



**GROUPEMENT D'ENTREPRISES DU SECTEUR DE L'EMBALLAGE ET DU
CONDITIONNEMENT EN REGION LANGUEDOC ROUSSILLON**

Dossier de Présentation 2ème ACTION COLLECTIVE :

« Développement et consolidation du pôle MIDIPACK »

Durée prévisionnelle du programme 36 mois

SOMMAIRE

I. PREAMBULE / CONTEXTE.....	3
II. LE PROGRAMME DE LA DEUXIEME ACTION COLLECTIVE	7
1. ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION	8
1.1 RELATIONS PRESSE	8
1.2 NEWSLETTER MIDIPACK	9
1.3 WEBMASTERING / EVOLUTION SITE INTERNET	9
1.4 OPERATION DE COMMUNICATION DE FIN DE PROGRAMME	10
1.5 PROSPECTION ENTREPRISES MIDIPACK.....	10
1.6 ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE PROSPECTION VERS DONNEURS D'ORDRES	11
1.7 VISITE D'ENTREPRISES.....	11
2. ACTIONS DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL.....	12
2.1 PARTICIPATION COLLECTIVE A DES SALONS PROFESSIONNELS DU SECTEUR.....	12
2.2 MISE EN PLACE DE REUNIONS COMMERCIALES	13
2.3 ORGANISATION D'UNE CONVENTION ANNUELLE MIDIPACK EMBALLAGE/CONDITIONNEMENT	14
3. ACTIONS DE DEVELOPPEMENT ET DEMARCHES DE PROGRES.....	15
3.1 ACTIONS DE FORMATION.....	15
3.2 ACTION QUALITE	15
3.3 OUTIL DE VEILLE REGLEMENTAIRE ET COMMERCIALE	16
4. ACTIONS RH.....	17
4.1 VEILLE SOCIALE ET RH.....	17
4.2 OUTILS DE GESTION SOCIALE.....	17
5. ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER SUR LES PROJETS D'INNOVATION	19
5.1 JOURNEES DE RENCONTRE ET D'ECHANGES.....	19
5.2 ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET FINANCIER SUR DES PROJETS D'INNOVATION	19
5.3 ORGANISATION D'UN CONCOURS REGIONAL A L'INNOVATION « EMBALLAGE ET CONDITIONNEMENT ».....	20
6. MUTUALISATION DES ACHATS ET DES SERVICES.....	21
6.1 MISE EN PLACE D'UN OUTIL COLLECTIF DE COLLECTE DES APPELS D'OFFRES	21
6.2 OUTIL DE VEILLE FINANCIERE	21

I. PREAMBULE / CONTEXTE

Le secteur de l'emballage et du conditionnement représente quelques 200 entreprises sur l'Arc Pyrénées Méditerranée dont 60 en région Languedoc Roussillon et quelques 2000 emplois directs. Cela représente un chiffre d'affaires de plus de 200 millions d'euros sur l'ensemble de la région Languedoc Roussillon. Les activités concernées par l'emballage sont principalement la vitiviniculture, l'agroalimentaire, la logistique et le secteur industriel.

La région possède tous les éléments indispensables au développement et à la pérennisation d'un secteur d'activité créateur d'emplois et de richesse.

De nombreux groupes européens de l'industrie de l'emballage et du conditionnement sont présents (Owens Illinois, Smurfit Socar, Isobox...) favorisant le développement de nouvelles structures et l'émergence de partenariats entre grandes et petites entreprises régionales.


Cependant, la composition de ce tissu industriel de l'emballage et du conditionnement repose essentiellement sur des petites structures dont l'existence reste fragile. En effet, sur la cinquantaine d'entreprises composant la filière régionale, 80% ont moins de 20 salariés. Ces entreprises ont besoin d'être soutenues et accompagnées dans leurs différentes phases de développement.

C'est pour répondre à ces problématiques et aux opportunités de ce secteur d'activités, que des entrepreneurs, se sont regroupés et ont créé en février 2006, un groupement d'entreprises, sous la forme d'une association Loi 1901, appelé : MIDIPACK.

MIDIPACK fédère à ce jour 22 entreprises membres réparties sur l'ensemble du territoire régional.

L'absence de réseau autour du secteur de l'emballage dans le sud-est, malgré l'existence d'une filière bien développée a fondé les premières réflexions de la mise en place du réseau MIDIPACK. Le réseau « France Emballage » regroupe déjà en France 5 réseaux : Atlanpack en région Atlantique, Breizpack en Bretagne, Packaging Valley en Champagne Ardenne, Cepiec en Bourgogne, Rhône Alpes Packaging en Rhône Alpes.

Suite à la création officielle de l'association France Emballage, en novembre 2007, le réseau Midipack est membre du bureau exécutif et devrait, dans le cadre d'une présidence tournante, assurer la gouvernance de France Emballage en 2010.



Le groupement, Midipack, se matérialise sous la forme d'une association Loi 1901. La raison d'être de cette association est de contribuer au développement des entreprises du secteur de l'emballage et du conditionnement présentes sur le territoire régional, de renforcer les partenariats entre les entreprises membres et de renforcer l'image d'excellence de la région sur ce secteur.

