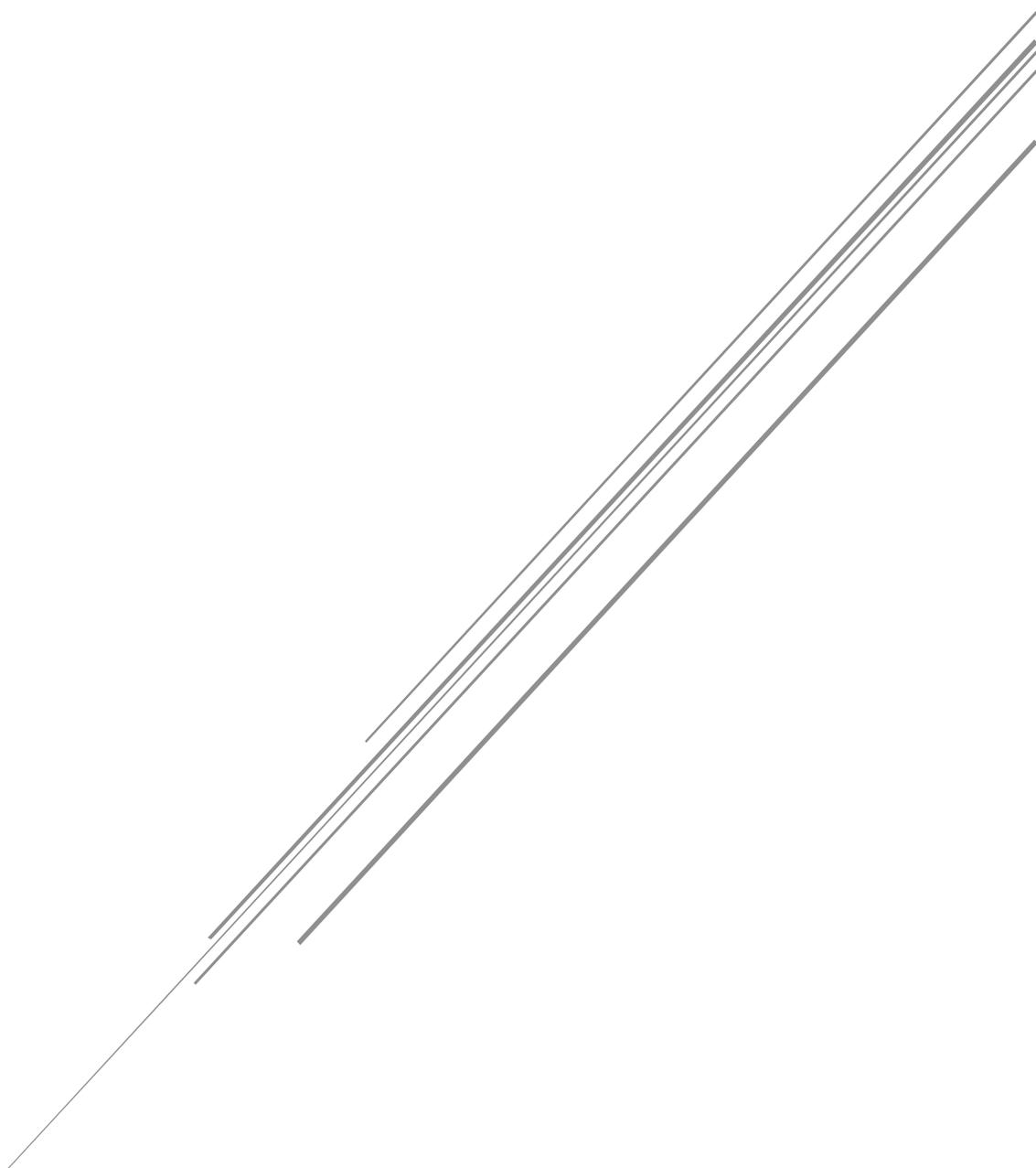


RAPPORT ANNUEL

2021



Mauron SA
mboutet@mauronsa.ch

TABLE DES MATIERES

I.	<i>TABLE DES MATIERES</i>	1
II.	<i>L'ANNEE MAURON SA</i>	2
	Responsabilité sociale de l'entreprise	
	Objectif 2022	
	Énoncé de la mission	
	Clés du succès	
	Philosophie d'entreprise	
III.	<i>DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE</i>	3
	Un peu d'histoire	
	Notre situation géographique	
	Heures d'ouverture	
	Services	
	Fournisseurs	
	Origine du chiffre d'affaires	
	Evolution du chiffre d'affaires	
	Chaîne de valeurs	
	Organisation	
	Gestion des collaborateurs	
	Formation duale	
	Gestion financière	
IV.	<i>MARKETING</i>	10
	Enquête de satisfaction	
	Étude de marché	
	Concurrence	
V.	<i>STRATEGIE ET MISE EN OEUVRE</i>	13
	Infrastructure de l'entreprise	
	Indicateurs des Relations Humaines	
	Indicateurs d'activité	

L'ANNEE MAURON SA

Deuxième année de pandémie. Nous sommes rôdés et avons su nous adapter plus rapidement aux différentes vagues successifs, variants, et autre Pass-Sanitaire.

