



# VALEURS d'EXCELLENCE

## CAHIER DES CHARGES - QUALIFICATION

AVRIL 2024

### I.- LA PROCÉDURE DE LABELLISATION

#### 1. Entretiens individuels de qualification

La procédure de labellisation repose sur une étude du dossier de candidature selon les principes indiqués ci-dessous :

- > Accord préalable du Conseil d'Administration pour effectuer l'entretien de qualification,
- > Questionnaire de préqualification à retourner par le candidat,
- > Entretiens individuels réalisés sur site par Pierre Ballet ou Alain Caradeuc ou par toute personne habilitée par le Conseil d'Administration, avec comme support le présent cahier des charges,
- > Entretiens réalisés sur une demi-journée ou une journée avec un compte rendu et une recommandation,
- > Entretiens organisés selon un découpage par zone géographique et par métier.

#### 2. Validation par le Conseil d'Administration

- > Le Conseil d'Administration est seul habilité à statuer sur l'agrément du label **Valeurs d'Excellence** en s'appuyant sur le rapport de Pierre Ballet, d'Alain Caradeuc ou de la personne habilitée (compte-rendu et exemples de production),
- > Le Conseil d'Administration se réunit une fois par trimestre pour étudier les candidatures,
- > Le label est octroyé pour une année renouvelable sauf décision contraire du Conseil d'Administration dûment motivée.

#### 3. Signature de la charte et adhésion à l'association Valeurs d'Excellence

- > Le candidat coopté signe et accepte les conditions de la charte déontologique, et le cahier des charges,
- > Il adhère à l'Association **Valeurs d'Excellence** : il signe les statuts et s'acquitte du paiement de sa cotisation. En cas de non renouvellement du label, il n'est plus membre de l'Association.

#### 4. Remise du certificat annuel

- > Le candidat est alors membre à part entière de l'Association et il reçoit un certificat ad hoc,
- > Il est référencé et identifié dans le site web **Valeurs d'Excellence**.

#### 4.1. Procédure de renouvellement

> La méthode d'évaluation annuelle permet de renouveler (ou non) le label,

NB : L'entretien annuel n'est pas systématique ; il à la discrétion du Conseil d'Administration

> Le Conseil d'Administration est seul habilité à accorder le renouvellement du label pour une période d'un an.

#### 4.2. Champs d'utilisation du label

Seules les entreprises artisanales et industrielles, fournisseurs et prestataires du secteur du Luxe sont éligibles pour obtenir le label **Valeurs d'Excellence**; elles sont issues de filières ou sous-secteurs.

#### 4.3. Le périmètre du marché du Luxe

L'Association **Valeurs d'Excellence** promeut une « certaine idée de l'excellence » pour les trois segments du Luxe suivants :

- **L'exceptionnel**, lié à la tradition et au temps long. Il a des origines culturelles et artistiques. Il intervient sur un micromarché d'initiés. Commandes à l'unité, avec une exigence totale de qualité, pour une clientèle très avertie et d'une exigence extrême,
- **Le prestige**, caractérisé par sa dimension de marqueur social. C'est un produit élitiste qui s'adresse aujourd'hui à la nouvelle clientèle CSP+ et au-delà, en quête de sens et de reconnaissance. L'exigence de qualité, d'image et de distribution sélective est essentielle,
- **Le premium**, attaché à un produit de qualité, rationnel et performant, s'adressant à une clientèle vaste, sensible au juste prix ; il est capable de concurrencer le segment prestige sans en avoir néanmoins la dimension symbolique et différenciante.

Lors de l'enquête d'évaluation, le candidat devra identifier celui de ces trois segments sur lequel il intervient afin de procéder à l'évaluation sur des bases objectives et reconnues.

## 2. CRITÈRES D'ÉVALUATION

### 2.1. Le juridique et le financier

L'entreprise doit pouvoir inscrire son activité industrielle ou artisanale dans la pérennité, ce qui suppose une situation financière saine.

L'analyse des documents financiers fournis doit démontrer la capacité de l'entreprise à s'inscrire dans le projet **Valeurs d'Excellence** sur le long terme.

Les documents légaux déposés chaque année au greffe du tribunal de commerce concerné sont annexés au compte rendu transmis au Conseil d'Administration qui valide l'agrément pour l'obtention du label et l'adhésion à l'association **Valeurs d'Excellence**.

## 2.2. La culture de la qualité

L'entreprise doit justifier d'une notoriété reconnue par ses concurrents et par le marché en général (tests / donneurs d'ordre et partenaires).

L'entreprise doit justifier de procédures « qualité » en interne déjà établies ou en cours d'établissement. Les normalisations concernées déjà en place sont évidemment un facteur important de sélection.

