ETI

championnes des territoires, taillées pour l'international

Les ETI à l'international, à l'épreuve de la COVID-19

Etude - Juillet 2020

MEDEF INTERNATIONAL

METI MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE LES ENTREPRISES DE LONG TERME

INFLUO STRATEGIC IMPACT

Sommaire

01 **Édito**
Pages : 4 - 5

02 **Résumé de l'étude**
Pages : 6 - 13

COVID-19
Un impact significatif sur la dynamique internationale des ETI
Pages : 8 - 9

ETI à l'international
La démonstration d'un esprit de conquête
Pages : 10 - 11

03 **Focus**
Les ETI à l'international face à la Covid-19
Pages : 14 - 19

04 **Étude :**
Championnes des territoires, taillées pour l'international
Pages : 20 - 43

05 **Monographies**
L'esprit de conquête illustré par 16 championnes des territoires
Pages : 44 - 53

06 **À propos**
Pages : 54 - 59

Edito

Depuis le mois d'octobre 2019, MEDEF International et le Mouvement des Entreprises de Taille Intermédiaire (METI), en partenariat avec Inuo Strategic Impact, ont travaillé avec plus de **250 dirigeants d'ETI** pour connaître les stratégies d'internationalisation de leurs entreprises, avant et après l'épidémie de la COVID-19.

Souvent leaders européens ou mondiaux dans leur secteur d'activité, les ETI témoignent d'une agilité et d'une vision de long terme qui leur permettent de se développer durablement à l'international tout en restant fidèles à leurs territoires. Avant la crise, elles réalisaient 34% des exportations françaises alors même qu'elles ne représentent que 4% du nombre des exportateurs !

Cette dynamique n'a toutefois pas manqué d'être freinée par la crise que nous traversons : 60% des ETI constatent une baisse de leur chiffre d'affaires à l'international au premier semestre 2020. Pour 22% d'entre elles, cette baisse est supérieure à un quart de leur chiffre d'affaires.

Pourtant, **la forte présence internationale qui les caractérise – via les exportations ou les implantations – a joué un rôle important d'amortisseur face à la crise :** la diversification de leur exposition, notamment, a permis à la majorité d'entre elles de résister et de maintenir les emplois dans les territoires.

Grâce à cette étude et aux entretiens qualitatifs réalisés pendant le mois de juin 2020, nous pouvons affirmer que **la crise n'a pas entravé l'esprit de conquête qui caractérise les ETI même si elles en ressortent fragilisées.** Rares sont celles qui ont annulé à ce jour leurs projets de développement à l'international. Dans certains cas, elles ont même accéléré leur mise en œuvre !

La résilience caractéristique dont témoignent une nouvelle fois ces championnes des territoires sera un levier majeur de la relance économique de notre pays, et du redressement de notre commerce extérieur.

Elle le sera d'autant plus si ces entreprises peuvent enfin se développer à armes égales avec leurs concurrents, notamment européens : **c'est en effet l'un des enseignements de cette étude, que de souligner combien les conditions de compétitivité nationales sont un facteur de réussite à l'international.**

A l'heure où le Gouvernement français affine son plan de relance, il est impératif de tenir compte de cet actif stratégique que constituent pour la France les ETI internationalisées ou en voie d'internationalisation.

C'est le message principal que nous souhaitons porter à travers cette étude.

Frédéric SANCHEZ
Président, FIVES
Président de MEDEF International

Sylvie BERNARD-GRANDJEAN
Directrice générale, REDEX
Co-Présidente de la Commission Internationale du METI

Olivier SCHILLER
Président, SEPTODONT
Co-Président de la Commission Internationale du METI

Résumé de l'étude

COVID-19 :

Un impact significatif sur la dynamique des ETI à l'international

Résumé de l'étude

Chiffres clés

COVID-19

Un impact significatif sur la dynamique internationale des ETI

1er semestre 2020

60%

des ETI constatent une baisse (38%) ou une forte baisse (22%) de leur chiffre d'affaires (CA) à l'international au 1er semestre 2020.

Exercice 2020

57%

des ETI anticipent, sur l'ensemble de l'année 2020, une baisse (45%) ou une forte baisse (12%) de leur CA à l'international.

Près d'un quart des ETI anticipent en revanche une hausse.

72,5%

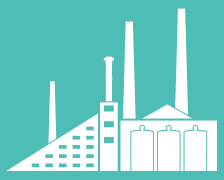
des ETI estiment que leur présence à l'international les a aidées à surmonter la crise.

La crise a surtout eu pour conséquence de reporter ou ralentir les projets de développement à l'international (85,5%).

Seules 13% des ETI les ont annulés.

+50%

des ETI pensent que la crise pourrait permettre de consolider leurs positions sur des marchés existants et/ou d'acquérir des concurrents.



71%

des ETI souhaitent restaurer en priorité la compétitivité du site France, notamment en baissant la fiscalité de production, pour accompagner leur développement à l'international dans le contexte de relance.

45%

des ETI estiment par ailleurs que des aides financières à l'export seraient utiles pour conquérir de nouveaux marchés.

1/5

Pour près d'une ETI sur cinq, le développement et la simplification du dispositif VIE (Volontariat International en Entreprise) seraient utiles pour répondre aux enjeux de ressources humaines des ETI à l'international.

Résumé de l'étude

Chiffres clés

ETI à l'international

La démonstration d'un esprit de conquête

I. Ancrées dans les territoires, les ETI sont aussi des entreprises très internationalisées :

67% des ETI réalisent plus de 25% de leur CA à l'international

27% des ETI réalisent plus de 75% de leur CA à l'international

II. Les ETI sont animées par un fort esprit de conquête à l'international, quelle que soit leur taille :

Si l'Europe occidentale apparaît comme le « marché domestique » des ETI, leur terrain de conquête est véritablement mondial :

70% présentes en Europe occidentale

45% présentes en Amérique du Nord (dont Mexique)

35% présentes en Chine

L'Afrique est un marché porteur où les ETI sont déjà bien établies :

41% présentes en Afrique du Nord

27% présentes en Afrique de l'Ouest

III. Les perspectives de développement confirment cet esprit de conquête à l'international :

50%

des ETI veulent notamment consolider leur présence en Europe

IV. Pour se développer à l'international, les ETI mobilisent leurs fonds propres

93%

des ETI mobilisent en priorité leurs fonds propres pour financer leurs projets à l'international, les financements publics ne jouant qu'un rôle secondaire dans le financement des ETI (30%).

Le développement à l'international des ETI passe essentiellement par l'export et l'investissement :

62%

des ETI en devenir privilégient l'export

57%

des grandes ETI privilégient l'investissement

V. Les ETI sont freinées dans leur développement international par des enjeux de ressources humaines

45%

des ETI se disent freinées par des enjeux de ressources humaines pour aller à l'international

33%

des ETI pointent également le manque d'accompagnement des pouvoirs publics.

Méthodologie

Les résultats proviennent d'un sondage mené conjointement par le METI et MEDEF International auprès d'entreprises de taille intermédiaire (ETI). Les résultats ont été analysés par Inuo Strategic Impact, cabinet de conseil spécialisé dans les stratégies de croissance à l'international, qui a également conduit les entretiens de validation auprès des dirigeants d'entreprises « championnes des territoires à l'international ».

L'ENQUÊTE A ÉTÉ RÉALISÉE EN DEUX PHASES

La première phase, réalisée à l'automne 2019, a pris la forme d'un sondage en ligne, auquel 253 ETI ont répondu. Après vérification des résultats, élimination des doublons, réponses incomplètes ou venant d'entreprises éloignées de la définition INSEE des ETI, 165 réponses exploitables ont été analysées.

LE PROCESSUS D'ANALYSE

Fiabilisation de la base de données

- Fiabilisation et enrichissement de la base de données
- Ensemble redimensionné à 165 réponses pour le sondage de 2019

Description des réponses

- Provenance des entreprises par région
- Taille des entreprises (chiffre d'affaires, nombre de salariés)
  → 3 catégories d'ETI retenues
- Secteur d'activité des entreprises

Indice d'internationalisation

- Couverture mondiale et indice d'internationalisation
- Proportion de chiffre d'affaires réalisée à l'international

La publication des résultats de cette première phase, prévue en avril, a cependant dû être reportée à cause de la crise sanitaire.

Une deuxième phase a donc été lancée à la fin de la crise, en juin 2020, pour valider les résultats antérieurs tout en incluant des questions complémentaires relatives à l'impact de la crise. Un second sondage quantitatif a été mené spécifiquement sur ce thème auprès de la population d'ETI sondée fin 2019. Puis, des entretiens qualitatifs d'une heure ont été conduits avec 16 dirigeants d'entreprises ayant répondu aux deux questionnaires des deux phases, pour comprendre en profondeur leur gestion de la crise et la dynamique des ETI à l'international.

Ces entretiens ont fait l'objet de comptes rendus et d'une synthèse jointe au dossier ainsi que d'une préparation de 16 « monographies » illustrant la stratégie et la position internationale de ces ETI « championnes des territoires à l'international ».

CATÉGORIES D'ETI

	Chiffre d'affaires		Nombre de salariés
ETI en devenir	Entre 10 et 50 M€	ET	Entre 0 et 250
Moyennes ETI	Entre 50 et 500 M€	OU	Entre 250 et 500
Grandes ETI	CA > 500 M€		

INDICE D'INTERNATIONALISATION

Indice d'internationalisation	**Faible**	**Moyen**	**Fort**	**Très fort**
CA à l'international	0 à 25%	26 à 50%	51 à 75%	76 à 100%

- Pour faciliter la lecture, la plupart des pourcentages affichés sur les graphiques présentés dans l'étude ont été arrondis à l'unité. Ainsi, en raison de ces arrondis, la somme des réponses n'atteint pas toujours 100 %.

- Pour d'autres graphiques présentant les résultats à des questions à choix multiples, le nombre de réponses n'est pas égal au nombre de répondants, car chaque entreprise a pu choisir plusieurs réponses. Ainsi, le pourcentage de réponses résultant peut dépasser 100%.

FOCUS

Les ETI à l'international face à la COVID-19

Focus

LES ETI À L'INTERNATIONAL FACE À LA CRISE DE LA COVID-19

L'impact de la crise sur l'activité en France et à l'international

L'impact de la crise a été globalement fort pour les ETI

Pour la majorité des ETI, la crise a eu un impact significatif sur leur activité à l'international. En effet, 60% des ETI constatent une baisse (38%) ou une forte baisse (22%) de leur chiffre d'affaires (CA) à l'international au premier semestre 2020. Sur l'ensemble de l'année, plus de la moitié des ETI anticipent une baisse de leur CA à l'international. Les ETI ont toutefois été affectées de manière différenciée dans le temps : pour certaines ETI spécialisées dans les dispositifs médicaux et les médicaments par exemple, les activités ont dans un premier temps connu un pic d'activité, en raison d'une forte demande, au moment où l'activité se réduisait considérablement dans d'autres secteurs d'activité. En mai et en juin, leurs activités ont cependant ralenti à cause des effets de stockage mais aussi à cause de problèmes conjoncturels liées à la crise (pénurie de certains produits, réorganisation des hôpitaux et de la demande, etc.)

Certains secteurs économiques ont été épargnés

Si certaines entreprises ont pu traverser la crise sans être trop fortement impactées à l'international, elles le doivent à une résilience spécifique aux ETI et à leur solidité financière d'avant-crise : 28% des ETI ont « maintenu » leur CA à l'international au premier semestre 2020 (entre -5% et +5% de CA sur le S1 2020) et 22% des ETI envisagent un maintien de leur CA à l'international sur l'ensemble de l'année. 4% des ETI ont même connu une forte hausse de leur activité à l'international (> 25%) pendant la période de crise.

De manière générale, les ETI les moins touchées sont celles dont :

- l'activité a été nécessaire à la gestion de la crise sanitaire ;

-l'activité a été jugée essentielle et stratégique par les autorités ou considérée comme un secteur refuge (numérique, énergies renouvelables, agro-alimentaire, alimentation, etc.).

La présence à l'international des ETI a permis de contrebalancer la chute d'activité sur le marché domestique

La crise a été mondiale et n'a épargné aucune géographie. Toutefois, les ETI internationalisées ont pu mieux apprécier les conséquences de l'épidémie voire les anticiper. Ainsi, 72,5% des ETI estiment que leur présence à l'international les a aidées à surmonter la crise, notamment en contrebalançant les effets du confinement en France.

La reprise économique est malgré tout jugée incertaine pour les ETI. Même si la reprise est effective pour la plupart d'entre elles en France et à l'international depuis le mois de juin, la dynamique reste encore relativement faible. De nombreux dirigeants s'inquiètent sur leurs perspectives pour le second semestre 2020 et l'année 2021. La reprise constatée est-elle durable ou ne s'agit-il que d'une phase de rattrapage ? De manière générale, les ETI anticipent un retour « à la normale » à partir de l'année 2021.

Les perspectives de développement des ETI à l'international n'ont pas été durablement impactées par la crise

La trajectoire internationale des ETI se confirme sur le long terme malgré la crise

Si la crise a considérablement freiné certains projets de développement en cours ou prévus pendant la crise (86% des ETI indiquent avoir reporté ou ralenti leurs projets d'investissements à l'international), elle n'a pas durablement impacté la vision stratégique à long terme des ETI. En effet, près de 80% des ETI entendent conserver leur stratégie de développement international d'avant crise.

Les seuls désengagements ou ralentissements d'activité concernent des zones précises et constituent majoritairement des décisions stratégiques prises avant la crise. Seules 6% des ETI n'envisagent pas de maintenir leurs perspectives de développement à l'international.

La crise ouvre de nouvelles perspectives de croissance à l'international, renforce et accélère des stratégies déjà pressenties

Pour certaines ETI, la crise a permis de confirmer certaines stratégies d'avant-crise voire même de les renforcer : pour 17% des ETI, la crise va accélérer des projets à l'international.

Les opérations de croissance externe pourraient ainsi générer de nouvelles opportunités de développement à l'international : pour plus de la moitié des ETI, la crise pourrait permettre de consolider leurs positions sur des marchés existants et/ou d'acquérir des concurrents.

Certaines ETI ont même profité de l'ouverture des frontières européennes en juin pour rencontrer un partenaire.

Une recomposition du panorama concurrentiel se profile, et certaines ETI pourraient en bénéficier.

De manière générale, la possibilité d'acquérir des sociétés à l'international dépendra de la capacité financière des ETI et la visibilité post-Covid. La crise a permis à de nombreuses ETI d'identifier de nouveaux leviers de croissance (numérisation, nouvelles technologies, recrutement, réorganisation). Certaines ETI espèrent bénéficier de certaines réglementations pour développer leurs activités (secteur environnemental, médical, industriel par exemple).

Pour les ETI, la priorité du plan de relance à l'international doit passer par une restauration de la compétitivité du site France, seule véritable mesure qui permettrait d'assurer une reprise économique durable. En effet, pour 71% des ETI, restaurer la compétitivité du site France, notamment en baissant la fiscalité de production, est une priorité pour accompagner leur développement à l'international dans le contexte de relance.

Par ailleurs, 45% des ETI estiment que des aides financières à l'export, adaptées aux ETI, seraient utiles pour conquérir de nouveaux marchés ou consolider une présence à l'international.

Enfin, pour près d'une ETI sur cinq, le développement et la simplification du dispositif VIE (Volontariat International en Entreprise) seraient utiles pour répondre aux enjeux de ressources humaines des ETI à l'international.

