



mauron
s a n i t a i r e
c h a u f f a g e **sa**

RAPPORT ANNUEL

2019

Table des matières

I.	L'ANNEE MAURON SA	2
	RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE	2
	OBJECTIF 2020	2
	ÉNONCÉ DE LA MISSION	2
	CLÉS DU SUCCÈS	2
	PHILOSOPHIE D'ENTREPRISE	2
II.	DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE	3
	UN PEU D'HISTOIRE	3
	NOTRE SITUATION GÉOGRAPHIQUE	3
	HEURES D'OUVERTURE	3
	SERVICES	4
	FOURNISSEURS.....	4
III.	ORIGINE DU CHIFFRE D'AFFAIRES	5
	RÉPARTITION SELON NOS DEUX SECTEURS D'ACTIVITÉS ...	5
	RÉPARTITION SELON NOS DEUX DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES	5
	EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES.....	6
IV.	ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE	6
	CHAÎNE DE VALEURS.....	6
	OUTILS D'ORGANISATION.....	7
V.	INDICATEURS DES RELATIONS HUMAINES	8
	GESTION DES COLLABORATEURS.....	8
	EVOLUTION DU NOMBRE DE COLLABORATEURS	9
	TAUX DE ROTATION.....	9
	ANCIENNETÉ.....	9
	TAUX D'ABSENTÉISME.....	9
	COMPARATIF DES SALAIRES. Erreur ! Signet non défini.	
	FORMATION DUALE.....	10
VI.	GESTION FINANCIERE	10
VII.	MARKETING	10
	ENQUÊTE DE SATISFACTION	11
	MIX MARKETING	12
	FRAIS PUBLICITAIRE	12
	ÉTUDE DE MARCHÉ.....	13
VIII.	STRATEGIE ET MISE EN OEUVRE	14
	INFRASTRUCTURE DE L'ENTREPRISE.....	14
	INDICATEURS D'ACTIVITÉ	15

L'ANNEE MAURON SA

Dans le secteur vaudois de la construction, les affaires sont toujours perçues positivement, avec même une amélioration par rapport au début de l'année 2019. Les réserves de travail sont de l'ordre de 2 à 12 mois, donc très variables, dans le secteur du second œuvre¹. Le nombre de personnes employées n'a pas été aussi élevé dans le secteur depuis plus de 10 ans. Le PIB vaudois s'est élevé à 55.9 milliards de francs et représente 8 % du PIB national².

Nous sommes donc fiers de participer activement à la santé économique de notre région et plus largement de notre canton et de notre pays. Notre progression est également en adéquation avec celle ressentie dans le secteur du second œuvre durant l'année 2019.

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

En contact permanent avec une grande quantité de personnes et d'entreprise, Mauron SA mesure les courants nouveaux qui traversent le secteur du second œuvre et de la construction et impactent les acteurs économiques. Ainsi nous nous montrons ouverts aux tendances de fond et aux aspirations des générations qui arrivèrent sur le marché du travail.

Cependant, nous n'oublions pas que notre rôle premier est d'assurer la pérennité de notre entreprise en produisant aux conditions les plus viables économiquement, tout en assurant notre responsabilité sociale.

OBJECTIF 2020

L'année 2020 doit nous permettre de stabiliser nos différents centres de coûts, afin de renforcer notre trésorerie et ainsi pérenniser les investissements réalisés en 2019 lors de notre déménagement.

Les objectifs qualitatifs sont les mêmes que les années précédentes, ainsi nous continuons d'améliorer notre sens de l'écoute afin de satisfaire nos clients, sans quoi rien n'est possible.

ÉNONCÉ DE LA MISSION

Notre mission a pour but d'étudier attentivement tous les projets qui nous sont soumis afin de pouvoir proposer les solutions les plus adaptées aux besoins de nos clients.

Ce principe, orientée clients, ne doit cependant pas se faire au détriment de notre staff. Ainsi, nos équipes bénéficient d'une marge de manœuvre décisionnelle importante, de rémunérations et prestations sociales élevées ainsi que de la reconnaissance nécessaire à leur développement professionnel et personnel.

CLÉS DU SUCCÈS

L'engagement au quotidien de notre entreprise dans la réalisation de prestations de qualité, afin de créer et maintenir une différenciation concurrentielle, est notre atout majeur. La structure administrative simple et légère, ainsi que la force de notre culture d'entreprise, sont également des facteurs importants de notre réussite.