MIDIPACK fédère des entreprises représentatives de tous les segments du secteur (bois, verre, plastique, papier, carton, polystyrène, métal..) et tous les métiers en lien direct avec ce secteur (fabricant, transformateur, négociant ou métier connexe de type bureau d'étude ou marketing) ou indirect (par exemple des constructeurs de machines destinées à fabriquer des emballages).

Les intérêts des entreprises à se regrouper ont été les suivants :


- Désir de rencontres et d'échanges
- Veille technologique et économique collective
- Développement commercial mutualisé
- Mise en place de synergies
- Développements communs de technologies
- Formation

La finalité de MIDIPACK est de regrouper un maximum d'entreprises régionales, voir la zone Pyrénées-Méditerranée, avec les objectifs suivants :

- Promouvoir les entreprises,
- Favoriser l'échange des entreprises sur leurs besoins et leurs problématiques,
- Mettre en évidence et développer des complémentarités et synergies,
- Ouvrir de nouveaux marchés et créer de nouveaux produits,
- Permettre aux entreprises de dégager des économies d'échelle,
- Accroître la productivité et la compétitivité des entreprises en s'appuyant sur une structure fédératrice.
- Développer les projets d'innovation en collaboration avec les centres de recherche spécialisés

L'Association a pour objet de contribuer au développement des activités liées au secteur de l'emballage et du conditionnement avec une ouverture sur l'arc Pyrénées Méditerranée. Son rôle est de réaliser ou faire réaliser des services aux entreprises, notamment dans les domaines suivants :

- La Promotion et le montage d'Actions Commerciales
- La Recherche & Développement et l'Appui à l'Innovation
- L'Appui Technologique
- La Formation
- La Veille économique et informationnelle
- Le Développement de synergies
- La Promotion et le montage d'actions à l'export



Un premier programme intitulé « Mise en place opérationnelle du pôle MIDIPACK » a été mis en œuvre en 2006/2007. De manière très globale, les actions engagées par Midipack lors de ce premier programme d'actions collectives ont permis une animation de la filière. En effet, jusqu'à la création de l'association, il n'existait pas de structure fédérative sur la filière permettant de mettre en relation l'ensemble des acteurs. La création de Midipack a permis aux entreprises de prendre connaissance des compétences existantes en région et de connaître les différents intervenants de la filière.

La création de Midipack et l'ensemble des actions réalisées, dans le cadre du premier programme d'actions collectives, ont permis d'insérer l'ensemble des entreprises dans une dynamique collective constructive, de donner de la visibilité à ce secteur d'activité et aux compétences régionales.

Les entreprises membres de Midipack ont instauré des relations de confiance qui ont fait naître de nombreuses collaborations.

Les relations de confiance établies ont permis de dynamiser les échanges commerciaux entre les sociétés et les collaborations plus stratégiques. Nous pouvons à ce titre citer le partage de salarié mis en place entre les entreprises EBS France et ADOS pour un poste de Responsable Qualité. Nous pouvons également citer l'exemple des entreprises NYLPACK, 2A Label et FP Packaging qui proposent une offre commune à un certain type de clients.


Dans le même registre, les participations de Midipack aux différents salons ont permis à des entreprises de renforcer leurs positions sur leurs marchés régionaux. Au delà des aspects commerciaux, Midipack a permis aux entreprises d'accroître leurs compétences et leur compétitivité, nous pouvons à ce titre citer les actions réalisées sur les thématiques de l'éco-conception avec les IUT de Castres et d'Avignon, la Gestion des Déchets, la Traçabilité et la RFID. Les compétences des entreprises ont également été renforcées par les nombreux échanges entre les dirigeants des sociétés du réseau.

Lors de ce premier programme d'actions, l'association MIDIPACK a connu des évolutions au sein de son bureau. En effet, le réseau était depuis sa création animé par un conseil d'administration et un bureau présidé par Michel Carpentier, directeur de l'usine OI à Béziers. A la suite de changements intervenus au sein du groupe OI, Monsieur Carpentier s'est vu proposé en juillet dernier la direction de deux sites dans la région de Reims. Compte tenu de cette promotion et de son départ de la région, il ne pouvait plus assumer la présidence de Midipack. A la suite de l'assemblée générale du 30 août 2007, les membres ont élu Franck Salvagnac, également secrétaire de l'association, dirigeant de la société EBS France, à la présidence de Midipack.

Suite à ce changement de présidence, Franck Salvagnac a souhaité agrandir le bureau afin que celui-ci soit davantage représentatif : Bruno PHILIS (FP Packaging), Christine MARY (Breger Sud), et Bernard AZEMA (2A Label) ont intégré le bureau, qui passe dorénavant de 4 membres à 7 membres.

Il est à noter ici que les entreprises se sont fortement investies dans les actions et l'animation du réseau. Le bureau de Midipack s'est réuni quasiment tous les mois depuis le démarrage de l'association. Les membres ont toujours répondu présents lors des nombreuses réunions de réflexion stratégiques.