« L'international nous donne l'opportunité de rebondir ! »

10 juin 2020
Sylvie BERNARD-GRANDJEAN
Redex, Directrice générale

« L'international est un vrai amortisseur pour surmonter une crise ! »

04 juin 2020
Olivier SCHILLER,
Septodont, Président

« Plus que jamais, l'international est au cœur de notre stratégie ! »

16 juin 2020
Jean-Thomas SCHMITT,
Heppner, Directeur général

« L'international, c'est une condition pour rester leader sur notre métier ! »

17 juin 2020
Tristan FARABET,
Groupe Pochet, Directeur général

« L'international, ce sont des opportunités de croissance sur des marchés porteurs ! »

19 juin 2020
Baptiste JANIAUD,
Séché Environnement, Directeur financier

« Flexibilité, résilience et curiosité : quand on aligne cela, l'international, c'est un succès pour une ETI ! »

12 juin 2020
Nicolas BERARD,
Valorem, Directeur du développement international

« L'international, c'est ce que nous sommes, puisque nous réalisons 95% de notre CA à l'étranger ! »

19 juin 2020
Thibaut HYVERNAT,
Sterimed, Président directeur général

« L'international est la principale source de croissance et de rebond possible pour une ETI industrielle comme la nôtre ! »

19 juin 2020
Hubert de BOISREDON,
Armor, Président directeur général

« La crise n'a pas arrêté nos projets de croissance, aussi bien organiques qu'externes. »

12 juin 2020
Laurent MUSY,
Terreal, Président directeur général

« Une ETI qui ne va pas à l'international risque de se marginaliser ! »

17 juin 2020
Tristan FARABET,
Groupe Pochet, Directeur général

« L'international, c'est pour nous la possibilité d'accompagner le développement des marchés de la transition écologique à l'échelle mondiale ! »

19 juin 2020
Baptiste JANIAUD,
Séché Environnement, Directeur financier

« Je ne conçois pas de croissance pour une ETI sans passage par l'international ! »

10 juin 2020
Stéphane REGNAULT,
Vygon, Président du directoire

« L'international crée des opportunités business grâce à l'adaptation locale de nos solutions globales ! »

19 juin 2020
Fabien SIGUIER,
Adisseo, Vice-président exécutif Ressources humaines et Transformation

« L'international, c'est dur et risqué, mais ça crée une diversité de situations business passionnantes ! »

19 juin 2020
Vincent BERNARD,
Webhelp, Group Managing Director

« L'international, c'est pour nous à la fois essentiel et le quotidien ! »

10 juin 2020
Jérôme PERROD,
Buffet Crampon, Président du directoire

« L'international c'est la pérennité ! »

12 juin 2020
Catherine MALLET,
ACTIA Group, Membre du directoire

« Dans nos métiers, il faut être très local dans chaque pays. »

12 juin 2020
Laurent MUSY,
Terreal, Président directeur général

« L'international c'est 90% du marché de la santé. C'est donc un enjeu majeur pour notre ETI ! »

16 juin 2020
Arnaud GOBET,
Innothera, Président directeur général

« Pour Clestra, l'international c'est passionnant et c'est naturel ! »

17 juin 2020
Vincent PAUL-PETIT,
Clestra Hauserman, Président-directeur général

« L'international, c'est une condition pour rester leader sur notre métier ! »

17 juin 2020
Tristan FARABET,
Groupe Pochet, Directeur général

Etude

1ère Partie

L'impact de la crise de la COVID-19 sur l'internationalisation des ETI

La première enquête entièrement dédiée à l'internationalisation des ETI

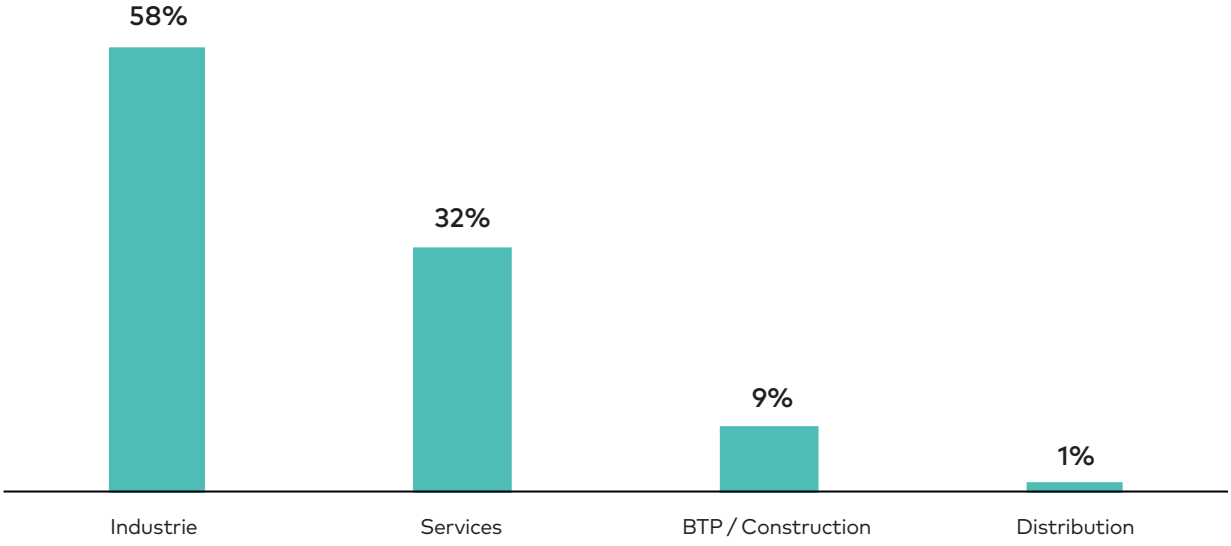
Étude

Principaux enseignements

PLUS DE LA MOITIÉ DES ETI AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE COVID-19 EST INDUSTRIELLES

Distribution des ETI par secteur d'activité

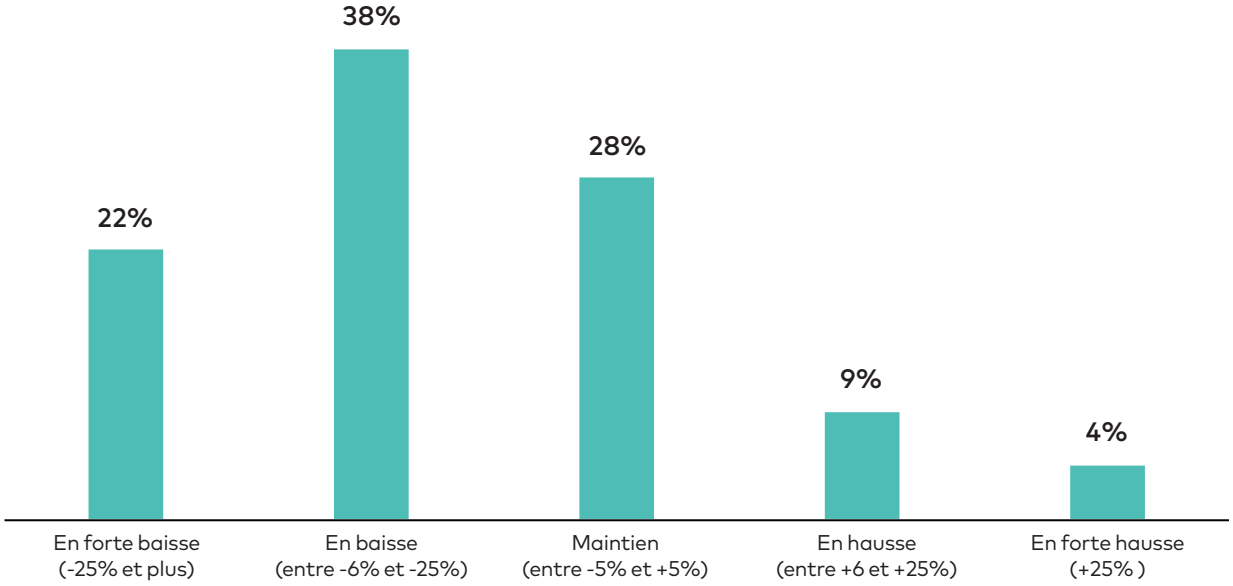
(en % d'entreprises de l'ensemble)



60% DES ETI CONSTATENT UNE BAISSE (38%) OU UNE FORTE BAISSE (22%) DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES À L'INTERNATIONAL AU S1 2020

Evolution du CA prévu au S1 2020

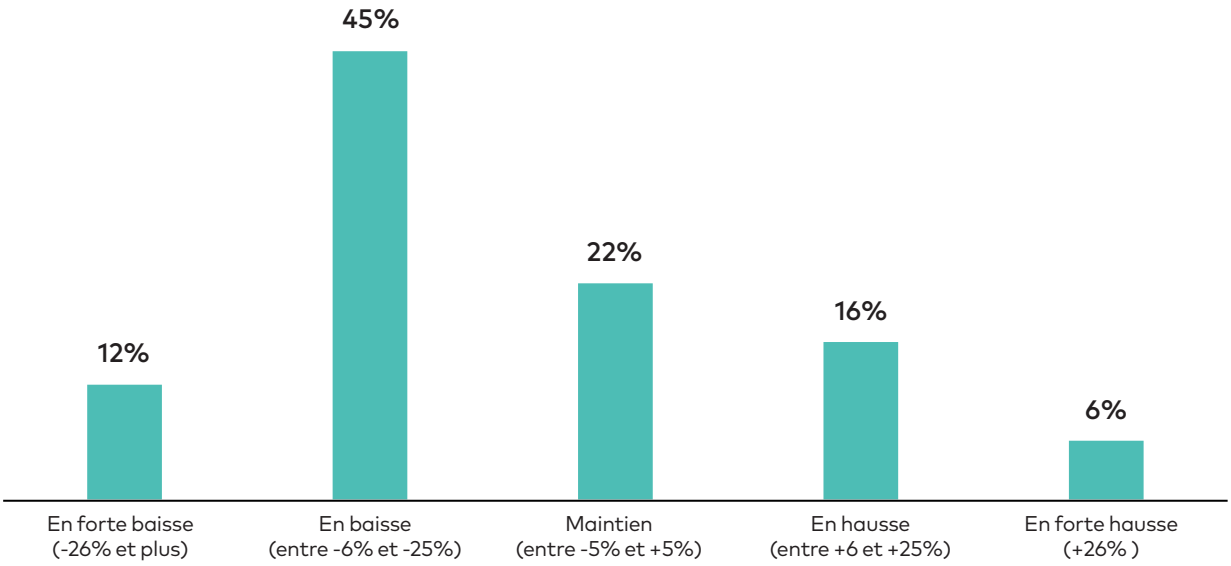
(en % d'entreprises de l'ensemble)



SUR L'ENSEMBLE DE L'EXERCICE 2020, PLUS DE LA MOITIÉ DES ETI ANTICIPENT UNE BAISSE (45%) OU UNE FORTE BAISSE (12%) DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES À L'INTERNATIONAL. PRÈS D'UN QUART DES ETI ANTICIPENT EN REVANCHE UNE HAUSSE

Evolution du CA prévu sur 2020

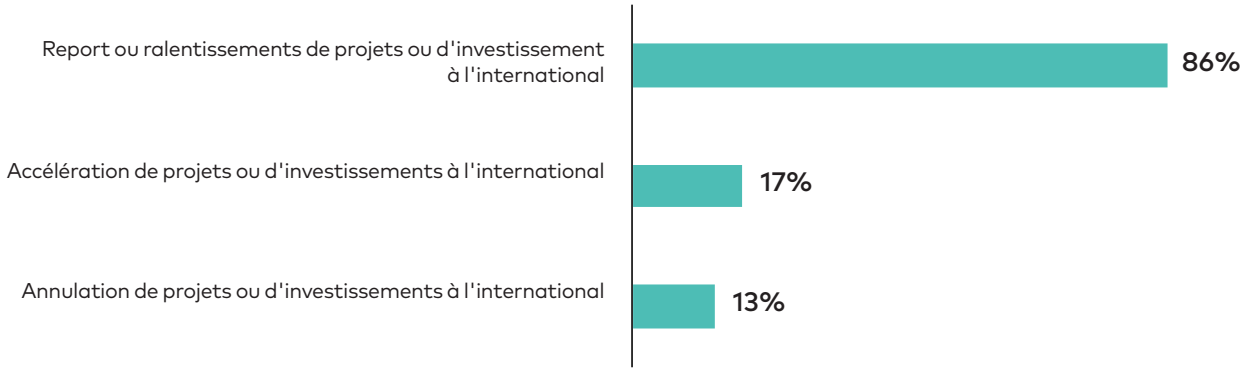
(en % d'entreprises de l'ensemble)



LA CRISE A SURTOUT EU POUR CONSÉQUENCE DE REPORTER OU RALENTIR LES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DES ETI À L'INTERNATIONAL (86%). SEULES 13% DES ETI LES ONT ANNULÉS

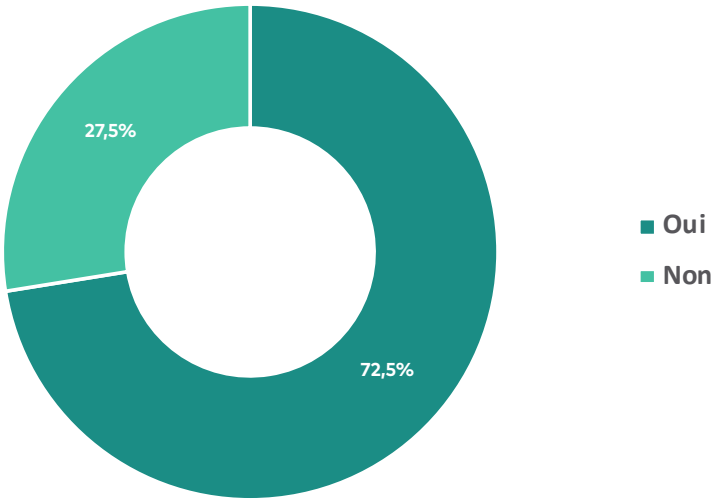
L'impact de la crise sur les projets de développement à l'international

(en % d'entreprises de l'ensemble)



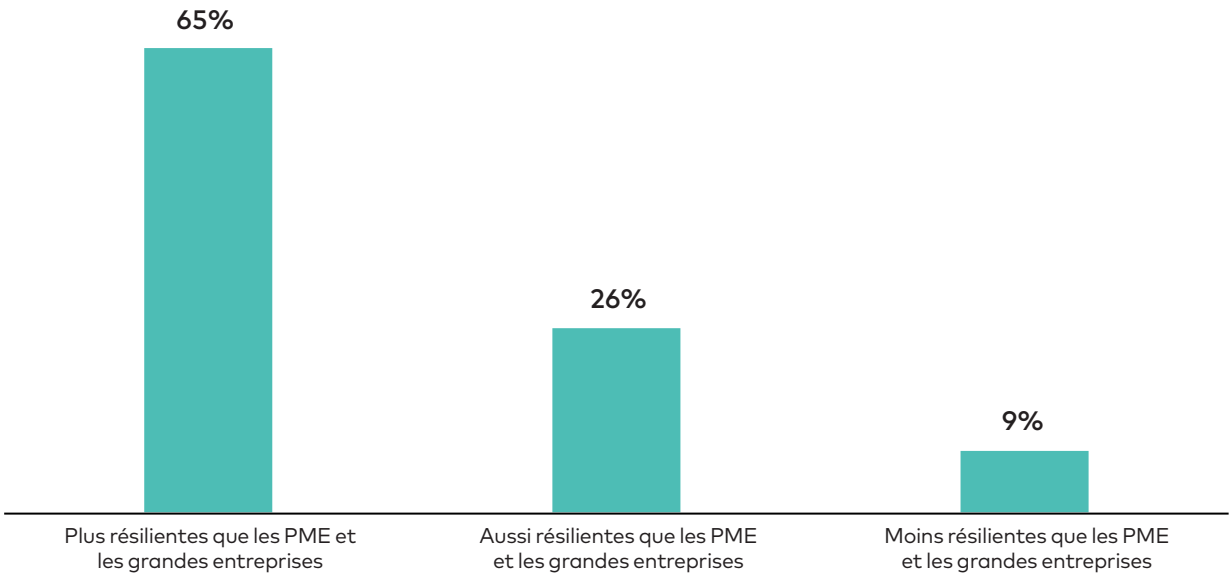
72,5% DES ETI ESTIMENT QUE LEUR PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL LES A AIDÉES À SURMONTER LA CRISE