PHILOSOPHIE D'ENTREPRISE

"Privilégier les contacts humains directs". Cette position permet d'établir des relations happy few avec nos clients, notre staff et nos fournisseurs. L'authenticité de ces liens est d'égale importance au chiffre d'affaires, lorsqu'il s'agit d'ériger une entreprise couronnée de succès.

¹ Rapport cons_04_2019_conjoncture vaudoise

² Scris.vd.ch/default.aspx

DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

UN PEU D'HISTOIRE

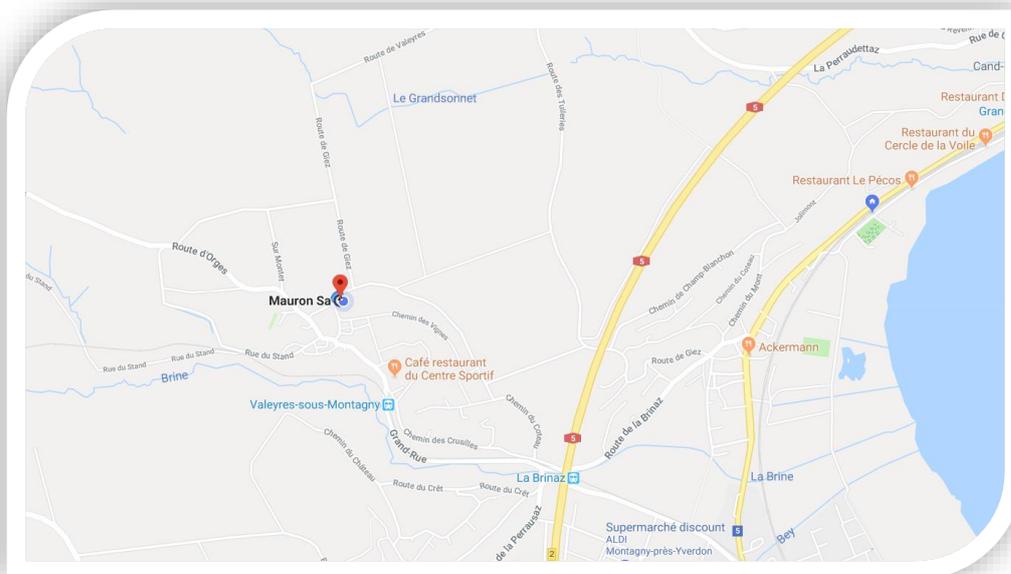
En 1982, M. Bernard Mauron, fort de l'obtention de sa maîtrise fédérale reprend l'activité indépendante déjà située à Valeyres-sous-Montagny. En 1995, l'entreprise individuelle devient une société anonyme avec un capital action de 200'000.00 CHF. Durant ces treize années, l'entreprise est passée d'une petite activité indépendante à une société au chiffre d'affaires de 1'100'000.00 CHF. Les dix-neuf années suivantes ont permis à M. Mauron d'asseoir l'assise financière ainsi que la réputation de son entreprise.

En 2014, Monsieur Nicolas Piaget, apprenti puis salarié de l'entreprise et titulaire d'un diplôme de technicien ES/Ingénieur EurEta, acquière la société; celle-ci comptait alors 12 salariés pour un chiffre d'affaires de 2'100'000.00 CHF.

Dès lors et sous l'impulsion de la nouvelle direction, le succès est grandissant et il nous permet d'employer actuellement 20 collaborateurs et de faire progresser le chiffre d'affaires de 54 % sur les cinq dernières années.

NOTRE SITUATION GÉOGRAPHIQUE

La société, depuis toujours domiciliée dans la petite commune du Nord vaudois de Valeyres-sous-Montagny, est attachée à ses racines locales.



Ainsi, nous avons fait le choix de demeurer fidèle à cette commune et avons déménagé, le 1^{er} juin 2019 dans nos nouveaux locaux. Effectivement, les engagements que nous avons avec plusieurs partenaires de la région sont importants et la proximité est un atout que nous souhaitons conserver.

