

LA COMPAGNIE DU HÊTRE

Forêts des Pyrénées



5 MAI 2015

Forinvest
Business
Angels



Association française des
Forestiers-Investisseurs
Pour le développement de la
filière forêt-bois

Sommaire

Présentation de la Compagnie du Hêtre

Processus de production et partenaires industriels

Produits de la Compagnie du Hêtre

Perspectives de marchés

Projections et documents financiers

La filière bois, créative de l'offre

Le contexte économique de crise à partir de 1999 : perte de clients nationaux et de clients espagnols ; pour la filière amont un risque de disparition.

Une initiative des communes, fédérant producteurs privés et publics, première et seconde transformation.

Un projet offensif, basé sur une stratégie d'offre : prendre le sujet par l'aval, parler vente et non partir du prix de revient.

- Production de bois massif , gamme simplifiée et assemblages, opportunité d'investir sur une ressource naturelle renouvelable

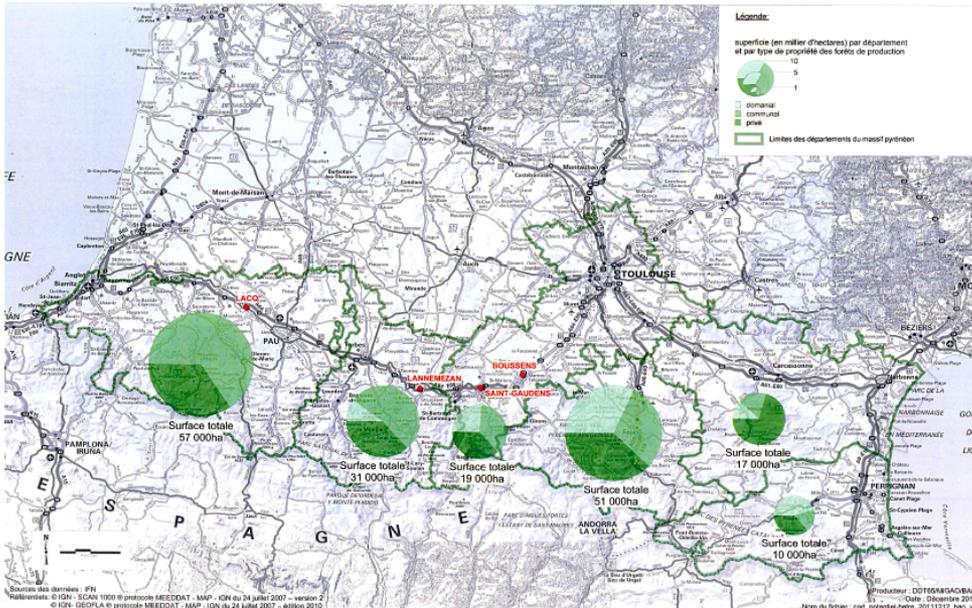
Arrivée en investisseur de M Brandicourt qui soutient cette démarche de travail avec l'aval et a distribution, pour la création de valeur.

Un contexte favorable à un retour des bois français dans les linaires de la grande distribution.

Présentation de la Compagnie du Hêtre

- Les propriétaires pyrénéens (communes /groupements forestiers)

Surface de hêtre du massif pyrénéen
peuplement de hêtre (essence principale)



- Une SAS à Lannemezan (65) de production et la commercialisation de produits bois en hêtre des Pyrénées.
- Président : Robert Cabé, Président de l'Association pour la Valorisation des bois des Pyrénées
- M. Brandicourt, PDG de MB Holding, nouvellement associé, investisseur : approche des marchés.
- Equipe technique

Le projet

La matière : le hêtre

Le principe : aller jusqu'au bout de la chaîne de valorisation (meubles et produits bois)

- en valorisant y compris les qualités secondaires de hêtre
- en produisant des meubles et des éléments d'ameublement fonctionnels, en bois massif
- en mettant en valeur l'origine des bois (Traçabilité) : les forêts des Pyrénées.