L'internationalisation, une aide pour surmonter la crise ?
(en % d'entreprises de l'ensemble)



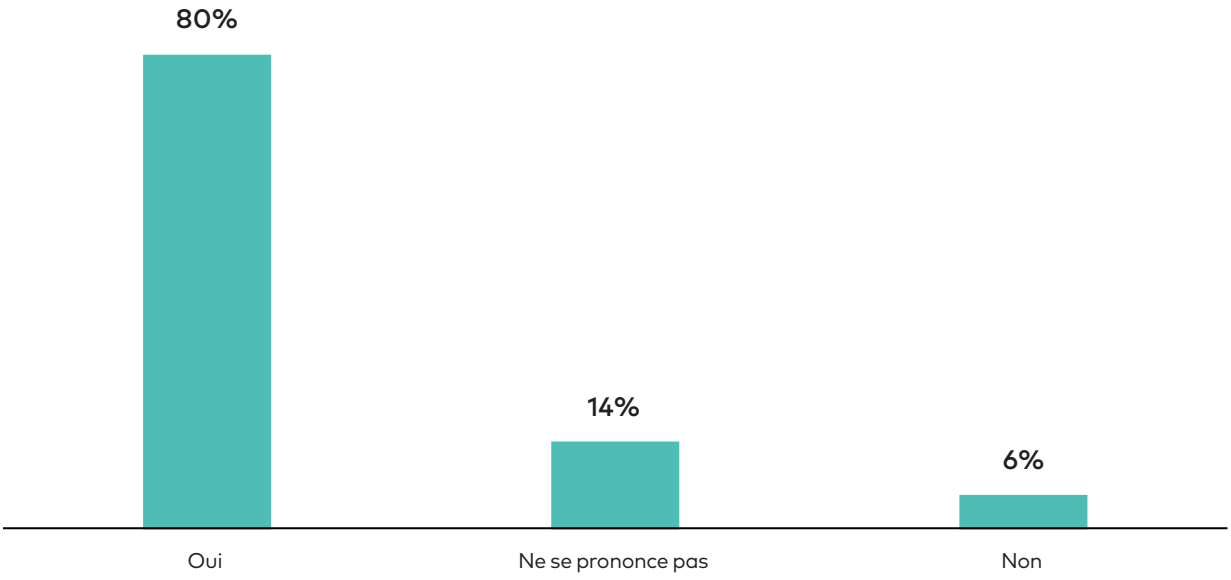
65% DES ETI S'ESTIMENT PLUS RÉSILIENTES QUE LES PME ET LES GRANDES ENTREPRISES EN PÉRIODE DE CRISE

Le positionnement concurrentiel des ETI face à la crise
(en % d'entreprises de l'ensemble)



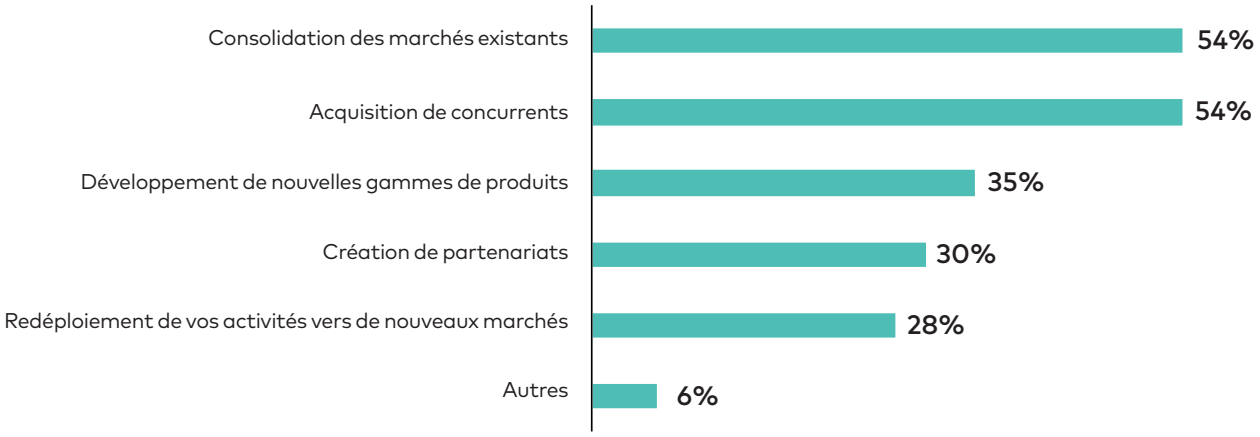
80% DES ETI ENTENDENT CONSERVER LEUR STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL D'AVANT CRISE

Vos perspectives de développement à l'international dans les 24 prochains mois seront-elles maintenues ?
(en % d'entreprises de l'ensemble)



POUR PLUS DE LA MOITIÉ DES ETI, LA CRISE POURRAIT PERMETTRE DE CONSOLIDER LEURS POSITIONS SUR DES MARCHÉS EXISTANTS ET/OU D'ACQUÉRIR DES CONCURRENTS

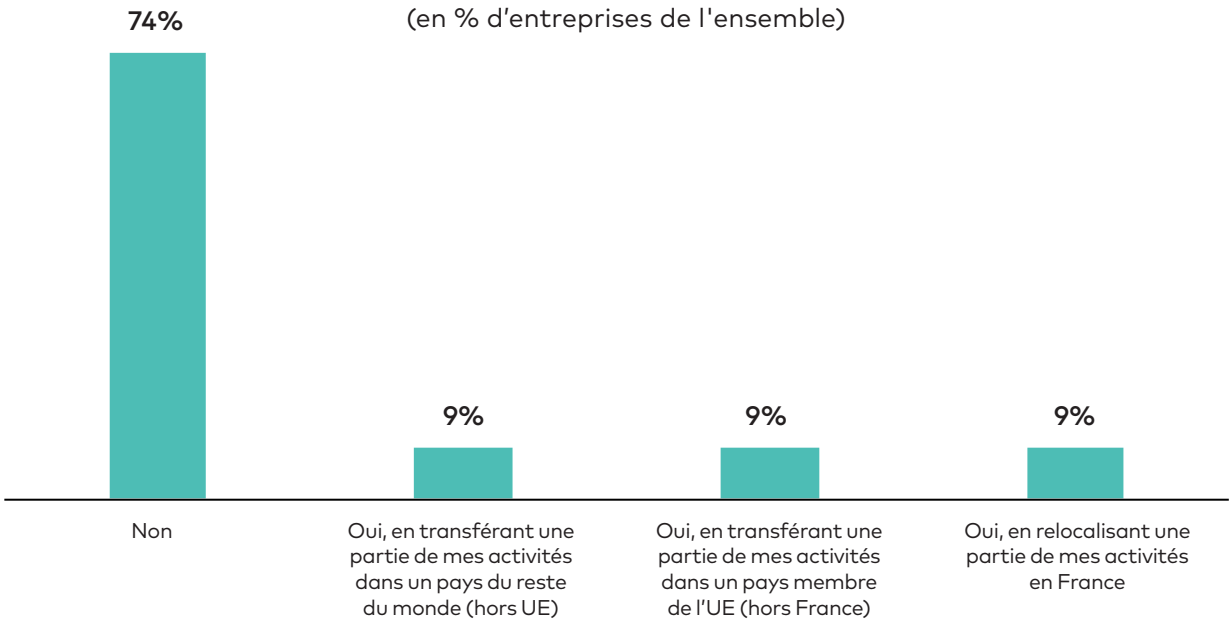
Quelles opportunités associez-vous à votre développement à l'international ?
(en % d'entreprises de l'ensemble)



EN MAJORITÉ, LES ETI NE PRÉVOIENT PAS DE MODIFIER LEUR CHAÎNE DE VALEUR À COURT TERME

Prévoyez-vous de réorganiser votre chaîne de production/distribution en sortie de crise ?

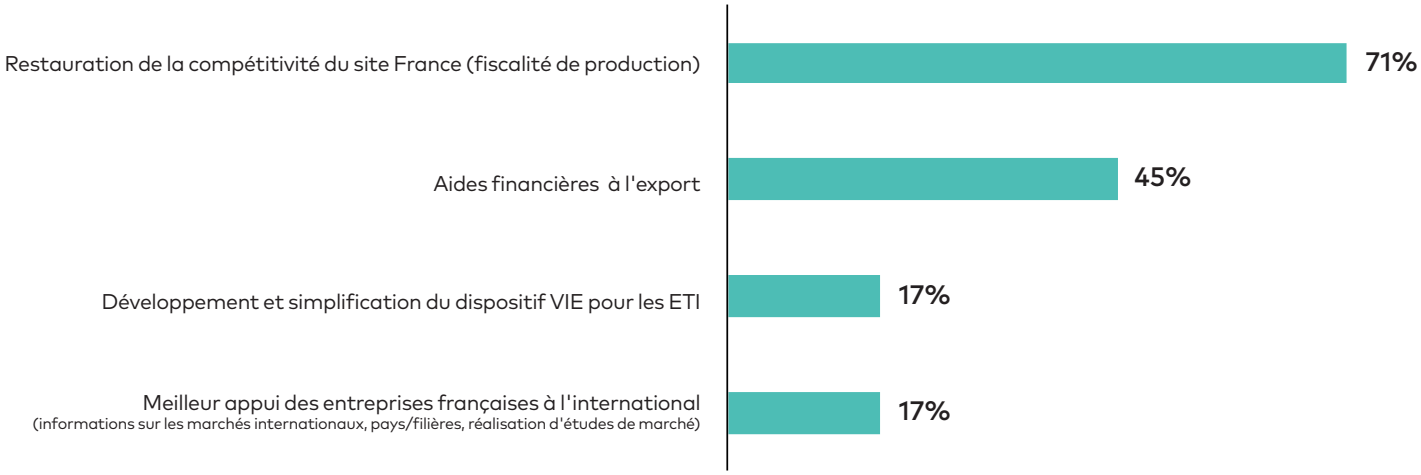
(en % d'entreprises de l'ensemble)



POUR 71% DES ETI, RESTAURER LA COMPÉTITIVITÉ DU SITE FRANCE, NOTAMMENT EN BAISSANT LA FISCALITÉ DE PRODUCTION, EST UNE PRIORITÉ POUR ACCOMPAGNER LEUR DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL DANS LE CONTEXTE DE RELANCE

Selon vous, à quelles priorités doit s'attacher le plan de relance pour soutenir votre développement à l'international ?

(en % d'entreprises de l'ensemble)



45% des ETI estiment par ailleurs que des aides financières à l'export seraient utiles pour conquérir de nouveaux marchés.

Pour une ETI sur cinq, le développement et la simplification du dispositif VIE seraient utiles pour répondre aux problèmes de ressources humaines rencontrés par les ETI à l'international.

Etude

ETI Championnes des territoires, taillées pour l'international

2ème Partie

L'internationalisation des ETI

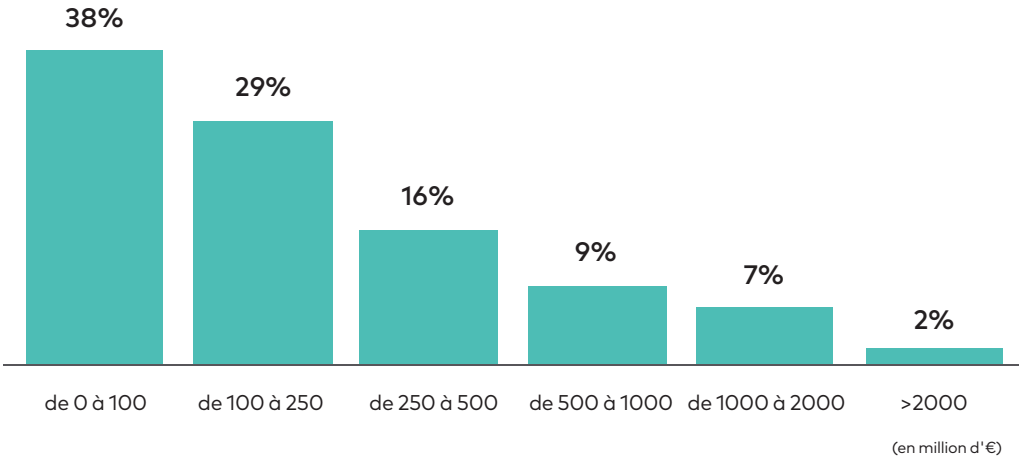
La première enquête entièrement dédiée à l'internationalisation des ETI

TAILLE DES ENTREPRISES AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE

Définition INSEE : Une entreprise de taille intermédiaire (ETI) est une entreprise qui a entre 250 et 4999 salariés, et soit un chiffre d'affaires n'excédant pas 1,5 milliard d'euros soit un total de bilan n'excédant pas 2 milliards d'euros. Une entreprise qui a moins de 250 salariés, mais plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires et plus de 43 millions d'euros de total de bilan est aussi considérée comme une ETI.

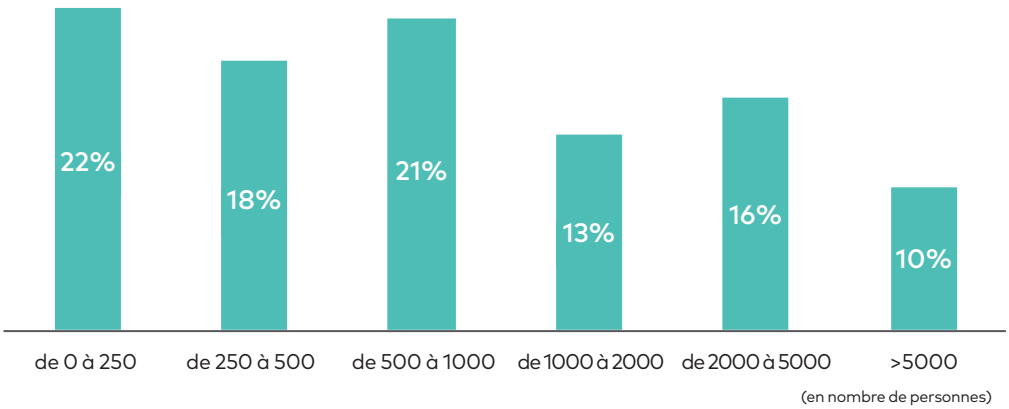
Distribution des répondants par tranche de chiffre d'affaires

(en % d'entreprises de l'ensemble)



Distribution des répondants par nombre de salariés

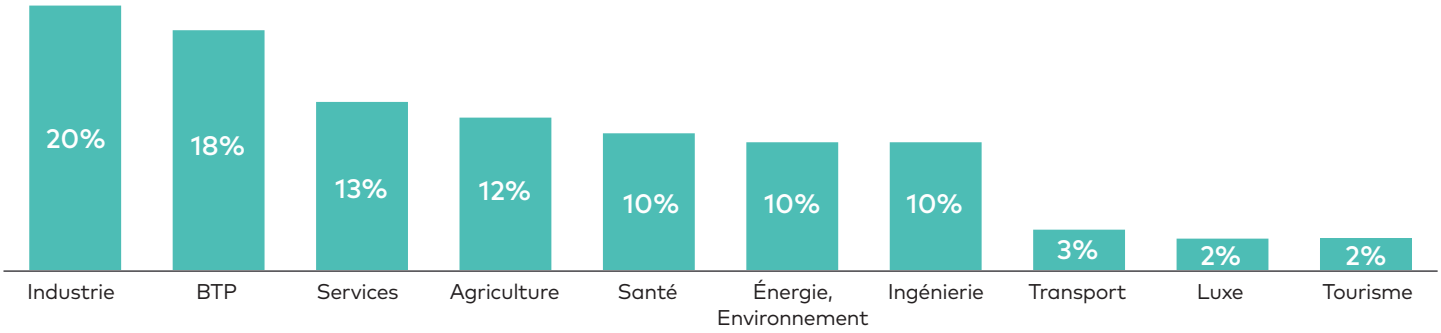
(en % d'entreprises de l'ensemble)



