

Centre-Val de Loire
accélérateur
PME



Un programme d'accompagnement sur mesure au service
des ETI de demain

PRÉSENTATION DE LA PROMOTION 2019



La Promotion 20 PME de croissance



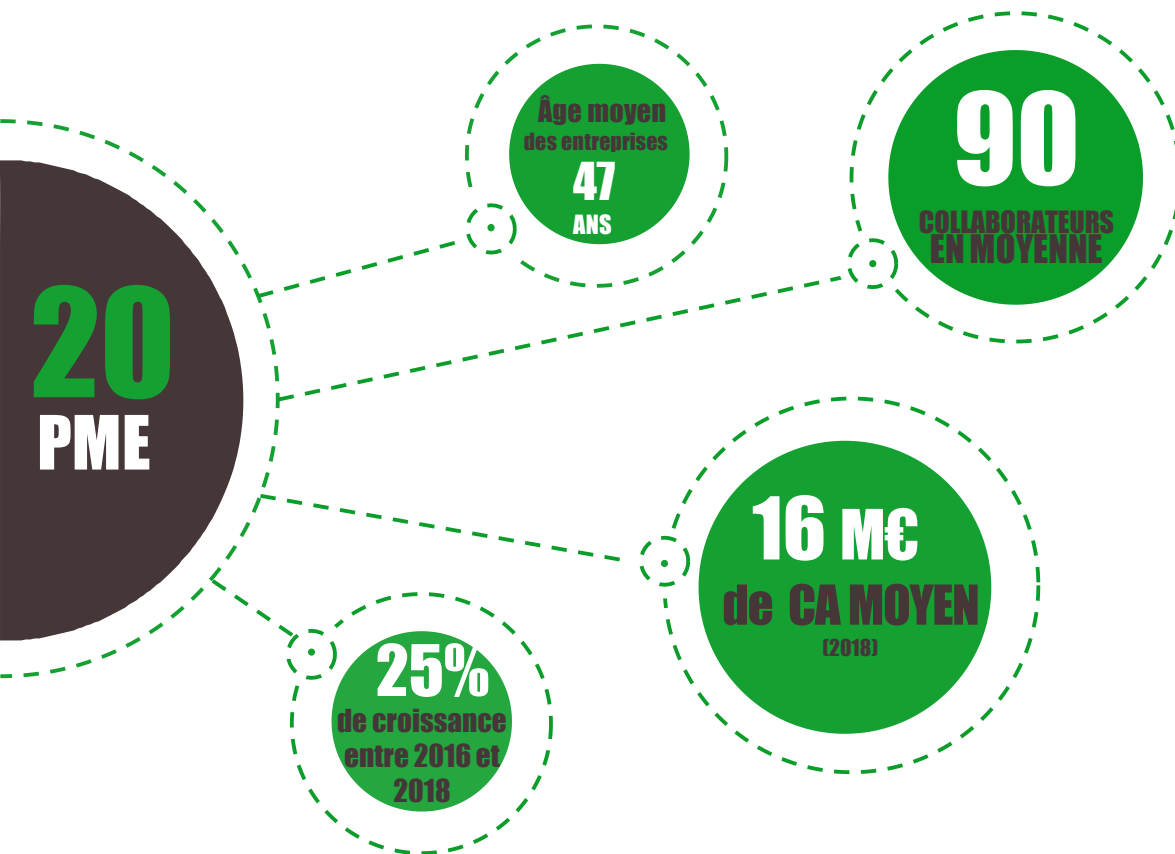
- APODIS
- AFL GROUPE
- AUTOMATION ROBOTIC PACKAGING
- AVIGNON CERAMIC
- BAURAL
- CHB
- CLEN
- ENGINEERING DATA
- ETABLISSEMENTS RENE TOY
- FERME DES ARCHES
- KEREX
- LENZI
- SDEC
- SKIN'UP
- STAL INDUSTRIE
- TOUTENKAMION
- TRANSPORT LUCIEN ROBINET
- TRAVEN TECHNOLOGY
- WDK GROUP PARTNER
- ZEFAL