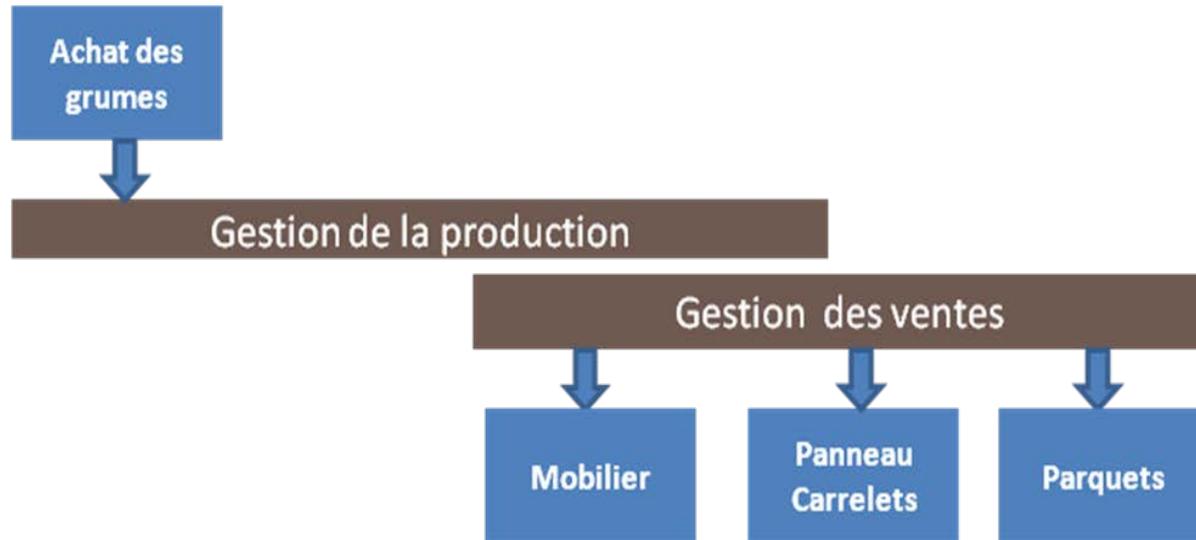
Le moyen : la définition des lignes de produits en fonction des marchés : choix, conception, design, fabrication en sous-traitance à partir des pré-débits

Une équipe AMO design/marketing/BE autour du bois

Etudes techniques réalisées

- Analyse de la ressource en bois de hêtre réalisée par Midi Pyrénées Bois en 2010 : disponibilité du hêtre dans les Pyrénées, sur des volumes d'accès « facile » à hauteur de 100 000 m³ : une garantie pour les approvisionnements.
- Etudes techniques FCBA, CRITT Epinal, CRITT Rodez, Pays d'Oloron, ... : qualités mécaniques du hêtre, sensibilité et enjeux de séchage
- Analyses de marché : elles mettent en évidence l'intérêt pour la qualité du bois, et pour l'origine « pyrénéenne » des meubles ; les propriétaires forestiers deviennent les garants de l'origine et de l'histoire du bois.
- Volet Conception - design :
 - une équipe d'AMO intégrant des compétences marketing (IPEA), avec une approche industrielle (C. Rouyer Durant, Parisot) et design (J. Rainikeinen, designeuse finlandaise),
 - 4 agences de design retenues, une première gamme réalisée sur une série bureaux/bibliothèques, d'autres produits meuble grand public et jeune public en attente de prototypage (assemblages à stabiliser)
- Etudes de faisabilité industrielle : elles ont permis de mettre en place les partenariats industriels et de chiffrer les investissements.

Un processus intégré



Maîtrise de l'approvisionnement

Souplesse de production

Traçabilité des bois : identification des lots de bois entrant, et suivi aux différents stades de première et seconde transformation.



Les partenaires industriels

Scierie Sanguinet, Argeles Gazost
(65), 30 000 m³, CA : 4,8 M€



Etablissements Tujague, Vic en
Bigorre (65), CA : 2,5 M€



Le marché : une référence aux produits «nature »

Transformer les singularités du bois de montagne en avantage design : défauts et couleurs du bois de hêtre

Des meubles en bois brut ou vernis



On ne cherche pas à cacher les singularités du bois (nœuds, fentes, etc.), bien au contraire: on veut les garder et les mettre en valeur pour donner une personnalité et un aspect authentique au parquet (pièce unique / "art nature" / "design par nature")



PAYSAGE / LE BAHUT



Mise en valeur des particularités de la matière (nœuds, veines). Chaque anneau est travaillé comme en forêt: aucun produit de traitement n'est à cacher. Une partie des contraintes naturelles de croissance pour créer des joints de contraction de volume.
Expert machine en ligne - usage de bois de montagne / exploitation des particularités à la

orientations. Usage du lamellé forcé comme plateau décoratif. à l'image des plateaux de montagne sur les meubles à cacher.
Expert contemporain: simplification des lignes / système d'ouverture caché / retour au bois forcé / abandon progressif de « tout bois ».



Détails qualitatifs



Stratégie de vente

Le positionnement concurrentiel de la marque :

- **L'origine des bois garantie par la marque** : produit made in France, image « Pyrénées », traçabilité.
- **Une stratégie de marché de niches**
- **La qualité bois massif** des produits :
 - positionnement « nature » et « authentique » des produits,
 - garantie sanitaire, sur le plan des composants complexes organiques volatiles
 - solidité, simplicité, qualité, modularité
 - **Coûts logistiques** intégrée en amont dans la conception des produits :
- Tous les assemblages ont été conçus pour que les meubles soient emballés à plat, et montables / démontables, ce qui permet la vente internet.

Public, positionnement prix et circuits de distribution des produits

Grand public :

- Mise en place d'un site internet de vente en septembre 2014 la compagnieduhetre.fr
 - Négociations en cours auprès de distributeurs VPC et e-commerce : Camif, Drawer,... , permettant d'asseoir la notoriété de la marque,
 - Vente en magasins : magasins spécialisés (corner), ...
 - Vente directe usine/entrepôt
- Collectivités : vente directe, prescripteurs, tout particulièrement Sud Ouest
- Circuit pro :
- distribution
 - artisans et industriel

La Compagnie du Hêtre aujourd'hui

Une marque, des forêt

Design des produits déposés (300K€ prestations & prototypes), estampille laser, produits griffés

Site internet depuis septembre 2014,

- 100 visites / jour
- 50K€ ventes

Un process bois d'origine contrôlée et le marketing lié (Rédactionnels, photos, notices, ..)

La reconnaissance des « territoires » pyrénéens

- Ex : intégrée dans la marque Esprit Parc National des Pyrénées



Résultats attendus

m3 :		600m3	1500m3	3000,00	6500,00	10000,00
année :		1	2	3	4	5
<i>en K€</i>						
Ventes mobilier		437,7	1 548,5	1 577,3	1 588,3	1 595,3
Ventes produits semi finis /pro		54,3	109,0	731,3	2 249,8	3 851,4
CA		492,0	1 657,4	2 308,7	3 838,1	5 446,7
Total achats		-298,0	-916,6	-1 252,3	-1 773,9	-2 418,7
Marge brute		194,0	740,8	1 056,4	2 064,2	3 028,0
en % des ventes		39%	45%	46%	54%	56%
Total charges		-157,7	-479,6	-745,9	-1 527,0	-2 112,0
Excédent brut d'exploitation		36,3	261,2	310,4	537,2	916,0
Amortissement		-31,3	-182,5	-243,8	-243,8	-321,9
Frais Financiers		-0,4	-6,5	-20,0	-20,0	-20,0
Produits Financiers		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Résultat courant avant IS		4,7	72,2	46,7	273,5	574,1
IS 33%		-1,5	-23,8	-15,4	-90,3	-189,5
Résultat Net		3,1	48,4	31,3	183,2	384,7
Profitabilité (résultat /ventes)		0,6%	2,9%	1,4%	4,8%	7,1%

La demande aux investisseurs Forinvest :

Création de valeur en développant une stratégie d'offre avec du bois français :

des produits stables, des coûts matière maîtrisés, une utilisation de la matière optimisée

- Année 1 : étuvage séchage et assemblages nouveaux produits, commercial

- Année 2 : nouvelle demande+ apport BPI : production de panneau, parquet et lambris, carrelet
 - ✓ tirer parti de toutes les dimensions et qualités des bois
 - ✓ vente de bois semi-finis : clients professionnels et grand public / Le panneau est utilisé dans les meubles

Données financières – besoins de financements sur 5 ans

BFR		40,3	118,1	211,0	399,8	604,5
Variation de BFR		40,3	77,8	92,9	188,8	204,7
Cash Flow						
Résultat net		3,1	48,4	31,3	183,2	384,7
Amortissement		31,3	182,5	243,8	243,8	321,9
Variation BFR		-40,3	-77,8	-92,9	-188,8	-204,7
Cash Flow av. Invest.		-6,0	153,1	182,2	238,1	501,9
Investissements		-250,0	-1 210,0	-465,0	0,0	-400,0
Subventions		75,0	360,0		0,0	120,0
Emprunts			250,0			
Dividendes		0,0	0,0	0,0	-7,0	-41,0
Cash Flow Net		-181,0	-446,9	-282,8	231,1	180,8
Cash Flow Net Cumulé		-181,0	-627,9	-910,7	-679,6	-498,8
Besoins en capital		350	650	650	650	650
BPI participation au capital				300	300	300

Annexe : études techniques réalisées 2010-2015

- Analyse de la ressource en bois de hêtre réalisée par Midi Pyrénées Bois en 2010 : disponibilité du hêtre dans les Pyrénées, sur des volumes d'accès « facile » à hauteur de 100 000 m³ : une garantie pour les approvisionnements.
- Etudes techniques FCBA, CRITT Epinal, CRITT Rodez, Pays d'Oloron, ... : qualités mécaniques du hêtre, sensibilité et enjeux de séchage
- Analyses de marché : elles mettent en évidence l'intérêt pour la qualité du bois, et pour l'origine « pyrénéenne » des meubles ; les propriétaires forestiers deviennent les garants de l'origine et de l'histoire du bois.
- Volet Conception - design :
 - une équipe d'AMO intégrant des compétences marketing (IPEA), avec une approche industrielle (C. Rouyer Durant, Parisot) et design (J. Rainikeinen, designeuse finlandaise),
 - 4 agences de design retenues, une première gamme réalisée sur une série bureaux/bibliothèques, d'autres produits meuble grand public et jeune public en attente de prototypage (assemblages à stabiliser)
- Etudes de faisabilité industrielle : elles ont permis de mettre en place les partenariats industriels et de chiffrer les investissements.