

Accélérateur Aix-Marseille-Provence

Présentation de la promotion 2020

01. Photographie de la promotion

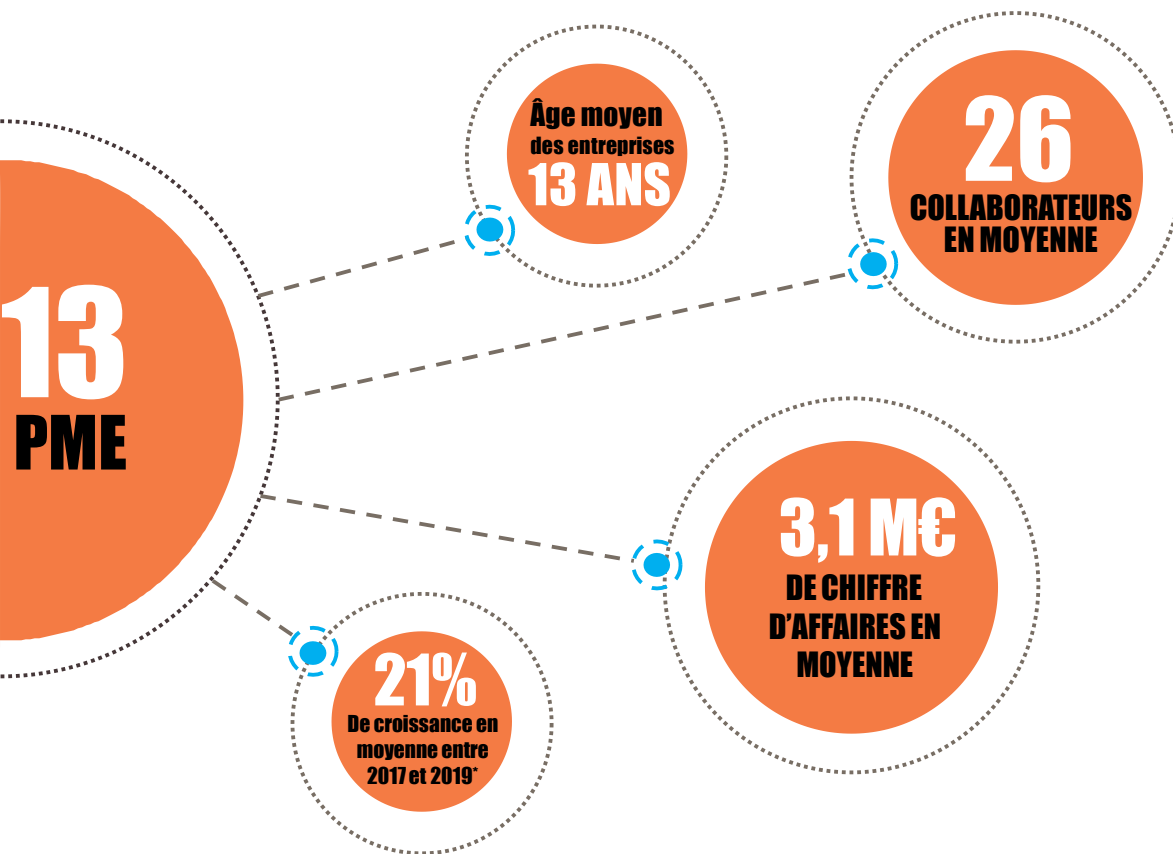
02. Panorama des enjeux et des attentes

01.

Photographie de la promotion

Les Accélérés en bref

13 entreprises qui créent de la valeur



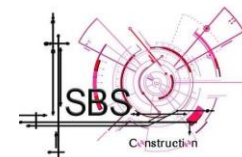
*: en taux de croissance annuel moyen

Les Accélérés en bref

13 entreprises qui créent de la valeur



- 3D BIOTECH
- BLANCHISSERIE 2000
- BIOPOOLTECH
- CATOVA
- COLOR GROUP EXPERIENCE
- IDMED
- LECYCLO
- MIG – MAINTENANCE INDUSTRIELLE GENERALE
- NEUROSERVICE
- RS DEVELOPPEMENT
- SOLEO
- SUD CONSTRUCTION
- VIAXOFT



