

Europe & Nature

1. Contexte organisationnel

- a) Type d'organisation : Société Anonyme.
- b) Taille de l'organisation : 5 collaborateurs (incluant 2 salariés) sur 1 site.
- c) Domaine d'activité : Vente de meubles et décoration durables.
- d) Site internet de l'Association : www.europeetnature.ch

2. Objectifs

a) Situation de départ :

Le projet cherche surtout à résoudre 3 problèmes : le premier lié aux importations qui favorisent la fermeture et la faillite des entreprises, le deuxième lié à l'augmentation des transports maritimes ainsi que l'utilisation abusive des produits chimiques et le dernier lié aux conditions de travail défavorables. Il vise également à :

- Sélectionner uniquement les produits naturels et recyclables.
- Privilégier la consommation des produits bradés.
- Réintroduire le savoir-faire industriel des régions, c'est-à-dire que l'entreprise s'interdit d'importer au-delà des limites européennes, ce qui fait que le fournisseur le plus éloigné se trouve à 2500 km de la Suisse.
- Choisir les productions et les logistiques propres en fonction des règles définies dans un cahier des charges.
- Contribuer à l'amélioration de notre environnement.
- Minimiser les supports papier pour la publicité.

b) Objectifs visés :

- Construire une marque identifiable pour les consommateurs basée sur 3 axes : éthique et responsabilité sociale, style, garantie clients.
- Construire un partenariat avec des fournisseurs clefs, en privilégiant l'emploi dans les respects des standards de production.
- Aller au-delà des contraintes minimales légales en termes de développement c'est-à-dire que l'entreprise s'efforce de ne pas faire du dumping des prix, ni de négociation afin de respecter les conditions des fournisseurs. De plus, elle tente de privilégier les sociétés qui pratiquent une politique de sourcing local.

3. Déroulement

a) Début du projet : 18 juin 2010.

b) Principales étapes :

- Création du concept et du cahier des charges.
- Rédaction du business plan et du plan de trésorerie.
- Sélection des fournisseurs en fonction des critères de distance et du respect du cahier des charges.
- Mise en place d'un dossier de développement des produits ou cahier des charges et sélection des produits.
- Création d'une gamme, du site internet et de la politique marketing.
- Création du catalogue papier FSC imprimé en Suisse.
- Mise en place de la démarche commerciale.

c) Fin du projet : Pas de fin envisagée.

4. Moyens mis en œuvre

a) Moyens financiers :

- Société Anonyme
- Frais d'investissement :
 - Site internet + maintenance
 - Stock de démarrage
- Budget Marketing :
 - Publicité dans les revues
 - Publicité Google Adwords
 - Présentation dans les salons
 - Publicité via les Newsletter

b) Moyens non financiers :

- N/A

Résultats obtenus et résultats attendus

a) Bénéficiaires :

- Les clients : 109 nouveaux clients enregistrés dans la base de données.
- Les fournisseurs
- Le public : 465 visites enregistrées lors d'une intervention RSR pendant 1 heure.
- Les étudiants qui ont été séduits lors d'une présentation faite dans une école par le concept de l'entreprise.

b) Effets positifs constatés :

- Clientèle vraiment intéressée par le concept car elle ne trouve pas d'équivalence sur le marché suisse.
- Possibilité de trouver l'intégralité de la gamme de meubles et décoration
- Possibilité de renouer avec un savoir faire européen (politique du sur-mesure, différenciation de taille et de couleur, facilité du développement du produit).

c) Caractère réitérable du projet : À décider lors d'un Break Even Point en 2014.

d) Autres étapes prévues : La mise en place d'un réseau commercial au travers de la Suisse à proximité de la clientèle.

5. Remarques

Néant