Les entreprises sont convaincues des apports de Midipack et souhaitent se projeter dans une dynamique de plus long terme avec des ambitions plus fortes.



Ce premier programme étant arrivé à son terme avec des résultats, l'objectif pour les entreprises membres est de continuer le développement du réseau et de le consolider en mettant en place un deuxième programme d'actions collectives ambitieux sur les 36 prochains mois.

Depuis la création de Midipack, le bureau a fait le choix de rester sur un nombre restrictif de membres (22) afin d'avoir le temps de mettre en place une organisation, un mode de fonctionnement. Maintenant que la phase « mise en place opérationnelle » a été effectuée avec succès et qu'une dynamique de groupe existe, la nouvelle stratégie est d'ouvrir le réseau, d'augmenter considérablement le nombre d'adhérents (potentiel de 60 entreprises sur la région) et de proposer des actions de plus long terme.

Ce projet de programme fait suite à plusieurs réunions « stratégies » organisées avec les membres du bureau de MIDIPACK et les entreprises du réseau. Il résulte d'actions identifiées également lors de la phase de diagnostic de la filière réalisée en Juin 2006.

Ce document a pour objectif de présenter les actions définies par les entreprises du groupement pour répondre à leurs problématiques de développement et leur permettre d'accroître leur compétitivité sur les trois prochaines années.



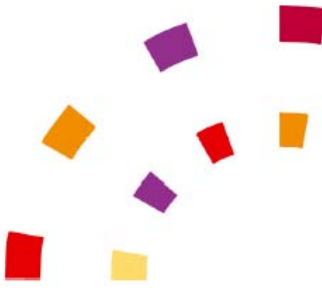
II. LE PROGRAMME DE LA DEUXIEME ACTION COLLECTIVE

Après une phase de mise en place opérationnelle, l'association MIDIPACK souhaite entrer dans une phase de développement et consolidation. Pour ce faire, l'Assemblée Générale du 19 février 2008 a décidé d'un deuxième programme sur les 36 prochains mois et les orientations budgétaires correspondantes ont été votées. Ce programme est destiné à l'ensemble des entreprises membres de Midipack. De plus il est prévu une croissance importante sur les trois prochaines années du nombre d'entreprises qui participeront au réseau et à ses actions.

La suite de ce document sera consacrée à la présentation des 7 volets déterminés pour ce deuxième programme, a savoir :

1. Actions de communication et de promotion
2. Actions de développement commercial
3. Actions de développement et démarches de progrès
4. Actions de Ressources Humaines
5. Accompagnement technique et financier sur les projets d'innovation
6. Mutualisation des achats et des services
7. Gestion du deuxième programme d'actions collectives MIDIPACK

Le cabinet AD Conseil a été choisi par le bureau de MIDIPACK pour continuer à assurer la maîtrise d'ouvrage déléguée pour l'animation de l'association. Le cabinet AD Conseil s'appuiera autant que besoin sur les compétences d'autres prestataires pour réaliser le programme.



1. Actions de communication et de promotion

Lors du premier programme d'actions, Midipack à mis en place les outils de communication permettant de créer une identité au groupement, de se faire connaître, de promouvoir la structure, les entreprises membres et de faire reconnaître l'excellence de la région sur ce secteur d'activité.

Ceci s'est traduit par la création d'une charte graphique, d'une plaquette, d'un site internet / intranet, ainsi que d'une large campagne de communication.

L'objectif dans ce deuxième programme d'actions est de continuer ce travail de communication afin de gagner en visibilité et en crédibilité. La communication se fera, dans les trois prochaines années, au travers de relations presse, d'une newsletter, du site Internet / Intranet, d'une opération de communication de fin de programme ainsi qu'à travers de la prospection directe envers les entreprises de la filière.

Il est important également de prévoir lors de ce second programme d'actions le renouvellement des outils d'exposition pour la participation aux différents salons identifiés.

1.1 Relations presse

Les relations presse sont l'outil essentiel des relations publiques. Elles sont le moyen de relayer le positionnement de Midipack, ses actions, ses résultats auprès des publics concernés.

L'objectif de cette action est de diffuser largement l'offre proposée par les entreprises membres du réseau et d'accroître les contacts commerciaux au profit des sociétés mais également de mettre en valeur les projets innovants des entreprises régionales.

Midipack dans le cadre de son 2^{ème} programme renforcera sa présence au travers de publi-reportages et communication dans la presse spécialisée. (Exemple : Emballage Magasine, Etiq et Pack, Cadence Pack...)

Pour chaque action presse réalisée, Midipack adopte une même politique, à savoir parler du réseau et des actions en cours et mettre systématiquement en lumière 2 à 3 entreprises du réseau. Ces différentes parutions vont renforcer le travail de visibilité du réseau en région et vont encourager la mise en avant des compétences des entreprises de Midipack.

1.2 Newsletter MIDIPACK

La première newsletter Midipack a été éditée et distribuée au mois de décembre 2007, lors de la Convention d'Affaires Emballages et Conditionnement organisée par le réseau.