LES ETI SONT DES ENTREPRISES MAJORITAIREMENT INDUSTRIELLES : LA PLUPART DES SECTEURS SONT REPRÉSENTÉS AVEC UNE PRÉPONDÉRANCE POUR L'INDUSTRIE ET LE BTP

Distribution des répondants par secteur

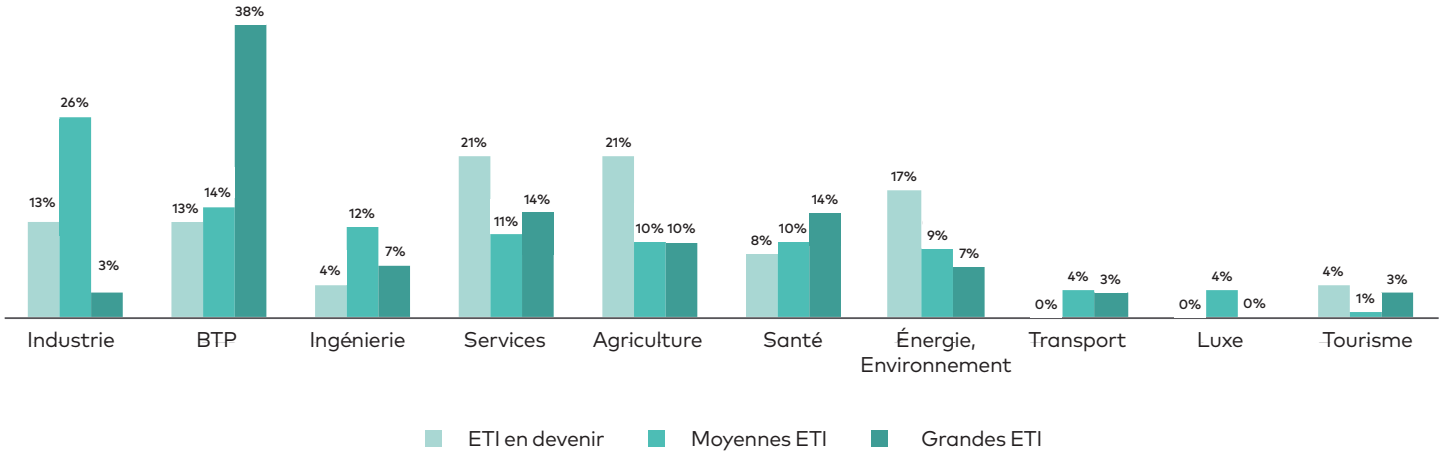
(en % d'entreprises de l'ensemble)



L'INDUSTRIE DOMINE LES MOYENNES ETI, LE BTP LES GRANDES ETI, ET LES SERVICES LES ETI EN DEVENIR

Distribution des répondants par secteur et par catégorie d'ETI

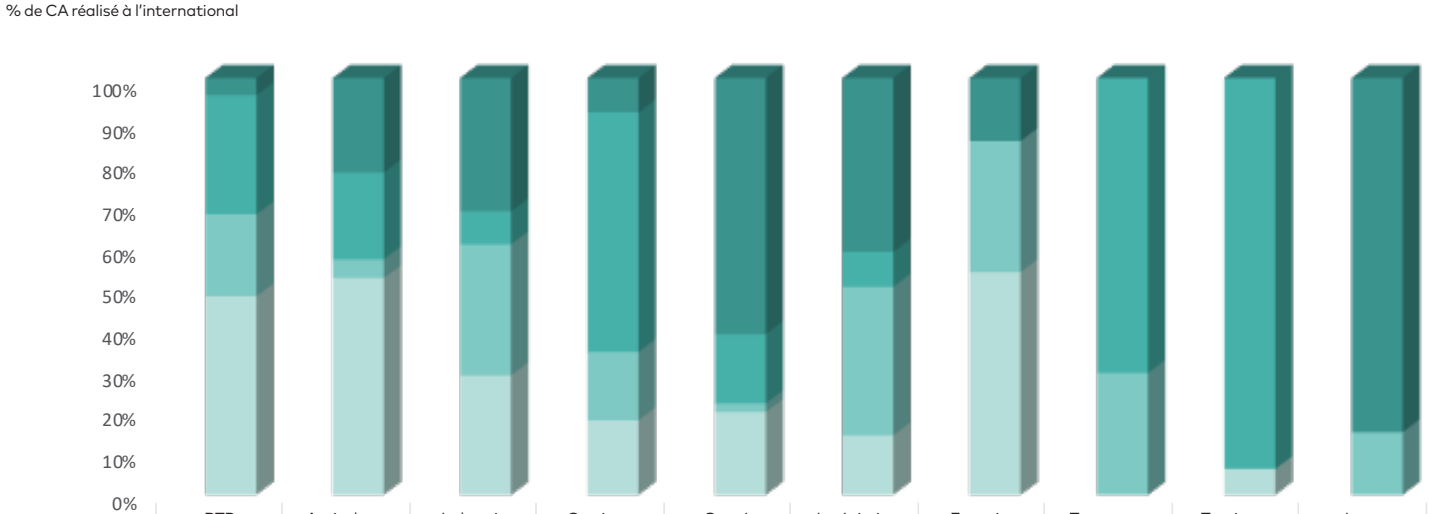
(en % d'ETI par catégorie)



CHIFFRE D'AFFAIRES À L'INTERNATIONAL PAR SECTEUR D'ACTIVITE

Proportion des entreprises par CA réalisé à l'international par secteur

(en % d'entreprises par secteur)

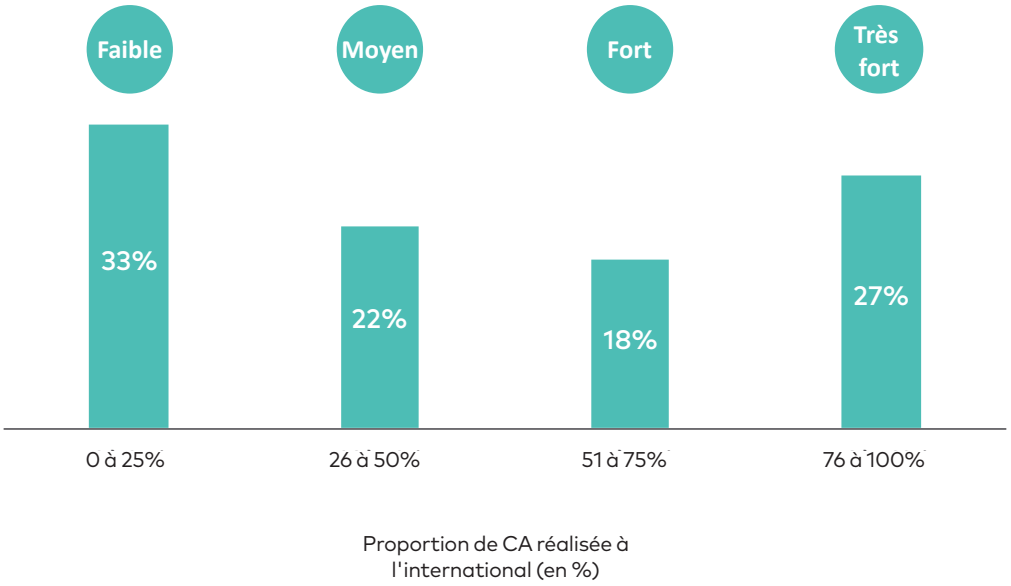


	BTP	Agriculture	Industrie	Services	Santé	Ingénierie	Energie, Environnement	Transport	Tourisme	Luxe
76 à 100%	4%	23%	32%	8%	61%	42%	15%	0%	0%	85%
51 à 75%	29%	21%	8%	57%	17%	8%	0%	71%	94%	0%
26 à 50%	20%	4%	31%	16%	2%	36%	31%	29%	0%	15%
0 à 25%	48%	52%	29%	18%	20%	14%	53%	0%	6%	0%

PRÉSENTATION DE L'INDICE D'INTERNATIONALISATION : UN INDICE DÉTERMINÉ À PARTIR DE LA PROPORTION DE CA RÉALISÉE À L'INTERNATIONAL

Distribution des répondants par niveau d'internationalisation

(en % d'entreprises de l'ensemble)



LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS D'UNE ETI CHAMPIONNE DES TERRITOIRES, TAILLÉE POUR L'INTERNATIONAL

Une vision de long terme

Un actionnariat souvent familial ou détenu par une poignée d'entrepreneurs qui partagent une vision à long terme. Les ETI ont globalement cet atout d'investir sur le temps long pour conquérir de nouveaux marchés. Elles n'attendent pas des retours sur investissement rapides et peuvent élaborer des stratégies d'investissements sur plusieurs années pour conquérir ou pérériser des marchés.

Une ETI prête beaucoup d'attention à la maîtrise de son capital et à la structure de son actionnariat.

Une culture humaine forte et une agilité reconnue

La force d'une ETI tient à la fois à sa capacité d'être structurée sur des process clés et à son agilité, interne et externe, qui laisse place à la subsidiarité pour déléguer et co-construire localement lors de ses projets de développement à l'international.

Les relations interpersonnelles du dirigeant avec ses équipes, et le bon climat social des ETI permettent aux salariés d'adhérer au projet et à la raison d'être de l'entreprise.

Un management resserré

Les circuits de décision sont courts, ce qui permet à l'ETI d'avancer vite et de faire preuve de souplesse pour s'adapter à des situations complexes.

Un ancrage historique et une adaptation locale à l'international

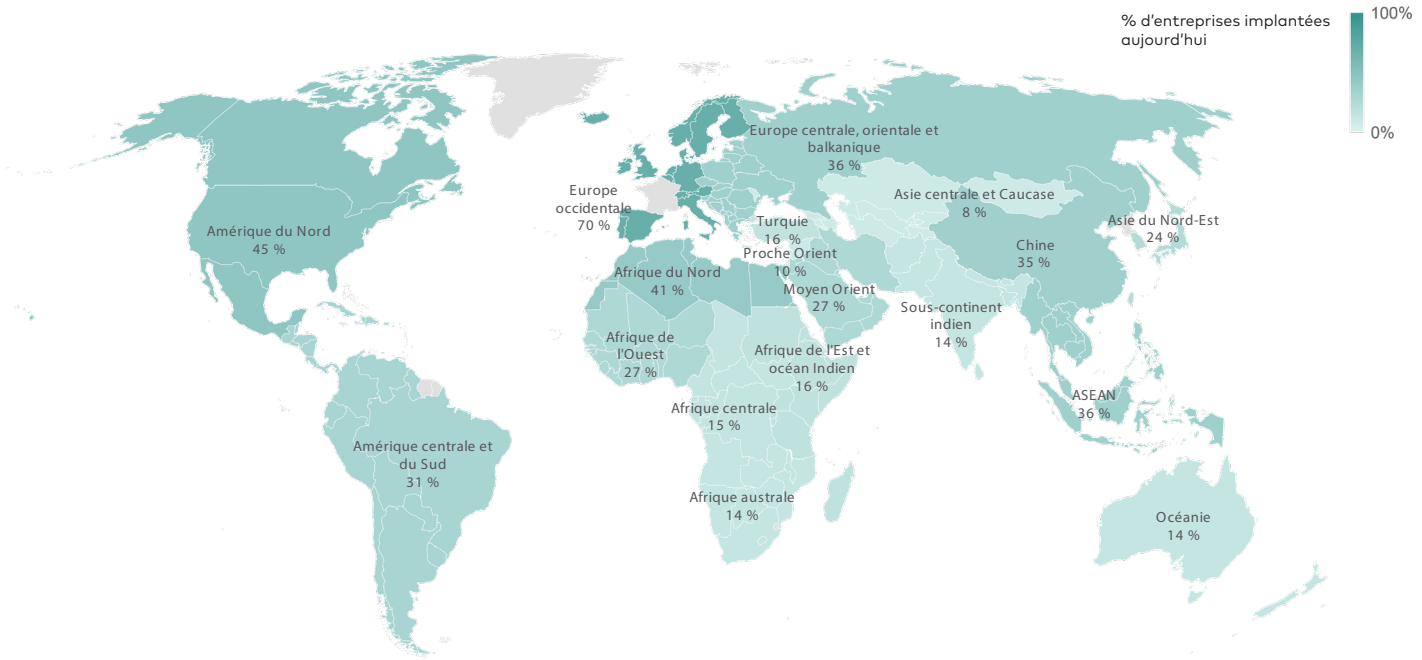
Les ETI sont des entreprises ancrées dans les territoires français. Elles conçoivent cet ancrage comme une véritable force pour mobiliser les salariés sur des projets : la présence d'une marque locale est un facteur de réussite à l'international.

L'intégration locale est primordiale pour les ETI qui souhaitent s'implanter à l'étranger dans des pays aux réglementations diverses.

Les savoir-faire d'excellence et la qualité des produits sont des gages de légitimité pour des ETI souvent anciennes.

L'esprit de conquête anime les ETI de toutes tailles :

70% des ETI sont présentes en Europe, 45% en Amérique du Nord, 35% en Chine.



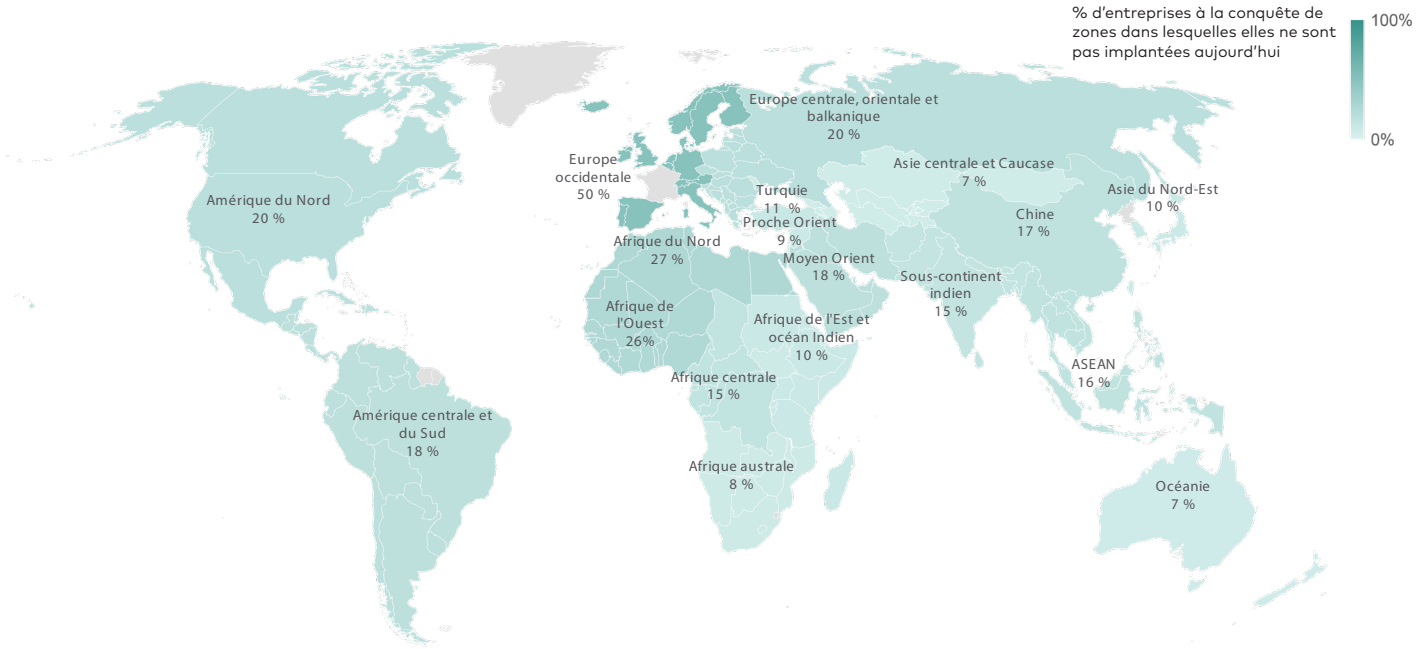
Définition d'implantation donnée dans le questionnaire : bureaux de représentation/filiales/autre

Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Pour les ETI, le terrain de conquête est mondial : l'Europe reste incontournable (50%), l'Afrique du Nord et de l'Ouest sont des terres prometteuses (27%) l'Amérique du Nord (20%) et la Chine (17%) sont à consolider

Perspectives des zones de conquête à 3 ans par les entreprises non implantées actuellement

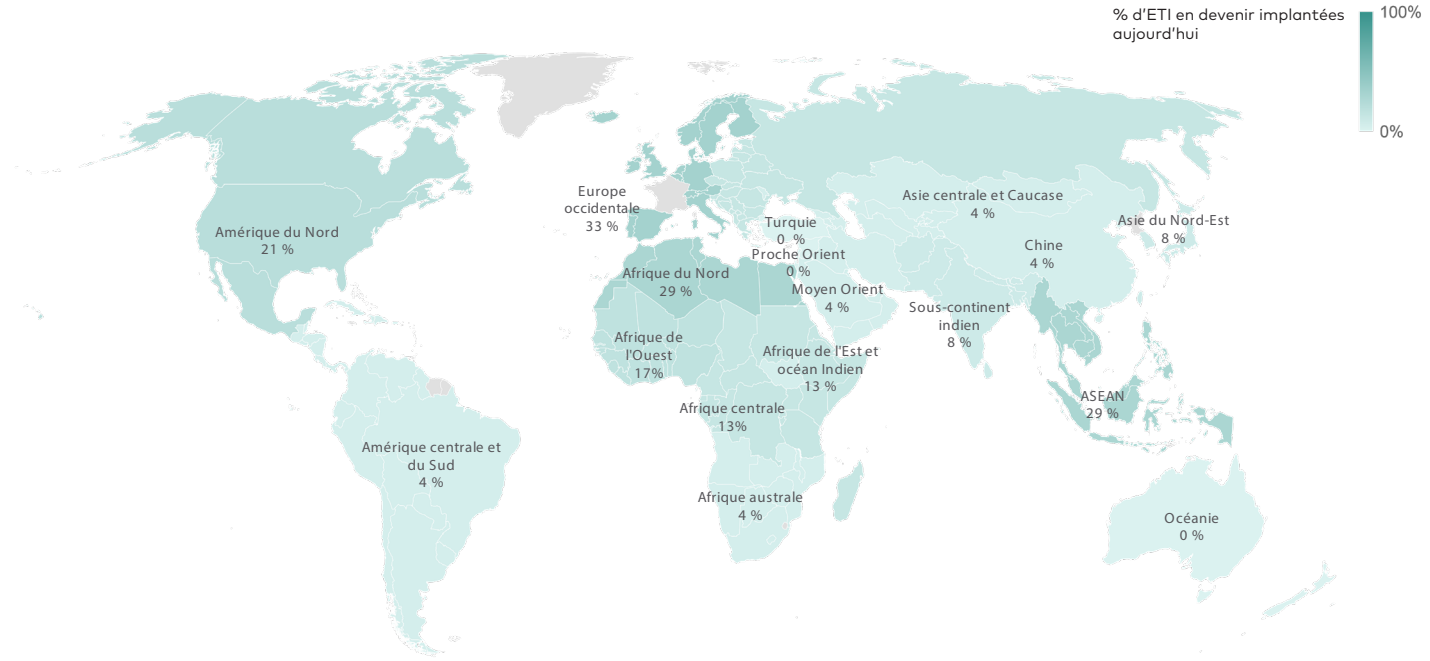


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Les ETI en devenir sont présentes à 33% en Europe occidentale, à 29% en Afrique du Nord et dans l'ASEAN et à 21% en Amérique du Nord

Couverture mondiale actuelle des ETI en devenir

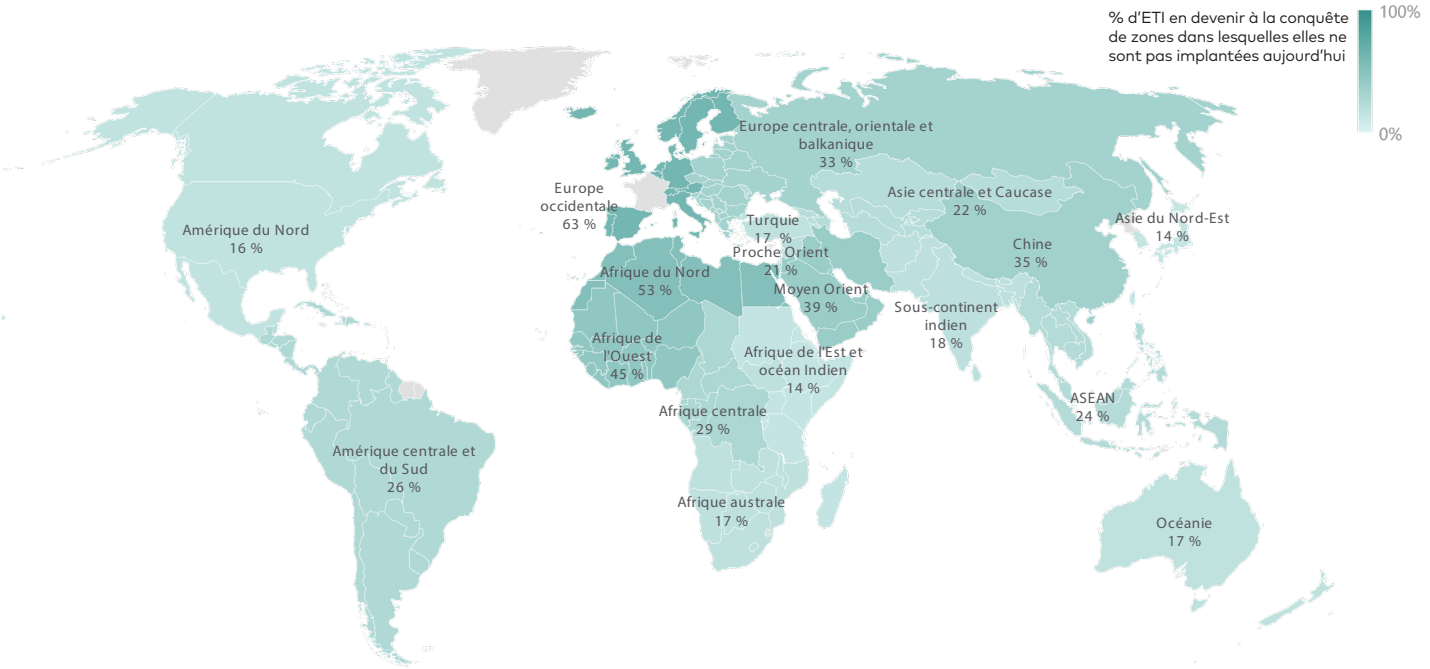


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Les ETI en devenir se préparent à conquérir l'Afrique, le Moyen-Orient et la Chine, tout en développant leurs activités en Europe, principal terrain de conquête

Perspectives des zones de conquête à 3 ans par les ETI en devenir non implantées actuellement

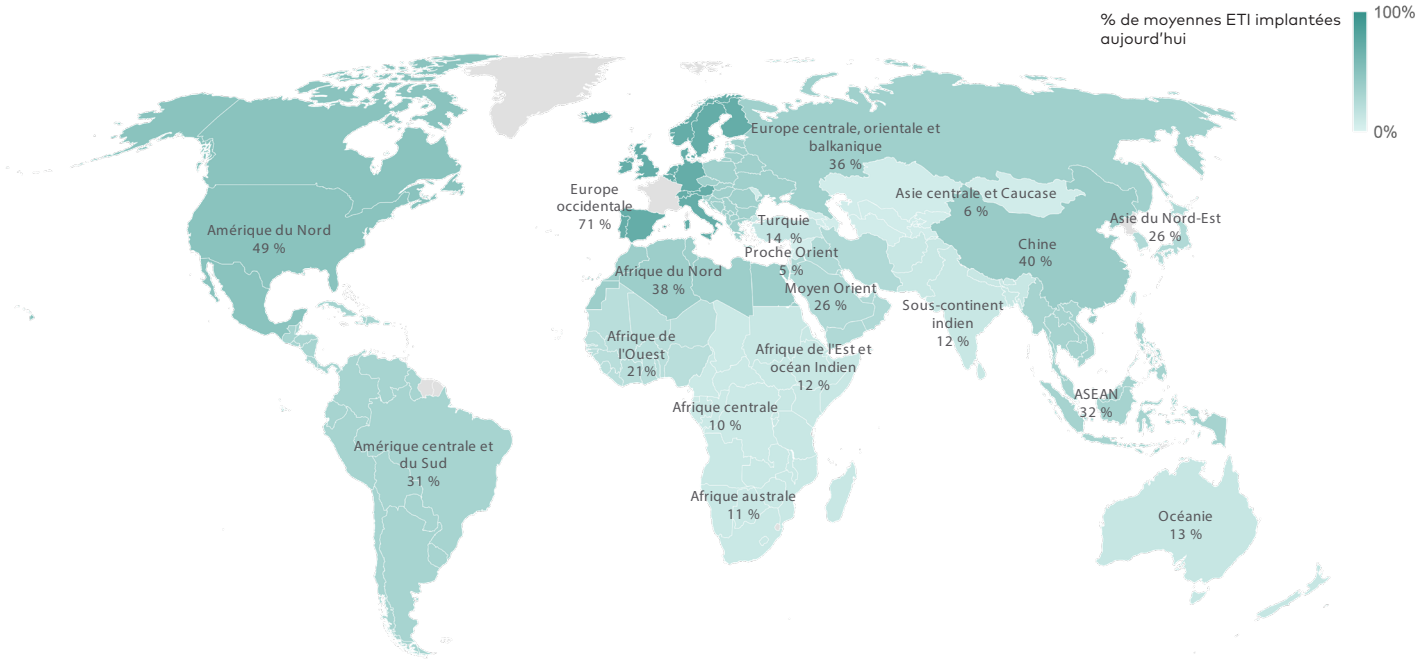


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Les ETI moyennes sont présentes à 71% en Europe occidentale, 49% en Amérique du Nord, 40% en Chine et 38% en Afrique du Nord : leur zone de conquête est mondiale

Couverture mondiale actuelle des moyennes ETI

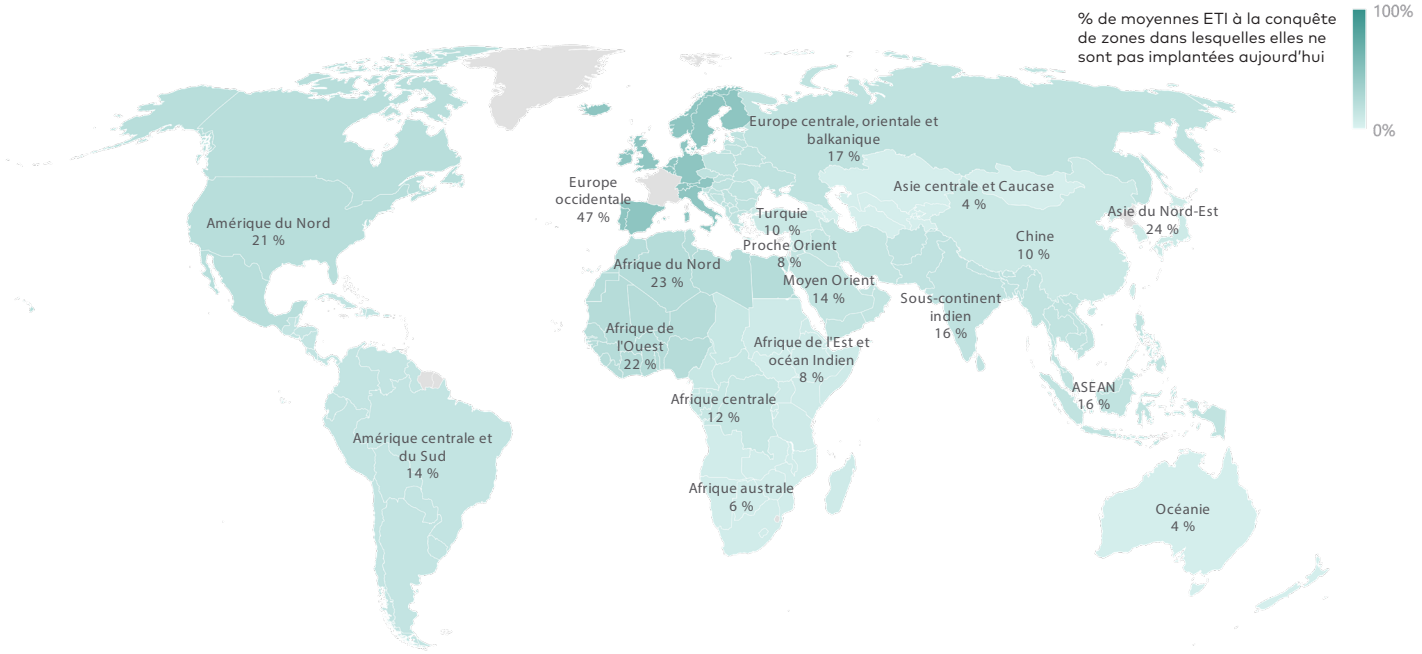


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

L'Europe reste la première zone de conquête pour les ETI moyennes (47%), devant l'Afrique du Nord (23%), de l'Ouest (22%) et l'Amérique du Nord (21%)

Perspectives des zones de conquête à 3 ans par les moyennes ETI non implantées actuellement

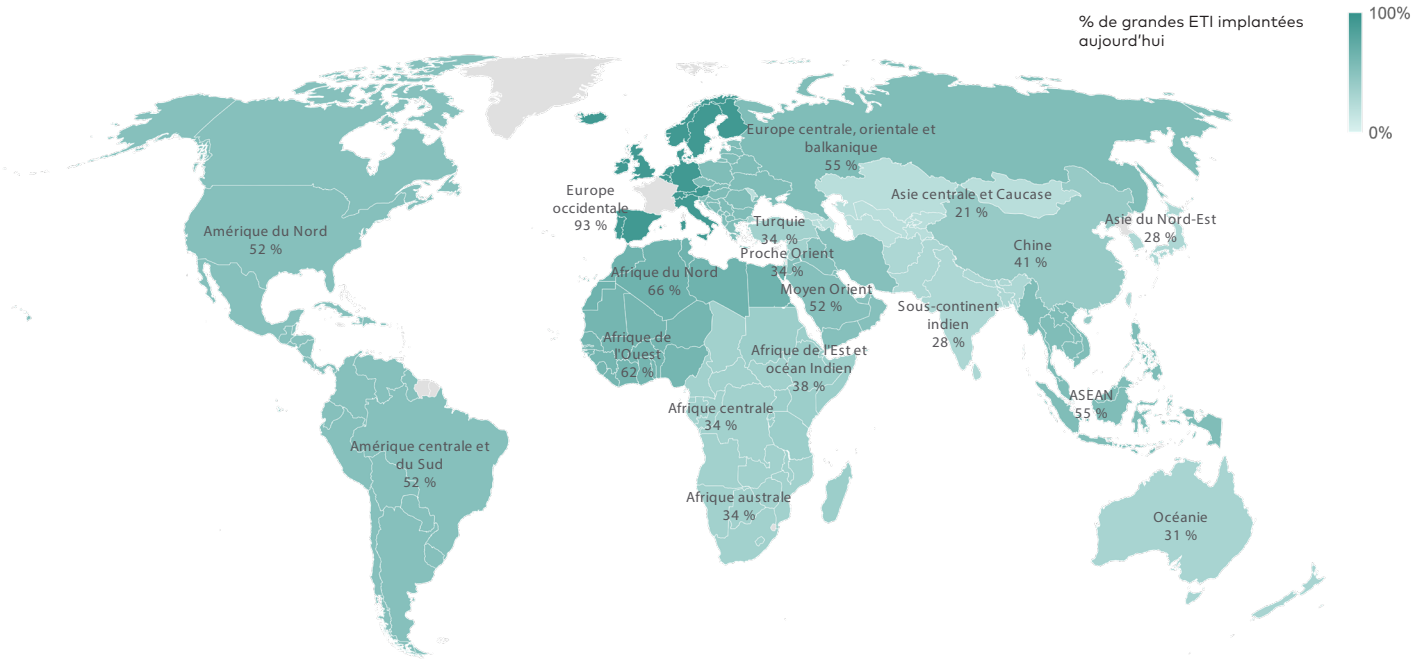


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Les grandes ETI sont présentes mondialement : 93% sont présentes en Europe, 62% en Afrique du Nord et de l'Ouest, 52% en Amérique du Nord et au Moyen-Orient, 41% en Chine

