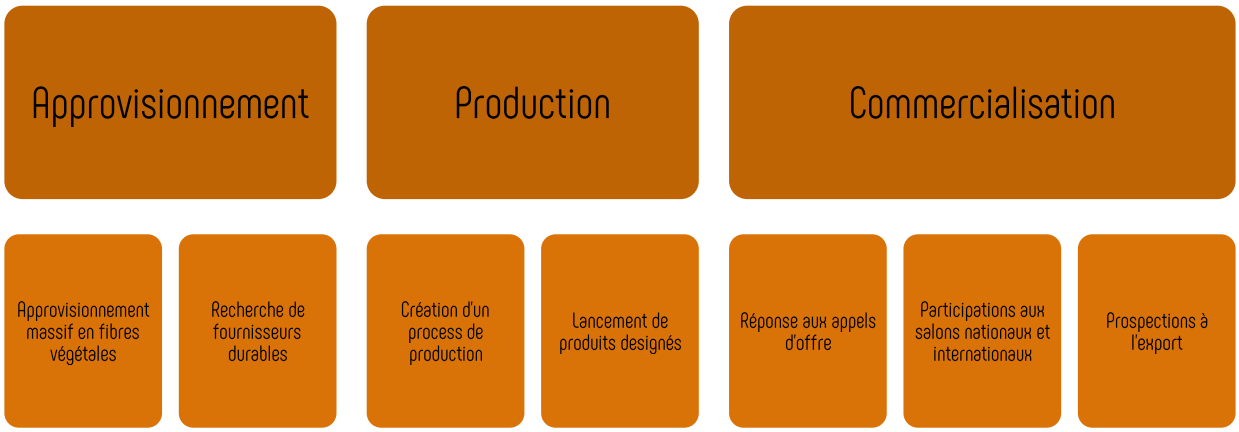
ECONOMIE



Approvisionnement

1. APPROVISIONNEMENT MASSIF EN FIBRES VEGETALES ETC…

Nous sommes clairement face à une réelle problématique, celle de l'approvisionnement. Aussi, nous privilégierons toutes les pistes utiles pour un approvisionnement « massif » :

- Mobilisation des associations « emplois verts » ;
- Accompagnement des adhérents qui souhaitent se positionner dans un cadre d'insertion ;
- Mobilisation des agriculteurs avec le soutien de la Chambre d'Agriculture ;
- Partenariats avec les pays de la zone Océan Indien, dans une démarche de commerce équitable et de coopération

Ainsi, ils pourront nous revendre des bottes de fibres, quel que soit la fibre.

Les actions spécifiques	- Organisation d'une réunion avec les associations « emplois verts » sous la houlette de la Région => Conventionnement avec les associations « emplois verts » volontaires - Soutien au montage des dossiers d'insertion pour les adhérents - Appui administratif pour la mise en œuvre des actions d'insertion (Cf. partie dédiée) - Rencontre du Président de la Chambre d'Agriculture => signature d'une convention de partenariat - Rencontre des agriculteurs suite à une mobilisation par la Chambre d'Agriculture => signature de conventions partenariales avec les agriculteurs volontaires - Déplacements sur les pays de la zone (Madagascar, Rodrigues, Seychelles, Comores / Mayotte), à raison de 2 à 3 déplacements par pays => prospection de partenaires fiables + conventionnement => ingénierie de projet => recherche de fonds de la coopération

	régionale => accompagnement pour la mise en œuvre des unités de plantation et de traitement des fibres
Charges prévisionnelles	Déplacements pour 2 membres (5 pays, 3 déplacements / pays, incluant billets d'avion, hébergement, repas, transports) Frais kilométriques Achat des fibres Entreposage des fibres (loyer pour un local) Matériel pour l'entreposage des fibres Aménagement d'un hangar pour l'entreposage 1 fourgon pour la récupération des fibres
Les moyens humains	1 assistant administratif pour la rédaction des conventions partenariales et l'organisation logistique des réunions 1 directeur pour l'animation des réunions 4 volontaires pour le suivi des partenariats dans chaque pays de la zone OI

2. RECHERCHE DE FOURNISSEURS (ZONE OI ET EUROPE) POUR DES FOURNITURES DURABLES

Nous avons fait le choix d'une démarche éthique et durable. Aussi, afin de sublimer nos fibres, nous aurons à cœur de mener un travail de prospection pour sélectionner des fournisseurs, tant dans la zone qu'en Europe : cuir végétal ; tissu écologique ; mercerie naturelle etc…

Ainsi, plusieurs déplacements seront envisagés, que nous couplerons avec des rencontres de clients et/ou de partenaires

Dans les cas où nous le pourrions, nous pourrons être amenés à encourager des approvisionnements locaux (cuir végétal, mercerie naturelle)

Nous envisageons dans un 1er temps de gérer notre propre approvisionnement. Toutefois, dans une logique de solidarité envers nos membres, nous mènerons une réflexion sur la création d'une centrale d'achat.

Les actions spécifiques	- Listing des fournitures dont peuvent avoir besoin les adhérents, compléments et validation par les designers - Prospection de fournisseurs durables lors des déplacements (Salon Made In France, Festival International des Fibres Végétales) - Lancement d'un appel à manifestation d'intérêt pour des fournisseurs durables ou porteurs de projets locaux - Création d'un annuaire partagé des fournisseurs durables locaux - Commande d'un stock de fournitures pour les produits du catalogue de la fédération
Charges prévisionnelles	1 déplacement d'une semaine à Paris (2 billets d'avion, hébergement, repas et transport pour 2 personnes) Achat du stock (stock d'un an) Conception graphique et impression d'un annuaire des fournisseurs locaux, eropéens et étrangers)
Les moyens humains	1 assistant administratif pour l'enquête « fournitures » auprès des adhérents et la recherche de fournisseurs (via internet notamment), et l'appel à manifestation d'intérêt Directeur et président pour les déplacements et la rencontre des fournisseurs durables

Production

3. CREATION D'UN PROCESS DE PRODUCTION

Aujourd'hui, chaque vannière, chaque terroir, a sa façon de tresser. Cela amène une richesse, mais complexifie le passage de commandes auprès de plusieurs adhérents simultanément. Aussi, pour pallier cette contrainte, nous envisageons de construire un process de production.

Mais nous visons d'autres objectifs :

- Réduire le temps de travail en structurant tout le processus de production ;
- Réduire la pénibilité de ce métier

Nous nous donnons la possibilité d'introduire des machines et des outils pour réduire la pénibilité du métier.

Enfin, faire ce travail nous permettra de mesurer précisément le temps nécessaire à la fabrication des objets, depuis le ramassage jusqu'à la commercialisation. Nous nous appuierons sur 2 groupes test par type de fibre.

Nous capitaliserons ce travail au sein d'un guide pratique interne qui servira lors de l'accueil de nouveaux adhérents.

Les actions spécifiques	- Observation des pratiques sur chaque fibre (vacoa, choka, paille chouchou) - Etude en ingénierie mécanique (que peut-on mécaniser ?) - Création d'un process de production pour chaque fibre (quels outils, quelle organisation etc...) - Création d'un guide de process - Construction d'un outil de mesure (temps/coût) des étapes de la filière pour une meilleure fixation des prix de vente
Charges prévisionnelles	Ingénierie mécanique Prestation de construction de process Fabrication de machines-test Conception et impression du guide de process
Les moyens humains	1 designer pour le process de production 1 fablab pour l'ingénierie mécanique et la fabrication de machines 1 prestataire en communication 1 assistant administratif pour la construction de l'outil de mesure

4. LANCEMENT DE PRODUITS DESIGNES

Nous souhaitons consolider le recours à des designers pour construire une véritable gamme de produits haut de gamme.

Pour cela, nous proposerons à 2 designers (un local et un international) de travailler sur 3 à 4 produits chacun.

Ce travail sera mené de concert avec les adhérents qui seront chargés de fabriquer et de tester les produits conçus.

Une fois les produits validés, une formation sera assurée pour l'ensemble des adhérents pour leur permettre de maitriser les process de production.

Dès lors, nous commencerons la prospection de clients, au travers de salons (des comités d'entreprise ; nationaux voire internationaux ...) et en négociation directe (avec les collectivités dans le cadre du RSO, les entreprises, les boutiques artisanales etc...). Un travail de repérage des salons ainsi que des réseaux économiques (BNI etc...) les plus pertinents sera également réalisé.

Les années suivantes, nous recruterons une personne chargée du prototypage.

Les actions spécifiques	- Sélection des designers sur la base d'un cahier des charges => contrat de prestation - Conception des produits - Fabrication des prototypes (incluant la fiche technique du produit) - Comité d'évaluation - Réajustements si nécessaire - Formation des adhérents avec remise de fiches techniques - Création d'un catalogue - Commande de packaging (en économie circulaire directement avec les adhérents) - Prospection de clients : participation au salon des comités d'entreprise ; rencontre des entreprises ; adhésion à des réseaux professionnels
Charges prévisionnelles	Designers (conception, encadrement des prototypeurs) Achat de fournitures pour les prototypes Fabrication des prototypes Frais de réception pour le comité d'évaluation Frais de formation par les designers Frais d'inscription salon des comités d'entreprise Frais d'adhésion aux réseaux professionnels Conception et impression du catalogue
Les moyens humains	2 designers 8 adhérents volontaires pour les prototypes (1 prototype pour 1 adhérent) 1 prestataire en communication 1 assistant pour organiser le comité d'évaluation 1 directeur pour la prospection des clients

Commercialisation

5. REPONSE AUX APPELS D'OFFRE

Nous voyons souvent des exemples de collectivités ou d'entreprises qui lancent des appels d'offre pour un approvisionnement en produits de vannerie. Mais chaque adhérent n'a pas la capacité d'y répondre et de gérer seul une commande d'une telle ampleur.

Aussi, nous nous positionnerons en répondant nous-mêmes à l'appel d'offre et en sous-traitant ensuite la production avec les adhérents. Nous nous chargerons de la partie administrative, de l'organisation et nous porterons garant du respect du cahier des charges.

Cependant, nous constatons une difficulté à appliquer des prix décents, éthiques. Aussi, nous mènerons un travail de lobbying auprès des collectivités pour les sensibiliser dans le cadre du RSO à la nécessité de prendre en compte des prix éthiques, qui permettent aux vanniers de vivre décemment de leur activité. Nous négocierons pour faire appliquer la clause de « mieux-disant social » ou clauses d'insertion.

Les actions spécifiques	- Formation de l'assistant technique à la réponse aux appels d'offre - Construction d'un mémoire technique - Veille sur les appels d'offre - Conception d'une plaquette spéciale « achat éthique et durable » - Rencontre des collectivités locales pour un lobbying sur les clauses d'insertion et le RSO - Réponse aux appels d'offre - Lancement des marchés : organisation logistique, contrôles « qualité », livraison
Charges prévisionnelles	Clé de signature électronique Formation Conception de la plaquette Contrôle qualité Sous-traitance sur les productions issues des marchés
Les moyens humains	1 assistant administratif pour la réponse aux appels d'offre 1 prestataire en communication 1 directeur pour la construction du mémoire technique et le lobbying 1 contrôleur qualité

6. PARTICIPATION AUX SALONS

Il s'agit de profiter de l'organisation de salons pour se faire connaître auprès des clients potentiels et prospecter pour des commandes.

Nous créerons à cet effet un catalogue comprenant cinq à six produits sélectionnés rigoureusement au sein de la fédération parmi les créations des adhérents (vanniers et designers). Nous ferons appel à un photographe professionnel pour ainsi mettre en valeur des produits réalisés, et une entreprise spécialisée dans le graphisme réalisera le catalogue. Ce catalogue sera imprimé en une centaine d'exemplaires pour nous permettre de le diffuser lors des salons.

Nous visons 3 salons :

- Salon de l'agriculture à paris en février
- Salon Made In France à Paris en novembre
- Salon de la culture à La Réunion en décembre

Les actions spécifiques	- Listing de tous les salons locaux, nationaux ou étrangers - Scénographie du stand selon le salon (conception, préparation des décorations etc…) - Fabrication des produits issus du catalogue - Commande de packaging - Organisation du fret (pour les salons extérieurs) - Prises de photos pour le catalogue - Impression des outils de communication (cartes de visite, flyers, bannières, PLV etc…) - Fabrication de vêtements de travail (identité de la fédération) - Aménagement des stands - Tenue des stands - Gestion des commandes et contacts pendant le salon
Charges prévisionnelles	Scénographie (conception et éléments de décoration) Achat de droits pour les produits designés Fabrication des produits Fret et taxes douanières + Transport des marchandises Location des stands au salon Photos Conception / impression des outils de communication Achat des vêtements pour les exposants 2 déplacements hors département (billet d'avion, hébergement repas, transport) pour 2 personnes Assurance pour les déplacements Frais kilométriques
Les moyens humains	2 exposants et 1 directeur pour la participation aux salons 1 assistant administratif pour l'aide à la tenue des stands et l'organisation logistique 1 photographe pour les photos 1 scénographe / designer Prestataires (adhérents) pour la conception et la fabrication des produits et des vêtements de travail Imprimeur pour les outils de communication

7. PROSPECTIONS A L'EXPORT

Nous profiterons de nos déplacements pour les salons pour mettre en œuvre une stratégie commerciale. Nous visons les partenaires suivants :

- Magasins de mode
- Boutiques de commerce équitable
- Magasins de produits issus de La Réunion
- Entreprises de produits de luxe pour du packaging naturel de luxe
- Créateurs de mode etc…

Nous nous appuierons sur l'expertise de la Maison de l'Export dans la prise de contacts et de rendez-vous.