Selon une étude réalisée par l'ETH de Zürich, tout au long de l'année 2021, le secteur du second œuvre perçoit la marche des affaires plus positivement qu'au cours de l'année précédente. Cette tendance est confirmée dans notre société qui n'a pas été perturbée par les différents éléments extérieurs.

Notre chiffre d'affaires et notre bénéfice sont donc en forte progression, par rapport à 2020. Nous avons également pu rembourser 2/3 de notre prêt Covid en fin d'année.

Responsabilité sociale de l'entreprise

La responsabilité sociale consiste à combiner la capacité de faire vivre notre entreprise avec la volonté de lui faire jouer un rôle positif dans son environnement. Que ce soit en matière d'aménagement des conditions de travail, d'économie d'énergie, de formation des apprentis, de faire vivre notre association professionnelle ou de défendre les intérêts communs à notre branche, nous nous efforçons de proposer davantage que le strict minimum légal.

Pour que nous puissions nous montrer responsable, nous avons besoin d'un capital non seulement humain mais aussi financier, et il est indispensable que nous dégagions des bénéfices, financiers eux aussi, afin de pouvoir investir. Finalement, les bénéfices collectifs que la communauté en retire sont également en grande partie financiers, à travers les salaires payés aux employés et les impôts versés au collectivités publiques.

L'important est de nous poser constamment des questions sur notre rapport avec nos collaborateurs, nos fournisseurs, nos sous-traitants et avec notre communauté, en réfléchissant aux conséquences de chacun de nos choix.

Objectif 2022

L'année 2022 doit nous permettre de stabiliser nos différents centres de coûts, afin de renforcer notre trésorerie. Ce dessein a pour ambition de rembourser le dernier tiers du prêt COVID_19 dont nous avons eu la chance de bénéficier dans le courant de l'année 2020.

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

« OFFRIR A NOS CLIENTS L'EXPERIENCE D'ACHAT LA PLUS CONVAINCANTE POSSIBLE ».

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.

Nous avons constaté, avec une certaine fierté, que la crise sanitaire a créé des liens très forts entre les membres de notre équipe, faits de solidarité, d'empathie et d'amitié et qu'ainsi notre culture d'entreprise ressort grandie de ces deux années si particulières.

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.

DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

Un peu d'histoire

En 1982, M. Bernard Mauron, 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.

En 2014, Monsieur Nicolas Piaget, apprenti puis salarié de l'entreprise et titulaire d'un diplôme de technicien ES, acquiert 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 22 collaborateurs et de faire progresser le chiffre d'affaires de 11 % depuis 2014.

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 fidèles 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 ou nous terminons à 16h00.

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

Services

Nous proposons des services dans le domaine du second œuvre et nos secteurs d'activités stratégiques sont les petites rénovations, les constructions nouvelles, la rénovation des réseaux d'eaux et le service dépannage.

Afin de bien cerner les attentes de nos clients, nous établissons les devis une fois que nous avons réalisé une visite des lieux à transformer, rénover ou construire. Cette démarche est essentielle au bon déroulement du futur chantier.

Effectivement, les contraintes techniques ne peuvent être entièrement perçues sur des plans ou des photos. De plus, les possibles acheteurs sont souvent demandeurs de conseils pratiques et/ou techniques concernant les futurs appareils, qu'il s'agisse du domaine sanitaire ou chauffage.



Le domaine de la rénovation des réseaux d'eaux fonctionne différemment. En effet, ce secteur d'activité est entièrement régi par des marchés publics, donc à ceux-ci avant Le critère d'offres étant le prix nous nous efforçons d'obtenir les meilleurs prix de nos fournisseurs afin de faire bénéficier les communes vaudoises, qui sont propriétaires des dits réseaux d'eaux.



Le premier challenge dans le maintien, la qualité de l'eau

réaliser, à chaque phase, des tests sur l'eau distribuée. Des analyses sont réalisées par le laboratoire cantonal à Lausanne.

de ses travaux réside durant les travaux, de fournie. Nous devons

De plus, l'exécution de l'entier des tâches est réalisée en coordination avec notre bureau technique, ce qui nous permet de respecter les délais.

Le service administratif de notre entité suit, au quotidien, l'évolution de chacune des affaires en cours. Cette gestion financière rigoureuse offre l'avantage à nos clients d'être toujours au fait de l'évolution de leur chantier.

Tous les travaux que nous réalisons, du dépannage aux constructions nouvelles, sont soumis aux normes SIA, et nous obligent donc à garantir notre travail de 2 à 10 ans, selon la nature des ouvrages réalisés. Nous fournissons également des garanties de construction pour les travaux d'envergure.