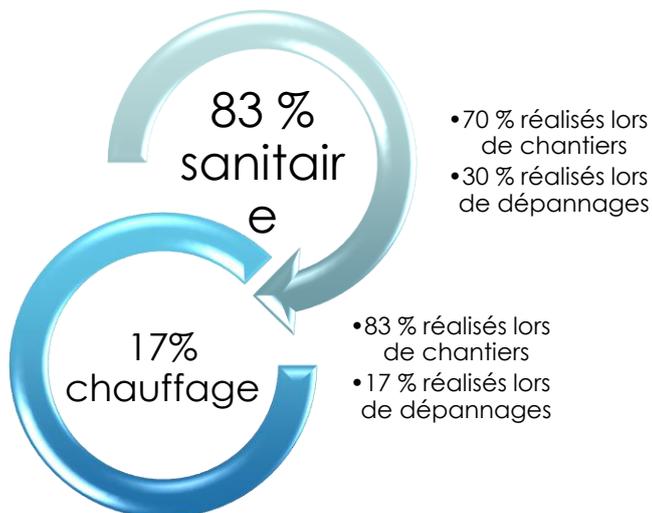
HEURES D'OUVERTURE

Nos bureaux sont ouverts du lundi au vendredi de 7h30 à 12h00 et de 13h00 à 17h00, sauf le vendredi où nous terminons à 16h00.

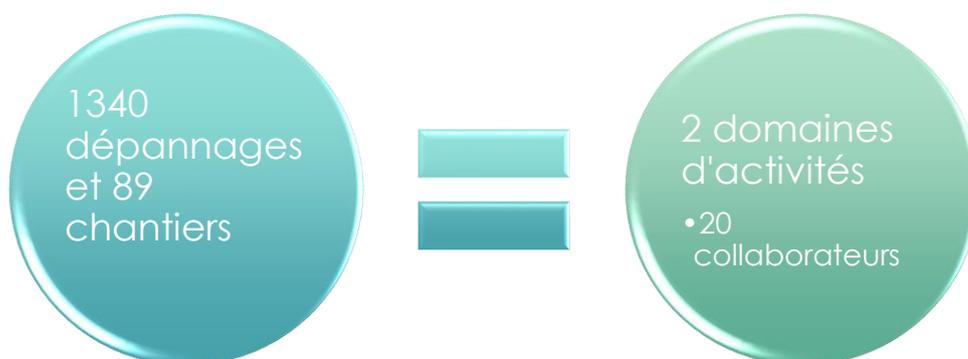
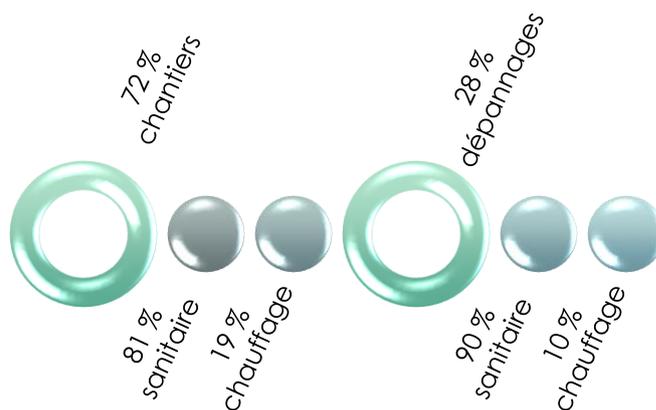
Un service d'urgences est à disposition de nos clients 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24, en appelant le numéro : 079/433.54.81.

