

LA COMPAGNIE DU HÊTRE

Forêts des Pyrénées

BUSINESS PLAN

23 MARS 2015, FORINVEST



Sommaire

Résumé

Présentation de la Compagnie du Hêtre

Produits de la Compagnie du Hêtre

Perspectives de marchés : comment vendre et à qui

Processus de production et partenaires industriels

Projections et documents financiers

Analyses disponibles, analyses de risques

Présentation de la Compagnie du Hêtre

- Une SAS à capital variable mise en place à l'instigation des propriétaires forestiers pyrénéens pour assurer la production et la commercialisation de meubles et produits bois en hêtre des Pyrénées. Le siège de la SAS est situé au pied des Pyrénées, à Lannemezan (65).
- Président : Robert Cabé, Président de l'Association pour la Valorisation des bois des Pyrénées
- Porteur de projet, associé : M. Brandicourt, Président de MB Holding
- L'équipe :
 - En phase de lancement, quatre salariés, aujourd'hui à temps partiel :
 - Un responsable de production
 - Un poste logistique, en charge de la gestion des stocks et des expéditions
 - Un poste administratif et financier : achats, suivi clients et facturation
 - Un responsable des approvisionnements et de la coordination avec les propriétaires
- Capital actuel de 43 K€ : 15 K€ pour l'actionnariat forestier (communes forestières, groupement forestier, scieur), 28 K€ pour M. Brandicourt.
- Une gouvernance de logique « coopérative » : un actionnaire / une voix.

Présentation de la Compagnie du Hêtre (suite)

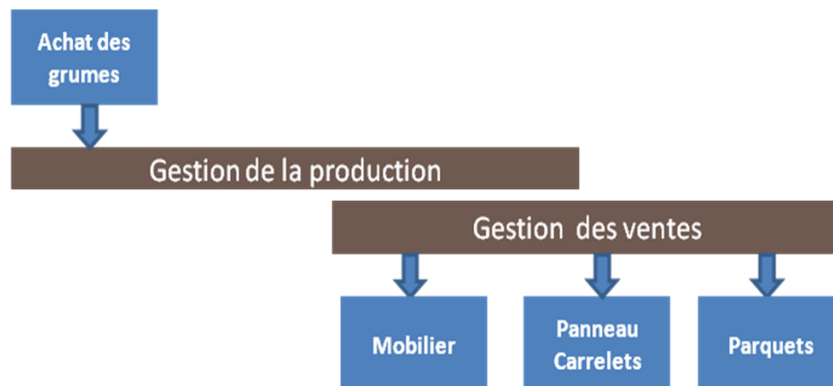
➤ Le concept :

Le hêtre est avec le sapin l'essence majoritaire du massif des Pyrénées. Le concept est de remettre sur le marché du bois d'œuvre de hêtre en allant jusqu'au bout de la chaîne de valorisation : fabrication de meubles et autres produits bois :

- en valorisant y compris les qualités secondaires de hêtre par l'acceptation des nœuds et défauts dans le meuble (choix de design),
- en produisant des meubles et des éléments d'ameublement fonctionnels, en bois massif de style contemporain,
- en mettant en valeur l'origine des bois : les forêts des Pyrénées.

A cette fin assurer la définition des lignes de produits en fonction des marchés, et l'organisation de la production si possible en sous traitance (première et seconde transformation).

Elle a deux activités : la gestion de production à partir des grumes achetées, production en grande partie sous-traitée aux industriels de la première et de la seconde transformation, et l'organisation de la vente de ces productions :



Présentation de la Compagnie du Hêtre (suite)

- Traçabilité des bois : identification des lots de bois entrant, et suivi aux différents stades de première et seconde transformation.
- Les investissements réalisés :
 - 2010 : Enquête de marché grand public sur le hêtre
 - 2011 : Dossier global d'études design, marketing et conditions de production pour la partie meuble ; création d'une première ligne de produits et construction des partenariats industriels ;
 - 2013 : dépôt de la marque à l'INPI
 - Juillet 2014 : Création de la Compagnie du Hêtre
 - Septembre 2014 : Mise en place du site internet de présentation des produits

Les produits

1) Le meuble : la production de meubles en série :

- Elle permet de dégager une valeur ajoutée importante
- Elle impose une stabilisation des processus de séchage et de menuiserie
- Clients : grand public et collectivités
- Une image forte
- Les volumes de bois utilisés sont relativement faibles (de 600 à 3000 m3).

- 2) La diversification des produits bois : la mise en place d'une production de panneau lamellé-collé et de produits bois pour les professionnels : carrelet, huisserie, parquet, lambris.

- Améliore le rendement matière (permet de tirer parti des différentes dimensions et des différentes qualités des bois)
- Le panneau est utilisé en partie dans les meubles
- Des clients professionnels
- Le potentiel de la distribution grand public et professionnel

Les premières séries de productions de meuble ont permis de vérifier les hypothèses de coût de fabrication

Le marché : une référence aux produits «nature »

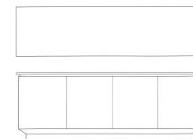
- 1) Transformer les singularités du bois de montagne en avantage design : défauts et couleurs du bois de hêtre deviennent une signature qualitative possible, coeur rouge inclus
- 2) Vendre des meubles en bois brut ou vernis « naturel »



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 naturel» / «design par nature»)



PAYSAGE / LE BAHUT



Mise en valeur des particularités de la matière (nœuds, nervures, tâches) en les utilisant comme un motif décoratif à l'image des plateaux de matière sur les meubles anciens.
Esprit moderne - simplification des lignes / système d'ouverture caché / retour au bois brut / abandon progressif du « tout rose ».

ornementales lissage du lamellé forcé comme plateau décoratif à l'image des plateaux de matière sur les meubles anciens.
Esprit contemporain - simplification des lignes / système d'ouverture caché / retour au bois brut / abandon progressif du « tout rose ».

Ciblage / types de produits

Univers de la maison

Promouvoir l'utilisation du bois dans les intérieurs pour donner un aspect naturel et harmonieux, tout en améliorant le bien-être des utilisateurs du lieu, ainsi que l'isolation thermique et acoustique grâce à la présence du bois



Bureaux, réunions, accueil



accueil



Ludothèques, médiathèques



Du bois massif, des lignes actuelles et naturelles



Des détails qualitatifs : assemblages, réglages



Une première gamme bureaux bibliothèques



Stratégie de vente

Le positionnement concurrentiel de la marque repose sur deux atouts :

- **L'origine des bois**, que la marque garantit. Ce positionnement est actuellement un point fort dans un contexte d'attention plus soutenue au soutien à l'économie française. L'image « Pyrénées » bénéficie aux produits.
- **La qualité bois massif** des produits : elle conforte le positionnement « nature » et « authentique » des produits, et apporte des garanties
 - sanitaires, sur le plan des composants complexes organiques volatiles
 - de solidité

La possibilité de la vente à distance a été intégrée en amont dans la conception des produits :

- La vente à distance représente aujourd'hui 10% du marché du meuble ; cette part augmente chaque année, et commence à mettre en cause les circuits de distribution classiques
- Tous les assemblages ont été conçus pour que les meubles soient emballés à plat, et montables / démontables par le client ou par un prestataire in situ, ce qui permet la vente internet.

Public, positionnement prix et circuits de distribution des produits

Trois segments de marchés sont ciblés :

- Grand public :
 - Mise en place d'un site internet de vente en septembre 2014 la-compagnieduhetre.fr ; une fréquentation aujourd'hui équilibrée entre Paris et Toulouse/Bordeaux
 - 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

Le rôle du porteur de projet :

M. Brandicourt, PDG de MB Holding, nouvellement associé, amène à la Compagnie du Hêtre une compétence commerciale et des garanties quant aux conditions de mise sur le marché des produits. Il développe une approche « grands comptes » ouvrant des débouchés sur des volumes d'emblée importants.