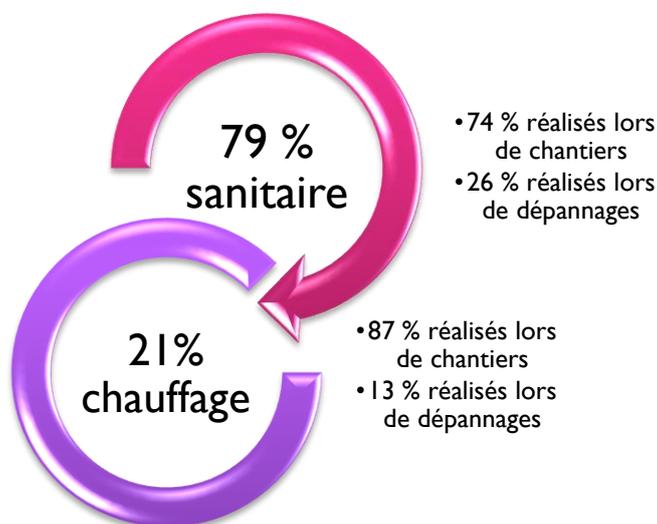
Fournisseurs

Les relations commerciales que nous entretenons avec nos fournisseurs doivent être bénéfiques aux deux parties. Ainsi, les accords que nous établissons en amont avec nos prestataires sont entièrement respectés, tant pour les délais de commande, de livraison et de paiement. Ainsi, les rapports que nous entretenons sont emprunts de confiance réciproque et de coopération mutuelle.

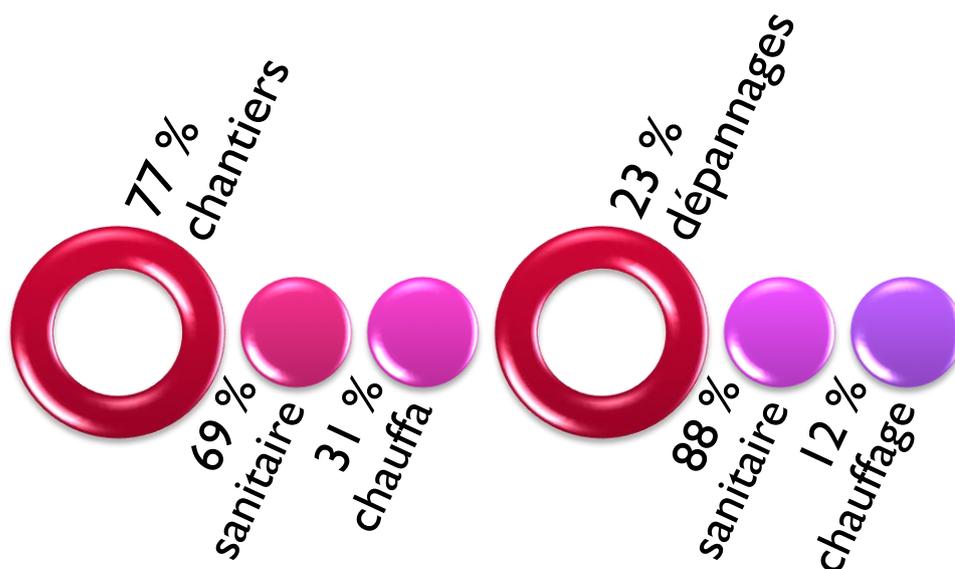
Ces bonnes pratiques commerciales nous permettent également de bénéficier du soutien technique et logistique des représentants des marques (tel que Buderus, Sabag, etc.) et ainsi proposer à nos clients finaux des produits de qualité au prix le plus juste. Ceci nous permet également d'accroître notre réputation dans la région du Nord vaudois.