ORIGINE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

RÉPARTITION SELON NOS DEUX SECTEURS D'ACTIVITÉS

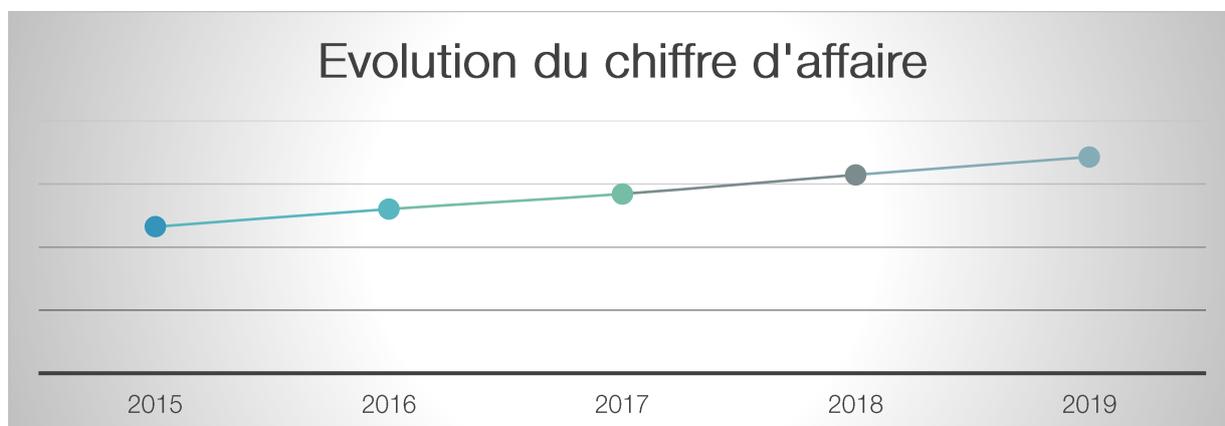


RÉPARTITION SELON NOS DEUX DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES



EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

L'évolution de notre chiffre d'affaires n'est bien évidemment pas linéaire, mais la progression de ces cinq dernières années reflète l'amélioration constante de notre entreprise et son désir de croissance.



ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE

CHAÎNE DE VALEURS

Afin de pérenniser notre activité sur le long terme, nous avons mis en place, dès 2014 la chaîne de valeurs suivante :



OUTILS D'ORGANISATION

Cette chaîne de valeurs ne peut être réalisée qu'au moyen d'outils organisationnels simples et efficaces. Ceux-ci sont répertoriés comme suit :

Outils d'organisation

Processus	Chaîne de valeurs	Activité de soutien Activité principale
	Plan de réparation des tâches	Qui fait quoi, comment et quand ?
	Plan d'action sommaire	Mission, objectif, stratégie globale et sectorielle
	Organigramme séquentiel	Offre, chantier, SMQ, RH, achats & retours fournisseurs
Structure	Organigramme	Fonctionnel, chantier, solaire & organisationnel
	Contrats de travail	Conditions cadres, horaires, salaires
	Descriptif de poste	Tâches, règles & compétences
	Diagramme des fonctions	Listes des tâches, responsabilités & Interactions
	Entretien annuel	Définition paliers de compétences, objectifs & évaluation
Concept de gestion	Règlements commerciaux	Conditions de vente & d'achat
	Plan de classification	Archives numériques, documents actifs & CRM
	Lignes directrices	Organisation & gestion
	Evaluation des risques	Éléments à considérer & mesures à préconisées

INDICATEURS DES RELATIONS HUMAINES

Nous utilisons le terme de "relations humaines" plutôt que celui de "ressources humaines". Effectivement, nous désirons remplacer un mot de l'expression afin de mettre en lumière le point problématique de l'expression initiale.

Ce que dit ce changement ? C'est que l'employé n'est pas un de ces éléments économiques interchangeables que nous pourrions solliciter de manière identique. L'employé est au contraire une personnalité complexe dont les multiples caractéristiques peuvent être une valeur ajoutée considérable pour notre structure en faisant partie de notre capital immatériel. Il s'agit bien d'une valeur non quantifiable dont il est question, soit de ce qui fait la qualité de notre société du point de vue humain et relationnel.

GESTION DES COLLABORATEURS

Notre entreprise a la chance de bénéficier de nombreuses et riches personnalités, toutes au bénéfice de nombreuses expériences !

