

MARKETING B2B HAPPENING MARKETING 2021

PRÉSENTÉ PAR



SOPREMA

RÉDIGÉ PAR :

William Nicholls, B.A.A.

L'ENTREPRISE

SOPREMA est une entreprise manufacturière d'envergure internationale qui se spécialise dans la fabrication de **produits d'étanchéité, d'isolation, de végétalisation et d'insonorisation** pour les domaines de **la toiture, de l'enveloppe du bâtiment et du génie civil**. L'entreprise a été fondée en 1908 à Strasbourg en France et est maintenant présente dans plus de 90 pays.

Le siège social nord-américain de l'entreprise est situé à Drummondville. Au Canada, SOPREMA engage plus de 800 employés dans ses 12 usines de fabrication, ses 11 bureaux de vente dispersés dans toutes les provinces du Canada et son centre de recherche et développement nord-américain situé à Drummondville.

SOPREMA est une entreprise familiale appartenant à 100 % à la famille Bindschedler, qui demeure à Strasbourg en France où se trouve la maison-mère. À l'exception des pays européens, africains et du Mexique, le siège social nord-américain situé à Drummondville chapeaute l'ensemble des activités de l'entreprise au **Canada** depuis 1978, aux **États-Unis** (1985), en **Asie** (2004) en **Amérique du Sud** (2012). Les activités de SOPREMA ne sont pas séparées en territoire, mais bien en proximité avec les cultures. C'est pourquoi SOPREMA Amérique du Nord s'occupe de l'Asie et de l'Amérique du Sud. SOPREMA a su décentraliser son pouvoir décisionnel à travers le monde et miser sur des stratégies locales pour assurer sa croissance. La division nord-américaine a beaucoup de liberté et d'autonomie dans ses décisions stratégiques. **De plus, tous les bénéfices générés au Canada sont réinvestis au pays!**



MISSION

Assurer la croissance et la rentabilité de l'entreprise en misant sur :

- L'innovation et les occasions d'affaires;
- L'autonomie et la compétence des employés;
- La production efficace de produit de qualité;
- Un soutien technique supérieur à ce qui est offert dans l'industrie;
- La synergie entre les divers secteurs de l'entreprise;
- La vente de produit destiné aux bâtiments et travaux de génie civil.

VISION

Être chef de file dans la conception, la production et la vente de produits qui répondent aux exigences de nos marchés et qui les surpassent.

VALEURS

Intégrité et respect : L'intégrité et le respect doivent être à la base de nos rapports avec les clients, les fournisseurs, les collègues et la collectivité.

Engagement : Nous nous engageons à viser l'excellence dans tout ce que nous entreprenons. Nous devons faire preuve de jugement, de professionnalisme, de rigueur, de discipline personnelle, de persévérance et d'esprit d'équipe et adopter une attitude centrée sur le client.

Environnement : Nos activités et notre croissance doivent viser un développement durable afin de minimiser les effets sur l'environnement. Voir l'organigramme de l'entreprise à l'annexe 6 pour plus d'information sur la structure de l'entreprise.

LES PRODUITS SOPREMA

SOPREMA est une entreprise manufacturière qui se spécialise dans les produits d'étanchéité (membranes et liquides), dans les pare-air et pare-vapeur, dans les produits d'isolation, les systèmes de toitures végétalisées ainsi que les solutions d'insonorisation.

Les produits fabriqués par SOPREMA s'installent sur les toitures, les murs, les fondations ainsi qu'à l'intérieur des constructions (planchers, greniers, murs intérieurs, etc.). Certains produits servent aussi aux constructions de génie civil, tels que les ponts, les stationnements, les tunnels et même les barrages hydroélectriques.

SOPREMA détient une expertise centenaire et est reconnue pour ses produits de toiture haut de gamme, son service à la clientèle hors pair, la grande disponibilité de ses représentants et de leur soutien technique, ses programmes de garantie avantageux et ses formations complètes pour les installateurs.