Couverture mondiale actuelle des grandes ETI

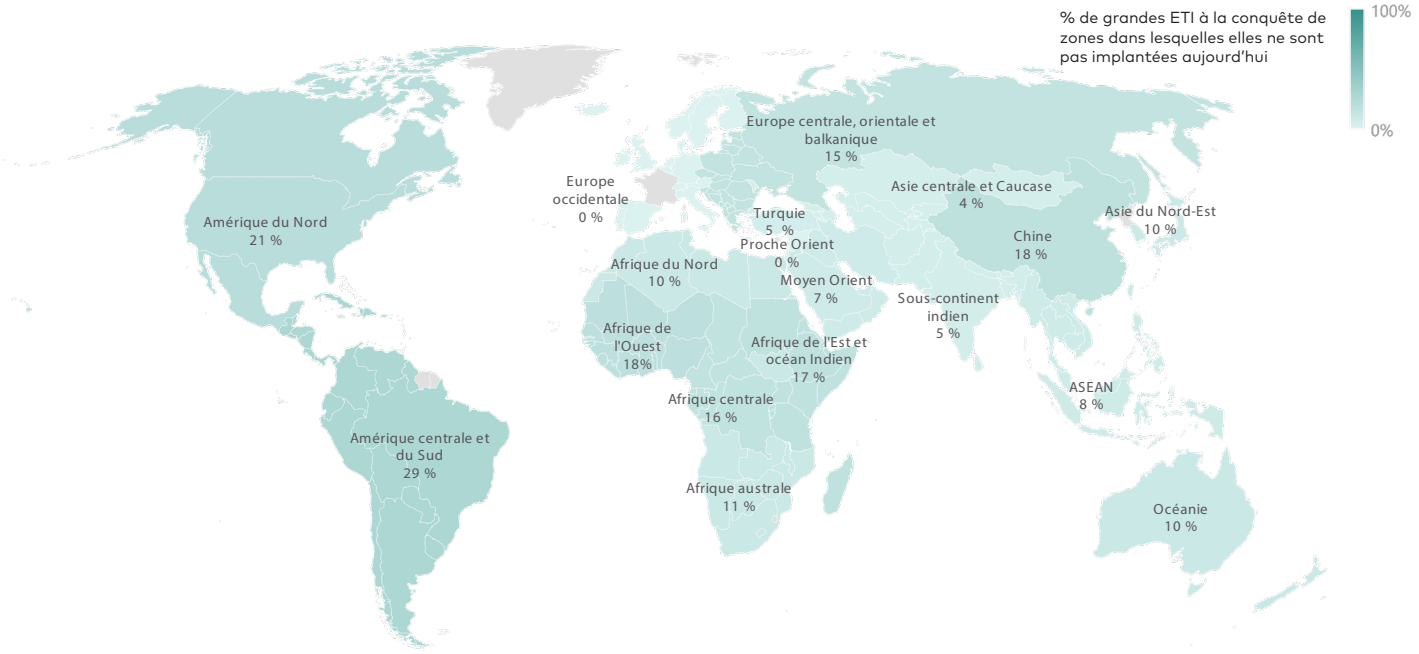


Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Les grandes ETI prévoient de continuer leur déploiement dans les zones porteuses : Amérique du Sud (29%), Amérique du Nord (21%), Chine (18%), Afrique de l'Ouest (18%)

Perspectives des zones de conquête à 3 ans par les grandes ETI non implantées actuellement



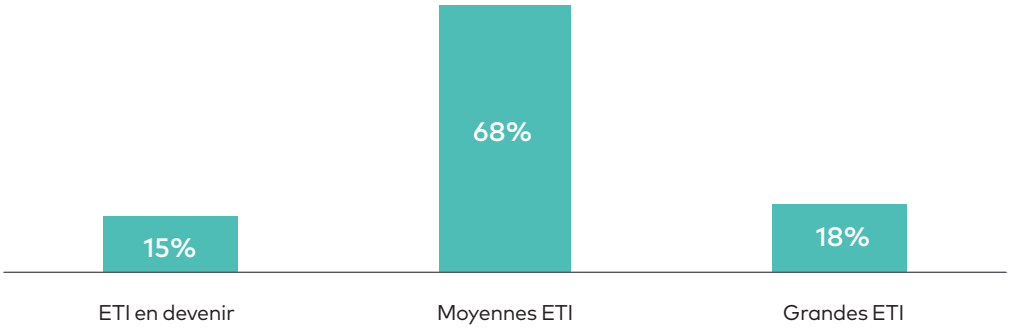
Valeurs homogénéisées selon les zones géographiques du questionnaire

(réponses multiples)

Étude

Principaux enseignements

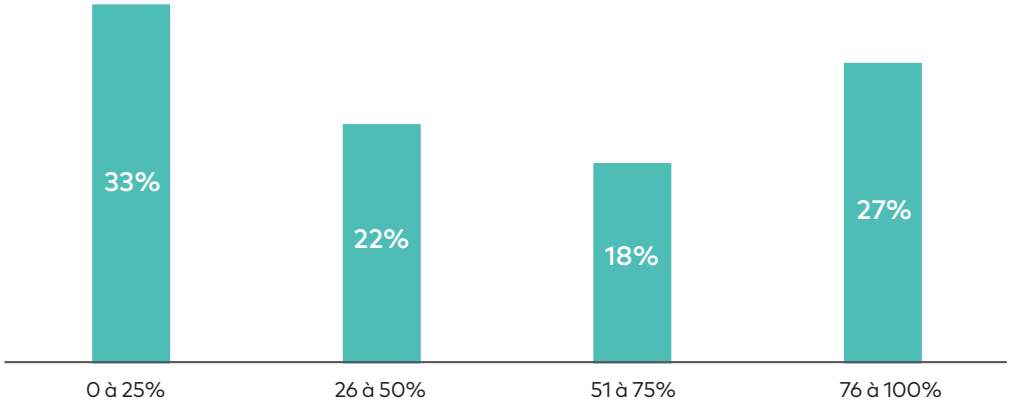
Distribution des répondants par catégorie d'ETI
(en % d'entreprises de l'ensemble)



67% DES ETI RÉALISENT PLUS DE 25% DE LEUR CA À L'INTERNATIONAL

27% DES ETI RÉALISENT PLUS DE 75% DE LEUR CA À L'INTERNATIONAL

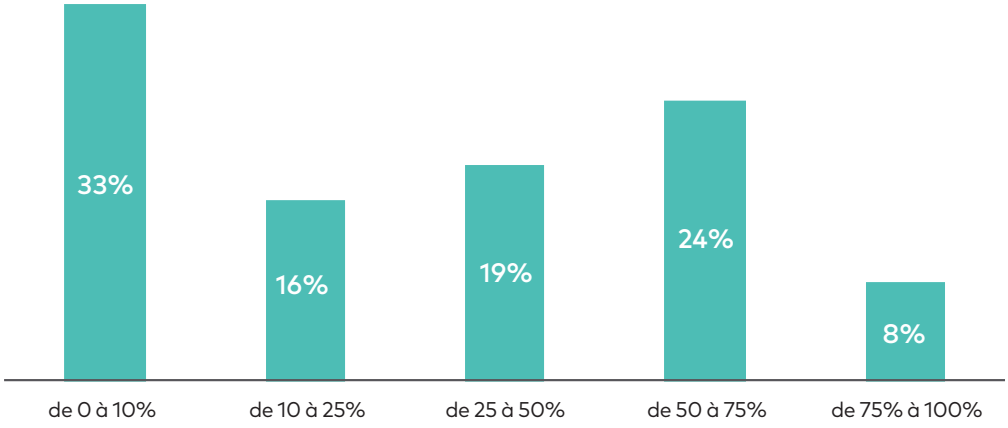
Distribution des ETI par CA à l'international
(en % d'entreprises de l'ensemble)



2/3 DES ETI EMPLOIENT PLUS DE 10% DE LEURS SALARIÉS À L'ÉTRANGER

Distribution des ETI par proportion de salariés à l'étranger

(en % d'entreprises de l'ensemble)



LES ETI RECRUTENT DES TALENTS À L'ÉTRANGER MAIS CONSERVENT LA MAJORITÉ DE LEURS EFFECTIFS EN FRANCE

Part des salariés en France et à l'étranger

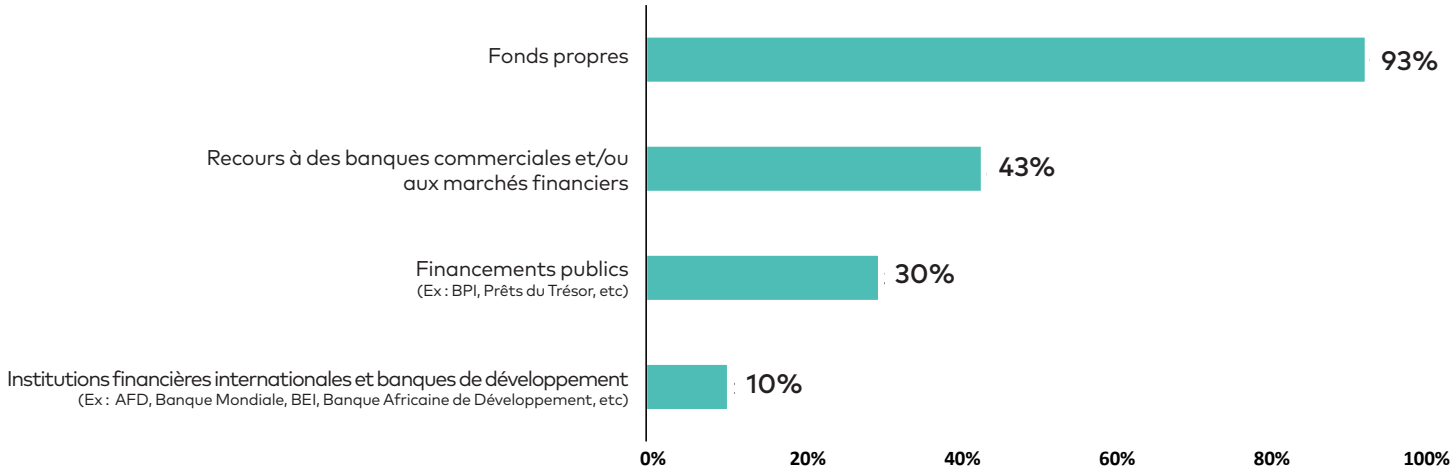
Étude

Principaux enseignements

93% DES ETI MOBILISENT LEURS FONDS PROPRES POUR SE DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL, LES FINANCEMENTS PUBLICS NE JOUENT QU'UN RÔLE SECONDAIRE DANS LE FINANCEMENT DES ETI (30%)

Les modes de financement privilégiés

(en % d'entreprises de l'ensemble)

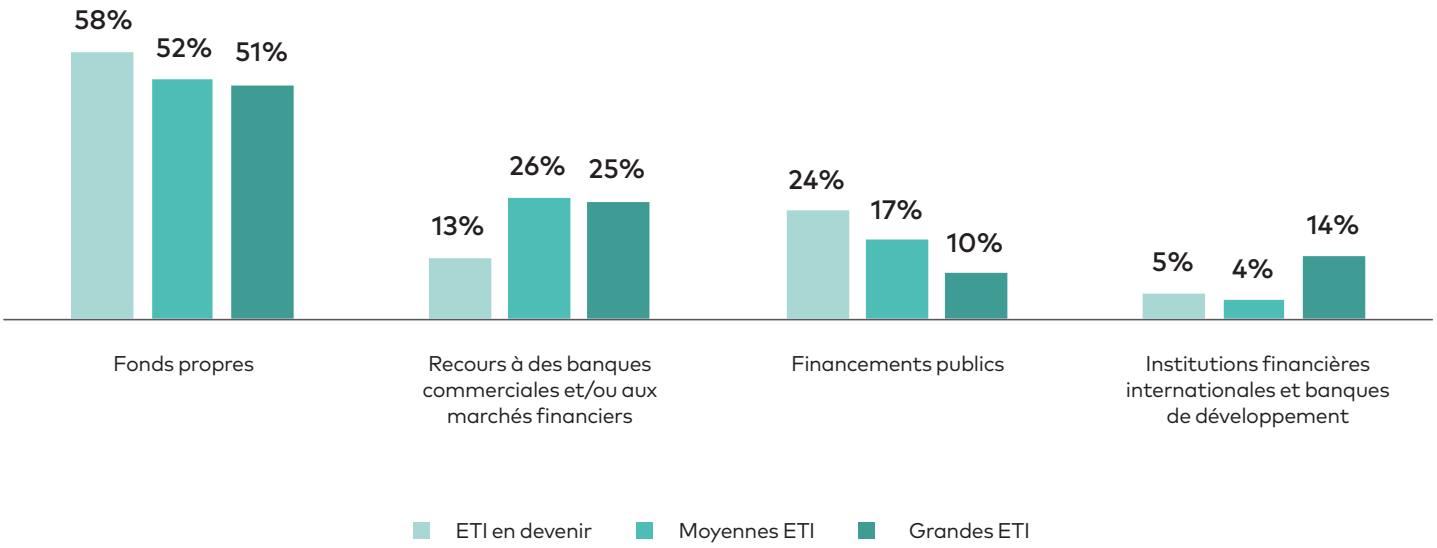


Note de lecture : 93% des ETI ont cité les fonds propres comme l'un des modes de financement privilégiés

SI TOUTES LES ETI UTILISENT LEURS FONDS PROPRES POUR SE DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL, LES ETI EN DEVENIR ONT DAVANTAGE RECOURS AU FINANCEMENT PUBLIC (24%), LÀ OÙ LES ETI DE PLUS GRANDE TAILLE ONT RECOURS À DES PARTENAIRES FINANCIERS ET COMMERCIAUX PRIVÉS

Les modes de financement privilégiés

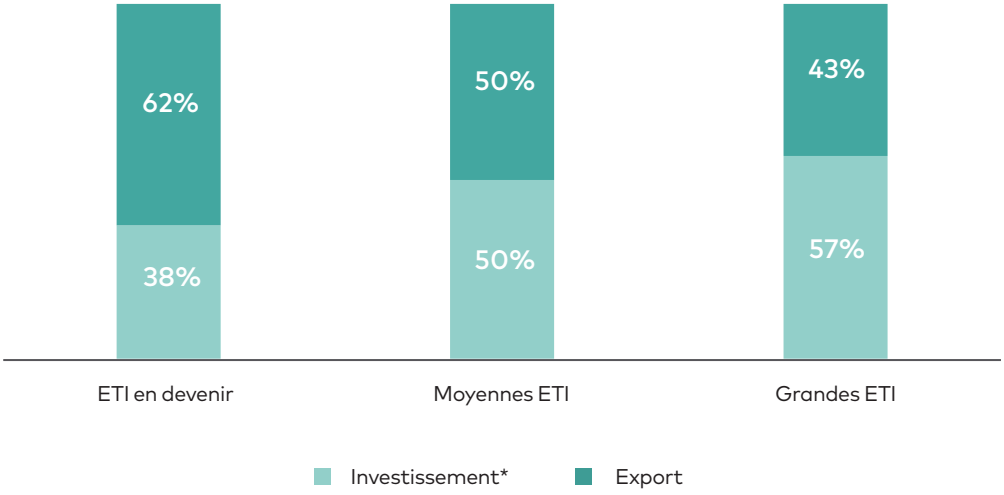
(en % d'ETI par catégorie)