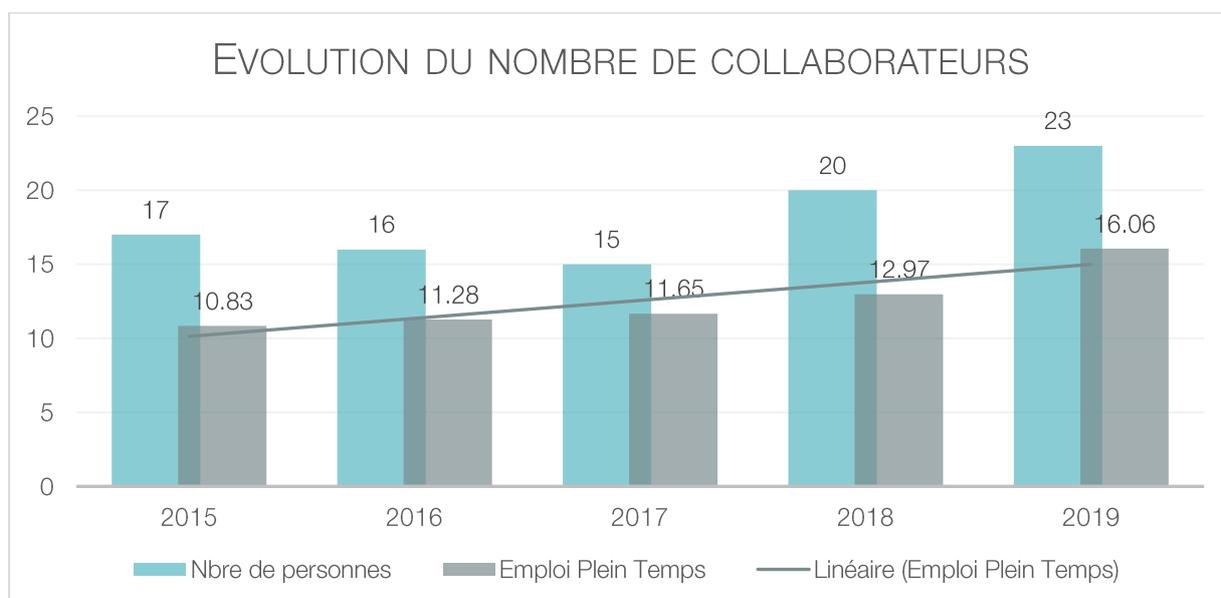
Nos collaborateurs sont tous titulaires d'un ou deux CFC. De plus, plusieurs d'entre eux suivent actuellement une formation continue afin d'accroître leurs connaissances.

Les responsabilités de chacun sont clairement définies et permettent à notre structure d'avoir une ligne managériale simple et directe. Les informations et les idées circulent librement entre tous les acteurs.

Tous nos collaborateurs et leur domaine d'expertises sont représentés ci-dessous :



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COLLABORATEURS



TAUX DE ROTATION

Notre taux de 10 % est à mettre en corrélation avec les taux suivants : rotation nette pour l'année 2018 sur le territoire suisse est de 16.1, celui de la branche économique (NOGA 432 203) est de 16.5 et pour terminer celui des entreprises entre 10 et 49 personnes est de 17.1³. Ainsi, nous constatons que sans être excellent, notre pourcentage de rotation est en deçà des chiffres nationaux.

ANCIENNETÉ

Ce taux comprend l'ensemble de nos collaborateurs, y compris les apprentis.



TAUX D'ABSENTÉISME

Les vacances, les jours fériés et les congés ne sont pas considérés comme des absences.

Notre taux est de 2.3 pour cette année, alors que celui du secteur du bâtiment est de 4.4 pour l'année 2018, selon le site de la confédération suisse⁴. Nous avons donc la chance d'être en deçà de la norme nationale de 2.1 points.

Les coûts directs et indirects liés à cet absentéisme s'élèvent de 9'140.00 CHF.

³ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/travail-remuneration/activite-professionnelle-temps-travail/actifs-occupes/mobilite-professionnelle.assetdetail.8086602.html>

⁴ Source : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/travail-remuneration/activite-professionnelle-temps-travail/temps-travail/absences.html>

FORMATION DUALE

Nous attachons également une grande importance à la formation duale, c'est pourquoi nous formons trois apprentis installateurs sanitaire. Nous accueillons également des stagiaires pour des périodes allant d'une semaine à six mois.



GESTION FINANCIERE

Celle-ci est le point névralgique de notre stratégie d'entreprise, car toute activité économique nécessite de calculer, mesurer et analyser. Tous ces indicateurs sont aussi le reflet d'interactions humaines. Dans le but de croissance qui est le nôtre, une gestion financière minutieuse mais également ambitieuse, est nécessaire. La gestion financière ne doit pas être un frein, mais bien le moyen d'atteindre notre objectif.



A cette fin, la comptabilité de notre société est entièrement tenue en interne. Ceci nous permet de suivre au jour le jour les chiffres clés de notre activité. Pour ce faire, un tableau de bord est réalisé avec les chiffres issus de la comptabilité afin que la direction ait une vue d'ensemble des résultats de la société.

Ces indicateurs font l'objet d'une séance hebdomadaire avec la direction, où celle-ci étudie et observe notre actualité financière.

Ce tableau aide le staff de direction à identifier les opportunités et à détecter les éventuels dangers, à l'aide de différents indicateurs. Cette gestion d'anticipation nous permet d'agir et non de réagir, face aux différents événements que notre structure rencontre chaque année.

Au mois de mars, des statistiques sont réalisées avec les chiffres annuels. Ces inventaires nous permettent d'étudier notre activité sur le long terme et également d'affiner nos budgets.

MARKETING

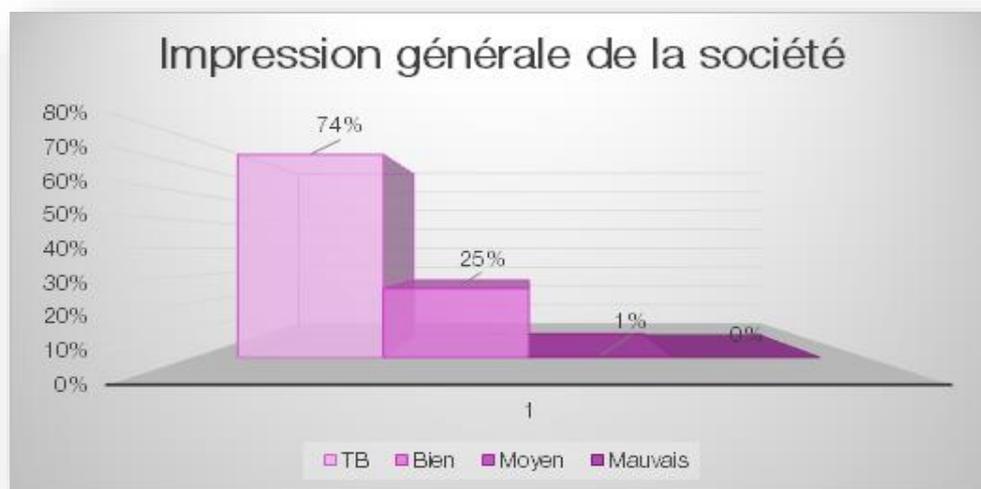
Le marketing peut être défini comme l'analyse des besoins des consommateurs et l'ensemble des moyens d'action utilisés pour influencer leur comportement. Il crée de la valeur perçue par les clients et adapte l'offre commerciale aux désirs des consommateurs. Il affecte toute l'entreprise, laquelle est toute entière tournée vers la satisfaction du client.

Le stimulus déclenchant le processus d'achat provient de nos anciens clients, car nous avons la chance de bénéficier de l'effet de bouche à oreille. Ainsi, le retour positif des devis réalisés est de 55 %, contre seulement 36 % de refusés, le pourcentage restant étant des affaires en attente.

ENQUÊTE DE SATISFACTION

Nous réalisons un sondage par année afin de pouvoir mesurer la satisfaction de nos clients sur le long terme. Cette méthode permet également de corriger les écarts constatés, les évolutions du marché et les importants changements d'habitude de consommation.

Lors de l'enquête 2019, nous avons constaté que notre clientèle est très satisfaite de l'ensemble de nos prestations à 74 %. 25 % les jugent bonnes et un seul de nos clients n'est que moyennement satisfait de notre entreprise.



La modalité "mauvais" n'est pas représentée. Si l'on accepte l'adage marketing qui dit qu'une personne satisfaite parle de son expérience à trois autres ($138 + 47 \times 3 = 55$) alors qu'une personne insatisfaite en parle à 11 autres ($1 \times 11 = 11$), la situation est très encourageante !

En 2017, cette même impression générale se portait à 68 et 31 %. Ainsi, 6 % de notre clientèle a muté vers le positif. Cette progression est également prometteuse.

La totalité des personnes nous ayant répondu, soit 186, recommanderaient les services de notre société à leurs familles et/ou amis. Ce taux de 100 % est plus élevé que le précédent qui était de 87 %.

Ce sondage, dont émanent la satisfaction générale de nos clients est une belle récompense ! Nous tenons donc à remercier et à féliciter chaleureusement toute notre équipe pour le travail réalisé et les efforts consentis.