L'analyse de la typologie des clients (en % du volume d'affaires annuel) correspondant aux 3 segments du luxe sus-indiqués doit démontrer le positionnement de l'entreprise sur le marché du Luxe.

La gestion de la sous-traitance et des impacts de la « non-qualité » vs procédures doivent être identifiés.

Enfin des exemples de réalisations doivent être remis pour être analysés.

## 2.3. La stratégie industrielle : le projet d'entreprise

L'entreprise doit pouvoir justifier d'une politique d'investissement en adéquation avec ses objectifs stratégiques.

Les investissements correspondent aux matériels de production mais aussi aux process de production, d'innovation, aux process RSE et à la politique de recrutement des personnels qualifiés pour répondre aux exigences du marché du Luxe.

## 2.4. La stratégie marketing

Il est fondamental que l'entreprise ait une vision stratégique de son marché.

Le modèle économique doit être clairement « pensé » et il influe sur l'ensemble de la stratégie de l'entreprise : investissement, recrutement, communication.

Si la fonction « marketing » n'est pas identifiée, le management doit en être assuré par le ou les dirigeants.

## 2.5. La stratégie commerciale

En corolaire des choix stratégiques, la fonction commerciale doit relayer chez les clients et prospects, les objectifs fixés.

Des questionnaires analysés dans les différentes enquêtes sur le terrain par la profession, il en ressort que la qualité d'écoute, la qualité technique, la qualité d'accueil sur site et la pratique des langues étrangères sont plébiscitées par les donneurs d'ordre. À noter que les concurrents étrangers présents sur notre marché intérieur sont jugés souvent plus performants dans leurs actions commerciales.

## 2.6. La motivation des dirigeants

Nous connaissons, en France, des difficultés spécifiques à mettre sur pieds et faire fonctionner des projets collectifs. Il existe cependant déjà des actions initiées par des groupements professionnels qui tentent à faire évoluer ces mentalités souvent aut centrées.

L'implication des entreprises dans ces groupements professionnels fera l'objet d'une attention toute particulière pour juger du niveau d'implication potentielle de celles-ci et du bienfondé de leurs demandes d'agrément à **Valeurs d'Excellence**.

### 3. QUESTIONNAIRE

#### 3.1. Juridique et Financier

L'obtention du label est nominative pour chaque entreprise concernée, qu'elle appartienne ou non à un groupement professionnel ou une fédération.

##### 3.1.1. Juridique

Raison sociale

---

Date de création

---

Forme Juridique

---

Capital social

---

Filiale ou succursale de

---

Noms et fonctions des mandataires sociaux

---

---

---

---

---

Adresse du site de production principal

---

---

Tél. fixe de l'entreprise

---

Tél. portable des dirigeants

---

---

---

---

---

Adresses mail des dirigeants

---

---

---

---

---

---

### 3.1.2. Financier : à compléter lors de l'entretien individuel

- > Fournir la liasse fiscale de l'année N-1,
- > Dans le cas d'un résultat brut d'exploitation négatif en année N-1 et N-2, merci de préciser l'objectif de résultat en année N,
- > Analyse des ratios vs compte de résultats et bilan : fichier joint,
- > En quelques chiffres (à indiquer par retour avant les entretiens individuels), indiquer :

Année	Fonds propres	Résultat net après IS

### 3.1.3. Économique

- > Évolution en années N-2, N-1 et « estimé vs Business Plan » en année N.

Année	Chiffre d'affaires	Dont export en %

- > Évolution en années N-2, N-1 et « estimé vs Business Plan » en année N

Pays	CA réalisé	% CA global





### 3.4.2. Les normes ISO

ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :
ISO :	Version / niveau :

### 3.4.3. Les labels et marques collectives

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.4.4. Les prix et distinctions reçus

---

---

---

---

---

---

---

---

## 3.5. Le projet d'entreprise

### 3.5.1. La stratégie marketing et communication

---

---

---

---

---

---

---

---



**3.5.2. La stratégie commerciale**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**3.5.3. La stratégie RSE**

> Normes et labels : rappel

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

> Les actions en cours

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**3.5.4. La formation**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.6. La motivation des dirigeants

> Les engagements professionnels

Membre d'un syndicat patronal



---

---

---

---

Membre d'une structure collective



---

---

---

---

Les engagements personnels des dirigeants



---

---

---

---

### 4. À ANNEXER

> Comptes annuels publiés

> Pièces jointes : plaquette / site web – liste matériels

> Exemples de réalisations

N.B. L'association **Valeurs d'Excellence** s'engage à garder confidentiellement les informations de toute nature fournies dans le cadre de la présente procédure de labellisation.