La production de meubles : circuit actuel



1ere transfo



Sciage, au plus près du massif
des Pyrénées

Sde transfo



Fabrication des composants de
meubles en petites séries

Entrepôt



lacompanieduhetre.com

Contrôle,
Montage ou composition des colis



Suivi des ventes

Les partenaires industriels

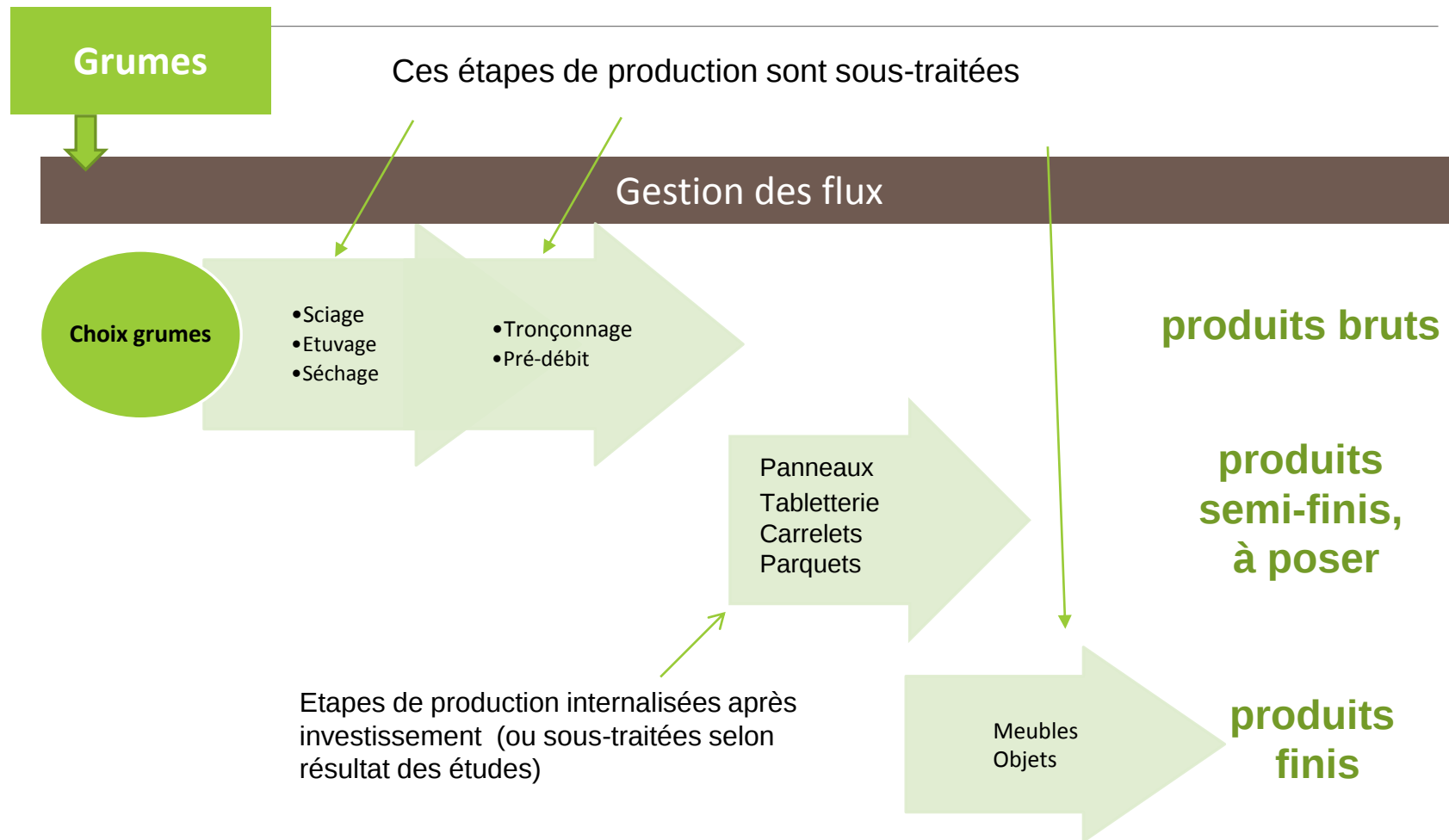
Scierie Sanguinet, Argeles Gazost
(65), 30 000 m³, CA : 4,8 M€



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



Le processus de production en 2016



Les développements et investissements à réaliser

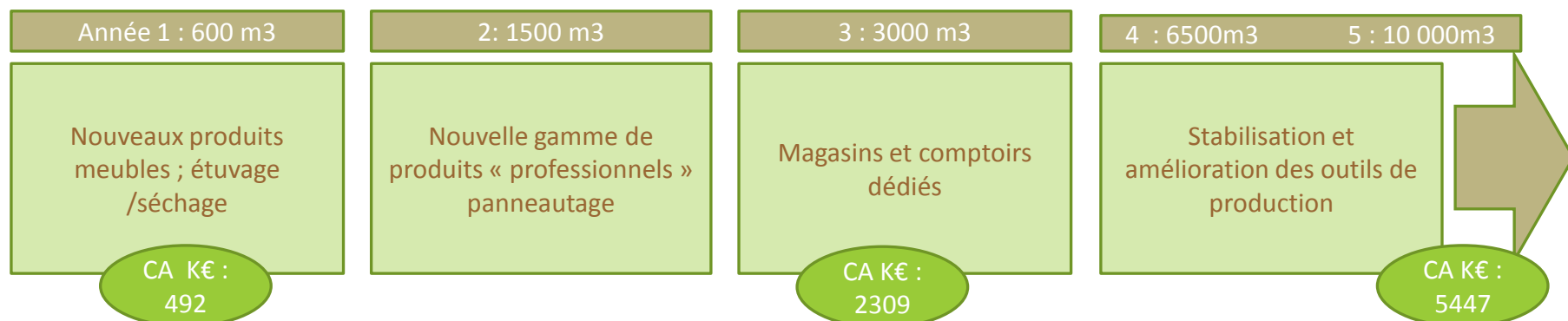
La Compagnie du hêtre souhaite investir en deux temps :