Origine du chiffre d'affaires

Répartition selon nos deux secteurs d'activités

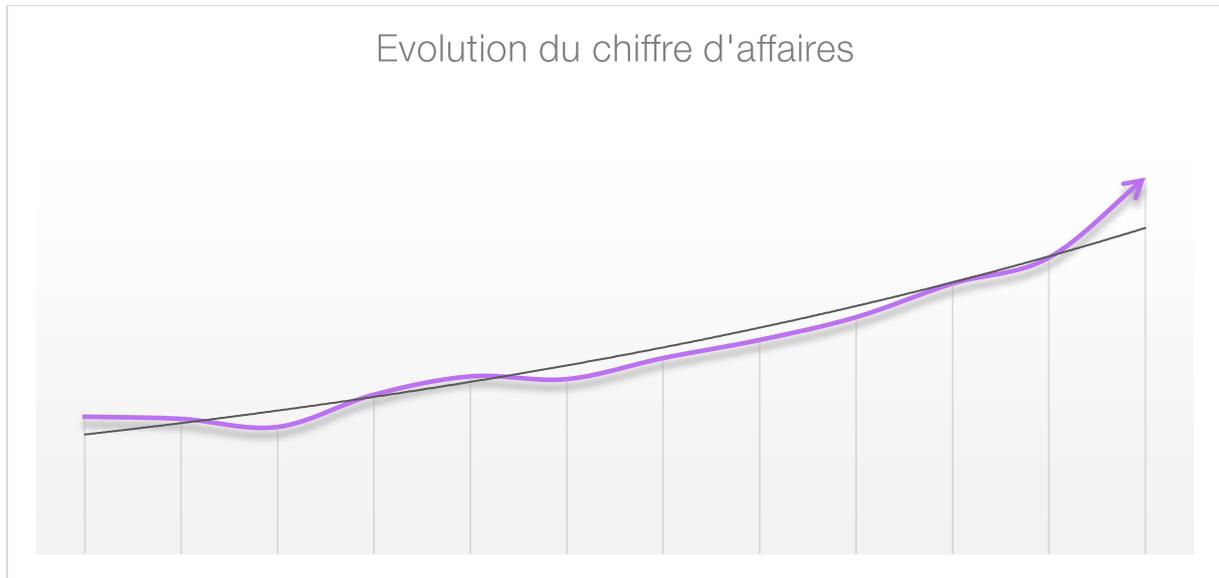


Répartition selon nos deux domaines d'activités stratégiques



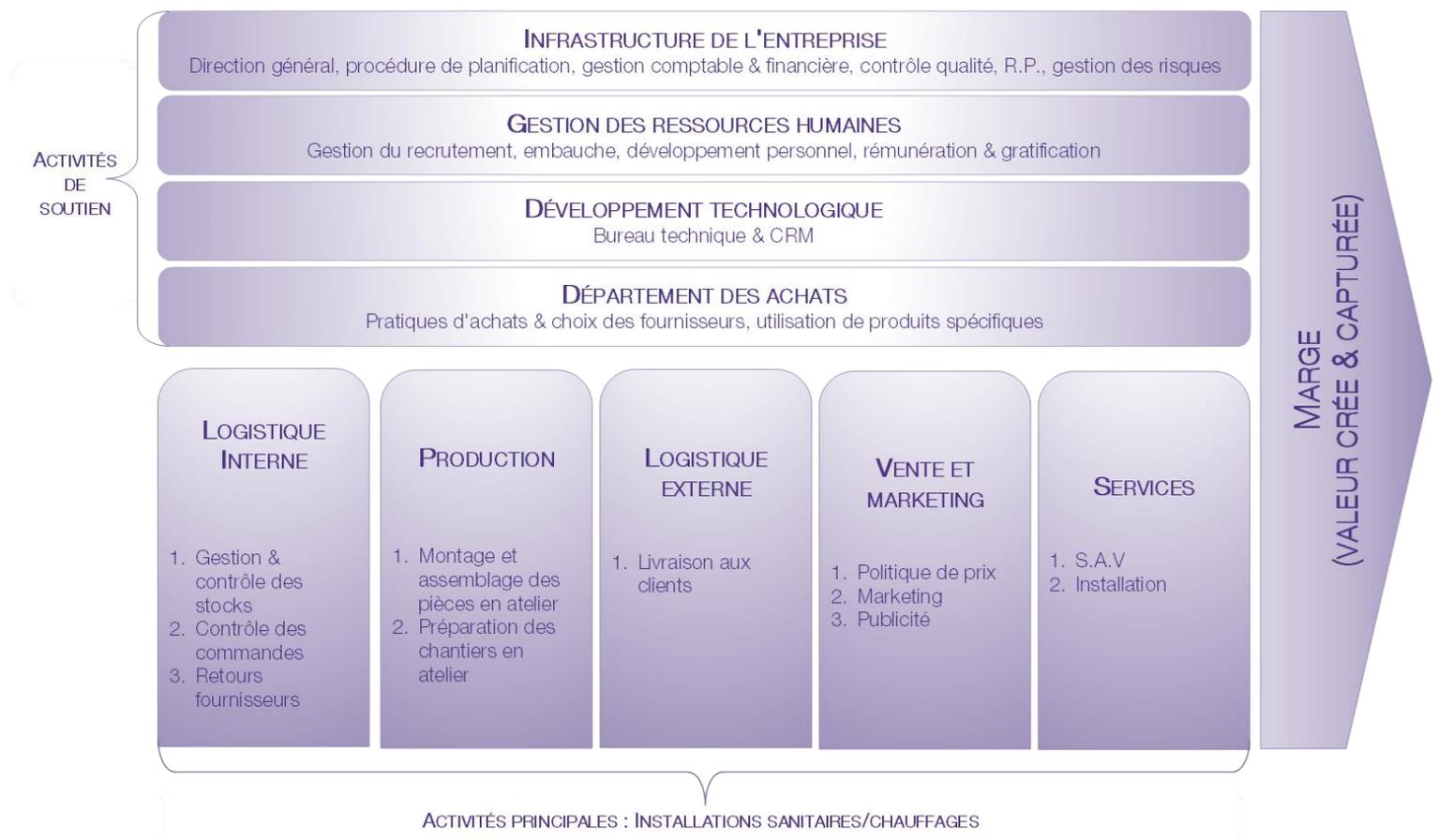
Evolution du chiffre d'affaires

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



Chaîne de valeurs

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



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	Eléments à considérer & mesures à préconisées