Midipack éditera tout au long de son 2^{ème} programme d'actions une newsletter présentant les opérations du réseau et les résultats obtenus au travers de témoignages d'entreprises. L'objectif d'une telle action est de communiquer sur la raison d'être du groupement, les avantages des actions collectives, en mettant en avant les actions concrètes dont bénéficient les entreprises pour se développer.

Ce support édité chaque semestre sera diffusé par voie électronique et/ou par courrier à l'ensemble des entreprises de la filière Emballage/Conditionnement sur le territoire d'intervention de Midipack, ainsi qu'à l'ensemble des partenaires publics et privés.

1.3 Webmastering / Evolution Site Internet

Lors du premier programme d'actions, le site Internet Midipack a été conçu, reprenant la charte graphique de l'association afin de communiquer sur les actions du groupement et sur les membres. Il permet concrètement de retrouver toutes les informations relatives au réseau, ses actualités, ses membres, ses partenaires,...


Chaque société membre du réseau est présentée de façon précise et une fiche d'identité individuelle est téléchargeable. Un moteur de recherche interne permet également d'identifier les différentes compétences présentes au sein du réseau.

Le site Internet apporte une visibilité importante aux entreprises et aux activités du réseau. Depuis sa mise en ligne, le taux de fréquentation est d'environ une vingtaine de visites par jour.

L'objectif lors de ce deuxième programme d'actions est d'actualiser régulièrement le site internet et de l'enrichir. Il est important également d'optimiser le référencement du site dans le but d'augmenter sa visibilité et de faire évoluer le nombre de visiteurs journaliers.

Un site Intranet réservé aux membres du réseau a également été construit lors du premier programme d'actions collectives. Cet outil collaboratif permet de gérer l'agenda des réunions, de partager l'ensemble des contacts générés par le groupement et est un outil de centralisation de l'ensemble des documents produits par le réseau. Les entreprises peuvent y retrouver les compte-rendus de toutes les réunions, les présentations des différents intervenants dans le cadre des animations thématiques, les présentations des entreprises dans le cadre des visites organisées, les listing des contacts générés lors des différents salons auxquels participent Midipack,...

L'objectif lors de ce deuxième programme d'actions collectives est d'accroître le service apporté aux entreprises par l'Intranet en fonction des besoins identifiés et exprimés par les membres (exemple : mise en place d'une messagerie partagée, forum...). L'outil Intranet permet également d'entretenir la dynamique de groupe.



Il convient lors de ce deuxième programme d'actions de continuer la mise à jour, l'évolution, l'enrichissement de ces deux outils de communication.

1.4 Opération de communication de fin de programme

L'objectif d'une telle opération est de valoriser le groupement et les partenaires à travers la présentation du réseau, ses actions, ses objectifs et ses résultats. Les entreprises membres témoignent de l'impact des actions collectives sur le développement de leur société. Cette opération est ouverte à toutes les entreprises de la filière, ce qui a pour objectif de faire connaître Midipack et de communiquer auprès des entreprises non membre. Les partenaires financiers, également présents, interviendront lors de cette opération pour présenter leurs objectifs d'accompagnement du réseau.

Cette opération de communication de fin de programme sera organisée au terme du prochain programme sous forme d'une réunion regroupant entreprises de la filière emballage conditionnement (membres et non membres) et pouvoirs publics locaux.

1.5 Prospection entreprises MIDIPACK

Midipack a démarré en 2006 sur une base de 21 entreprises membres. La stratégie du bureau jusqu'à maintenant était de rester sur un nombre restrictif d'entreprises afin de laisser le temps de mettre en place une organisation adéquate et de commencer les premières actions collectives.

Maintenant que Midipack est opérationnel, qu'une dynamique de groupe est présente, l'objectif du nouveau programme est d'augmenter le nombre d'adhérents. En effet la filière Emballage conditionnement représente une soixantaine d'entreprises dans la région.

Tout au long de ce programme une action de prospection sera menée auprès des entreprises de la filière Emballage Conditionnement afin de leur montrer le bénéfice retiré de participer à un groupement tel que Midipack. Dans ce cadre, Midipack cherchera également à s'étendre sur la zone Pyrénées-Méditerranée.

1.6 Actions de communication et de prospection vers donneurs d'ordres

Les entreprises membres ont exprimé très largement leur priorité en matière d'actions commerciales. Ces entreprises sont en phase de développement et le rôle de Midipack est de les accompagner dans ce processus.

Dans cette perspective, tout au long des 3 années de ce futur programme, les représentants de Midipack réaliseront des actions de communication et de prospection auprès de donneurs d'ordres privés et publics locaux, dans les secteurs d'activités ciblés par les entreprises membres tel que le secteur agroalimentaire, transport/logistique, viti vini et industriel général.

L'objectif est d'accroître la visibilité des compétences et des offres régionales et de permettre aux entreprises d'augmenter leur chiffre d'affaire sur le marché local.

1.7 Visite d'entreprises

Compte-tenu de la diversité des activités représentées au sein du réseau Midipack et des différents secteurs d'applications, les entreprises peuvent tour a tour être amenées à jouer des rôles de sous-traitants, co-traitants ou partenaires entre-elles pour répondre à des marchés.