20 PME de la région qui créent de la valeur

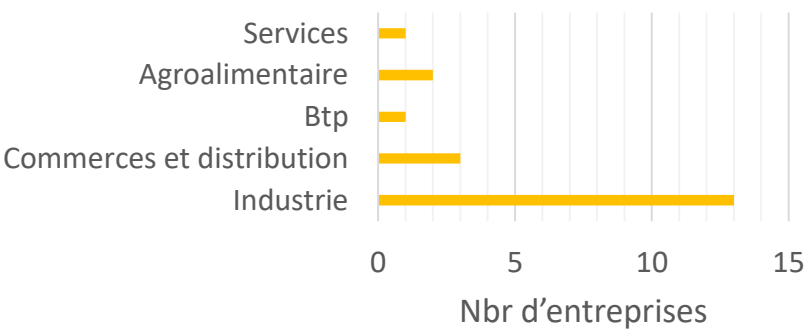
Centre-Val de Loire
**accélérateur
PME**

Un programme d'accompagnement sur mesure au service
des ETI de demain

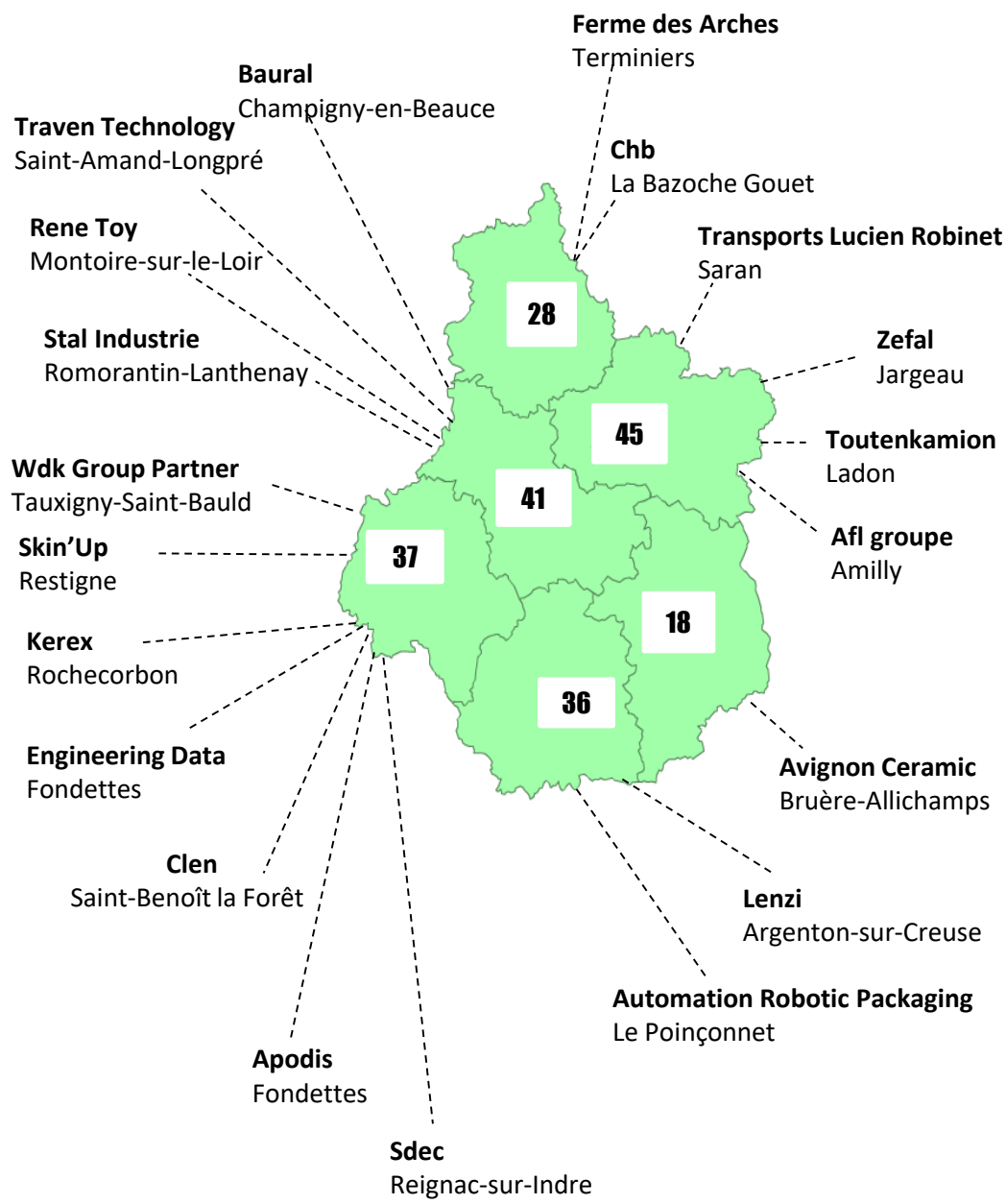
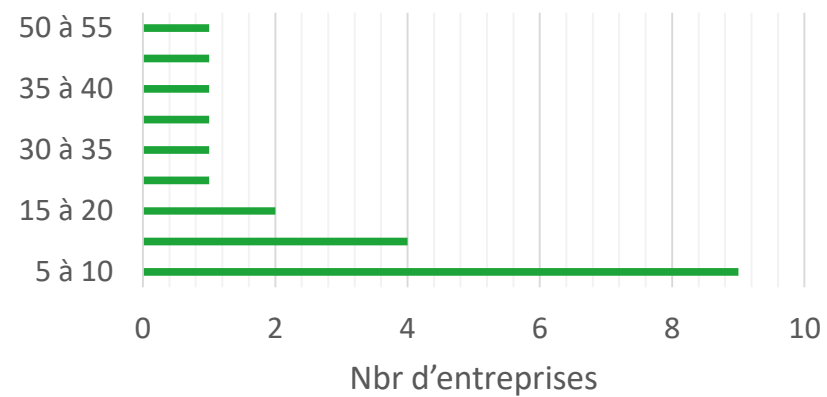