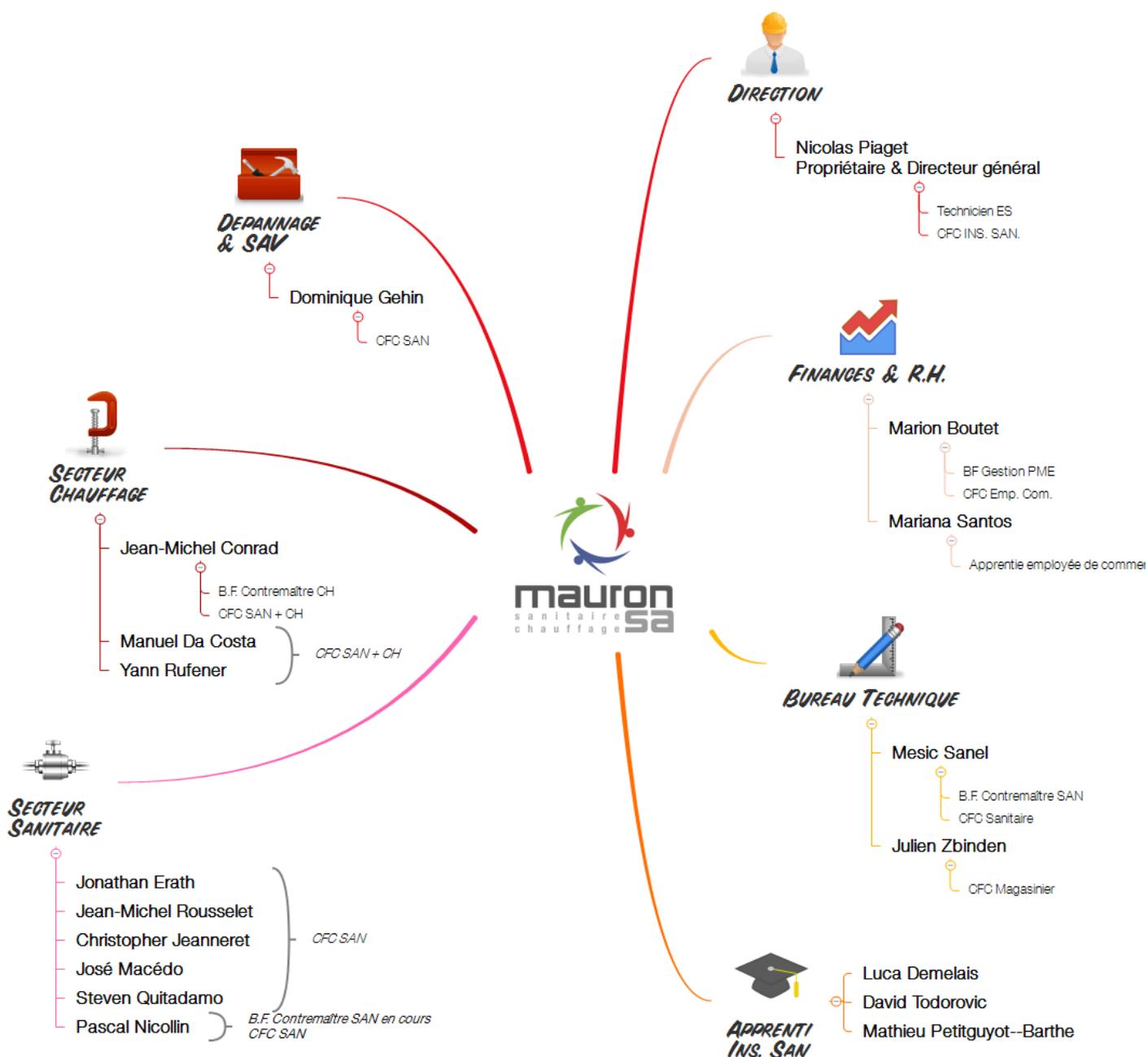
Gestion des collaborateurs

Notre entreprise à 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'expertise sont représentés ci-dessous :



Formation duale

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



Gestion financière

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.

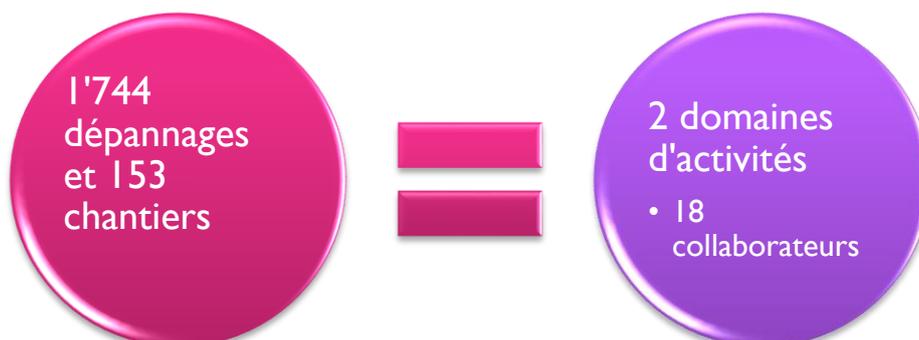


A cette fin, la comptabilité de notre société est entièrement tenue en interne. Ceci nous permet de suivre au jour le jour les chiffres clés de notre activité. Pour se faire, un tableau de bord est réalisé avec les chiffres issus de la comptabilité afin que la direction ait une vue d'ensemble des résultats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

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

Ce tableau nous aide 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.