Les produits de SOPREMA ont été utilisés pour plusieurs constructions emblématiques comme : la Maison Symphonique de Montréal, le CHUM, le Centre Vidéotron de Québec, le nouveau pont Samuel-De-Champlain, la centrale hydroélectrique Jean-Lesage (Manic-2), la reconstruction du manège militaire Voltigeurs de Québec, etc.

En ce qui concerne le **positionnement** de SOPREMA dans le marché, les résultats d'un sondage effectué en janvier 2020 auprès de clients (concepteurs et spécificateurs) du Canada montrent que SOPREMA a une notoriété spontanée de 98 % en ce qui concerne les produits d'étanchéité pour la toiture et 78 % pour l'isolant.

UNE CLIENTÈLE VARIÉE

SOPREMA est une entreprise dite « B2B », c'est-à-dire que les produits fabriqués sont vendus à d'autres entreprises du secteur de la construction au niveau local, et même international, par l'intermédiaire de représentants des ventes et de centres de distribution spécialisés.

L'entreprise a 4 publics cibles importants :

1. Les **propriétaires de bâtiments commerciaux, industriels et institutionnels** (ex. : Hydro-Québec, SAQ, SÉPAQ, commissions scolaires, etc.)

2. Les **concepteurs** (ex. : architectes, spécificateurs, ingénieurs, etc.)
3. Les **installateurs** (ex. : entrepreneurs généraux, couvreurs, etc.)
4. Les **grands distributeurs** (ex. : Rona, BMR, Lowe's, etc.).

Le rôle des grands distributeurs est plus dans la logistique du détail et de demi-gros et leur rôle de conseil sans être négligeable est moins fondamental comme leur nom l'indique ce sont des distributeurs avant tout.

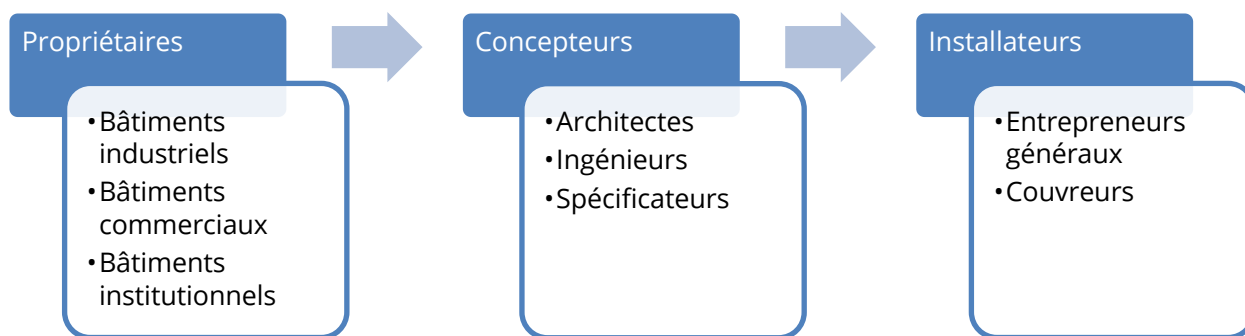
Il est important de comprendre le processus d'intégration d'un produit dans les plans de construction. Tout d'abord, le donneur d'ordre (propriétaire) prend la décision de bâtir ou rénover un bâtiment ou une infrastructure, il dispose parfois d'une équipe d'ingénieurs et techniciens qui esquissent le projet. Ensuite, le projet est transmis aux firmes d'architecture ou de génie. **Les architectes et ingénieurs** (que nous appellerons dans ce document concepteurs pour des raisons de simplification) élaborent les plans et définissent les spécifications des différents produits qui seront en œuvre dans le projet. Les concepteurs prennent appui sur les normes en vigueur (notion de conformité aux normes) pour définir les cahiers des charges des ouvrages. Il est important de noter que les normes sont souvent minimales et que SOPREMA offre des produits qui généralement dépassent les normes en termes de qualité ou résistance (ceci en cohérence avec sa stratégie d'innovation et de leadership professionnel).