MIX MARKETING

Depuis 30 ans, nous faisons le choix de réaliser, au quotidien, des prestations de qualité. Ce but passe par le sérieux de nos réalisations, de notre service après-vente et de notre accueil. Afin de faire perdurer et d'améliorer notre position, notre mix marketing est le suivant :



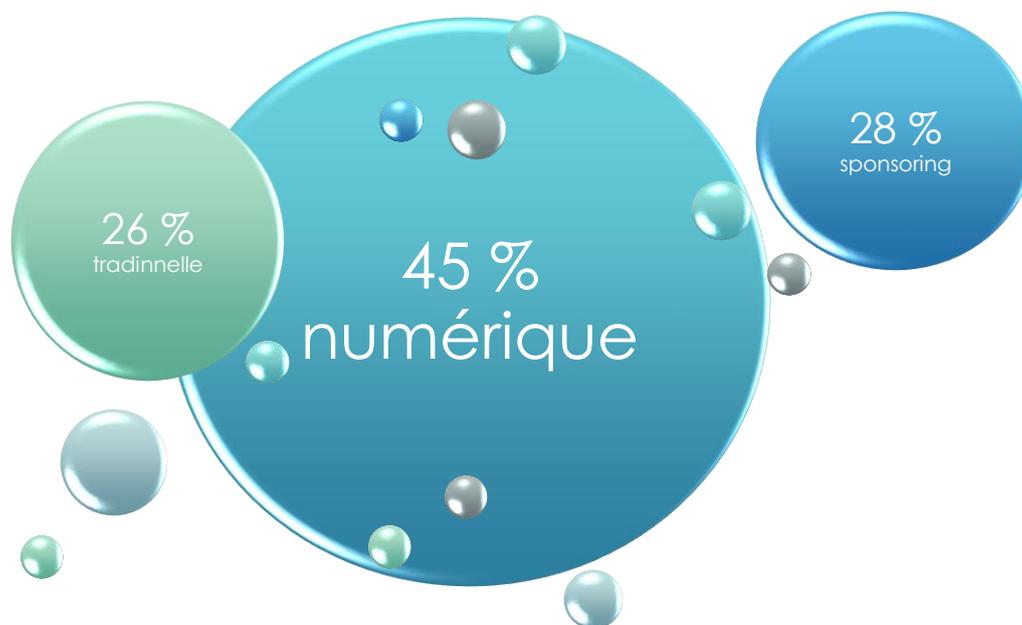
Les objectifs de rentabilité qui sont les nôtres nous ont obligés à affiner notre politique marketing. Ainsi, afin d'assurer notre différenciation concurrentielle par la qualité de nos services, nous avons fait le choix de mettre en second plan le critère du prix.

De ce fait, nous allons toujours privilégier la qualité des matériaux et de l'exécution. Cette démarche est bien évidemment constamment en corrélation avec les vœux de nos clients cependant, nous refusons de poser certains matériaux qui ne répondent pas à nos critères de qualité, ou de travailler selon certaines méthodes qui ne font pas partie des normes SIA.

Afin que cette politique ne soit pas mal perçue par nos prospects, nous sommes dans l'obligation de communiquer très clairement et aussi souvent que nécessaire notre position.

FRAIS PUBLICITAIRE

La promotion passe par la communication sur la qualité de notre savoir-faire et non sur le prix de nos prestations, mais également sur le plaisir de travail ensemble. Nos dépenses publicitaires sont réparties comme suit :



ÉTUDE DE MARCHÉ

› Part de marche

Les acheteurs potentiels de nos prestations de services se trouvent majoritairement dans un rayon d'action de 25 km. Le potentiel total dudit rayon étant de 8'500 prospects, nous occupons actuellement 25.33 % du marché sur notre territoire, soit presque 2 % de mieux que l'année 2018.

› Composition de notre marché

Notre marché est constitué principalement de propriétaires fonciers, assistés d'un architecte dans certains cas, réalisant des travaux de rénovation sanitaires et/ou d'assainissement de chauffage.

Cette tranche de clients est très sensible à la qualité de l'échange commercial et bien évidemment au rapport qualité/prix. Notre travail consiste à les mettre en confiance en les rassurant sur le bien-fondé de leur choix et à les sécuriser quant à la réalisation des travaux. Ce travail d'accompagnement est primordial afin de donner entière satisfaction au client et ainsi bénéficier de son discours positif auprès de son cercle proche. Les gérances immobilières constituent notre principale clientèle dans le domaine du dépannage. Communes, entreprises générales et bureau d'architecte complètent notre panel clientèle, dont voici le détail :



› Notre rayon d'activité :



› Taux d'attrition

Le nombre de clients perdus pour l'année 2019 s'élève à 4.29 %, soit 35 clients qui n'ont pas à nouveau fait appel à nos services.