Les Accélérés en bref

L'industrie, secteur le plus représenté



Représentation en termes de CA (M€)

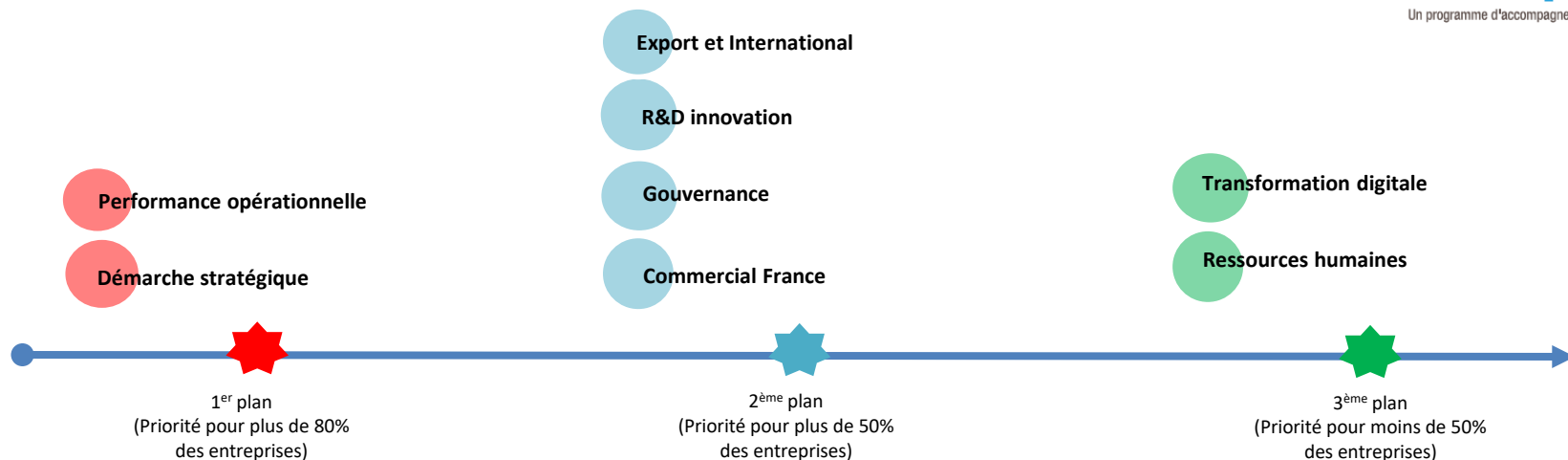


Votre Promotion

Secteurs et activités

Descriptif d'activité	Raison sociale	Secteur d'activité	Département
Le groupe maîtrise la logistique, la data et le digital dans le secteur de la santé	APODIS	Services	37
Amélioration énergétique de l'habitat : restauration , isolation thermique et phonique	AFL GROUPE	BTP	45
Étude et réalisation de machines spéciales d'emballage	AUTOMATION ROBOTIC PACKAGING	Industrie	36
Fabrication de céramiques techniques et noyaux réfractaire pour la fonderie	AVIGNON CERAMIC	Industrie	18
Fabrication de machines agricoles à destination de la recherche agronomique	BAURAL	Industrie	41
Production, découpage, transformation de porc bio et conventionnel	CHB	Agroalimentaire	28
Fabrication de mobilier de bureau	CLEN	Industrie	37
Conception et réalisation de montages d'usinage pour le bridage de pièces	ENGINEERING DATA	Industrie	37
Développement , fabrication et installation des solutions innovantes pour l'élevage et l'alimentation animale, l'agriculture, l'industrie, la motoculture et le traitement des déchets verts et de la biomasse	ETABLISSEMENTS RENE TOY	Industrie	41
Appui à la production de 48 producteurs, stockage, conditionnement et commercialisation de condiments	FERME DES ARCHES	Agroalimentaire	28
Recherche d'épices auprès de producteurs aux 4 coins du monde. Assemblage, conditionnement en France et distribution via sa marque Terre Exotique	KEREX	Commerces et distribution	37
Conception et fabrication de luminaires d'éclairage public	LENZI	Industrie	36
Conception, réalisation et vente de matériels liés à l'eau et matériels scientifiques divers pour l'agronomie , la science du sol, le nucléaire et l'environnement.	SDEC	Industrie	37
Skin'Up crée et distribue des textiles intelligents aux applications dans les domaines de la minceur, de la beauté, du paramédical et du sport.	SKIN'UP	Industrie	37
Transformation d'une intention de design en éléments de mobilier fabriqués, livrés et installés	STAL INDUSTRIE	Industrie	41
Carrossier constructeur de véhicules spéciaux	TOUTENKAMION	Industrie	45
Transport et logistique	TRANSPORT LUCIEN ROBINET	Industrie	45
Conception, fabrication, commercialisation de systèmes de direction pour le secteur automobile et des engins professionnels	TRAVERN TECHNOLOGY	Industrie	41
Import et distribution de jeux et jouets	WDK GROUP PARTNER	Commerces et distribution	37
Conception, fabrication, commercialisation d'accessoires pour le cycle	ZEFAL	Industrie	45

Les priorités des Accélérés en matière de croissance pour les 2 ans



Les sujets que les Accélérés souhaitent aborder dans le cadre du programme



La **motivation des Accélérés** en quelques mots



**« sortir du quotidien et
s'ouvrir à de nouvelles pratiques »**

« structurer notre démarche pour continuer à croître »

**« C'est l'opportunité de faire un 360° de
notre entreprise, de faire progresser
l'équipe de direction et affiner notre
stratégie »**

« Faire fleurir tout le savoir-faire que nous avons »