Les Accélérés en bref

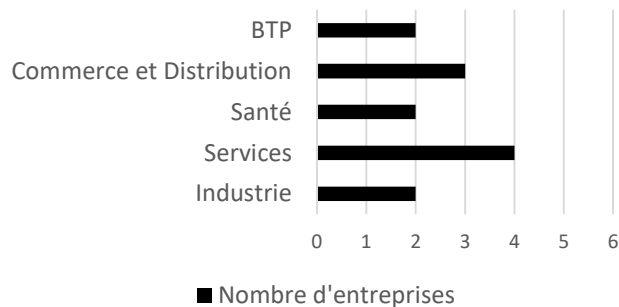
13 entreprises qui créent de la valeur

SOCIETE	DESCRIPTION DE L'ACTIVITE	COMMUNE
3D BIOTECH	Imprimantes 3D, caméras scan, et autres technologies à destination du secteur dentaire	AIX-EN-PROVENCE
BIOPOOL TECH	Conception et commercialisation de piscines modernes, écologiques et connectées	AIX-EN-PROVENCE
BLANCHISSERIE 2000 (B2000)	Entretien et ou location de linge de table, de lit, de vêtements de travail professionnels, d'EPI et de linge de résident	AUBAGNE
CATOVA	Spécialiste du vêtement de travail (vêtement d'image, vêtement technique, équipements de protections individuelles)	MARSEILLE
COLOR GROUP EXPERIENCE	Opérateur touristique	MARSEILLE
IDMED	Fabrication de dispositif médicaux pour professionnels de la santé	MARSEILLE
LECYCLO	Vente en ligne d'accessoires de vélo de ville	MARSEILLE
MAINTENANCE INDUSTRIELLE GENERALE	Fabrication de structures métalliques et de parties de structures	AIX-EN-PROVENCE
NEUROSERVICE	Société de service à l'industrie pharmacologique (CRO), tests pharmacologiques in vitro	FOS-SUR-MER
RS DEVELOPPEMENT	Laboratoire d'analyses industrielles	AIX-EN-PROVENCE
SOLEO	Genie climatique CVC	MARSEILLE
SUD BATIMENTS SERVICES	Maçonnerie Générale	MARSEILLE
VIAXOFT	Editeur d'une plateforme de gestion à destination des acteurs du tourisme	MARSEILLE

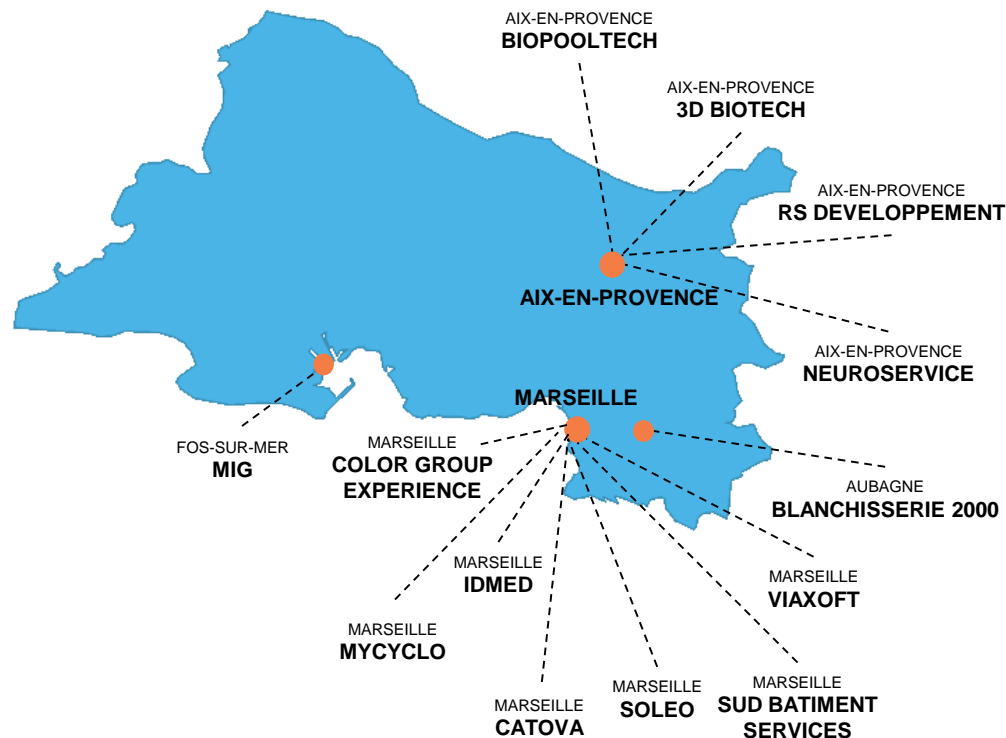
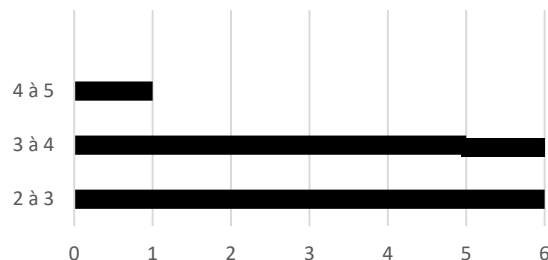
Les Accélérés en bref

13 entreprises qui créent de la valeur

Une promotion diversifiée

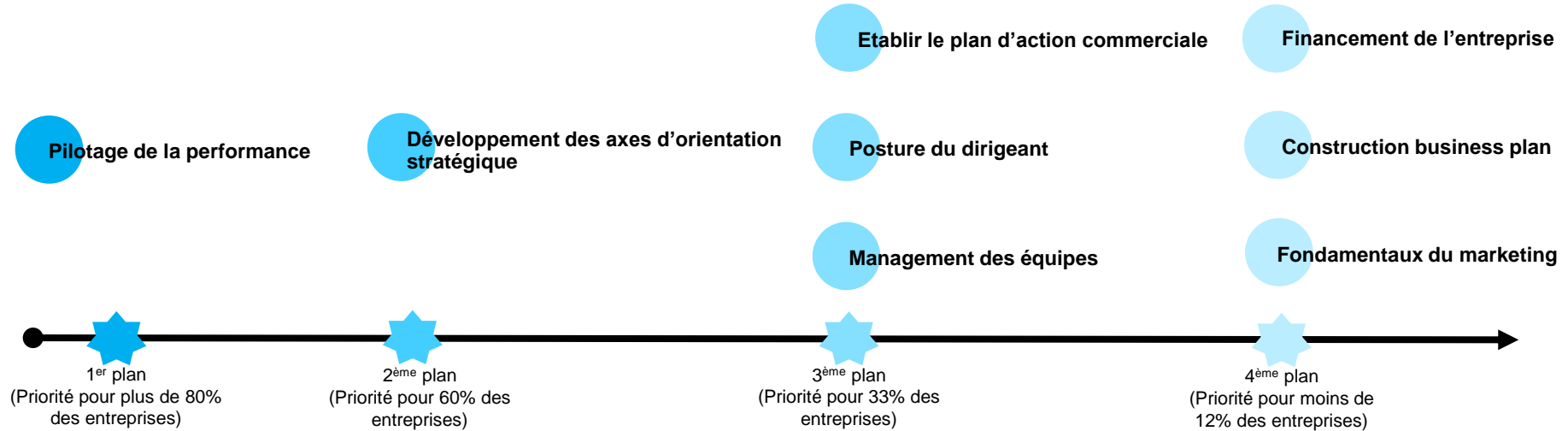


Représentation en termes de CA (M€)



Les Accélérés en bref

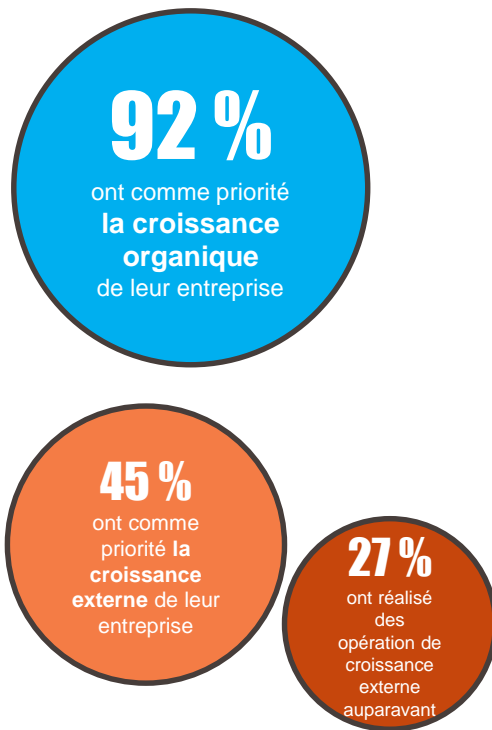
Les attentes vis-à-vis du programme



02.

Panorama des enjeux et des attentes

2 priorités : la croissance organique et la croissance externe



Une démarche de formalisation du business à continuer



Des besoins clairement identifiés...