LA CROISSANCE À L'INTERNATIONAL DES ETI PASSE ESSENTIELLEMENT PAR DES INVESTISSEMENTS ET DES IMPLANTATIONS À L'INTERNATIONAL : LES ETI EN DEVENIR PRIVILÉGIENT L'EXPORT (62%), LÀ OÙ LES GRANDES ETI PRÉFÈRENT CONSOLIDER LEUR PRÉSENCE À TRAVERS DES INVESTISSEMENTS (57%)

Types de développement prévus à 3 ans

(en % d'ETI par catégorie d'ETI)



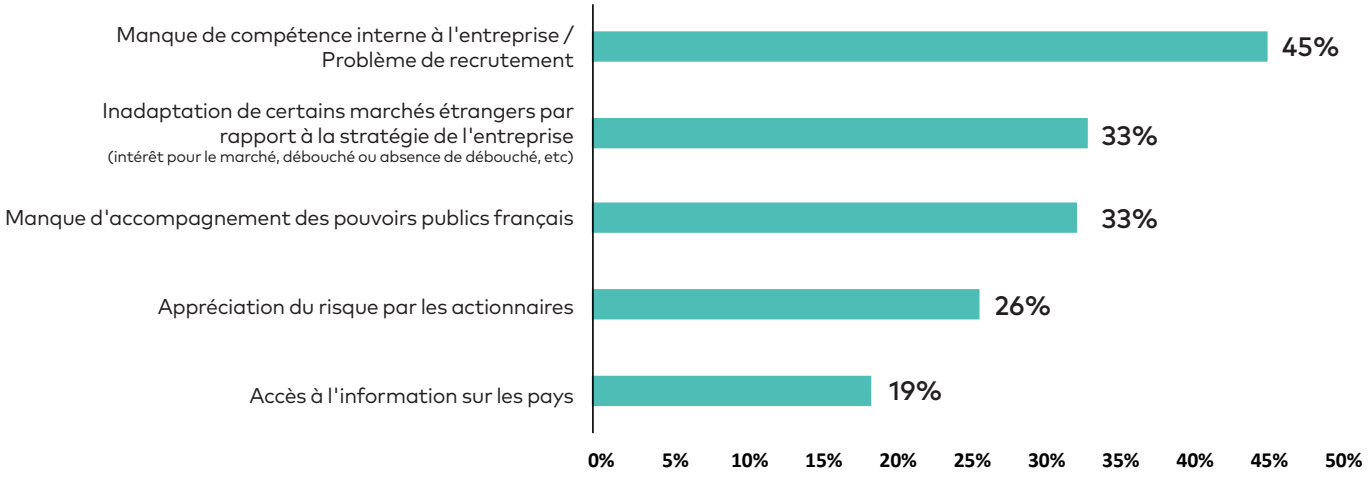
*M&A, rachat, implantation

45% DES ETI SONT FREINÉES PAR UN PROBLÈME DE RESSOURCES HUMAINES POUR ALLER À L'INTERNATIONAL

33% DES ETI POINTENT LE MANQUE D'ACCOMPAGNEMENT DES POUVOIRS PUBLICS FRANÇAIS

Les principaux obstacles internes identifiés

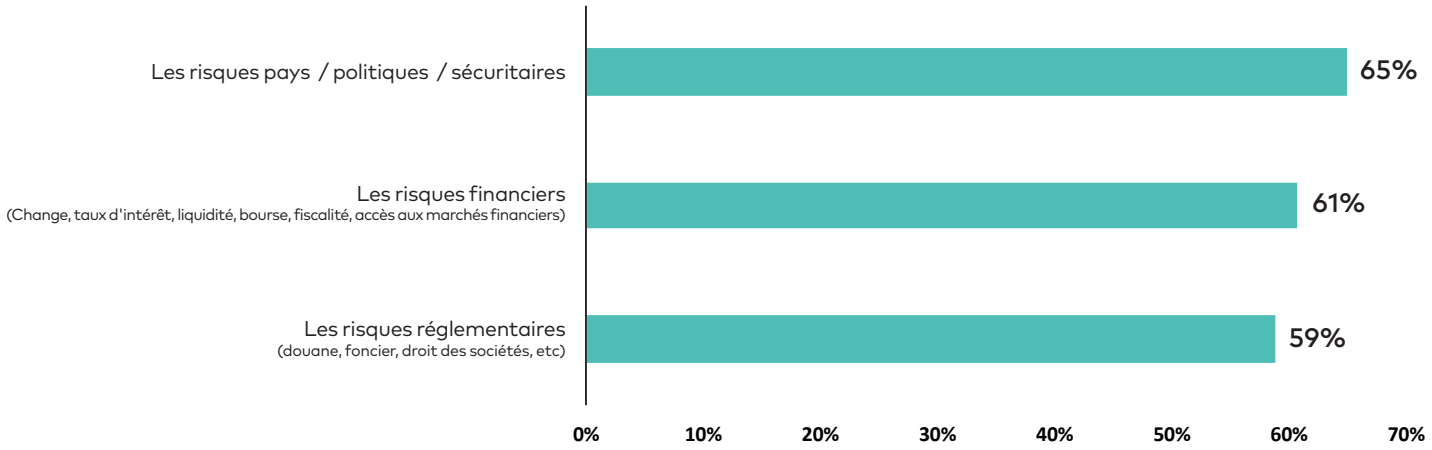
(en % d'entreprises de l'ensemble)



LES ETI SE DÉVELOPPENT À L'INTERNATIONAL MALGRÉ DES OBSTACLES CLAIREMENT IDENTIFIÉS

Les principaux obstacles externes identifiés

(en % d'entreprises de l'ensemble)

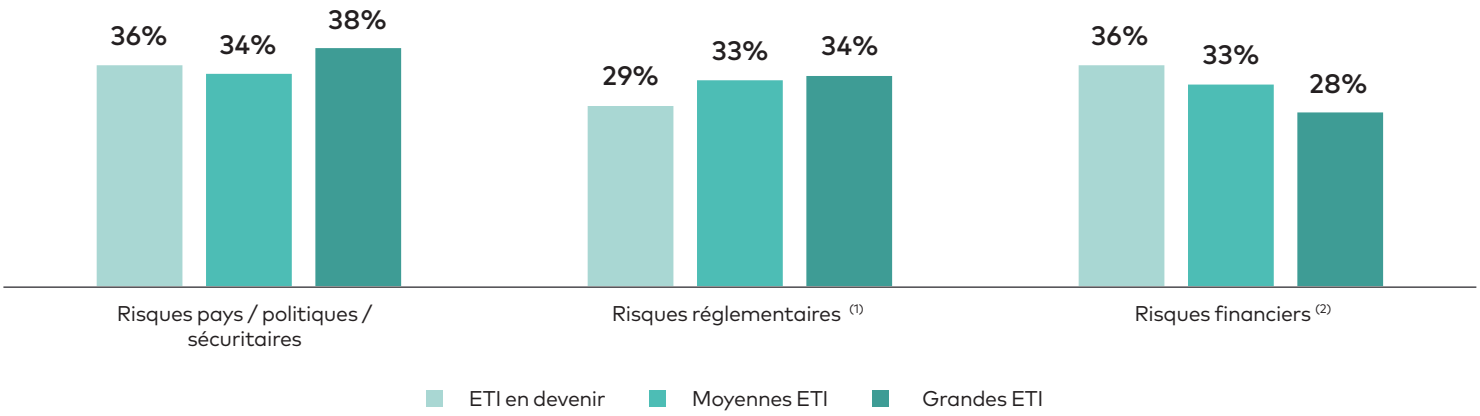


Note de lecture : 65% des ETI ont cité les risques pays/politiques/sécuritaires comme l'un des principaux obstacles externes rencontrés ou anticipés dans la conquête de marchés à l'international

LES RISQUES FINANCIERS SONT PLUS BLOQUANTS POUR LES ETI EN DEVENIR, ALORS QUE LES GRANDES ETI DOIVENT PRENDRE EN COMPTE PLUS SOUVENT LES RISQUES GÉOPOLITIQUES

Les principaux obstacles externes identifiés

(en % d'ETI par catégorie)

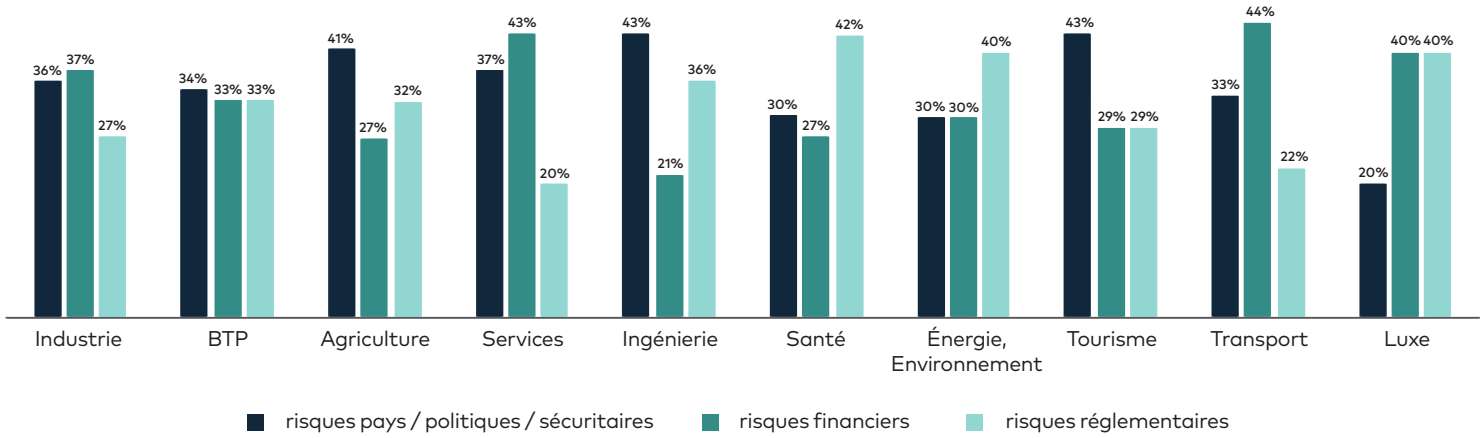


(1) douane, foncier, droit des sociétés...
(2) change, taux d'intérêt, liquidité, bourse, fiscalité, accès aux marchés financiers

LES RISQUES DOMINANTS DÉPENDENT DES SECTEURS D'ACTIVITÉ DES ETI

Les principaux obstacles externes identifiés par secteur

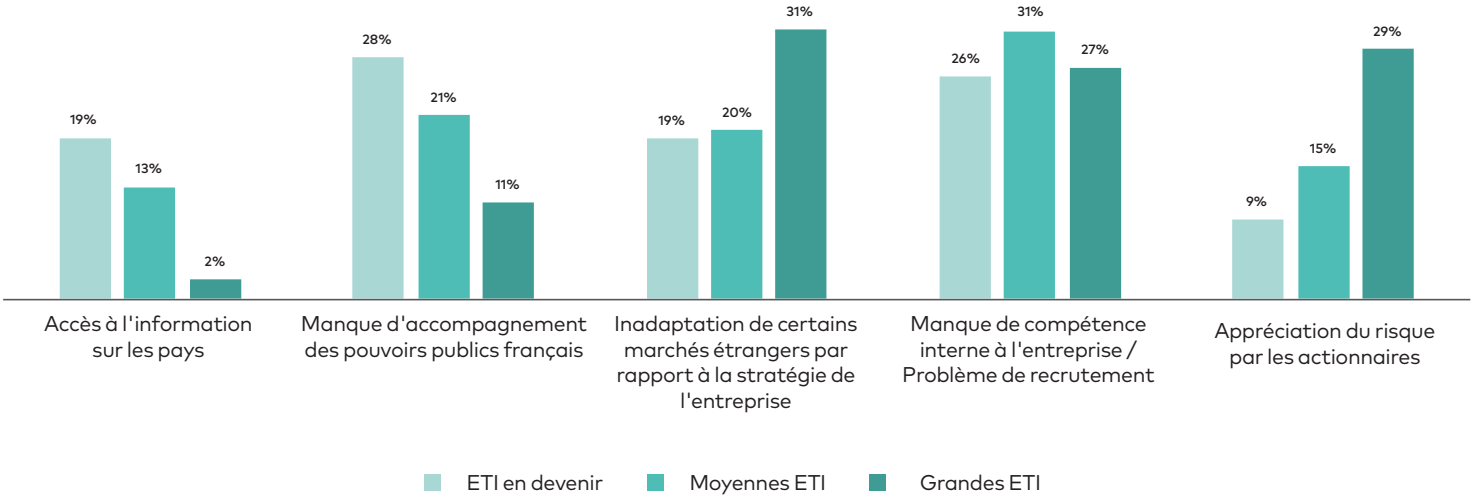
(en % d'ETI par catégorie)



L'ACCÈS À L'INFORMATION ET LE MANQUE D'ACCOMPAGNEMENT DES POUVOIRS PUBLICS SONT LES PRINCIPAUX FREINS DES ETI EN DEVENIR

Les principaux obstacles internes identifiés

(en % d'ETI par catégorie)



Monographies

16 ETI à l'international

L'esprit de conquête illustré par 16 CHAMPIONNES DES TERRITOIRES

Monographies
16 ETI à l'International

ACTIA Group

INDUSTRIE / PRODUITS ÉLECTRONIQUES

Groupe familial spécialisé dans la fabrication de produits et services électroniques pour la gestion des systèmes dans les domaines de l'automotive (VL,PL, bus & car,...), de l'aéronautique, du ferroviaire, des télécommunications et de l'énergie, ainsi qu'au développement de services associés.

Président : Jean-Louis PECH
Siège : Toulouse (31)

CA
520 M€
78% à l'international

3854 salariés
68% à l'étranger

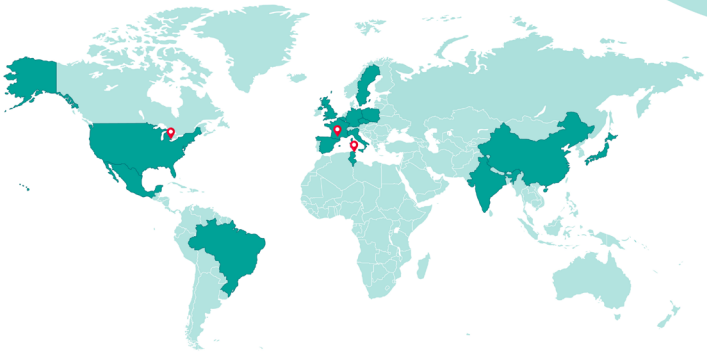
2020
Mars : Flotte de véhicules : la télématique pour optimiser le coût de possession (autonews)
Actia lève le verrou du diag chez FCA (Décision atelier)
Février : Actia plein gaz dans le transport électrique (Le Journal des Entreprises)
Toulouse : L'éco-conduite selon Actia (Mobilités Magazine)
Janvier : Actia accroît ses implantations industrielles à Chartres et aux US (Les Echos)

2019
Octobre : Pascal Laigo (Actia) : « l'accès aux données reste à l'agenda » (L'Argus)

Zones d'implantation

ACTIA®

Présence en France
- Siège
- Sites de production
- Filiale



Indice d'internationalisation Très Fort

Sites de production · Implantations

1986 Création par « spin-off » de BENDIX

1988 ACTIA acquiert ALCYON

1989 Diversification dans les télécoms

2000 Fusion Actielec et Mors, naissance du groupe ACTIELEC Technologie

2008 Actielec Technologies change de nom et devient ACTIA Group

2017 Acquisition de la société belge Market-IP

2018 Installation d'une usine à Detroit

2019 Filiale au Japon

Adisseo

SANTÉ / CHIMIE / AGRO-ALIMENTAIRE

Leader mondial dans la production d'additifs et de solutions nutritionnelles pour l'alimentation animale.