**« Booster l'entreprise
et remettre à plat »**

**« Prendre du recul et mieux structurer les prochaines étapes de
développement. »**

« Faire grandir le comité de direction »

« Donner un nouvel élan à notre entreprise familiale »

« Repositionner la stratégie »

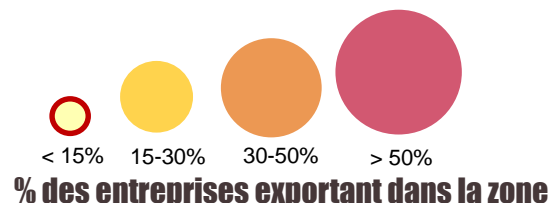
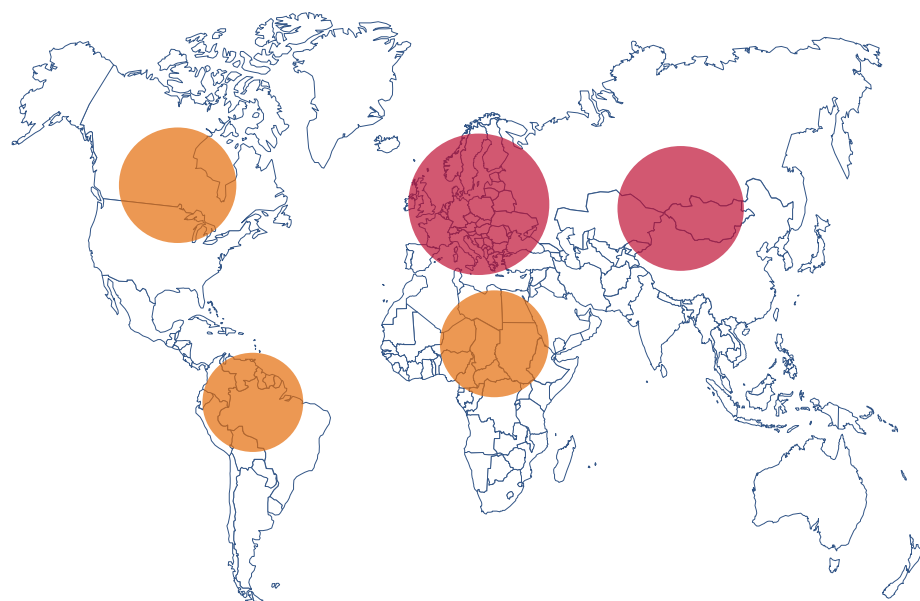
**« Avoir un œil neuf sur notre entreprise, partager avec d'autres entreprises, apprendre ,
grandir»**

02.

Panorama des enjeux et des attentes

Les Accéléérés et l'international

Des entreprises **fortement présentes** à l'international



88%
Des entreprises
exportent



Top 3 des pays de présence :

- Belgique (81%)
- Espagne (75%)
- Royaume-Uni (69%)

75%
Des entreprises ont
1 projet de
développement
à l'international



Top 3 des zones cibles:

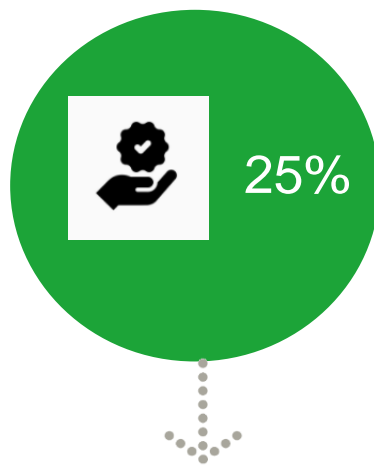
- Europe (63%)
- Amérique du nord (25%)
- Asie et Pacifique (19%)

Les Accéléérés et l'international

Capacité d'adaptation à un environnement international



69% des entreprises ont traduit leur site internet en plusieurs langues



... Des entreprises déclarent avoir déposé leur marque dans plusieurs pays

Challenges rencontrés par les entreprises dans leur développement à l'international