Ces 3 publics* (propriétaires de bâtiments, concepteurs et installateurs) **doivent tous être visés par l'équipe marketing** même si les concepteurs sont souvent ceux qui prennent les décisions (ils rédigent les spécifications d'un bâtiment). Les trois publics contribuent à la décision d'achat d'un produit SOPREMA et sont donc tous partie prenante de la décision.

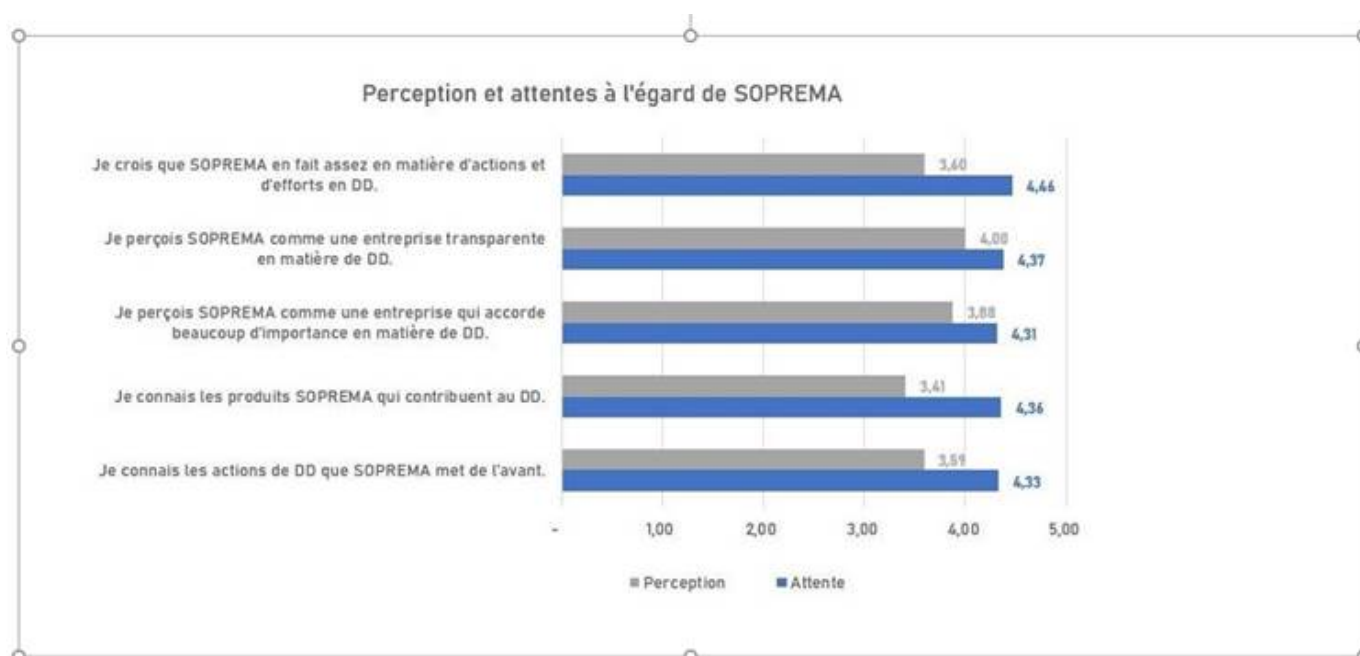
D'ailleurs, les **concepteurs** sont des cibles plutôt difficiles à convaincre lorsque vient le temps de lancer un nouveau produit. N'aimant pas le changement, ils gardent sensiblement toujours les mêmes spécifications et ils ne veulent pas être les premiers à essayer un produit pour ne pas compromettre le succès d'un projet. C'est pourquoi ils ont tendance à suivre les normes minimales de l'industrie.