Président : Jean-Marc DUBLANC
Siège : Anthony (92)

CA
1.44 Md€
95% à l'international

2200 salariés
64% à l'étranger

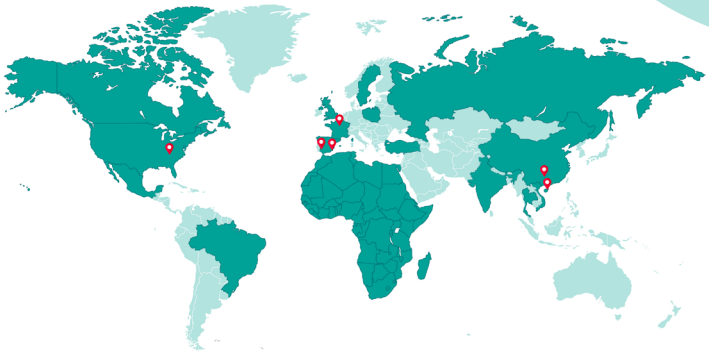
2020
Février : Adisseo et Calysta créent une joint-venture pour développer feedkind®, une solution alimentaire novatrice pour l'aquaculture et démarrage du projet de construction du 1er site de production de Feedkind en Chine.

2018
Mars : Adisseo et Seventure Partners annoncent la création de AVF, un nouveau fonds institutionnel dédié à l'alimentation, la nutrition et la santé des animaux et un premier closing de 24m€
Février : Bluestar Adisseo annonce avoir finalisé l'acquisition de Nutriad, producteur mondial d'additifs pour l'alimentation animale.

Zones d'implantation

ADISSEO A Bluestar Company

Présence en France
- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Fort

Sites de production · Implantations

1939 Création à Commentry

1971 Rachat par Rhône-Poulenc, l'entreprise devient sa division animale

2002 Reprise par CVC Capital Partners

2006 Rejoint le groupe chinois BlueStar

2013 Démarrage de la production sur le site de Nanjing

2015 Première société étrangère à entrer à la bourse de Shangaï

2017 Nouvelle unité de production en Espagne

2018 Démarrage du projet de 2ème usine sur le site de Nanjing

Armor

INDUSTRIE / CHIMIE

Armor est un industriel expert en formulation d'encres et enduction de couches fines sur films minces. Le groupe est pionnier dans le développement et la production de matériaux innovants tels que les films solaires organiques, les collecteurs enduits pour les batteries électriques et les filaments et pièces sur-mesure pour la fabrication additive.

CEO : Hubert de BOISREDON
Siège : Nantes (44)

CA
280 M€
80% à l'international

2000 salariés
62% à l'étranger

2020

Avril : Résultat de la bonne progression de l'intégration technique d'OPVIUS à l'industriel français, ARMOR produit désormais des modules photovoltaïques free-form
Mars : ALSTOM, leader mondial des systèmes ferroviaires intégrés, utilise désormais l'impression 3D dans ses opérations de maintenance, en collaboration avec ARMOR

2019

Septembre : ARMOR a décidé de renforcer son activité en Inde en acquérant Intercode et son site à Delhi.

Zones d'implantation

ARMOR

Présence régionale

Siège
Sites de production

Indice d'internationalisation Très Fort

Implatations industrielles · Filiales / agences commerciales · Distributeurs

1922
Création de la société GALLAND & BROCHARD

1992
Investissement dans l'activité de cartouches Laser remanufacturées d'ARMOR Industries au Maroc

1999
Création d'ARMOR USA et ARMOR ASIA

2004
Création d'ARMOR CHINA

2007
Création d'ARMOR BRASIL

2010
Acquisition WECARE4 et RECOLL

2014
Création d'ARMOR INDIA, AFRICA et MEXICO

2018
Création de Armor Colombia et Armor East Africa & Kenya

Buffet Crampon

LUXE / MUSIQUE

Le groupe Buffet Crampon est spécialisé dans la fabrication d'instruments à vent. Depuis presque 200 ans, les musiciens continuent à trouver dans les instruments du Groupe, l'excellence et la passion de la musique.

Président : Jérôme PERROD
Siège : Mantes-la-ville (78)

CA
100 M€
95% à l'international

980 salariés
71% à l'étranger

2020

Mars : Buffet Crampon, leur savoir-faire plébiscité en Chine (BFM)

2019

Avril : Buffet Crampon acquiert Parmenon (Resmusica)
Février : Buffet-Crampon développe un saxophone silencieux (Le Parisien)

2018

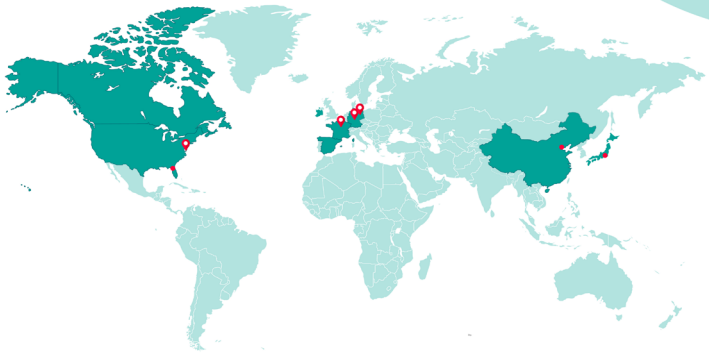
Novembre : Buffet Crampon : Le cousu main des instruments à vent (Les Echos)
Octobre : Comment Buffet Crampon externalise l'export (L'Usine Nouvelle)

Zones d'implantation

BUFFET CRAMPON PARIS

Présence en France

Siège
Ateliers



Indice d'internationalisation Très fort

Sites de production · Implantations · Ateliers

1789
Fabrication des premiers cuivres en France (famille Courtois)

1825
Denis Buffet-Auger débute à Paris la fabrication de clarinettes

1889
Des prix sont attribués à Buffet Crampon lors de l'exposition universelle

1981
Boosey&Hawkes acquiert Buffet Crampon et lui permet d'améliorer ses unités de production

2003
Buffet Crampon dépend du nouveau groupe The Music Group

2005
Reprise de l'entreprise Buffet Crampon par le fonds Argos-Soditic

2012
Fondations Capital réalise l'acquisition de Buffet Group avec la participation de CDC Entreprises

Monographies
16 ETI à l'International

Clestra Hauserman

BTP / ARCHITECTURE ET URBANISME

Clestra Hauserman conçoit, produit et installe des cloisons de bureau préfabriquées, amovibles ou démontables qui répondent aux besoins évolutifs de toutes les entreprises.

CEO : Vincent PAUL-PETIT
Siège : Illkirch-Graffenstaden (67)

CA
150 M€
61% à l'international

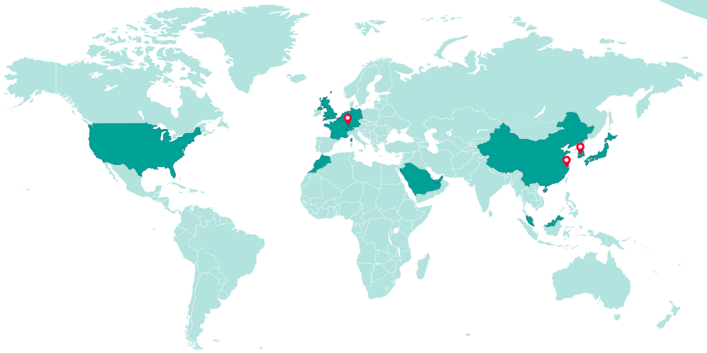
700 salariés
43% à l'étranger

2019
Octobre : Clestra Hauserman : Une entreprise mondialisée qui a fait sa mue (Objectif ETI)
Avril : Nouveau showroom à Hong Kong (interne)

Zones d'implantation

CLESTRA Hauserman

Présence régionale
Siège
Sites de production



Indice d'internationalisation Fort

Implantations industrielles · Filiales / agences commerciales · Distributeurs

1913
Invention de la cloison Hauserman aux Etats-Unis

1962
Strasbourg : 1ère usine européenne

1966 - 1967
1ère expansion géographique
(Allemagne, Belgique, Suisse, Pays-Bas, Italie, UK, Irlande et Espagne)

1986
Ouverture d'une usine en Corée du Sud

2007
Atelier d'assemblage près de Shangaï

2013
Cession de la société Clestra SAS France à la société CHM International

2018
Clestra Hauserman rejoint le groupe coréen KC Green Holdings
leader des technologies environnementales

Groupe Pochet

INDUSTRIE / PACKAGING DE LUXE

Le Groupe met aujourd'hui au service de ses clients, maisons prestigieuses de parfum et de beauté dans le monde entier, ses savoir-faire d'excellence en verre, plasturgie, métal et accessoires.

Présidente du groupe : Irène GOSSET
Directeur général : Tristan FARABET
Siège : Clichy (92)

CA
450 M€
entre 37% à l'international

4127 salariés
24% à l'étranger

2020
Février : « Agilité, Soin, Asie : Nous devons répondre aux nouvelles attentes du marché mondial du packaging beauté », Tristan Farabet, Groupe Pochet (Premium Beauty News)

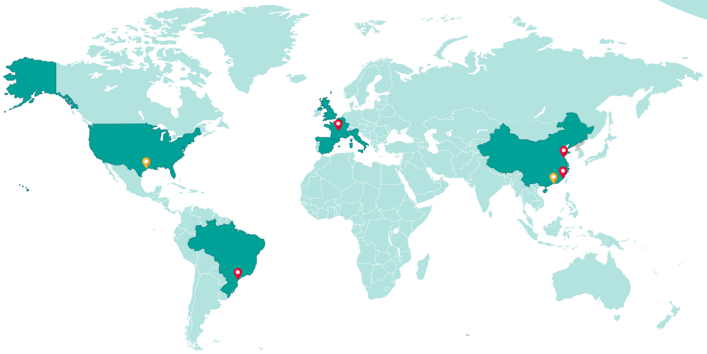
2017
Décembre : Pochet à la hausse ! (Premium beauty news)
Mai : Le groupe Pochet investit 17 millions d'€ dans le parachèvement (L'Usine nouvelle)

2016
Mai : Pochet investit dans l'avenir (CosmetiqueMag)

Zones d'implantation

GROUPE POCHET

Présence régionale
Siège
Sites de production



Indice d'internationalisation Moyen

Sites de production · Sites commercial & développement

1623
Etablissement d'une verrerie en basse forêt d'Eu

1934
Verreries Pochet et du Courval

1991
Pochet crée la société Qualipac en joint-venture avec Sommer-Alibert

2011
Acquisitions de Lisi Cosmetics et SOLEV

2015
Lancement du programme de transformation « Ambition 2023 »

2015
Cession de Qualiform à Certina

2017
Investissement de 20M€ au Brésil

2020
Annonce de la cession de la branche plasturgie

Heppner

TRANSPORT / LOGISTIQUE ET CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Heppner, créateur de solutions de transport et logistique, est le spécialiste et le leader indépendant des échanges internationaux au départ et à destination de la France.

Président : Jean-Thomas SCHMITT
Siège : Strasbourg (67)

CA
751 M€
60% à l'international

3100 salariés
11% à l'étranger

2020

Mai : Ghislain Fernandez nommé directeur général des filiales internationales d'Heppner (l'Agefi)
Janvier : Heppner, mécène d'une chaire spécialisée en IA à la Fondation université de Strasbourg (Voxlog)

2019

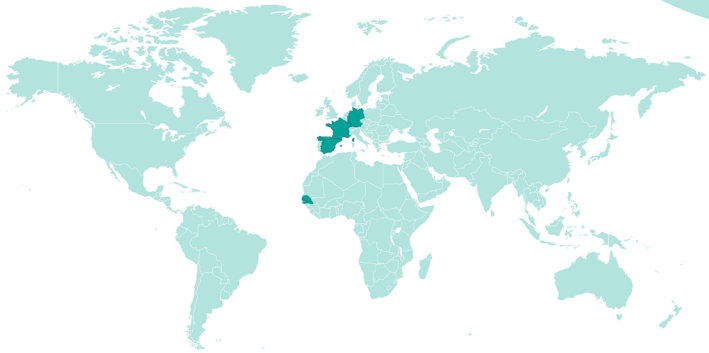
Octobre : Heppner : une nouvelle approche de l'Overseas (L'antenne)
Septembre : Heppner parmi « les Nouveaux Conquérants De L'Economie » (Forbes)
Juin : Heppner porté par l'international terrestre et l'Overseas (actu-transport & Logistique)

Zones d'implantation

Heppner
Transport & Logistics

Présence en France

- Siège
- Agences



Indice d'internationalisation Fort

● Implantations

1925
Fondation

1970
Développement de l'activité en Allemagne

1980
Rachat de Lambert et Valette dans le Rhône-Alpes

2004
Rachat de XP France, opérateur de messagerie

2015
90 ans du groupe.
Transmission à Jean-Thomas Schmitt

2017
Rachats de la société allemande AB Transports et de la société hollandaise HaCas Transport

2019
Partenariat stratégique avec Gebrüder Weiss Acquisition de Hamacher Logistik
Implantation au Sénégal

2020
Acquisition de la société Eurobeta, à Barcelone

Innothera

SANTÉ / INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

Innothera est une entreprise de santé indépendante spécialisée dans le traitement des pathologies de la vie quotidienne par le médicament ou le dispositif médical.

CEO : Arnaud GOBET
Siège : Arcueil (94)

CA
200 M€
65% à l'international

1200 salariés
38% à l'étranger

2019

Avril : Le bonheur est dans l'ETI (La Tribune)
Mars : Innothéra noue un partenariat d'innovation avec TheraPanacea pour mettre l'IA au service de la santé (L'Usine Digitale)

2017

Février : "L'ETI familiale, ce socle méconnu de l'économie française", interpelle Arnaud Gobet (L'Usine Nouvelle)

2016

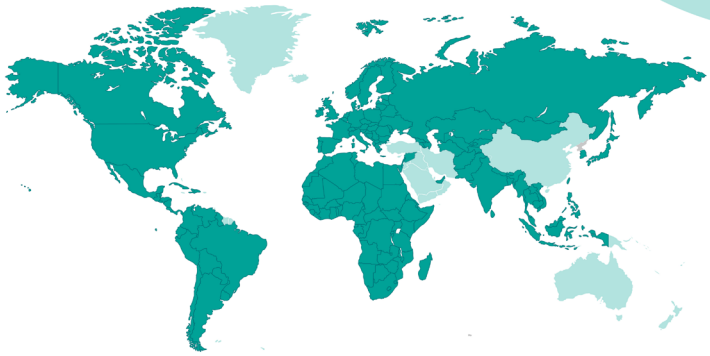
Juin : Le laboratoire familial se diversifie en investissant dans la start-up BioSerenity (UN)

Zones d'implantation

INNOTHERA

Présence régionale

- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Fort

● Distribution de produits

1913
Entreprise fondée par René Chantereau

1945
René Chantereau transmet les rênes de l'entreprise à son gendre Bernard GOBET

1973
Usine de fabrication de médicaments à Chouzy-sur-Cisse (Loir-et-Cher)

1979
Création de la filiale export

1993
Acquisition d'une entreprise de fabrication de produits de compression médicale Suisse.

1999
Usine de production à Nomexy, dans les Vosges

2019
Association avec une start-up pour mettre l'IA au service du traitement des pathologies quotidiennes

Monographies
16 ETI à l'International

Redex

INDUSTRIE / INGÉNIERIE MÉCANIQUE OU INDUSTRIELLE

Leader européen dans l'ingénierie mécanique de haute technologie. Redex est spécialisée dans la fourniture de solutions pour les industries de haute précision, tels que la Machine-outil, la Robotique, la Métallurgie et la Sidérurgie, et plus encore.

Président : Bruno GRANDJEAN (petit-fils du fondateur)
Siège : