que dans les solutions numériques déployées avec un CRM toujours plus performant pour piloter les projets commerciaux et marketing de nos partenaires. Le groupe prévoit également d'investir le marché de l'aluminium avec sa gamme complète de portes et fenêtres Aluhaus. De nouveaux produits seront lancés dès le mois de janvier sur le marché du neuf PVC et aluminium.

2 questions à un nouvel adhérent
Jean-Philippe Le Quere,
société FB Concept à Elancourt(78)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau premium Oknoplast est un véritable avantage en termes de communication et de vente puisqu'il permet de s'appuyer sur un groupe de renom. Devenir partenaire premium permet de bénéficier de nombreux outils marketing et d'un magnifique atelier doté d'un beau design qui permet ainsi de mettre en avant nos produits auprès de nos clients. Nous avons d'ailleurs régulièrement les félicitations de nos clients qui apprécient de pouvoir découvrir, manipuler et éprouver les produits avant achat. Et puis l'une des grandes forces du groupe est également son soutien en communication avec notamment une belle campagne TV depuis maintenant 2 ans.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous avons l'occasion de rencontrer nos confrères en région à l'occasion de l'Oknolive Tour et au niveau national avec la convention annuelle. L'ambiance y est saine et permet des échanges cordiaux. L'occasion d'échanger sur les difficultés que nous pouvons rencontrer les uns, les autres, d'échanger sur les expériences de chacun tant au niveau technique que commercial. Ce qui nous permet de tirer des apprentissages.

2 questions au directeur du réseau Pascal Gouraud

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Après avoir déployé un plan média fort pour générer du contact, nous avons développé des outils spécifiques à l'argumentaire de vente et appuyés par des cycles de formations : Iwindo et J.Box. Ces outils digitaux sur supports smartphones et tablettes, associés à des capteurs et à l'offre produit, permettent à nos clients de conseiller les particuliers après analyse de données factuelles et de configurer visuellement la meilleure réponse à leur projet.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Pour accompagner notre déploiement national et avoir une plus forte densité territoriale, nous développons le Marketing digital en support structurel pour aider nos Partenaires à mieux suivre et anticiper leurs plans média de proximité, leurs actions commerciales, le suivi de leur activité (commandes, logistique, gestion, compta...)

2 questions à un nouvel adhérent Philippe Taylor, société Art des fenêtres aux Mureaux (78)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

J'ai un nouveau regard sur mon travail, qui m'a permis de prendre de la hauteur en partageant mon quotidien et mes réflexions avec les autres Partenaires. J'ai retrouvé l'envie du plaisir de notre métier et d'aller de l'avant avec mon associé Christian André : nouvelle signalétique, nouveau Showroom, développement du web, positionnement haut de gamme français. Nous avons pu échanger en toute confiance avec un groupe d'hommes et de femmes côté industriel et Partenaires.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Nous participons aux réunions régionales et aux commissions pour accompagner le développement du réseau, c'est ce que nous appelons un Partenariat.

Le Scan



PROSPERENCES
Prenez l'avantage !

31 % Potentiel de la France couvert (zones 30 minutes des magasins)
40 Nombre de départements couverts par au moins un magasin
51,9 ans Âge moyen des adhérents

Stratégie d'implantation

Potentiel de fenêtres sur zones 30 minutes des magasins	55%	> 40 000
	11%	de 30 000 à 40 000
	07%	de 20 000 à 30 000
	25%	de 10 000 à 20 000
	03%	< 10 000



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2000
Description du réseau : Réseau des professionnels de la menuiserie, poseurs experts, indépendants, passionnés, exigeant.
Type de contrat : contrat commercial de distribution
Durée du contrat : indéterminée
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnels passionnés souhaitant développer leur entreprise dans un esprit d'indépendance coopérative.
Affilié au groupe industriel : Janneau menuiseries
Nombre de magasins au sein du réseau : 100
Nombre d'implantations en 2019 : 4
Nombre d'adhérents RGE : 100
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 0€
Redevance d'exploitation : 0€
Redevance publicitaire : pack marketing
Date de la prochaine convention nationale : juillet 2020
Lieu de la prochaine convention : confidentiel

CONTACTS

Dirigeant général : Pierre Bordier
Directeur réseau : Pascal Gouraud

COORDONNÉES

Adresse : Route d'Ancenis, 44430 Le Loroux-Bottereau
Tél : 02 40 33 81 69
Email : marketing@janneau.com
Site internet : www.partenaires-janneau.com
Facebook : Janneau menuiseries

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC
Aide des nouveaux adhérents pour : étude de marché, communication nationale et locale, conseils pour la conception d'un magasin, participation financière sur la réalisation du showroom.
Formation des nouveaux adhérents : formation technique et commerciale, management, finance/gestion, école de vente...

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : outils digitaux (application web, configurateur, gestion des contacts, Iwindo, J.Box...) échantillons produits, documentations techniques et commerciales, espace pro sur le site Internet, site Internet, modules expos, PLV, kit de communication, fiches produits, formation, échantillons, logiciel de chiffrage, bureau d'étude commercial...
Fréquence des visites des animateurs : tous les mois

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : campagnes TV, radio, web, affichage, série d'opérations promos
Cible des campagnes de communication : Particuliers
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : formation technique et commerciale, management, finance/gestion, école de vente...
École de formation : Académie Janneau
Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC
Réunions régionales : 1 fois par trimestre
Convention nationale : 1 fois par an
"Elan" : réunion commerciale avec tous les vendeurs en janvier, tous les ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui à la demande
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : oui

ACHATS

Centrale d'achats : oui, accords-cadres et référencement avec d'autres fournisseurs du marché de la fermeture
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : oui

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2015

Description du réseau : Espace Lounge - réseau d'Installateurs Fabricants Agréés de l'industriel Akraplast - dispose de tout le savoir-faire historique du groupe et s'impose comme une marque référente et innovante sur le marché des vérandas à toit plat et pergolas isolées.

Type de contrat : Contrat de distribution

Durée du contrat : 3 ans

Profil du candidat et compétences nécessaires : Menuisier aluminium spécialiste véranda depuis 5ans mini, garantie décennale, site internet actif, showroom mini 50 m², CA supérieur à 1300 K€.

Affilié au groupe industriel : Akraplast France

Nombre de magasins au sein du réseau : 85

Nombre d'implantations en 2019 : +10

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : 6 M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : + 150 K€ avec la vente des produits Espace Lounge

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : aucun

Redevance publicitaire : 3500 €

Date de la prochaine convention nationale : Janvier 2020

Lieu de la prochaine convention : Région Paca - au sein du site de production historique

CONTACTS

Dirigeant : Anthony Saracco

COORDONNÉES

Adresse : 94, rue Alain Bajac - 84120 Pertuis

Tél : 09 51 60 24 10

Email : info@espace-lounge.fr

Site internet : www.espace-lounge.com

Réseaux sociaux : LinkedIn : Espace Lounge SAS

Facebook : @espacelounge

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : aménagement showroom, stratégie de communication régionale, arguments vente, outils d'aide à la vente, etc.

Formation des nouveaux adhérents : oui, technique et commerciale

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Logiciel chiffrage simplifié, book haut de gamme, témoignages clients, brochures, maquettes, PLV salons & foires, etc.

Fréquence des visites des animateurs : mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Stratégie de référencement web, refonte site internet, refonte des outils d'aide à la vente et charte graphique.

Cible des campagnes de communication : particuliers, presse, hôtellerie-restauration.

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : non

Formation(s) proposée(s) : Formation aux arguments de vente, formation technique in situ, accompagnement technique 1^{er} chantier.

École de formation : oui

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Conventions régionales et nationales.

Réunions régionales : oui, une annuelle / région

Convention nationale : oui, annuelle

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au dirigeant du réseau Anthony Saracco

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Pour 2019, la marque a largement développé sa gamme de services dédiés au réseau. Dans les grandes nouveautés, on peut évoquer :

- De nouveaux outils pour simplifier et accélérer le chiffrage des produits Espace Lounge avec la récente mise en place des tarifs sur le logiciel ProDevis.

- Un bureau d'études disponible pour les projets sur-mesure qui propose de fournir des plans 2D & une intégration 3D du projet.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

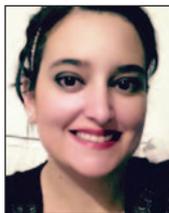
Les produits Espace Lounge sont prêts à la pose, préfabriqués et sans gestion de stock. Rejoindre le réseau, c'est choisir des produits simples avec une facilité de pose. Espace Lounge souhaite poursuivre le développement des services pour aller encore plus loin dans la simplification et la réduction du temps de pose sur chantier.



2 questions au responsable du réseau Magalie Brouquier

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

La création d'un site web dédié aux installateurs de notre réseau. La plus grande difficulté a été de créer un site à l'image de nos installateurs et cohérent avec leur modèle de gestion. Créer un outil qui convient à 200 personnes qui ont chacun leur habitude de travail est un vrai défi.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nous avons de nombreux projets : un partenariat avec LOCAM pour que nos installateurs proposent de la LOA pour leurs clients professionnels, nous proposerons également un site web dédiés à leurs objets de communication, pour commander en toute autonomie.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2000

Description du réseau : Un réseau d'experts Came qui s'engagent à assurer un haut niveau de service avec des connaissances solides sur les évolutions technologiques du métier et une bonne maîtrise dans les produits Came.

Type de contrat : Charte

Durée du contrat : 1 an

Profil du candidat et compétences nécessaires : Soucieux du sens du service, les installateurs Premium doivent maîtriser les produits Came et conserver un bon niveau de connaissance en cohérence avec les évolutions du métier.

Affilié au groupe industriel : Came Spa

Nombre de magasins au sein du réseau : 10

Nombre d'implantations en 2019 : 0

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 1000 €

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : mars 2020

Lieu de la prochaine convention : New York

CONTACTS

Dirigeant : Daniel François

Chargée communication et marketing : Magalie Brouquier

COORDONNÉES

Adresse : ZAC des bois Rochefort - 3 allée du 7^e art
95240 Cormeilles-en-Parisis

Tél : 0130102471

Email : mbrouquier@came.com

Site internet : www.camepremium.fr

Réseaux sociaux : NC

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui

Aide des nouveaux adhérents pour : Nous accompagnons tous nos adhérents qu'ils soient nouveaux ou pas. Chaque année, nous nous efforçons de proposer des nouveautés qui nécessitent un accompagnement. Une attention particulière est apportée aux nouveaux adhérents pour les services historiques de la charte

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Chaque membre a un budget alloué pour la promotion de son image, nous proposons un catalogue d'objets promotionnels personnalisés au nom de l'entreprise. Nous proposons également des ateliers de coaching et un site web de mise en relation pour la vente de ses services.

Fréquence des visites des animateurs : 2 à 3 fois par an dans les dix agences de Came France

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC

Cible des campagnes de communication : Nous ciblons avant tout le grand public, cœur de cible de nos installateurs Premiums

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : Chaque agence Came propose des formations techniques sur les produits où l'on peut s'inscrire directement en agence. Lors de réunions régionales Premium, nos chefs de marchés assurent la formation sur les nouveaux produits.

École de formation : non

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Nos membres Premium disposent d'une page privée Facebook où ils peuvent partager leurs expériences mais aussi pour s'entraider.

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui, une fois par an dans le cadre d'un voyage

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2009

Description du réseau : Réseau spécialisé dans le dépannage, la réparation et la motorisation de volets roulants. Associé à un fabricant possédant + de 30 années d'expérience dans la fermeture, AVS apporte à ses membres plus d'activité et de contacts clients (réparations déléguées par les usines, dépannages de particuliers) et de meilleures conditions d'achat (tarif spécial sur www.avs-store.fr).

Type de contrat : contrat de collaboration

Durée du contrat : 1 an reconductible

Profil du candidat et compétences nécessaires : Bon technicien, professionnel dans la fermeture (VR et PG). Dynamique et organisé, notre partenaire doit avant tout posséder un sens aigu du service client et une ambition commerciale.

Affilié au groupe industriel : Soprofen

Nombre de magasins au sein du réseau : 69 sociétés membres

Nombre d'implantations en 2019 : 6

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance annuelle d'exploitation : 12 % du CA HT facturé (0 % sur les SAV délégués)

Redevance annuelle publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Laurent Darous

Directeur ou animateur réseau : Alexandre Boukria et Yann Besson

COORDONNÉES

Adresse : ZA Le Bosquet - 67580 Mertzwiller

Tél : 03 88 90 52 34

Email : ybesson@soprofen.com

Site internet : www.avs-store.fr (catégorie "fourniture et pose")
www.allo-volet-service.fr

Réseaux sociaux : www.facebook.com/reseauavs

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC

Aide des nouveaux adhérents pour : NC

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : une vaste gamme pour les produits finis est disponible

Fréquence des visites des animateurs : NC

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : NC

Cible des campagnes de communication : NC

Personne/service dédié à la communication : NC

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : Formations "produits" volet roulant, porte de garage, motorisation, programmation

École de formation : oui

Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : NC

Convention nationale : NC

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : NC

Benchmark financier au sein du réseau : NC

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : NC

ACHATS

Centrale d'achats : oui (www.avs-store.fr)

Normes architecturales à respecter : NC

Part minimum de produits du réseau à commander : NC

2 questions au responsable du développement Yann Besson

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Nous continuons le développement de notre centre de distribution de pièces détachées de volet roulant en ligne, avec une refonte totale du site www.avs-store.fr prévue pour novembre 2019. Ce site est destiné à l'ensemble des artisans du réseau qui bénéficient de tarifs préférentiels, d'opérations promotionnelles en avant-première et du franco de port systématique, mais aussi à tous les professionnels, spécialistes des réparations et de la motorisation de volets roulants.

Nous proposons également des "offres produits" telles que :

- le kit de motorisation Somfy
- un pack moteur Somfy permettant de s'adapter à un volet roulant Bubendorff
- la motorisation de volets battants
- et les automatismes de portail.

Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Nos objectifs initiaux ne changent pas :

- conserver un fonctionnement simple et juste pour les indépendants qui nous rejoignent, avec une prise de commissionnement de 12 % sur les dépannages de particuliers et 0 % sur les SAV internes du groupe.
- trouver de nouveaux partenaires pour compléter le maillage réseau sur le territoire national.



2 questions à un nouvel adhérent Patrice Roy, société Habitat Multiservices à Villaudric (31)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Le réseau « Allo Volet Service » m'a apporté un complément d'activité grâce des apports réguliers de missions, telles que des dépannages et des SAV provenant de l'usine. Faire partie du réseau « Allo Volet Service » permet également d'accroître sa notoriété et donne de la visibilité localement. Pour preuve, l'appartenance au réseau m'a permis de réaliser des chantiers de pose de volets roulants et de portes de garage pour le compte d'autres professionnels installateurs qui ont vu, par le réseau AVS, un gage de sérieux et de professionnalisme.



En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Les rassemblements et les formations proposés par le réseau « Allo Volet Service » permettent d'échanger avec d'autres collègues du réseau sur des problématiques techniques et astuces précises, chacun y apportant son expérience et son savoir-faire.

De plus, « Allo Volet Service » est une structure accessible, avec des interlocuteurs privilégiés qui sont à notre écoute et qui sont soucieux de répondre aux besoins réels de l'artisan.

2 questions au responsable du réseau Paul Doubek

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Les 5 conventions régionales du mois d'avril ont permis de rencontrer en 5 dates l'ensemble des acteurs du réseau Proxeo, et dessiner ensemble la Road Map pour les années à venir. Le temps fort promotionnel du mois de juin a été le coup d'envoi de l'offre de financement locatif proposé par Proxeo et particulièrement attendu par les adhérents du réseau.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Fort de 215 agences en France, le réseau Proxeo dispose aujourd'hui d'une couverture géographique couvrant 95% du potentiel national. Le principal objectif pour 2020 va être de poursuivre sa consolidation territoriale tout en accroissant sa pénétration sur les marchés résidentiels, premium et tertiaires, grâce notamment aux offres de protection extérieure et de vidéoprotection.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2008

Description du réseau : Le réseau Proxeo fédère plus de 200 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.

Type de contrat : concession et partenariat commercial

Durée du contrat : Annuel à tacite reconduction

Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnel formé à l'installation de solutions globales de confort et de sécurité. Entrepreneur maîtrisant la vente directe et sensible à l'équipement de la maison.

Affilié au groupe industriel : Hager

Nombre de magasins au sein du réseau : 215

Nombre d'implantations en 2019 : 8

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : +de 120M€

CA HT d'une implantation après 2 ans : 500k€

Droits d'entrée du réseau : aucun

Redevance d'exploitation : indexée sur le volume d'achat

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : 2020

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Directeur du réseau : Paul Doubek

COORDONNÉES

Adresse : Hager, Rue du Pré de l'Herme, 38926 Crolles Cedex

Tél : 04 76 45 32 32

Email : paul.doubek@hagergroup.com

Site internet : www.proxeo.fr

Réseaux sociaux : proxeo.fr

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : NC

Aide des nouveaux adhérents pour : aménagement du point de vente, communication digitale et média, outils de prospection et accompagnement personnalisé

Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : oui

Fréquence des visites des animateurs : personnalisée

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : 2 temps forts promotionnels nationaux (juin / octobre)

Cible des campagnes de communication : Sensibilisation à la sécurité anti-intrusion et solutions de vidéoprotection pour cibles résidentielles et tertiaires

Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui

Formation(s) proposée(s) : formations techniques, commerciales et managériales

École de formation : oui

Solution BIM : NC

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : oui

Convention nationale : oui, biennale

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui

Benchmark financier au sein du réseau : non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non

Normes architecturales à respecter : non

Part minimum de produits du réseau à commander : NC



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2012

Description du réseau : Le réseau Ambassadeurs regroupe les installateurs certifiés par Cebel, des professionnels du conseil à la pose du portail.

Type de contrat : écrit

Durée du contrat : 1 an renouvelable

Profil du candidat et compétences nécessaires : Un expert de la menuiserie, entreprise ou artisan, justifiant d'un volume minimum de 25 portails par an.

Affilié au groupe industriel : Cebel

Nombre de magasins au sein du réseau : 80

Nombre d'implantations en 2019 : NC

Nombre d'adhérents RGE : NC

CA HT global du réseau : NC

CA HT d'une implantation après 2 ans : NC

Droits d'entrée du réseau : 1200 €

Redevance d'exploitation : aucune

Redevance publicitaire : aucune

Date de la prochaine convention nationale : NC

Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Lucien Crapiz

COORDONNÉES

Adresse : ZAC de Chesnes la Noirée, 6 rue de Chapeau Rouge, 38070 Saint Quentin Fallavier

Tél : 04 74 99 06 21

Email : contact@cebel.fr

Site internet : www.cebel.fr

Réseaux sociaux : Facebook

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : Non

Aide des nouveaux adhérents pour : Cebel accompagne les Ambassadeurs avec des formations, des éléments marketing...

Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Cebel met gratuitement à disposition de ses Ambassadeurs de nombreux outils (mini-catalogues, flyers, goodies...)

Fréquence des visites des animateurs : 1-3 par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Cebel a lancé une campagne nationale publicitaire TV (audience 88 millions de vues) et des parutions en presse spécialisée

Cible des campagnes de communication : Toutes les communications s'adressent au grand public (particuliers)

Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui

Formation(s) proposée(s) : Une formation dispensée par les commerciaux est possible, sur site ou directement dans l'usine

École de formation : Non

Solution BIM : Non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : NC

Réunions régionales : Non

Convention nationale : Non

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : Non

Benchmark financier au sein du réseau : Non

Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : Non

ACHATS

Centrale d'achats : Non

Normes architecturales à respecter : Non

Part minimum de produits du réseau à commander : Non

2 questions au responsable du réseau Lucien Crapiz

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

En 2019, Cebel s'est lancée le défi de passer à la TV. C'est ainsi que Cebel est passée sur TF1, M6, France Télévision en parrainant de nombreuses émissions... En tout, une audience de 88 millions de vues ! Les résultats ne se sont pas fait attendre avec des visites doublées voire triplées sur notre site internet cebel.fr.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

Le progrès ne s'arrête jamais et Cebel mise beaucoup sur l'innovation. Néanmoins, beaucoup de développements sont classés confidentiels à l'heure actuelle. Un agrandissement de l'usine est à l'ordre du jour ainsi que des nouveautés dans notre catalogue (décors, remplissages, moteurs intégrés...)



2 questions au directeur du réseau Dany Rabiller

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Une année anniversaire ! 2019 marque pour Soko 30 ans d'expertise dans la conception et la fabrication de solutions d'extensions sur mesure : vérandas & pergolas - 30 ans d'innovations et de savoir-faire au service de nos clients. Une année riche en projets et nouveautés à l'instar du changement de notre identité graphique s'accompagnant de la refonte de l'ensemble de nos outils d'aide à la vente pour nos clients (plaquettes commerciales, site Internet, PLV) et de la mise en place d'un grand challenge commercial national auprès de notre réseau à l'occasion de nos 30 ans.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

En 2020, nous allons continuer à servir nos clients pour leur faciliter le travail au quotidien. Nous apportons des améliorations sur notre logiciel de modélisation 3D, Designer. Permettant déjà d'élaborer le projet de véranda ou pergola en direct chez le client final particulier, il permettra dorénavant de chiffrer automatiquement le projet pour un devis en temps réel. Nous continuerons également d'accentuer le rythme des formations au siège pour rendre de plus en plus autonomes nos clients en les perfectionnant sur la vente, la pose et le métré, et l'utilisation du logiciel Designer.

2 questions à un nouvel adhérent Alexandre Bartier À l'extension verandas, à Lille (59)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Adhérer au réseau Soko implique une gestion simple avec des équipes à l'écoute de leurs clients et surtout, avec une réactivité à tous les niveaux. Mon souhait était de travailler avec un fabricant français et lorsque l'on visite l'usine de production en Vendée, à Dompierre-sur-Yon, le choix se fait naturellement en toute confiance. La large gamme de produits à la pointe de la technologie est un réel plus dans notre approche clients pour pouvoir leur proposer le meilleur en fonction de leurs envies. Les formations continues liées aux évolutions produits nous permettent d'être toujours au point techniquement.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Que ce soit lors des formations au siège ou lors des séminaires annuels, nous sommes amenés à rencontrer régulièrement nos confrères. Très riches d'enseignements, les partages d'idées et d'expériences nous font avancer les uns et les autres et les réunions sont des moments très importants où l'on a plaisir à se retrouver.



FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 1989
Description du réseau : Réseau de professionnels spécialisés dans la commercialisation et la pose de vérandas et pergolas en alu
Type de contrat : pas de contrat ou convention pour les distributeurs certifiés
Durée du contrat : Libre / 3 ans (D.C)
Profil du candidat et compétences nécessaires : Professionnels de la vente et de l'installation de vérandas, préaux, pergolas aluminium et/ou issus du métier de la menuiserie
Affilié au groupe industriel : Akena Vérandas
Nombre de magasins au sein du réseau : 200
Nombre d'implantations en 2019 : NC
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : aucun
Redevance d'exploitation : aucun
Redevance publicitaire : aucun
Date de la prochaine convention nationale : 16 au 19 janvier 2020
Lieu de la prochaine convention : Budapest, Hongrie

CONTACTS

Dirigeant : Dany Rabiller
Animateur réseau : Mourad Klouz

COORDONNÉES

Adresse : 25-31 rue Éric Tabarly - ZA de l'Eraudière
85170 Dompierre-sur-Yon
Tél : 02 51 48 38 39
Email : contact@soko.fr
Site internet : www.soko.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/verandas.soko/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : le choix des produits et le lancement dans l'activité
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites d'animateurs, logiciel d'application 3D, formation, documentations commerciales, PLV, site internet, échantillons...
Fréquence des visites des animateurs : régulière (et à la demande des clients)

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : presse, affichage, réseaux sociaux, internet
Cible des campagnes de communication : BtoB, BtoC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, technique/métier, aide à la vente
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : réunions régionales, sessions de formation, convention nationale
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, 1 fois/an

FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : Septembre 2010
Description du réseau : Réseau d'installateurs indépendants de menuiseries sur-mesure pour l'habitat.
Type de contrat : Accord de collaboration
Durée du contrat : 1 an renouvelé tacitement
Profil du candidat et compétences nécessaires : professionnel de la menuiserie sachant installer dans les règles de l'art, un commerçant avec un bon état d'esprit, plusieurs niveaux d'adhésions disponibles selon les besoins du partenaire (communication, accompagnement marketing et commercial)
Affilié au groupe industriel : C2R
Nombre de magasins au sein du réseau : 223
Nombre d'implantations en 2019 : 174
Nombre d'adhérents RGE : 149
CA HT global du réseau : 111 500 000 €
CA HT d'une implantation après 2 ans : 250 000 €
Droits d'entrée du réseau : aucun, pack de signalétique de 1200, ou 0 € selon le niveau d'adhésion
Redevance d'exploitation : 2 500 € (dotation annuelle amortissable par BFA), ou 1 200 €, ou 0,00 € selon le niveau d'adhésion
Redevance publicitaire : aucune
Date de la prochaine convention nationale : juin 2020, réunions en région fin novembre 2019
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Ludovic Joubert
Directeur ou animateur réseau : Julien Lapeyrere

COORDONNÉES

Adresse : 53 avenue de Paris, 47 800 Miramont de Guyenne
Tél : 05 53 20 43 00
Email : contact.renovart.ouvertures@c2r-sa.com
Site internet : www.renovart-ouvertures.fr
Réseaux sociaux : renovart by c2r (Facebook + Instagram)

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : non
Aide des nouveaux adhérents pour : implantation du showroom, signalétique extérieure du point de vente, signalétique des véhicules, accompagnement web
Formation des nouveaux adhérents : oui (produits)

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : très nombreux et variés (catalogues, flyers, affiches, panneaux de chantier, cartes de visite...)
Fréquence des visites des animateurs : mensuelle

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : mars, avril, mai, juin, septembre
Cible des campagnes de communication : tous produits ou produits de protection solaire selon les campagnes
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : en fonction du besoin du partenaire
École de formation : oui
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : guide des bonnes pratiques et comportement en tant que membre du réseau
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui, annuelle

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : non, référencement national de 18 fournisseurs produits/services
Normes architecturales à respecter : non
Part minimum de produits du réseau à commander : de 30 à 100 % selon le niveau d'adhésion

2 questions au responsable du réseau Julien Lapeyrere

Quel a été le projet le plus marquant dans l'année 2019 pour votre réseau ?

Un gros développement du nombre de nos partenaires et un système de formation itinérant.



Quels sont vos principaux projets et objectifs de développement pour 2020 ?

La mise en application d'une stratégie innovante et unique pour générer du business à redistribuer à l'ensemble de nos partenaires.

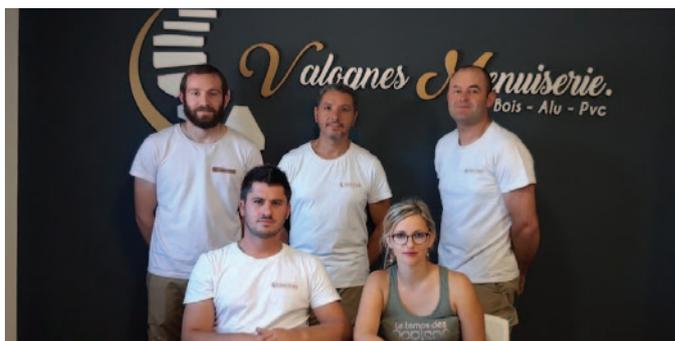
2 questions à un nouvel adhérent Rénov'Art à Valognes (50)

Que vous a apporté le réseau depuis que vous y avez adhéré ? Pouvez-vous nous donner un exemple concret ?

Nous sommes suivis par une équipe entièrement dédiée. Nous avons étoffé notre gamme de produits grâce aux fournisseurs référencés et nous pouvons aujourd'hui dynamiser notre activité par le biais de quatre opérations commerciales annuelles. Nous utilisons les outils d'aide à la vente disponibles dans notre dotation pour rassurer notre clientèle à la fois sur la qualité des produits que nous commercialisons mais aussi sur notre savoir-faire et l'image que nous véhiculons.

En quoi avez-vous pu bénéficier de l'expérience de vos collègues au sein du réseau ?

Le fait de rejoindre un réseau nous a permis d'échanger avec d'autres partenaires sur nos problématiques et nos façons de travailler notamment lors de la convention nationale de juin dernier. La contribution, les idées et les méthodes de chacun mis en commun génèrent une force collective et nous permettent d'avoir une vision différente sur le marché, la clientèle et l'adaptation aux nouvelles exigences des consommateurs.





FICHE D'IDENTITÉ

Date de création du réseau : 2002
Description du réseau : Abris de terrasses et carports – mobilier urbain et commercial
Type de contrat : Contrat de partenariat
Durée du contrat : 1 an, renouvelable par tacite reconduction
Profil du candidat et compétences nécessaires : Pas de profil type
Affilié au groupe industriel : Aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : 32
Nombre d'implantations en 2019 : 3
Nombre d'adhérents RGE : 0
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : Aucun
Redevance d'exploitation : NC
Redevance publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : NC
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Philippe Verlinden

COORDONNÉES

Adresse : Boomsesteenweg 41, 2630 Aartselaar (Belgique)
Tél : 0032 455 90 67
Email : philippe.verlinden@bozarc.be
Site internet : www.bozarc.fr
Réseaux sociaux : www.facebook.com/bozarc.france

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : La recherche d'un local, la conception d'un magasin, l'étude du marché, les choix des produits, le dossier de financement.
Formation des nouveaux adhérents : Oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : Visite d'animateurs, application formation, mailings, brochures, flyers...
Fréquence des visites des animateurs : 2 par an

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2018 : Publicité sur internet et réseaux sociaux.
Cible des campagnes de communication : Campagnes B2C et B2B
Personne/service dédié à la communication : Oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : Oui
Formation(s) proposée(s) : Produits, technique / métier, aide à la vente, marketing / communication.
École de formation : Oui
Solution BIM : Oui

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : Conventions régionales
Réunions régionales : oui
Convention nationale : oui

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : non
Benchmark financier au sein du réseau : oui
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : pas de part minimum

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
Type de contrat : contrat d'adhésion au groupement Maison du menuisier
Durée du contrat : 3 ans
Profil du candidat et compétences nécessaires : Structure existante ou création ayant le savoir-faire du métier de la menuiserie
Affilié au groupe industriel : aucun
Nombre de magasins au sein du réseau : NC
Nombre d'implantations en 2018 : NC
Nombre d'adhérents RGE : NC
CA HT global du réseau : NC
CA HT d'une implantation après 2 ans : NC
Droits d'entrée du réseau : 9 500 €
Redevance annuelle d'exploitation : NC
Redevance annuelle publicitaire : NC
Date de la prochaine convention nationale : NC
Lieu de la prochaine convention : NC

CONTACTS

Dirigeant : Laurent Corso
Directeur du réseau : Jérôme Dangles

COORDONNÉES

Adresse : 56 avenue des combattants d'AFN – 13700 Marignane
Tél : 06 32 98 33 19
Email : j.dangles@reseaux-menuiseries.fr
Site internet : www.maisondumenuisier.fr
Facebook : https://fr-fr.facebook.com/LA-MAISON-DU-MENUISIER-145050398003/

AIDE AUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Remise de manuels de savoir-faire : oui
Aide des nouveaux adhérents pour : la conception d'un magasin, le choix des produits
Formation des nouveaux adhérents : oui

AIDE À LA VENTE

Outils d'aide à la vente : visites d'animateurs, formation, mailings, emailings, brochures, flyers, PLV
Fréquence des visites des animateurs : plus d'1 par trimestre

COMMUNICATION NATIONALE

Campagne(s) de communication nationale en 2019 : NC
Cible des campagnes de communication : campagnes BtoB, campagnes BtoC
Personne/service dédié à la communication : oui

FORMATION DES ADHÉRENTS

Aide à la formation : oui
Formation(s) proposée(s) : produits, technique / métier, aide à la vente, marketing / communication
École de formation : non
Solution BIM : non

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

Outils de partage de bonnes pratiques : intranet, commissions par thème, conventions régionales, convention nationale
Réunions régionales : 2 fois par an
Convention nationale : 1 fois tous les 2 ans

AIDE AU PILOTAGE / GESTION FINANCIÈRE

Aide au pilotage : oui
Benchmark financier au sein du réseau : non
Évaluation proposée pour cession / transmission d'entreprise : non

ACHATS

Centrale d'achats : oui
Normes architecturales à respecter : oui
Part minimum de produits du réseau à commander : plus de 75 %

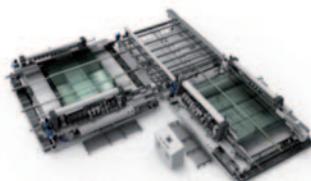
VOS FOURNISSEURS

Les prestataires qu'il vous faut

APROVERRE



Rectilignes, Biseauteuses



Bilatérales



Centres d'usinage



Sableuses, Tables de découpe, Lignes double vitrage, Matériel, Consommables...

Neuf et Occasion
Suivi et SAV

distributeur agréé Bavelloni
France & Suisse Romande

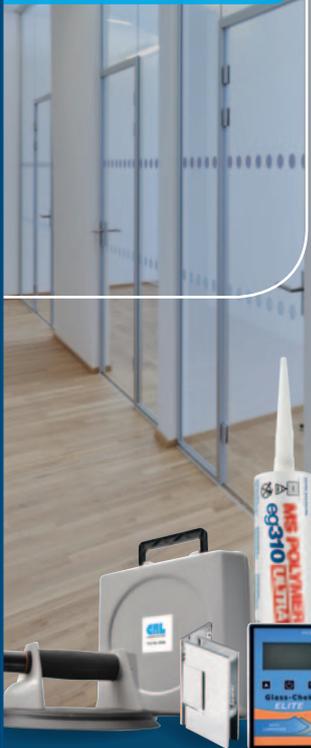
Tél : 01 77 01 40 46

5 avenue de la Villa Antony
94410 Saint-Maurice

info@aproverre.fr
www.aproverre.fr



CRL, LE PARTENAIRE FIABLE POUR TOUS VOS PROJETS AUTOUR DU VERRE.



Manutention du verre



Outils de miroiterie



Quincaillerie de douche



Quincaillerie de porte



Métaux architecturaux



Systèmes de garde-corps

Numéro gratuit
00 800 0421 6144

FR@crl.eu
www.crlaurence.fr

CRL



TOUS LES EQUIPEMENTS ET CONSOMMABLES POUR LE STOCKAGE, LA MANUTENTION, ET LA TRANSFORMATION DU VERRE PLAT



PACARD S.A.S
ZAC de Saint Estève - 318 Avenue de Saint Estève.
0640 SAINT-JEANNET
Tel : +33 497 191 182
Fax : +33 497 191 204
Courriel : pacard@pacard.fr Site : www.pacard.fr

ANT

Progiciel de Gestion Intégrée
menuiserie et bâtiment

De la relation commerciale à la facturation
Suivi des dossiers, des affaires
Gestion de la fabrication et des chantiers
Gestion des tarifs fournisseurs
Planning et traçabilité

TACTconseil
www.tact-conseil.fr

4 rue du Vallon - 67700 SAVERNE
Tél. 03.88.71.50.04 - Fax 03.88.71.50.06
info@tact-conseil.fr
www.tact-conseil.fr

SCNF
MANUTENTION - STOCKAGE



Chariots, palettes, civières, pupitres...
pour le transport et le stockage
de Profiles alu ou pvc, vitrages, menuiseries...
Etude - Conception - Production



9 bis av James et Gabriel Lecomte - 51200 EPERNAY - Fr
Tél. 03 26 32 57 04 - Fax. 03 26 32 53 61
contact@manustockage.fr
www.manustockage.fr



FRANCE

UNE VISION D'AVANCE

REVOLUTION dans le soudage de cadres PVC

Le

SOUDAGE sans EBAVURAGE

Nouveautés



GRAF SYNERGY

BATIMAT Hall 7 - B135

Centres d'usinage PVC /ALU à motorisation linéaire



Nouvelle génération d'ébavureuses à motorisation linéaire



Concept de soudage/ébaivage en ligne simple et DUPLEX

Machines standards



Matériels de manutention



Machines spéciales



Outilsage

RYKO France
5, rue Ampère
67500 HAGUENAU
TØ: 03 88 63 99 99
Fax: 03 88 63 99 90

Email: contact@rykofrance.com
Site: www.rykofrance.com

VOS FOURNISSEURS

Pour figurer dans cette rubrique, contactez Claire Grau au 01 43 87 96 86 (claire.grau@verreetprotections.com)

BEWAP
Machines et Services pour les Menuisiers et les Applicateurs de Peinture

Machines à laquer
Peinture poudre pour aluminium et acier, peinture liquide pour PVC, composites et métal.

Bancs d'essais
Conception, fabrication et rénovation de banc d'essai pour les menuisiers industriels.

Machines RP Aluminium
Pose de joints EPDM, pose de joints brosses, protection de profils.

Machines PMS
Débit de parcelles en PVC et en aluminium.

Films et rubans de masquages. Crochets et pièces de fixations.

14, Boulevard Pierre Renaudet
65000 TARBES - FRANCE
Tél. : +33 (0)5 62 37 92 25
Fax : +33 (0)9 55 37 92 25
Port. : +33 (0)6 26 97 05 23
contact@bewap.fr

KeM.Tech K.S.F. LEVE VITRE

Pour vérandas Capacité 120 kg à 4 m

Robots de vitrage Capacité jusqu'à 900 kg

Diable Elévateur Capacité 180 kg

Elévateur vertical Jusqu'à 350 kg / 8 m

www.kemtech-ksf.com

KeM.Tech
Tél. 06 62 04 66 50
kemtech@laposte.net

BOTTERO

BOTTERO toujours en force sur le marché grâce à ses innovations et ses brevets à la pointe.

Avec sa gamme de produits et son équipe technique et commerciale professionnelle et active, BOTTERO connaît un succès sans précédent.

Découpe

- Leader dans les solutions de découpe pour verre float et feuilleté, en installation seule ou intégrée. Nouvelle génération de découpe du verre feuilleté avec sa table 548 Lam ultra performante.

Façonnage

- Rectilignes industrielles.
- 5 modèles différents de Bilatérales pour répondre à tous vos besoins.
- Centres de perçage seuls ou en ligne.
- Centres d'usinage CNC pour le façonnage et la gravure de 3 à 4 axes.
- Machines à laver horizontales de haute qualité.

Manutention

- Portiques aériens, navettes et stockages automatiques.
- Robotisation.

Ligne d'assemblage de verre feuilleté

- Lignes complètes de production de vitrage feuilleté petites, moyennes et productions industrielles.
- Totalement modulables d'un mode semi-automatique à tout automatique.

Service après-vente

- Sept techniciens dédiés uniquement au service technique du verre plat.
- Vente de pièces détachées.

BOTTERO FRANCE
ZI du Fongéri - 218, route de la Baronne
06640 Saint-Jeannet
Tel. +33 (4) 93 08 19 13
Fax +33 (4) 93 08 87 59
botterofrance@botterofrance.com
www.bottero.com

we • glass

DELTA RACK™
transport & handling solutions

Chevalets en bois à partir de € 30

Livré en kit 'prêt-à-monter'

PROMO:

Chariot à € 250 pp
(à partir de 3 pièces- départ usine)

Deltarack bvba - Belgique
Tel. +32 3 369 24 28
www.deltarack.fr

VOS FOURNISSEURS

Les prestataires qu'il vous faut

MZR www.mzr85.fr

ETUDE ETE FABRICATION DE POSTES DE TRAVAIL SUR MESURE

PolyLev



TBMB



ROUTE DE SAINT JULIEN DES LANDES
85220 LANDEVILLE
TÉL : 02.51.90.06.09
EMAIL : mzr@mzr85.fr

Un univers innovant !

StoriPro
STORES & MOUSTIQUAIRES

Concepteur fabricant innovant



STORES :

- ZIP
- SCREEN
- ENROULEURS
- A CASSETTES
- A BANDES VERTICALES
- VENITIENS ALUMINIUM

MOUSTIQUAIRES :

- ENROULABLES
- ZIP
- PLISSEES
- FIXES
- BATTANTES

AXITEC FRANCE

20 ANS

Concepteur et fabricant depuis 1997

POUR L'ATELIER | POUR LE CHANTIER



Vente - Location - Maintenance

12 rue du Vigneau de Souché - 79000 NIORT
Tél. : 05 49 09 29 73 - Fax : 05 49 09 63 05
commercial@axitec.fr - www.axitec.fr

VOTRE COLONNE ICI

Profitez de la distribution exceptionnelle de Verre & Protections en étant visible à chaque numéro !

★ ★ ★

Contactez Claire Grau au 01 43 87 08 75

EISMO

10, rue de l'Artisanat - CS70015
68730 BLOTZHEIM
Tél : 03 89 68 45 66
Fax : 03 89 68 89 72
eismo@eismo.fr / www.eismo.fr



Table de montage



Tronçonneuse double-tête



Centre d'usage

MACHINES POUR LA MENUISERIE ALU



Bibliothèque produits disponible sur :

HERCULEPRO
Le logiciel des professionnels de la menuiserie

P7 PRODEVIS7.5

Commandes en ligne !
storipro.com

Z.A.C. de Masquère • Autoroute A64
31220 CAZÈRES/GARONNE
Tél. : **05 61 97 71 71**
Courriel : **infos@storipro.com**

G.K. TECHNIQUES MANUTENTION

Depuis plus de 35 ans, G.K. Techniques commercialise des solutions de levage pour l'industrie du verre plat.

Vente et location



Robot de pose



Palonnier à ventouses



Mini-grue compact



Levage manuel

ZA de Bajolet - RD 838
91 470 FORGES LES BAINS
Tél. 01 60 81 14 60
Fax. 01 60 81 14 67
www.gktechniques.com

G.K. TECHNIQUES MANUTENTION



Une gamme complète de matériel pour l'agencement de vos ateliers.