3 PRINCIPALES CIBLES

Un sondage effectué à l'été 2020 auprès des architectes canadiens visait à sonder leur perception face au développement durable et aux actions menées par SOPREMA. On remarque que 80% des concepteurs affirment prendre en compte le développement durable, mais affirment également que leurs clients accordent moins d'importance au DD. Voici les résultats du sondage :



Un sondage effectué à l'été 2020 auprès des architectes canadiens visait à sonder leur perception face au développement durable et aux actions menées par SOPREMA :



L'INDUSTRIE DE LA CONSTRUCTION DOIT SE RÉINVENTER

L'industrie de la construction préoccupe de plus en plus les gens soucieux du **développement durable** puisque les bâtiments ont un impact important sur l'environnement. La construction et la rénovation de bâtiments utilisent des ressources naturelles précieuses. Puis, lorsqu'ils sont habités, les bâtiments sont responsables d'une part importante de toutes nos émissions de dioxyde de carbone.

- 50 % des déchets solides proviennent de matériaux de construction
- Consommation de 12 % de l'eau potable mondiale
- Consommation de 36 % de l'énergie mondiale
- Production de près de 40 % des gaz à effet de serre (GES) à l'échelle mondiale

De plus, l'industrie de la construction est l'industrie qui est la moins innovante tout juste après l'agriculture. Les normes minimales à respecter sont également vieilles et certains concurrents de SOPREMA ne font que suivre les normes minimales alors que SOPREMA vise la maximisation des normes. Elle vise le A+ alors que certains concurrents visent le C.

C'est pourquoi SOPREMA juge « important pour nous tous de repenser notre façon de fabriquer, de concevoir, de construire et de transformer notre environnement bâti. Que nous soyons des architectes, des installateurs ou des institutions gouvernementales, nous partageons la même planète. Nous devons tous agir afin de minimiser les impacts de nos activités sur l'environnement et la santé. »

En tant qu'entreprise manufacturière, SOPREMA a pour priorité de contribuer à la **protection de l'environnement et de la santé humaine** ainsi qu'à la **lutte contre le changement climatique**.

De plus, elle a l'ambition de multiplier et de diversifier les solutions visant à soutenir l'évolution du bâtiment durable. Elle agit comme pionnière pour faire bouger les choses sur le secteur de la construction avec son vidéo « **construire avec l'avenir en tête** ».

Vidéo « **construire avec l'avenir en tête** » :

<https://www.youtube.com/watch?v=ATWZgTvY6SY>

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, LA PRIORITÉ DE SOPREMA

DESCRIPTION DE LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

En janvier 2019, l'entreprise a adopté sa nouvelle **politique** de développement durable (DD) au Canada, projet qu'elle préparait depuis mai 2017 (phase 1 de sa campagne de DD). Par son approche unique, elle est résolue à faire évoluer toute une industrie pour laquelle les impacts sont majeurs et les changements tardent à s'implanter. Ce projet, présenté exclusivement aux Mercuriades, résume deux ans et demi d'efforts déployés à l'interne (selon deux volets) :

1. L'élaboration d'une nouvelle politique de DD innovatrice et révélatrice de sens :

- Les nouvelles orientations de SOPREMA englobent les enjeux de la protection de l'environnement, des changements climatiques et du bien-être humain qui gravitent autour de l'industrie de la construction.
- Le document de 14 pages s'oppose aux formats traditionnels (1-3 page). Cette politique est révélatrice de sens puisque l'approche est axée sur la collaboration des parties prenantes (économie circulaire) et la recherche de solutions durables dans tous les secteurs touchant les produits et les activités de l'entreprise (cycle de vie).

2. L'application d'une stratégie interne mobilisatrice en DD :

- Étant sa principale force, la stratégie mise sur la conscientisation, l'éducation et la mobilisation des parties prenantes internes (à tous les niveaux) afin qu'elles

puissent contribuer au développement de l'entreprise, plus particulièrement au Québec. Le projet concerne donc la gestion interne de SOPREMA.

FONDEMENT

La **politique** vise à structurer la démarche de DD mise en place volontairement par SOPREMA. Elle s'adresse à l'ensemble des parties prenantes au Canada et à l'étranger. Elle définit **la vision et les engagements** de l'entreprise en matière de DD pour assurer une cohérence dans l'élaboration des stratégies et l'exécution des actions à court et à long terme. Reposant sur la pensée cycle de vie, l'approche se veut systémique, c'est-à-dire qu'elle englobe toutes les facettes de l'entreprise qui touchent ses activités et ses produits. En plus de considérer l'ensemble des enjeux en DD, l'approche a pour utilité d'inspirer et d'être génératrice de sens pour les parties prenantes. Elle permet aussi d'orienter celles-ci dans la recherche d'idées, de solutions et de concepts qui sont à la fois durables et transversaux¹ tout en étant pertinents pour l'entreprise.

VISION

Être les chefs de file d'un futur qui change le monde grâce à nos solutions durables pour les bâtiments et les infrastructures.

ENGAGEMENT

Se décline en trois grands chantiers voués à concrétiser le DD. Les objectifs, les stratégies et les actions devront contribuer à l'atteinte des engagements comme la protection de l'environnement, la lutte contre les changements climatiques ainsi que l'amélioration de la santé et du bien-être humains.

¹ Qui recoupe plusieurs disciplines ou secteurs.

STRUCTURE

Totalisant 14 pages, les deux premières abordent le visuel moteur, le lexique, le concept de DD, l'objet, les intentions, l'aspect innovateur, la vision ainsi que les engagements. Les pages suivantes abordent les différents secteurs d'activités visés par la politique, soit le développement stratégique, l'approvisionnement, la production, les ventes et la distribution, l'installation des produits, leur utilisation dans l'ouvrage ainsi que leur fin de vie utile. Dans chaque section, il est possible d'identifier les parties prenantes concernées, de connaître le but (la nature des actions attendues) et de connaître les possibilités qui existent afin de concrétiser le DD. Autrement dit, la politique fait office de « check-list » pour guider toutes les équipes.

DESCRIPTION DE LA STRATÉGIE

La stratégie s'est échelonnée de janvier à décembre 2019. Elle visait non seulement à accroître l'engagement de SOPREMA (auprès de la direction), mais aussi à accroître celui des employés à l'égard du DD. Étant une priorité, les employés sont un facteur déterminant pour son implantation, car ce sont essentiellement eux qui concrétiseront le DD. La stratégie reposait donc sur la conscientisation, la formation et la mobilisation des employés. En plus de rappeler l'importance qu'ils ont à l'égard du DD, les moyens étaient propices aux échanges afin qu'ils puissent s'exprimer librement. Pour chaque formation, activité et infolettre, les employés avaient accès aux coordonnées du responsable du DD afin qu'ils puissent partager leurs avis.

PRÉSENTATION DE LA POLITIQUE DD

De janvier à mars 2019, 47 présentations (45-75 min) ont été réalisées physiquement (sites du Québec) et virtuellement (sites hors Québec) pour présenter les nouvelles orientations de SOPREMA, soit la politique de DD. Ce moyen a permis de rejoindre un maximum de gens (465 personnes), de susciter leur intérêt tout en mobilisant ceux-ci autour de la démarche. En termes de structure, la présentation abordait d'abord la politique au sens large et le schéma pour ensuite se pencher sur le champ de collaboration visé. Le contenu des présentations était varié puisque chacune était personnalisée à l'aide d'exemples concrets et pertinents à la réalité des employés. Le tout se terminait par une discussion en groupe.

PHASE 2 DE LA COMPAGNE DD



En octobre 2020, SOPREMA a organisé une **conférence virtuelle** (sans frais) en direct intitulée « L'avenir du bâtiment durable » présentée par l'architecte renommé Michael Green. Durant cette présentation, il était question de la construction écologique et de l'aménagement durable ainsi que de la diminution des émissions liées au bâtiment. La nature et l'architecture sont deux parties intégrantes de notre environnement, mais est-ce que la seconde doit exister au détriment de la première?

Par ailleurs, en novembre 2020, SOPREMA a lancé le **Guide des solutions durables** (annexe 5), qui regroupe l'ensemble des produits et des systèmes offerts par SOPREMA au Canada qui ont été identifiés comme solutions permettant de favoriser des bâtiments responsables. Ce guide s'adresse aux professionnels de la construction soucieux d'améliorer la manière de concevoir, de construire, de transformer et de rénover les bâtiments et les infrastructures.

Les outils mis en place par le marketing comme la **documentation technique, les campagnes marketing, les infolettres, les webinaires, les présentations clients (Lunch & Learn), ainsi que les événements et tournées techniques à travers le Canada sont venus rassurer plusieurs architectes sur la qualité des produits SOPREMA au fil des années.** Il reste tout de même beaucoup d'entre eux à convaincre surtout avec une politique DD innovante dans la profession.

PROPULSER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'INDUSTRIE DE LA CONSTRUCTION

L'entreprise manufacturière de produits de construction SOPREMA ne prétend pas être parfaite. Bien au contraire, **elle-même dépendante de la pétrochimie**, elle est consciente de ses impacts et s'est fixé des cibles de réduction de GES qui devront être atteintes d'ici 2030 afin de respecter l'engagement « lutte contre les changements climatiques ».

 Réduction au global (2030)			
	Absolues	Intensité	
	-71,63 %	-50,19 %	
 Réduction par source (2030)			
Bâtiments	Transport des produits	Déplacements des employés	Procédés & produits
-20,46 %	-16,98 %	-33,40 %	-93,14 %

**Ces cibles ont été annoncées à l'interne en février 2021 et la communication externe aux clients est prévue en avril 2021.*

La notoriété, la maturité, la taille et les produits, additionnés à sa nouvelle démarche de DD, positionnent SOPREMA comme une instigatrice et une collaboratrice influente dans son domaine. C'est réalistement unique pour l'industrie!

VOTRE MANDAT

SOPREMA désire devenir LA référence en matière de développement durable dans le secteur de la construction tout en ayant des prix compétitifs et en augmentant sa clientèle. Elle se demande, d'une part, comment peut-elle bien **vulgariser son programme de développement durable** pour ainsi mieux vendre les avantages écologiques à ses clients tout en permettant à l'entreprise de se distinguer de la concurrence.

Question 1.

Plus précisément, lorsque la force de ventes doit promouvoir le développement durable à ses clients, **quelles sont les 3-4 stratégies de différenciation/arguments à utiliser pour se démarquer? Comment s'assurer que les clients perçoivent le développement durable comme un avantage compétitif à long terme?** SOPREMA a développé énormément de contenu/outils sur le sujet, mais comment rendre le tout encore plus attrayant et accessible pour le client de sorte à augmenter la fidélisation à SOPREMA?

Question 2.

Chaque année, **SOPREMA souhaite faire un événement majeur en DD.** Quelle serait la meilleure formule et les stratégies de promotion considérant qu'elle doit

rejoindre 3 cibles distinctes? Beaucoup d'efforts ont été mis de l'avant pour rejoindre les architectes jusqu'à présent (cible principale et la plus difficile à convaincre). L'objectif étant de faire connaître les intentions de SOPREMA et d'amorcer un changement de mentalité dans l'industrie et des parties prenantes. Comment réussir à les convaincre de choisir SOPREMA à titre de manufacturier innovant?

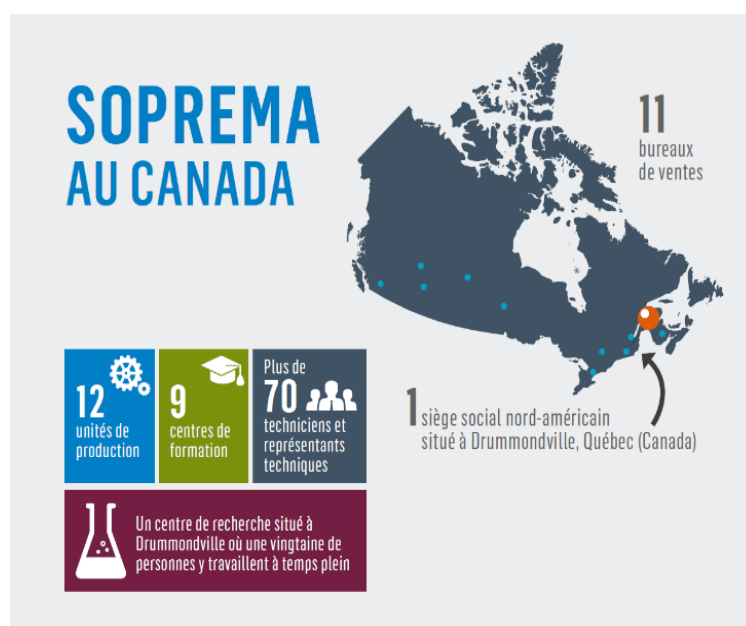
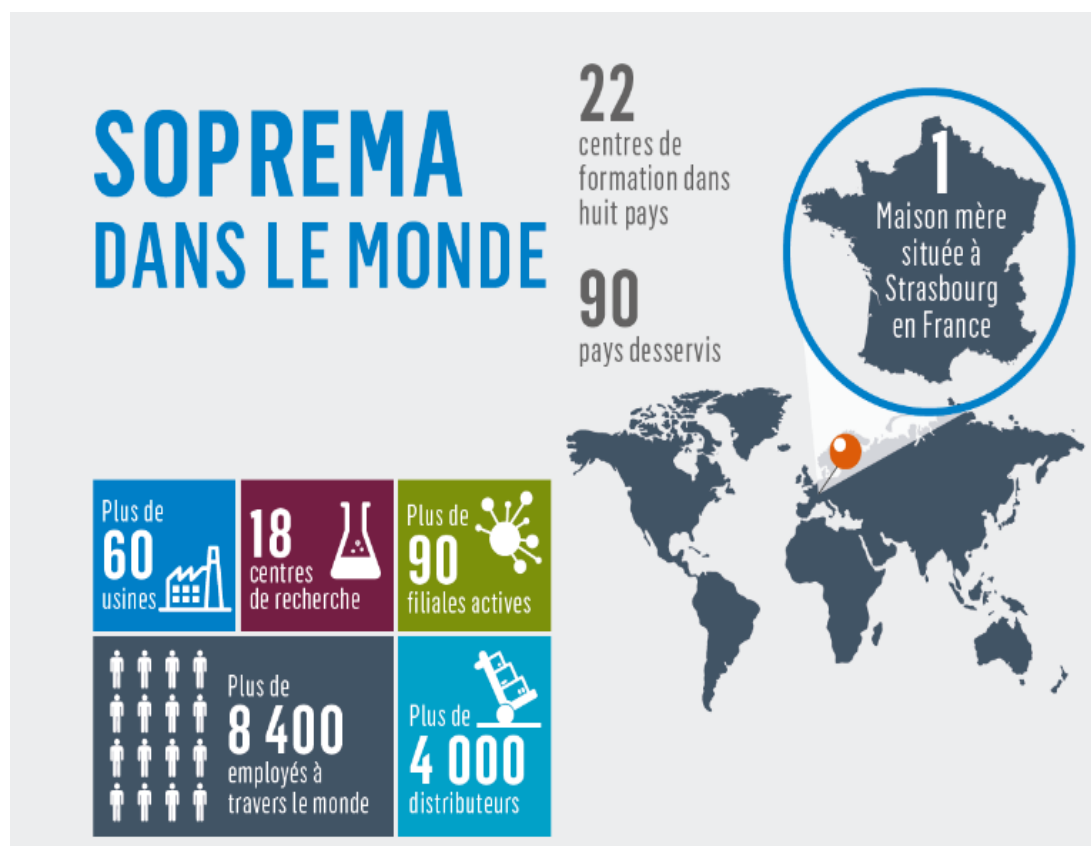
→ **À NOTER.** SOPREMA a déjà tenu deux événements "majeurs" sur le DD ; une présentation à Toronto (2018) avec un militant écologiste pour discuter des défis d'aujourd'hui en matière de performance et de durabilité des bâtiments et un webinaire en direct avec un concepteur de renommée dans le domaine ; Michael Green (sujet évoqué plus tôt). L'entreprise fait déjà des Webinaires, L & L², dîners-conférences, démonstrations techniques, etc.).

→ **À EXCLURE.** Éliminer la promotion grand public, comme les grandes chaînes populaires ; TVA, Radio-Canada, etc. SOPREMA doit rejoindre ses cibles bien précises. Des investissements coûteux sont à exclure. Comment rejoindre le plus de gens, à meilleur prix.

→ **Exemple de différenciation** sur lesquelles nous misons déjà : Resurfaçage de toiture (au lieu du remplacement complet) pour diminuer la production de matières premières et donc du CO₂, gestion de l'eau et diminution des îlots de chaleur en milieu urbain, et efficacité énergétique/confort acoustique des habitants.

² L&L = Lunch and learn

ANNEXE 1 : SOPREMA EN CHIFFRE



ANNEXE 2 : LIENS PERTINENTS

La politique de développement durable de SOPREMA :

https://www.soprema.ca/wp-content/uploads/2020/07/Politique_DD_SOPREMA_23-06-2020_FR.pdf

Guide des solutions durables de l'entreprise :

www.soprema.ca/fr/guide-solutions-durables/
<https://go.soprema.ca/guide-solutions-durables>

Pour plus d'information sur le développement durable.

La démarche de SOPREMA pour le développement durable :

<https://www.soprema.ca/fr/developpement-durable/>
<https://www.soprema.ca/fr/faits-preoccupants-industrie-construction/>

ANNEXE 3 : FFOM DE L'ENTREPRISE SOPREMA

FORCES (+)	FAIBLESSES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Employeur de choix • Importance du développement durable • Encourage l'intrapreneuriat • Innovation et investissement en recherche et développement • Bon service à la clientèle • Maximisation des normes établies : Acteur clé dans l'élaboration de nouvelles normes de l'industrie permettant d'élever les exigences de la construction. • Leader dans l'industrie • Expertise de SOPREMA depuis plus de 100 ans • Bonne notoriété de leurs produits • Excellent réseau de distribution 	<ul style="list-style-type: none"> • Croissance rapide ; les employés et les ressources de l'entreprise ont de la difficulté à suivre l'augmentation des ventes • Manque de formation et support aux nouveaux représentants • Produit très technique et niveau de connaissance inégal entre les représentants • Communications internes et interdépartementales difficiles. • Plusieurs architectes et spécificateurs ne savent pas encore que SOPREMA fait des produits pour l'enveloppe du bâtiment. • Manque d'orientation stratégique claire sur certaines gammes de produits actuelles. (par ex. insonorisation et toits verts) • Lacune dans la gestion des frais de transport et de la logistique.
OPPORTUNITÉS (+)	MENACES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • SOPREMA intervient directement dans le secteur de la construction qui est considéré comme un facteur positif de croissance économique. • Plusieurs certifications en bâtiment durable comme LEED^{MD} et WELL encouragent la sélection de produits comme ceux de SOPREMA. • L'entreprise écoute davantage les préoccupations environnementales et sociales qui sont grandissantes auprès de ses clients. • Les changements climatiques forcent le secteur de la construction à revoir la manière de concevoir et de construire les bâtiments, notamment en termes d'efficacité énergétique pour réduire leur empreinte carbone, d'amélioration de l'étanchéité et de l'isolation pour limiter les pressions des vagues de chaleur et de froid, de végétalisation en milieux urbains pour atténuer les problèmes de pollution de l'air, de gestion des eaux pluviales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il est possible que SOPREMA soit exposé aux problématiques liées au manque d'intégrité qui existent dans le secteur de la construction. • La majorité des matières premières composant les produits de SOPREMA sont d'origines fossiles et issues de la pétrochimie. • L'entreprise s'active dans une industrie traditionnelle pour laquelle les impacts sont à long terme et les changements tardent à s'implanter. • Les changements climatiques augmentent la vulnérabilité de SOPREMA, notamment puisqu'ils affectent ses infrastructures, compromettent la stabilité des marchés liés à son approvisionnement en matières premières et ralentissent les chantiers de construction. • Intensification de la guerre de prix avec les concurrents.

ANNEXE 6 : ORGANIGRAMME

Direction Générale/ General Direction

2020-12-01