Ceci nécessite, cependant, que les entreprises membres du réseau se connaissent bien et qu'elles aient pu identifier les compétences, matériels, technologies, ... disponibles au sein du groupement.

Pour faciliter la prise de connaissance entre les entreprises, Midipack a initié en 2006, des visites d'entreprises. A tour de rôle, chaque société de Midipack accueille les autres pour leur faire visiter ses installations et présenter précisément ses activités, domaines d'expertises, clientèle,... Toutes les entreprises du réseau participent à ces réunions. Déjà, quelques entreprises sont entrées en affaire et développent un chiffre d'affaires commun suite à ces visites.

L'objectif à terme est de favoriser la constitution d'offres globales entre les membres, intégrant les différentes compétences des entreprises.

Midipack dans le cadre de ce 2^{ème} programme d'actions propose de continuer ces visites de sites en ouvrant la participation aux partenaires et entreprises non membre du groupement.

2. Actions de développement commercial

La création de Midipack et l'ensemble des actions réalisées ont permis d'insérer l'ensemble des entreprises dans une dynamique collective constructive, de donner de la visibilité à ce secteur d'activité et aux compétences régionales.

Les entreprises membres de Midipack ont instauré des relations de confiance qui ont fait naître de nombreuses collaborations.

Les relations de confiance établies ont permis de dynamiser les échanges commerciaux entre les sociétés et les collaborations plus stratégiques.

Il est ressorti des différentes réunions stratégies une forte demande d'actions de développement commercial de la part des entreprises.

En effet, Midipack est essentiellement composé de petites structures qui souhaitent se développer en créant de nouveaux produits ou en se positionnant sur de nouveaux marchés. Or certaines actions commerciales nécessitent des investissements importants et sont souvent impossibles pour une petite entreprise isolée.

Afin d'accompagner, les entreprises membres dans leur développement commercial, un grand nombre d'actions ont été prévues dans le cadre de ce programme pour répondre aux attentes des entreprises sur cette thématique.


2.1 Participation collective à des salons professionnels du secteur

La participation à des salons professionnels est une des problématiques majeures pour les petites structures régionales car elle représente de lourds investissements (déplacement, stand, matériels, communication...).

C'est pourquoi ce volet est très sollicité par les entreprises de Midipack. En effet l'objectif de Midipack est de faciliter l'accès à ces salons tout comme cela a été initié lors du premier programme d'actions collectives. Nous pouvons citer l'exemple des sociétés ESTRABOLS et CLAPAREDE qui participaient pour la première fois au SITEVI alors qu'elles sont sur le secteur depuis de très nombreuses années, et qui ont décroché de nombreux contacts et prospects.

Lors du premier programme d'actions collectives, un stand midipack a été créé en respect de la charte graphique afin de pouvoir participer aux différentes manifestations du secteur.

Midipack regroupe des entreprises qui se positionnent sur des secteurs d'activité tel que l'agro alimentaire, la viti vini, le transport / logistique et le secteur industriel en général. Les salons sont donc sélectionnés en fonction de ces marchés cibles. Il est important également de privilégier des salons en région (la plupart des membres ont une clientèle régionale), mais il est indispensable pour les entreprises de participer à quelques salons nationaux permettant d'avoir une vision générale du marché, des innovations et permettant d'identifier des partenaires potentiels (distributeurs, fournisseurs,...).



Tout comme lors du 1^{er} programme d'actions, Midipack participera en qualité d'exposant à des manifestations « phares » du secteur. Nous pouvons citer à ce titre :

- Salon Dionysud à Béziers du 4 au 6 novembre 2008 : ce salon cible le secteur Viti Vini et l'Oléiculture.
- Salon de l'emballage de Paris du 17 au 21 Novembre 2008 : ce salon cible tout type emballages / machines industriels
- Salon Sitevi 2009 à Montpellier : ce salon cible le secteur Viti Vini
- Salon Europack-Manupack 2009 à Lyon au mois de Novembre 2009 : ce salon cible le secteur industriel général et la manutention.
- Salon de l'emballage de Paris 2010

Lors de la participation de Midipack à un salon, il est important de noter que l'entreprise membre peut y participer en tant que co exposant ou simple visiteur. Par ailleurs tous les contacts générés lors des salons sont mis en ligne sur l'intranet Midipack afin d'en faire bénéficier tout le groupement et permettant une exploitation commerciale par toutes les entreprises.

Midipack prévoit la participation en qualité d'exposant accompagné d'entreprises co-exposantes à environ 2 manifestations par année. Soit 5 participations dans le cadre de ce 2^{ème} programme d'actions collectives.

La participation à ces salons permet également à Midipack de gagner en visibilité et crédibilité.

2.2 Mise en place de réunions commerciales

Midipack proposera aux équipes commerciales des sociétés membres de se réunir pour échanger des informations stratégiques sur les marchés locaux et travailler à la construction d'offres communes permettant de répondre à des marchés plus importants. Dans le cadre de ces réunions, Midipack fera également appel à des experts pour accompagner les entreprises dans la structuration de leur stratégie commerciale et la mise en œuvre d'outils dédiés.

La conséquence de ces réunions, devrait à terme, permettre la construction d'une offre globale Midipack intégrant l'ensemble des compétences et produits des sociétés du groupement. Ainsi les entreprises gagneront en compétitivité.

2.3 Organisation d'une convention annuelle Midipack Emballage/Conditionnement

Pour la clôture de son premier programme d'actions et suite à la demande des services de la DRIRE d'organiser une opération de communication de fin de programme, Midipack a été à l'initiative de la première convention d'affaires régionale « Emballage et Conditionnement » qui s'est tenue le 11 décembre au Palais des Congrès de Béziers.

Cette convention d'affaires s'est présentée de la façon suivante :

- Un espace exposant avec stand de 6m² réservé aux entreprises du secteur emballage et conditionnement (entreprises membres et non membres de Midipack)
- Un espace réservé à des rendez-vous individuels

Pour cette convention, une large campagne de communication a été réalisée auprès des entreprises régionales des secteurs clients de l'emballage (Agroalimentaire, Transport/Logistique, Santé, Industries, Collectivités,...) et de l'ensemble des acteurs économiques régionaux. L'objectif était de mettre en avant les entreprises de la filière et de leur permettre de nouer des contacts commerciaux de qualité.

Cette convention a réuni 15 exposants et quelques 50 visiteurs. Les contacts établis par les entreprises ont été de qualité et ont permis à certaines d'entre-elles d'amorcer des relations d'affaires. Au-delà des contacts avec les visiteurs, cette convention a permis également de donner de la visibilité au réseau Midipack, à ses actions ainsi qu'à ses partenaires.

Le bureau de Midipack a décidé en date du 11 janvier 2008, après un débriefing sur la première édition, de maintenir l'organisation de cette manifestation tous les deux ans sur un schéma semblable. La date sera déterminée par rapport au planning des autres salons existants.

Après une première édition réalisée sur un territoire principalement régional, l'objectif des éditions à venir est d'ouvrir le territoire couvert aux régions limitrophes : Midi Pyrénées, PACA, Centre.

La prochaine édition se fera donc en 2009. L'objectif est d'augmenter le nombre d'exposants. En effet lors de la prospection auprès de la filière Emballage / Conditionnement pour exposer à la convention MIDIPACK, les entreprises étaient très sensibles à une telle manifestation en région. Il y a effectivement une place à prendre dans la région, la plupart des salons se déroulant sur Paris ou Lyon. On peut prévoir environ une vingtaine de stands avec une centaine de visiteurs qualifiés. La journée sera également rythmée par des animations de qualité sur des thèmes d'actualité.

3. Actions de développement et démarches de progrès

3.1 Actions de formation

Les sociétés membres de Midipack ont besoin d'un accompagnement afin de se perfectionner, d'optimiser leur structure et de renforcer leurs compétences techniques. Ce soutien est primordial au bon développement de l'entreprise.

Dans le cadre de son 2^{ème} programme d'actions, MIDIPACK proposera une action importante de formation auprès des dirigeants et salariés des entreprises du groupement.

Ces formations seront classées en 2 grandes thématiques :

- Formation « entreprise » : ces formations animées par des experts auront pour objectifs de transmettre des compétences ayant trait à la gestion d'entreprise. Nous pouvons citer à ce titre, plusieurs exemples :

- MANAGEMENT DE LA PERFORMANCE
- STRATEGIE D'ENTREPRISE
- GESTION FINANCIERE
- ...

- Formation « métiers » : ces formations animées par des experts auront pour objectifs de transmettre des compétences d'ordre technique et technologique. Nous pouvons citer à ce titre, plusieurs exemples :

- PROPRIETES DU PAPIER ET DU CARTON PLAT
- FILMS PLASTIQUES COMPLEXES
- TECHNIQUES ET PROCEDES D'IMPRESSION POUR L'EMBALLAGE
- COLORIMETRIE ET RECHERCHE DE TEINTES DES EMBALLAGES & CONDITIONNEMENT
- PERFECTIONNEMENT FLEXO UTILISE POUR L'IMPRESSION SUR EMBALLAGE


3.2 Action Qualité

Lors du premier programme d'actions collectives Midipack a permis aux entreprises membres de travailler sur des problématiques de développement ciblées en travaillant sur une première approche de quelques thématiques techniques afin d'aboutir à l'élaboration, la définition et la mise en place d'un programme d'accompagnement opérationnel. En 2006 et 2007, Midipack a initié un travail sur 3 axes :

- La traçabilité
- La gestion des déchets
- Le développement commercial

La gestion des déchets est, dans le secteur de l'emballage, un facteur limitant qui nécessite pour les entreprises de mettre en place des processus spécifiques coûteux, contraignant et nécessitant un suivi des évolutions réglementaires...L'objectif de la démarche initiée par le groupement MIDIPACK était de prendre en compte les exigences liées à la gestion des déchets, d'en percevoir les conséquences sur les activités des entreprises.

Cette action a permis aux entreprises d'échanger sur leurs pratiques, de repérer les bonnes pratiques et d'identifier des synergies possibles. A titre d'exemple, 2 entreprises se sont coordonnées pour assurer le recyclage de leurs palettes bois.



Lors du deuxième programme d'actions collectives, la continuité de cette action va être menée avec la mise en place d'une démarche qualité (la norme ISO 9001 et ISO 14001) dans ces sociétés.

Cette action va permettre de sensibiliser les membres de Midipack à ces normes et de les accompagner dans une démarche qualité afin d'être plus compétitif.

3.3 Outil de veille réglementaire et commerciale

Un outil de veille réglementaire et commerciale est nécessaire aux entreprises du groupement afin de suivre l'actualité réglementaire sur le marché de l'emballage, d'avoir l'information sur les nouvelles technologies développées et de suivre l'évolution des différents marchés.

Cet outil sera une source d'informations stratégiques pour les dirigeants permettant d'accroître leurs compétences et d'adapter leurs décisions stratégiques aux informations du secteur. Ce dispositif sera un facteur de compétitivité des entreprises de la filière.

Lors du premier programme d'actions collectives, MIDIPACK dans le cadre du réseau France Emballage (Structure nationale qui fédère l'ensemble des réseaux français de l'emballage : Atlanpack, Breizpack, le Cepiec, Rhône-alpes Packaging, Packaging Valley) a initié une réflexion et un travail pour la mise en place d'un outil de veille collectif à l'ensemble des réseaux français. Compte-tenu du fait que l'ensemble des réseaux « emballage » implantés sur le territoire français avaient ce projet d'outil de veille, il était pertinent et efficace que cette action soit mutualisée au sein de France Emballage. La réunion de France EMBALLAGE du 14 novembre 2007 à Lyon a permis de travailler sur la définition de cet outil de veille.

Lors du second programme d'actions collectives, Midipack continuera de s'investir dans l'élaboration de cet outil de veille avec les autres membres de France Emballage.

Cet outil est opérationnel depuis le mois de janvier 2008. Il se matérialise sous la forme d'une lettre de veille d'environ 5 pages comportant les éléments suivants :

- veille produits et marché
- veilles technologique, réglementaire et produits

Sa conception et sa distribution est mensuelle et réservée aux entreprises membres des réseaux de France Emballage. Pour la réalisation de cette veille, France Emballage a contractualisé avec des prestataires spécialisés.

4. Actions RH

La gestion des ressources humaines est considérée par les membres de Midipack comme un élément stratégique de développement. Beaucoup de sociétés de Midipack ne possède pas en interne un service RH et ressentent le besoin d'être accompagnées.

Afin de répondre à des besoins divers, compte-tenu des différentes dimensions des sociétés membres, Midipack proposera aux entreprises au travers de l'accompagnement d'un expert, un ensemble de thématiques collectives.

4.1 Veille sociale et RH

L'objectif de cette action est que les dirigeants des entreprises de Midipack soient constamment renseignés sur les évolutions sociales et RH. En effet, par manque de temps, les entreprises ne peuvent aller chercher toutes les informations légales indispensables et les prendre en compte dans leur fonctionnement quotidien.

Lors de ce programme d'action, Midipack va mettre en place une cellule de veille sociale et RH qui se traduira par 4 réunions thématiques sur l'ensemble du programme.

Exemples de thématiques abordées : heures supplémentaires, procédure de licenciement, allègement de la loi des 35h, mise en place de l'élection des délégués, optimisation de la gestion financières des formations...

4.2 Outils de gestion sociale

Les entreprises membres de Midipack sont des entreprises de petite taille confrontées à des problématiques de recrutement, de suivi et de gestion du personnel.

L'objectif de cette action est de mettre à disposition des entreprises une « boîte à outils » de gestion des Ressources Humaines. Ce système permettra aux membres de « piocher » les informations qui les intéressent et qui répondent le mieux à leurs problématiques du moment. En effet chaque entreprise a sa propre politique, et son propre mode de fonctionnement. Les outils seront alors adaptés à la typologie des entreprises du réseau.

Cette action se déroulera à travers des séances de travail collectives pour la mise en place des outils et l'application de ces outils dans les entreprises.

Exemple d'outils : entretien annuel, formation professionnelle, méthodologie de recrutement, fiche mission et responsabilités, communication interne, management, gestion des conflits, politique de rémunération, tableaux de bord sociaux...

Par ailleurs, inclus dans ce volet « Actions Ressources Humaines », Midipack assurera la mise en ligne sur l'intranet de tous les outils abordés durant ce programme. Il s'agit de permettre aux dirigeants des entreprises adhérentes à l'association Midipack d'avoir une base documentaire permettant de disposer d'outils et de modèles RH types, en imaginant une organisation comme celle ci :

- **Rubrique Emploi**

- Cotisations sociales
- Aides dégressives
- Contrats de travail : CNE, CIE, SEJE, CI-RMA, ...
- Aides au recrutement : ARC, ...
- Réductions de charges
- Chèques emploi TPE
- Stagiaires
- Heures supplémentaires,
- ...

- **Rubrique Formation professionnelle**

- DIF
- VAE
- Réforme de la formation
- Aide au remplacement des salariés en formation
- Contrat de professionnalisation
- ...

Rubrique Recrutement

- Modèle type de Fiche de Missions & Responsabilités
- Modèle type de Fiche Profil/Potentiel
- Modèle type de Fiche Critères de Sélection Prioritaires
- Modèle type d'annonces
- Modèle type de guide d'entretien
- Modèle type de CR entretien
- Modèle type de livret d'accueil
- Modèle type de guide d'intégration

- **Aides et subventions régionales**

- **Modèles RH au quotidien**

- Contrats de travail,
- Modèles DIF,
- Modèles plans de formation,
- Modèles guide entretien annuel et professionnel,
- ...

- **Décrets en attente**

5. Accompagnement technique et financier sur les projets d'innovation

Dans le cadre de son deuxième programme d'actions, Midipack souhaite avoir une intervention auprès des entreprises pour stimuler les projets d'innovation et les projets collaboratifs avec des centres de recherche. Midipack souhaite faire fructifier les partenariats initiés avec les IUT GCE (Génie du Conditionnement et de l'Emballage) de Castres et d'Avignon.

Dans cet objectif, le réseau a imaginé plusieurs actions. Midipack souhaite, dans une moindre mesure, adopter les objectifs et les missions d'un pôle de compétitivité.

5.1 Journées de rencontre et d'échanges

L'objectif est de proposer aux entreprises de participer à des réunions d'échanges avec des experts « innovation » et/ou des centres de recherche spécialisés pour faire émerger des projets d'innovation.

L'objectif de ces réunions est de permettre aux entreprises d'acquérir une méthodologie et des outils pour structurer et matérialiser un projet d'innovation.

5.2 Accompagnement technique et financier sur des projets d'innovation

Midipack dans la continuité des journées d'échanges et après avoir fait émerger des projets innovants, proposera aux entreprises de les accompagner collectivement dans la structuration et la formalisation de leurs projets.

Midipack accompagnera ces sociétés dans l'identification de partenaires techniques susceptibles de leur apporter les compétences et les ressources nécessaires à la mise en œuvre de leurs projets.

Midipack proposera également aux entreprises de les accompagner dans l'identification des différents dispositifs financiers mobilisables sur leurs projets d'innovation.

5.3 Organisation d'un concours régional à l'innovation « Emballage et Conditionnement »

Midipack toujours dans l'objectif de stimuler les projets d'innovation et les projets collaboratifs avec des centres de recherche, souhaite organiser un concours régional à l'innovation.

L'idée est de pouvoir récompenser plusieurs entreprises, en octroyant une aide financière, sur des projets d'innovation. Un jury composé d'industriels, d'enseignant chercheur, de représentants de collectivités, d'experts jugeront sur présentation d'un dossier de la faisabilité technique et commerciale de projets innovants présentés par les entreprises.

Midipack remettra des prix, selon différentes catégories, pour aider les entreprises à lancer leur projet.

Les catégories suivantes pourraient être retenues :

- 2 prix pour des porteurs de projet (idée stimuler la création d'entreprise)
- 2 prix pour des projets industriels d'innovations
- 1 prix pour un projet collaboratif intégrant plusieurs entreprises

Les projets présentés devront intégrer une collaboration avec un établissement de recherche.

6. Mutualisation des achats et des services

Les entreprises de Midipack ont souhaité également que soit en mis en place, durant ce deuxième programme d'actions, une politique de mutualisation des achats non stratégiques et des achats de services.

6.1 Mise en place d'un outil collectif de collecte des appels d'offres

Au sein du réseau Midipack, un certain nombre d'entreprises réalisent une part de leur chiffre d'affaires dans le cadre d'appels d'offres émanant de structures publiques et privées. La difficulté réside dans l'identification de ces appels d'offres. En effet la collecte d'appels d'offre nécessite de mobiliser une grande partie de son temps à rechercher et sélectionner les offres en adéquation avec son activité et ses compétences, mission difficile à mener quotidiennement pour une petite entreprise. De ce fait beaucoup de marchés sont ignorés par les sociétés.

Afin de mutualiser ce travail, Midipack propose de mettre en œuvre un outil collectif permettant de centraliser tous les appels d'offres correspondants aux produits et prestations proposés. Cet outil permettra d'accroître les parts de marché des entreprises du réseau.

Midipack recevra directement les appels d'offres relatif à la filière Emballage / conditionnement et les transmettra aux entreprises concernées.

6.2 Outil de veille financière

Il est a noté qu'un certain nombre d'entreprises subissent des impayés qui peuvent peser lourdement sur leur développement et leur compétitivité, faute d'informations financières sur leurs partenaires.

Afin d'accompagner les entreprises et d'apporter les informations stratégiques nécessaires à la prise de décision, Midipack souhaite mettre en place un outil de veille stratégique commerciale et financière. Cet outil permettra d'accéder facilement à toutes les informations commerciales et financières à forte valeur ajoutée, nécessaires à la prise de décision. Il est primordial pour des entreprises de travailler avec des clients et partenaires fiables. Midipack proposera un système d'abonnement à l'outil développée, aux entreprises du réseau.