› Concurrence

Dans notre rayon d'activité, nos concurrents directs sont au nombre de six. Le leader du marché, la société Alvazzi SA, détient 45 % du part de marché pour un chiffre d'affaires annuel estimé à 17'800'000.00 CHF. Les autres entités sont identiques ou moins importantes que la nôtre, et les 30 % de parts de marché restants se divisent avec nos autres concurrents directs et indirects.

Nous entretenons des rapports professionnels avec l'ensemble de nos compétiteurs. L'entraide et la loyauté des pratiques font partie intégrantes de nos lignes directrices d'organisation et de gestion.

STRATEGIE ET MISE EN OEUVRE



Le but à long terme est bien évidemment de pérenniser notre activité en développant la santé financière de l'entreprise. A cette fin, la création de valeur ajoutée pour elle-même et ses salariés est l'ambition première. Afin d'appliquer cette politique, les mesures cibles suivantes ont été mises en place :

- ✓ Différenciation concurrentielle grâce à la qualité de nos prestations
- ✓ Structure organisationnelle simple et légère
- ✓ Marge de manœuvre décisionnelle élevée de nos collaborateurs

INFRASTRUCTURE DE L'ENTREPRISE

› Direction Générale

Celle-ci est composée de M. Piaget, directeur et propriétaire, de M. Jean-Gabriel Torres directeur adjoint, ainsi que Marion Boutet, directrice administrative et administratrice de la société.

› Procédure de planification

Afin de déterminer les ressources nécessaires à nos réalisations, nous utilisons plusieurs outils d'organisation et processus.

En premier lieu, le planning d'intervention hebdomadaire permet de regrouper les informations nécessaires aux interventions des équipes sur une année entière.

La vue d'ensemble ainsi réalisée nous facilite la gestion des inévitables imprévus. Les chantiers et leurs annexes bénéficient de dossiers informatiques afin d'en faciliter le suivi et de dossiers papier qui accompagnent les équipes sur le terrain.

Le secteur du service dépannage est quant à lui géré au jour le jour, en fonction des urgences.

› Contrôle qualité

La démarche qualité est au centre de notre stratégie, car elle fait partie de nos avantages concurrentiels. Elle a pour objectif d'accroître la satisfaction de nos clients tout en améliorant les performances de notre entreprise. Notre système de management de la qualité est dynamique pour l'ensemble de nos services. Nous assumons donc en interne la responsabilité de l'assurance qualité.

Ces contrôles sont simples et orientés sur deux points principaux. Le premier axe est celui du contrôle "physique" de la qualité de nos prestations, et le second est le traitement des réclamations clients. La sobriété de notre SMQ s'inscrit dans le cadre de notre stratégie d'une structure organisationnelle simple et légère.



DEVIS

Réalisation	Objectif : 600 Effectif : 572
Adjudication	Objectif : 50 % Effectif : 53 %
Délais de réponse	Objectif : 10 j. Effectif : 9 j.

CHANTIERS

Réalisation	Objectif : 80 Effectif : 89
Durée moyenne	Objectif : 100 j. Effectif : 120 j.
Délai de facturation	Objectif : 10 j. Effectif : 28j.

DEPANNAGES

Réalisation	Objectif : 1'300 Effectif : 1'340
Délai d'intervention	Objectif : 7 j. Effectif : 11 j.
Délai de facturation	Objectif : 10 j. Effectif : 17 j.

Pour l'année 2020, nos efforts vont se concentrer à améliorer nos délais de facturation afin de raccourcir celui-ci de minimum 10 % et ceci pour les deux secteurs.

Le délai d'intervention pour le service après-vente doit également être amélioré, notre système d'exécution va bénéficier durant l'année 2020 de quelques modifications qui devrait nous permettre d'atteindre cet objectif.

La remise des offres doit quant à elle aussi profiter de toute notre attention, afin de maintenir le délai de réalisations de devis durant l'année 2020.

CONCLUSION

Au moment de boucler cette édition 2019, le monde est pris dans la tempête de la lutte contre le coronavirus.

Gageons que l'entier de l'économie mondiale et ces acteurs, sauront tirés les leçons de cette pandémie et ainsi construire un monde meilleur pour nous et nos enfants.