- 1 Connaissance marché des pays
(pour 57% des entreprises)
- 2 Etablissement de contacts locaux
(pour 38% des entreprises)
- 3 Stratégie de distribution
(pour 38% des entreprises)
- 4 Barrière de la langue
(pour 38% des entreprises)

Les Accélérés et le **recrutement**

Des difficultés à trouver les **bons candidats**



88% des entreprises
ont des **difficultés à
recruter**

Les plus grandes
difficultés
concernent le poste d'
ouvrier qualifié
pour **82%**
d'entre elles

Principales difficultés identifiées :

Manque de candidats: **63%**

Inadéquation des profils: **50%**



le nombre moyen de **recrutements**
espérés pour **l'année à venir** parmi
les entreprises souhaitant augmenter leur
effectif (soit 88% des entreprises)

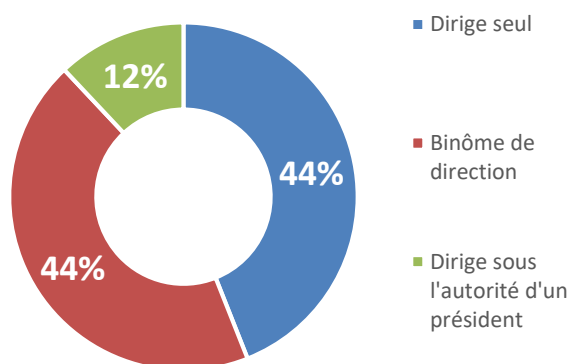
Principaux canaux de recrutement

Agences intérimaires	Réseau/ cooptation	Pôle emploi
69%	63 %	63%

Les Accélérés : **gouvernance** & **transmission**

Des patrons qui dirigent **seuls ou en binôme**

... avec un comité de direction



■ Dirige seul

■ Binôme de direction

■ Dirige sous l'autorité d'un président

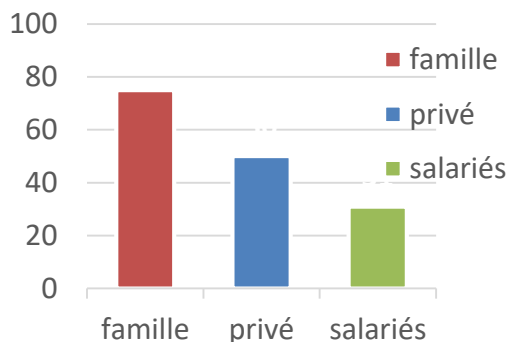
94%

ont mis en place **un comité de direction** ou exécutif

44%

n'ont **jamais** effectué de levée de fonds

Type d'actionnariat (en % d'entreprises)



■ famille

■ privé

■ salariés

75% déclarent au moins un actionnaire de type « familial »

La **transmission**, un sujet de long terme

... 2 dirigeants sur 3 ne l'envisagent pas pour l'instant

Seuls **25%** des dirigeants envisagent une **transmission** de leur entreprise

50% d'entre eux l'envisagent à long-terme



48 ans d'âge moyens des entreprises

1870
Année de fondation de
Avignon Ceramic
doyen de la promo

Les Accélérés & la **croissance externe**

Des sujets de **croissance externe**

31%

des entreprises
ont déjà réalisé une
opération de
croissance externe

56%

souhaitent réaliser
une opération de
croissance externe
dans les 5 ans

4 principales difficultés rencontrées lors des opérations de croissance externe

1

Prix d'acquisition trop élevé
(pour 60% des entreprises)

2

Identification des cibles
(pour 40% des entreprises)

3

Sous-estimation du temps et
des coûts d'intégration
(pour 20% des entreprises)

4

Technicité de l'opération
(pour 20% des entreprises)

Les Accélérés : le **digital** & les **opérations**

Le digital, un enjeu bien identifié...

Les opérations, des démarches engagées...