Tables pivotantes basculante simple



Tables mobiles, pivotantes basculantes



Poste de vitrage

Nagel GmbH
Schelmenäcker 16
D-67271 Neuleiningen
Tel: 0049 6359 919243
Mobil en Allemagne: 00491715445355
Mobil en France: 0785587194
E-Mail: Nagel.masch@t-online.de

E M T

Profilés extrudés, découpés, usinés, soudés en cadres. Pièces moulées. en "élastomère" (EPDM, santoprene, silicone,...) pour l'étanchéité des Fenêtres & Façades

Elastomères Moulages Techniques

02420 ESTREES

Tél : 03 23 63 57 00

www.emt-caoutchouc.com

LABORATOIRE CLIPRODUIT DU STP PAR LES PROFESSIONNELS 2014-2015-2016-2017

HERCULEPRO

Le logiciel des professionnels de la menuiserie
Accompagne votre réussite depuis 2004

02 14 00 1234
(numéro gratuit)

HerculePro est joignable du lundi au vendredi de 8h15 à 12h30 et de 13h30 à 18h.

Nos conseillers sont disponibles et vous garantissent une prise en charge rapide et efficace !

www.herculepro.com

[f/HerculePro](https://www.facebook.com/HerculePro)

Membre du S.N.F.I.A. ufme

BSolution
www.bsolutionsrl.com

Centres d'usinage verticaux

Perceuses verticales ... et autres machines

APROVERRE

Agent Exclusif France & Suisse Romande
Tél : 01 77 01 40 46
info@aproverre.fr
www.aproverre.fr

DUMATEK

Technical Glass Material

Tél. bureau : 05 56 20 29 11
06 23 01 06 74

Tél. Paolo Ducci : 06 27 64 93 89



NOS PRODUITS

- Equipements de manutention
- Façonnage CNC
- Façonnage rectilignes, bilatérales
- Fours de trempé, de lamination
- Machines pour le double vitrage
- Laveuses
- Systèmes de stockage
- Tables de découpe
- Tout type d'équipement pour la miroiterie
- Accessoires pour le verre

NOS PARTENAIRES



www.dumatek.fr - Fax : 09 70 32 77 82 - e-mail : dumatek@dumatek.fr

VOS FOURNISSEURS

Les prestataires qu'il vous faut



Conseils et Ventes de Matériels Industriels

MACHINES

OUTILLAGES

CONSOMMABLES



**Outillage
diamanté**

Lignes d'argenture,
lignes de fabrication
de feuilleté, rectilignes
et biseauteuses



Centres d'usinage
et/ou d'encochage
à CN, ligne
de production
totalement auto



Machines
de découpe
jet d'eau



**Epuration
dynamique
de l'eau sans
produits ajoutés**



Tables de découpe
rectiligne
et formes, float
et/ou feuilleté



Sciage vertical
du verre épais,
feuilleté,
multifeuilleté
et coupe feu



**Machines à laver
verticales
et horizontales**



Peintures spéci-
fiques pour le
verre Kit pour
réaliser votre RAL



**Petits matériels
de façonnage
et de perçage**



Traitement
physicochimique
des eaux
de façonnage



**Autoclaves pour
fabrication
de feuilleté**



**Tous types de fours
pour le fusing,
le thermoformage,
la trempe à plat,
le bombé trempé
et le feuilleté EVA**

CVMI
5 chemin du jardin
69570 DARDILLY-France
Tél : +33(0)4 72 16 34 90
Fax : +33(0)4 72 16 34 91
E-mail : cvmifrance@cvmifrance.com
www.cvmifrance.com



DES SOLUTIONS
COMPLÈTES

POUR LA
FABRICATION
DE VITRAGES
FEUILLETÉS

**FILMS
INTERCALAIRES
SECURE**

**FILMS
INTERCALAIRES
DAYLIGHT**

FILMS EVA

**FILMS
DÉCORATIFS**

**FOURS
DE LAMINAGE**

**PETITS
MATÉRIELS &
CONSOMMABLES**

**EXPERTISE
& SOLUTIONS
TECHNIQUES**

TECHNIS

ZI DE LA VALLIÈRE, BAT. 11
06730 ST ANDRÉ DE LA ROCHE

+33 (0)4 93 80 64 69
TECHNIS@ORANGE.FR

WWW.VERRE-FEUILLETE.FR

**GMT-SUNBAC
MACHINES**

PVC ALUMINIUM ACIER



Centre de Débit / Usinage ALU



Centre de Débit / Usinage PVC



Ligne de Soudage / Ebavurage



Tronçonneuse 2 têtes



Centres d'usinage 3, 4 ou 5 axes



Grugeuse 6 profils Presse à vitrer ALU



Assembleuse traverse Défibreuse



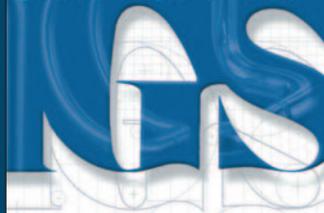
Scie à panneaux Plieuse composite



Chariots de manutention

2, Rue du Bord du Moulin
50560 GOUVILLE SUR MER
T.02 33 45 40 70 - F. 02 33 45 11 13
www.gmt-morin.com
contact@gmt-morin.com

INTERNATIONAL
GLACE SYSTEM



NOUVEAU
www.igsdeco.com

POIGNÉE DE TIRAGE
BÉQUILLE - ROSACE & PLAQUE
SERRURE
PENTURE & FIXATION D'IMPOSTE
PIÈCE DE RACCORD
PALMELE - LOQUETEAU
PARE DOUCHE & JOINT DOUCHE
CHARNIÈRE
PIÈCE DE FIXATION
PIÈCE DE ROTATION
RAIL ET FERRURE POUR
Panneaux coulissants - repliables
VERROU ET CADENAS
CYLINDRE ET ORGANIGRAMME
MAIN COURANTE ET REPOSE PIEDS
PATÈRE - BOUTON & BUTÉE
ENTRETOISE
PLAQUE & PLINTHE
OCULUS
SUPPORT TABLETTE & MIROIR
GRAVURE - SIGNALÉTIQUE

realisation sur plan



International Glace System

B.P. 607 - Saint-Victor
38358 La Tour CEDEX
Tél. + 33 (0) 4 74 33 40 41
Fax. + 33 (0) 4 74 33 49 52
info@igs.fr

www.igs.fr



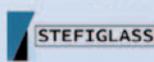
Une offre globale pour les professionnels de la miroiterie et du double vitrage

LES MACHINES POUR LA MIROITERIE



Spécialiste des pompes pour mastics et colles mono et bi-composants. Une qualité certifiée, une technologie d'avant-garde **Faites des économies sur vos purges**

Pompe Exactablend AGP



NOUVEAUTÉ

Mastic de scellement

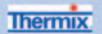
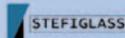
Le Bostik 6000 avec technologie i-Boost® est la nouvelle génération de mastics thermofusibles mono-composant à base de butyle pour vitrages isolants.

Bostik 6000 apporte :

- Propriétés mécaniques améliorées
- Meilleure tenue aux hautes températures
- Gains de productivité



LE DOUBLE VITRAGE



L'OUTILLAGE



Meules diamants, fraises (outillages pour Centre à Commande Numérique), forêts diamant.



Meules de polissage.



Bandes abrasives.



Floculent, liquide réfrigérant pour rectiligne et biseauteuse, huile de coupe, concentré de lavage...

Ces gammes de produits et machines ne sont pas exhaustives. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande spécifique.



ZA Via Domitia - 295 Rue du Trident
34740 VENDARGUES
Tél. : +33 (0)4 67 59 40 66
Fax : +33 (0)4 67 59 10 30
E-mail : contact@covadis.eu
www.covadis.eu



Retrouvez nos produits et nos fournisseurs sur notre site



CLIPPER DIFFUSION

Tél. 04 93 33 80 03

info@clipalu.com

www.clipalu.com

Poteau Sol plafond

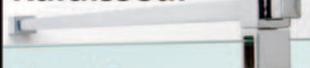


Profils miroiterie

R 802 à clip

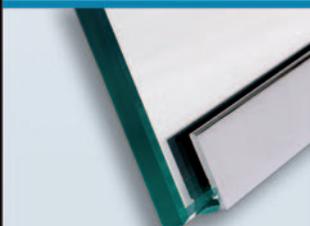


Raidisseur

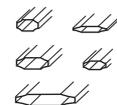


Aluminium

finition chromé, brillant ou mat



Profil en U



Croisillons 2608, 1808, 1008...



Intercalaire Warm-Edge



Intercalaire aluminium



Tamis moléculaire



Plieuse intercalaire, remplisseuse



Hot melt, Butyl



Remplissage et contrôle gaz



Machine de dosage et de scellement

Produits et machines pour la fabrication du vitrage isolant

G.K. TECHNIQUES

ZA de Bajolet - RD 838

91 470 FORGES LES BAINS

Tél. 01 60 81 14 60 • Fax. 0160 81 14 67

www.gktechniques.com



Logiciels pour transformateur de verre plat



T: +32 4 247 63 70

www.synerglass-soft.com



LE PREMIER SITE INTERNET SUR LE VERRE PLAT, LE FAÇONNAGE ET LES MACHINES

- Occasions, machines neuves
- Conseils, assistance et comparatifs techniques machines
- Base de données fournisseurs
- Forum technique et commercial
- Offres d'emplois et annonces spécifiques au verre

www.comascotec.com
Alain Leboutet : 06 64 73 63 77
alain.leboutet@comascotec.com

Entreprises citées

4Tro	133	Le Club des menuisiers pros	116
Abloy Authorised	26-137	Ligne & Lumière	88
Allo Volets Service	150	Lippi	36
Aluminier Technal	28-76	Lorénove	56
Ambassadeur certifié Cebel	152	Maison du menuisier	155
Arcades & Baies	11-132	Maisons de Lumière Technal	80
Art & Fenêtres	22-100	Menuisier alu agréé Reynaers	25-125
Atlantem	09	Menuisier certifié Profils Systèmes	10-74
Batiman	62	Menuisiers d'excellence MéO	143
BozArc	155	Monsieur Store	32-90
Calibaie	102	Océane	145
Came Installateur Premium	149	Oknoplast programme Premium	33-146
Caséo	36-54	OuvertureS	98
Charuel	64	Partenaire certifié Janneau	147
Club AMCC	18-138	Partner Simu	121
Concept Alu	140	Point service Technal	23
Créabaie	141	Portaliers Horizal	60
Cybel Extension	11	Profils Systèmes	33
Décostory	22-84	Prospérences	14
Elcia	18	Proxeo	151
Espace haute sécurité Picard	127	Renov'Art	154
Espace Lounge	148	Rénoval	131
Expert CalorGlass	119	Répar'stores	17-126
Expert rénovateur K-Line	142	Réseau Sécuristes de France	20-124
Experts storistes Soliso	106	Schüco Partenaire référence	130
Fabricant certifié Profils Systèmes	10-72	Score Conseils	42
Fabricant Technal	78	Serge Ferrari Premium Partner	114
Fenêtréa	68	Soko	153
Fenêtrier Veka	47	Solabaie	27-66
Finstral	139	Solutions Pro Sapa	26-70
Gamme Baie Huet	21-135	Somfy Expert	49
Gap référencement	16-75	Stores de France	129
Gimm	17	Storiste agréé Dickson	110
Glastetik by AGC	104	Storistes de France	58
Glastint	117	TBC	12
Grandeur Nature	30-45	Terres de fenêtre	96
Grosfilllex	10-120	Tryba le Vêrandier	20-134
Homkia	46	Tryba	08-24-86
Initial	38-112	Tschoeppé relais confiance	118
Internorm	15-122	Un Chouette menuisier	52
Isofrance fenêtres & énergies	34-123	Univerture	50
Kioneo	92	Véranco	144
Komilfo	108	Véranda Gustave Rideau	128
Kpark	11	Vie & Véranda	82
L'Expert fenêtre	136	Wizeo fermetures	94
La Boutique du menuisier	48		

Annonceurs

Aluminier Technal	77
Art & Fenêtres	101
Batiman	63
Batimat 2019	3 ^e C
Calibaie	103
Caséo	55
Charuel	65
Décostory	85
Elcia	05
Elumatec	19
Experts Storistes Soliso	107
Fabricant certifié Profils Systèmes ..	73
Fabricant Technal	79
Fenêtréa	69
Fenêtrier Veka	2 ^e C
Glastetik by AGC	105
Grandeur Nature	1 ^{er} C - 03
Homkia	4 ^e C
Initial	113
Intermac	29
Kioneo	93
Komilfo	109
La Boutique du menuisier	07
Ligne & lumière	89
Lorénove	57
Maisons de lumière Technal	81
Monsieur Store	91
OuvertureS	99
Portaliers Horizal	61
Renson	21
Saint-Gobain	31
Seiler	27
Serge Ferrari	115
Solutions Pro Sapa	71
Storiste agréé Dickson	111
Storistes de France	59
Terres de Fenêtre	97
Tryba	87
Un Chouette menuisier	53
Univerture	51
Vie & Véranda	83
Wizeo Fermetures	95

BATiMAT

DEPUIS
60 ANS

CONNECTE LES PROS À L'INNOVATION

La meilleure façon de découvrir et toucher les innovations du bâtiment

- **1800 exposants**
- Un nombre record
d'**innovations**
en **avant-première mondiale**
- des **conférences**
inspirantes
- Toujours plus
de **démonstrations**



4 > 8 NOV 2019
PARIS NORD VILLEPINTE

BATiMAT | le
IDÉOBAIN mondial
INTERCLIMA du bâtiment

Organisé par

 Reed Expositions

+ d'infos sur www.batimat.com



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



5000 CLIENTS INSTALLÉS CHAQUE ANNÉE

150 COLLABORATEURS

900 PORTES D'ENTRÉE

16000 RÉFÉRENCES PRODUITS À FORTES MARGES

53% DE CROISSANCE INTERNE DEPUIS 2017



BOOSTEZ VOTRE BUSINESS DEVENEZ CONCESSIONNAIRE



BOOSTER
#1 Les meilleurs produits
aux meilleurs prix.

BOOSTER
#2 Un accompagnement
unique sur notre marché.

BOOSTER
#3 Une communication forte,
axée localement.

BOOSTER
#4 Un réseau libre, solide
et indépendant.

HOMKIA
ÇA MARCHE
FORT



www.homkia.fr
inforesseau@homkia.fr

0 800 61 60 60 Service & appel gratuits

Visuels non contractuels. Sauf erreurs typographiques.