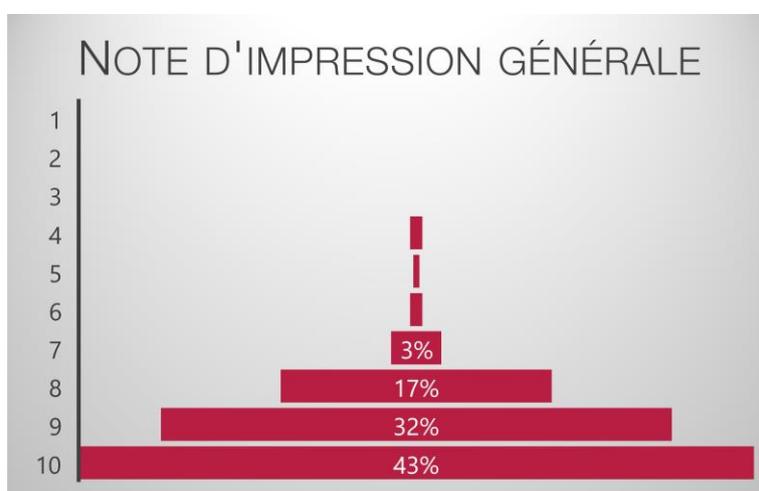
MARKETING

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 tout entière tournée vers la satisfaction du client.

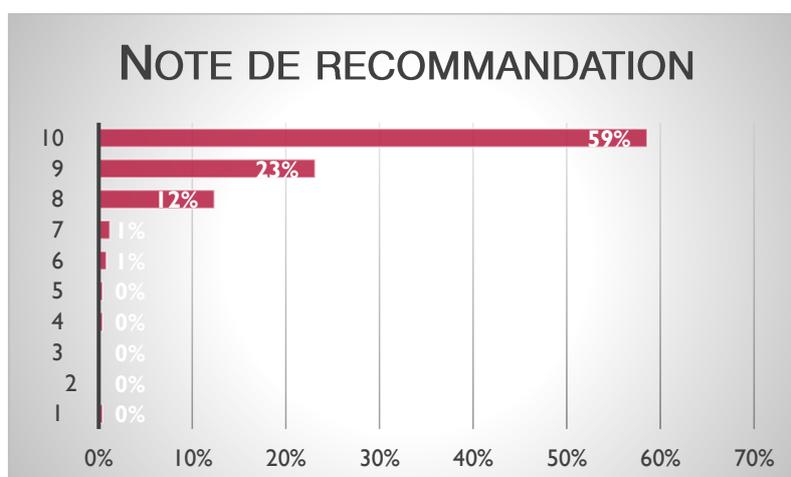
Le stimulus déclenchant le processus d'achat provient de nos anciens clients, car nous avons la chance de bénéficier de l'effet de bouche à oreille. Ainsi, le retour positif des devis réalisés est de 55 %, contre seulement 36 % de refusés, le pourcentage restant étant des affaires en attente.

Enquête de satisfaction

Nous réalisons un sondage tous les deux ans 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.



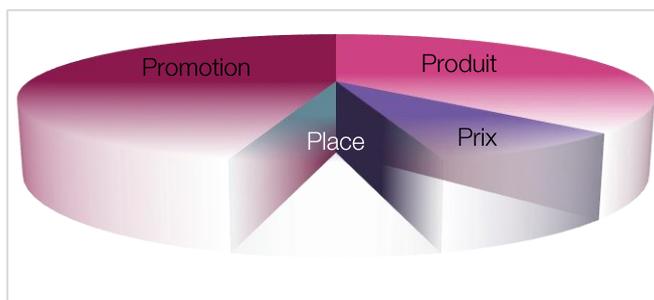
La modalité "mauvais" n'est pas représentée. Si l'on accepte l'adage marketing qui dit qu'une personne satisfaite parle de son expérience à trois autres alors qu'une personne insatisfaite en parle à 11 autres, la situation est très encourageante !



Ce sondage, dont émane 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 :



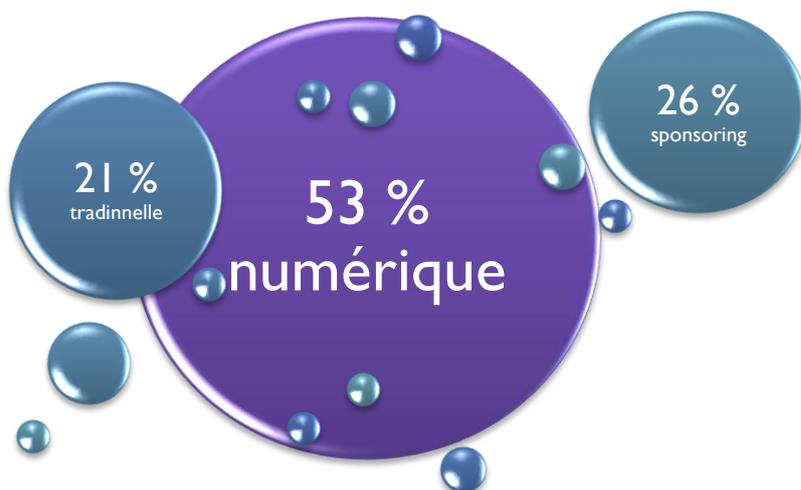
Les objectifs de rentabilité qui sont les nôtres nous ont obligés à affiner notre politique marketing. Ainsi, afin d'assurer notre différenciation concurrentielle par la qualité de nos services, nous avons fait le choix de mettre en second plan le critère du prix.

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

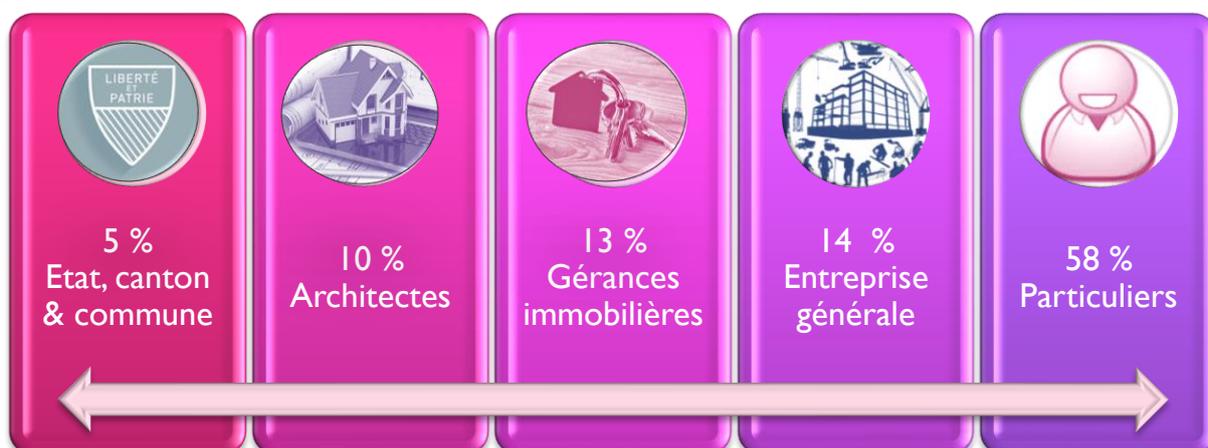
Part de marche

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 24 % du marché sur notre territoire.

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 2021 s'élève à 13 %, soit une moyenne de 154 clients qui n'ont pas à nouveau fait appel à nos services.

Concurrence

Le secteur secondaire en Suisse représente 14.88 % du marché global¹. Ce segment est composé de 80.10 % de microentreprise, de 16.10 % de petites entreprises, de 3.20 % de moyennes entreprises et de 0.60 % de grandes entreprises². Dans la région « Espace Mittelland », où nous sommes établis, il y a 10'458 entreprises identiques à la nôtre³.

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 25'000'000.00 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 intégrante 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, responsable financière et administratrice de la société.

Procédure de planification

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.

¹ Source : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/industrie-services/entreprises-emplois/structure-economie-entreprises.html>

² Source : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/industrie-services/entreprises-emplois/structure-economie-entreprises/pme.html>

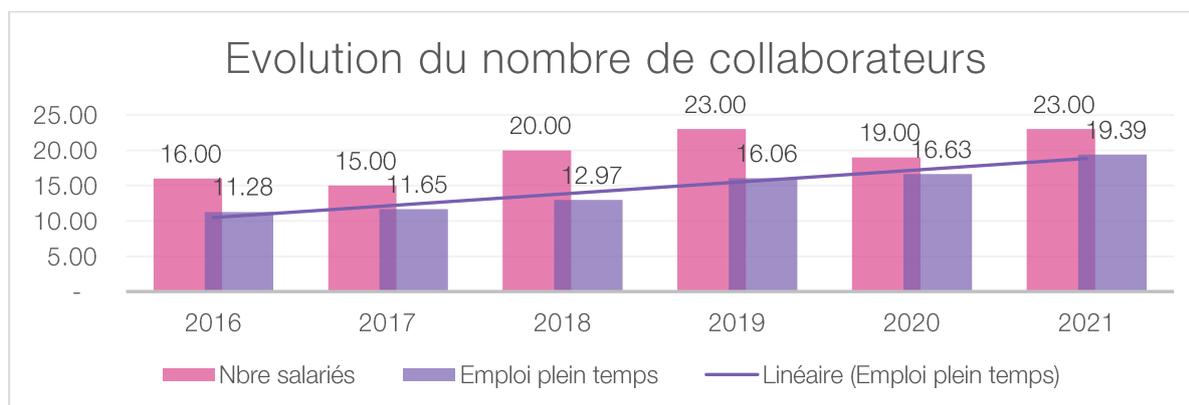
³ Source : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/industrie-services/entreprises-emplois/structure-economie-entreprises/pme.assetdetail.9366293.html>

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.

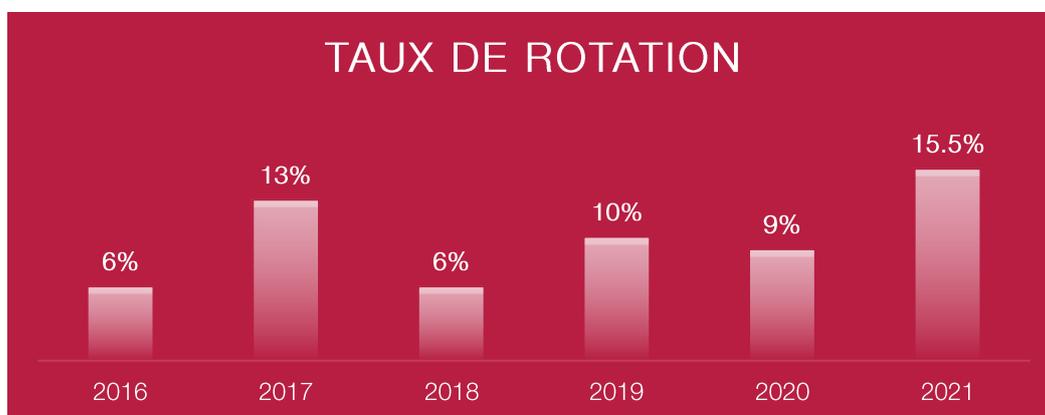
Evolution du nombre de collaborateurs



Taux de rotation

Notre taux de 15.50 % est à mettre en corrélation avec les taux suivants : rotation nette pour l'année 2019 sur le territoire suisse qui est de 16.2 %, celui de la branche économique (NOGA 432 203) est de 14.9 % et pour terminer celui des entreprises entre 10 et 49 personnes est de 18.1 %⁴.

Ainsi, nous constatons que sans être excellent, notre pourcentage de rotation est en adéquation avec les chiffres nationaux. Malheureusement, nous avons dû prendre des mesures liées à la pandémie, afin de diminuer notre masse salariale en fonction de notre carnet de commande.



⁴ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/travail-remuneration/activite-professionnelle-temps-travail/actifs-occupes/mobilite-professionnelle.assetdetail.8086602.html>

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 4.9 pour cette année, alors que celui du secteur du bâtiment est de 11.4 pour l'année 2021, selon le site de la confédération suisse⁵. Notre ratio est donc largement en deçà de la moyenne nationale.

Celui-ci est plus haut que celui de l'année 2020 qui se portait à 1.80. Cette différence s'explique principalement par les absences liées à la pandémie de Covid_19. Effectivement, nos effectifs ont été durement touchés durant les 3 derniers mois de l'année.

Les coûts directs et indirects liés à cet absentéisme s'élèvent à CHF 88'000.00.

⁵ Source : <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/je-f-03.02.03.02.05>

Indicateurs d'activité Objectifs et réalisations

DEVIS

Réalisation	Objectif : 600 Effectif : 937
-------------	----------------------------------

Adjudication	Objectif : 50 % Effectif : 51%
--------------	-----------------------------------

Délais de réponse	Objectif : 10 j. Effectif : 13 j.
-------------------	--------------------------------------

Les demandes inhérentes au devis ont explosé lors de cette année, nous avons ainsi dépassé notre objectif de 56 %, un record ! Nos clients, plus présents et attentifs à leur intérieur en cette période de pandémie, ont ainsi eu des envies et des demandes plus fréquentes.

Le pourcentage d'adjudication et lui aussi un record, puisque la moitié de nos offres ont été acceptées. En 2020 ce même taux était de 44 %, soit 6 points d'amélioration et ceci malgré un délai de réponse plus long de 3 jours par rapport à 2020.

CHANTIERS

Réalisation	Objectif : 105 Effectif : 153
-------------	----------------------------------

Durée moyenne	Objectif : 100 j. Effectif: 90 j.
---------------	--------------------------------------

Délai de facturation	Objectif : 10 j. Effectif : 27j.
----------------------	-------------------------------------

En corrélation avec notre taux de retour très positif à nos offres, le nombre de chantier est, lui aussi, en forte progression. Nous avons réussi à diminuer la durée de ceux-ci de 5 jours et le

délai de facturation de 4 jours. Ces chiffres sont encourageants, mais pas encore satisfaisants. Nos efforts doivent se concentrés sur le délai de facturation afin de réduire celui-ci d'au moins 10 % sur l'année 2022.

DEPANNAGES

Réalisation	Objectif : 1'600 Effectif : 1'743
Délai d'intervention	Objectif : 7 j. Effectif : 9 j.
Délai de facturation	Objectif : 10 j. Effectif : 14 j.

Le délai d'intervention pour le service après-vente a été amélioré de 3 jours sur l'année 2021, passant de 11 à 9 jours et ceci malgré les effets de la pandémie. Le délai de facturation a aussi pu être réduit de 2 jours, passant de 16 à 14 jours.

Le système mis en place depuis 2020 porte ses fruits et nous allons continuer à apporter toute notre attention à ces chiffres, afin de continuer à les améliorer.