...des chantiers à mener

100%

déclarent avoir
des projets de
transformation
digitale

38 %

utilisent leur
Site web
pour acquérir des
clients

50%

ont un responsable
des questions
digitales

44%

ont un
CRM

56%

mesurent la performance Qualité/ Coûts/ Délai

44%

disposent de certifications/ labels

69%

des entreprises jugent « moyen » le niveau
d'automatisation de leur moyens de production

38%

ont un processus de gestion prévisionnelle
des capacités

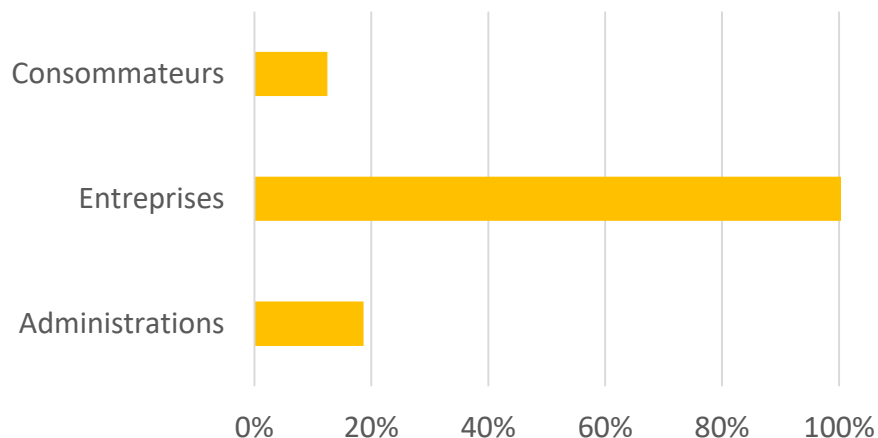
19%

ont engagé une programme d'excellence
opérationnelle

Les Accélérés : leurs clients & leurs fournisseurs

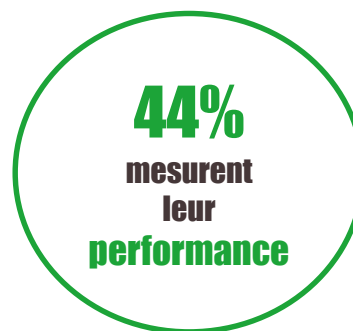
Leurs clients

Majoritairement du B2B



38 %
ont une
stratégie de
fidélisation
clients

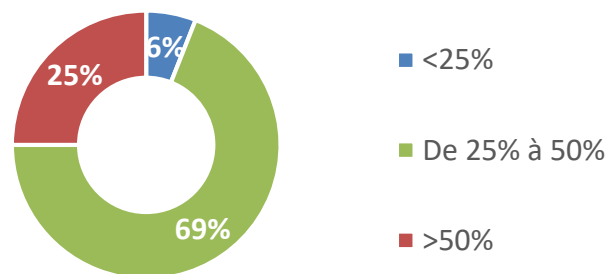
Leurs fournisseurs



Principaux critères de sélection

- 1 TECHNITÉS DE LEURS SOLUTIONS/ PRODUITS (pour 94 % des entreprises)
- 2 PRODUITS (pour 94 % des entreprises)
- 3 PROXIMITÉ GEOGRAPHIQUE (pour 75% des entreprises)

Quelle part des achats par rapport au CA ?



Les Accélérés : **Marque** & **RSE**

Une sensibilité à la question
de la marque

RSE, une prise de conscience, un engagement à poursuivre

69%

Des entreprises
ont déposé
leur marque

25%

Des entreprises
déclarent avoir une
stratégie formalisée
de marque

En matière environnementale

63%

Des dirigeants déclarent avoir une
politique environnementale
dynamique

56%

Des dirigeants ont des projets de
démarches environnementales
dans les 12 à 18 prochains
mois

En matière sociale

69%

Des dirigeants considèrent que leur
activité a un impact social

En matière de gouvernance

75%

Des dirigeants considèrent la
gouvernance comme un enjeu RSE

Centre-Val de Loire
accélérateur
PME



Un programme d'accompagnement sur mesure au service
des ETI de demain

bpifrance



MERCI !