1) en 2015 pour :

- Développer de nouveaux produits meubles : matériel d'étuvage et séchage du bois pour stabiliser les assemblages et les sciages minces
- Ouvrir de nouveaux marchés : ouverture sur la grande distribution

2) en 2016 pour diversifier son offre : production de panneau, parquet et lambris, carrelet. La Compagnie du hêtre poursuit ainsi l'amélioration du rendement matière

Plan de développement sur 5 ans : évolution des m3 de grumes entrant usine, et du CA en K€



Les montants d'investissement

		2015	2016	2017	2018	2019
Production	Investissement séchage et matériel logistique	250 000				400 000
	Investissement pre-debit et panneau		1 200 000			
	Stockage : matériel , rayonnage		10 000			
Vente	Aménagements intérieurs magasins et comptoirs			250 000		
	Aménagements sites : travaux			190 000		
	Site internet, SI vente et logiciels			25 000		

2015 : Diversification des produits meubles grâce au matériel d'étuvage et de séchage.

Ouverture sur la grande distribution

Etude sur les conditions de production et de distribution pour panneaux, tablettes et parquets

2017 : Magasins et outils commerciaux

2016 : Si les études confortent le principe d'investissement : acquisition de matériel pour la production de panneaux, parquet, lambris, carrelé.

Alternative : sous-traitance pour ces produits, réalisée par « campagnes » pour de gros volumes.

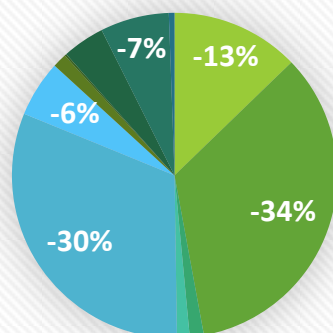
Données financières - Comptes d'exploitation prévisionnels sur 5 ans

		2015	2016	2017	2018	2019
en K€						
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
Ventes connexes		0,0	0,0	0,0		
CA		492,0	1 657,4	2 308,7	3 838,1	5 446,7
Achats des grumes		-42,0	-105,0	-210,0	-455,0	-700,0
Prestations sciage et fabrication		-247,1	-780,1	-971,2	-1 223,9	-1 528,7
Tranports		-2,0	-5,0	-40,0	-50,0	-100,0
Autres achats		-6,9	-26,5	-31,1	-45,0	-90,0
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%
Charges de fonctionnement		-101,5	-265,5	-659,0	-1 120,0	-1 775,0
Campagnes commerciales		-53,0	-157,0	-50,0	-200,0	-200,0
Travaux & maintenance		-2,0	-46,0	-10,0	-50,0	-50,0
Ecotaxe		-1,2	-4,1	-6,9	-7,0	-7,0
R&D			-7,0	-20,0	-150,0	-80,0
Total		-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%

Données financières – Détail des coûts sur 5 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
en K€					
Achats des grumes	-42,0	-105,0	-210,0	-455,0	-700,0
Prestations sciage et fabrication	-247,1	-780,1	-971,2	-1 223,9	-1 528,7
Tranports	-2,0	-5,0	-40,0	-50,0	-100,0
Autres achats	-6,9	-26,5	-31,1	-45,0	-90,0
Total achats	-298,0	-916,6	-1 252,3	-1 773,9	-2 418,7
Charges de fonctionnement	-101,5	-265,5	-659,0	-1 120,0	-1 775,0
Campagnes commerciales	-53,0	-157,0	-50,0	-200,0	-200,0
Travaux & maintenance	-2,0	-46,0	-10,0	-50,0	-50,0
Ecotaxe	-1,2	-4,1	-6,9	-7,0	-7,0
R&D		-7,0	-20,0	-150,0	-80,0
Total charges	-157,7	-479,6	-745,9	-1 527,0	-2 112,0

Les charges de fonctionnement intègrent de la production à partir de 2017. **En 2018 ,
amortissement compris :**



- Achats des grumes
- Prestations sciage et fabrication
- Tranports
- Autres achats
- Charges de fonctionnement
- Campagnes commerciales
- Travaux & maintenance
- Ecotaxe
- R&D
- Amortissement

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

Analyses 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.

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