81% des accélérés ont identifié leurs compétences en interne et les besoins futurs pour un bon développement

...Mais de grosses difficultés pour recruter

100% des accélérés ont des difficultés à recruter, notamment des:

Cadres

Managers

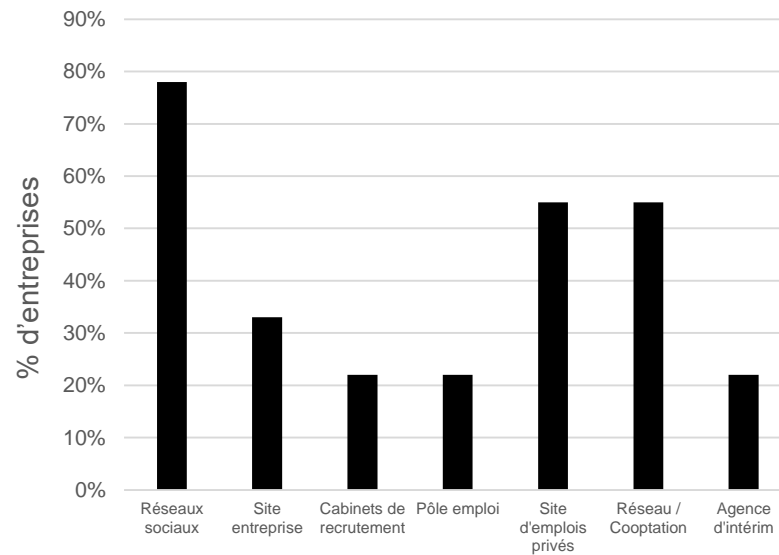
Opérateurs

Commerciaux

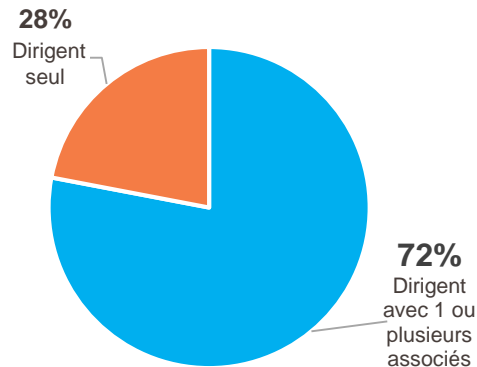
6

Est le nombre moyen de recrutements
par entreprise prévus
pour l'année à venir

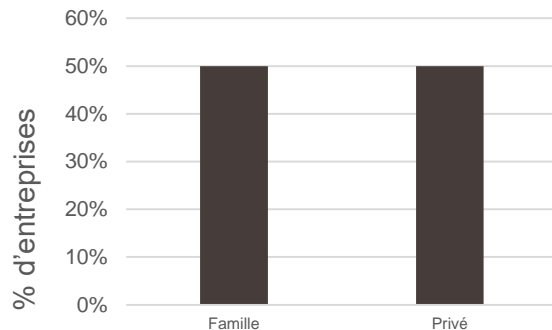
Des canaux de recrutement variés



Des dirigeants qui pilotent collégialement



Un actionnariat équilibré



54%

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

45%

ont déjà ouvert leur capital

18%

envisagent de transmettre leur entreprise

14 ans
d'âge
moyen des
entreprises

1998
fondation
de
CATOVA
doyen de
la promo

Les Accélérés

Le développement commercial

Une volonté de conquérir de nouveaux marchés...

73 %

souhaitent ouvrir de nouveaux marchés durant le programme

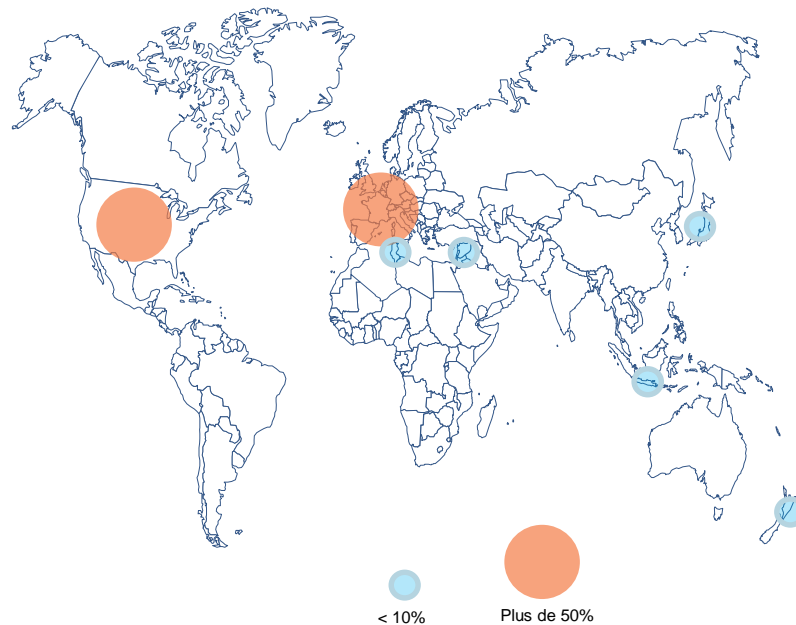
54 %

souhaitent renforcer leur équipes commerciale

36 %

souhaitent se diversifier

... notamment à l'international



63%

Souhaitent se développer à l'international

54%

Des entreprises exportent

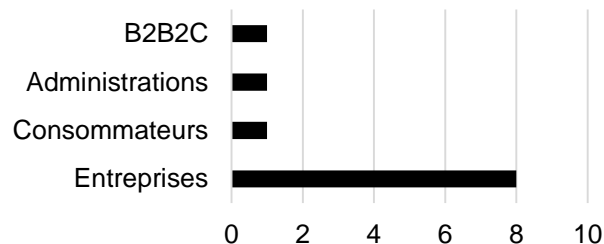
% des entreprises exportant dans la zone

Les Accélérés

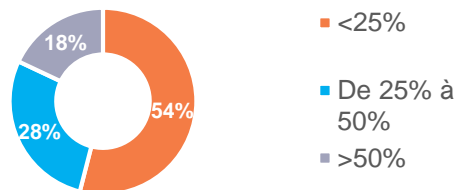
Les clients et fournisseurs

Les clients

Des entreprises majoritairement positionnées sur le B2B

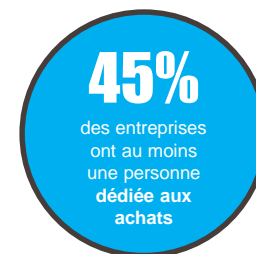


Proportion des ventes totales représentées par le client principal

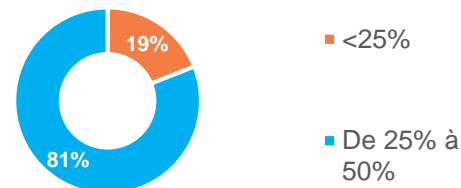


Les fournisseurs

Une fonction achat à structurer



Part du CA consacrée aux achats



Les Accélérés

Le digital et l'innovation

Un enjeu de digitalisation relativement bien identifié...

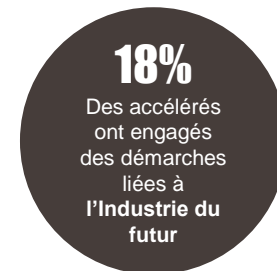
73% des accélérés ont des projets de digitalisation sur l'année

... dont la mise en œuvre reste à opérer :

Axes prioritaires de digitalisation :

- 1** Digitalisation de la production
(transformation digitale, usine 4.0, ERP, Capteurs, Contrôle numérique...)
- 2** Digitalisation de la vente
(point de vente connecté, site web, CRM...)

Des démarches d'innovation à accentuer



Les Accélérés

La marque et la RSE

Une sensibilité à la question de la marque et de l'image

63%

des accélérés
ont déposé
leur marque

72%

des accélérés
ont des
compétences en
**Marketing et
Communication**

Une prise de conscience émergente sur les enjeux de RSE

54%

Des accélérés mènent des actions RSE dans leur entreprise

Quelques exemples d'actions RSE



Recyclage des emballages, lavage écologique des bus, études sur la transition énergétique des bus...



Coaching par un expert RH en management participatif



Obtention du label « Emplitude »



« Degun sans Stage », Recyclage des capsules Nespresso, Poubelles de tri sélectif, Don du sang, Goodies écologiques/réfléchis...

Le trombinoscope de la promotion



CHRISTOPHE JONVILLE
VINCENT ROBUR
3D BIOTECH



EMMANUEL BERTHOD
BIOPOL TECH



DIDIER HENON
FRANCE HENON
ROMAIN HENON
BLANCHISSERIE 2000



ERIC DOUCET
CATOVA



JULIEN GUEDJ
COLOR GROUP EXPERIENCE



THIERRY BAGNOL
IDMED



CHRISTOPHE RIBOT
MORGAN HINQUE
MIG



BRUNO BUISSON
NEUROSERVICE



DAVID REBEYREN
RS DEVELOPPEMENT



NICOLAS CHATELAIN
SOLEO



ERCAN BALDIZ
SUD BATIMENT SERVICES



ERIC BARTHELEMY
VIAXOFT



MERCI !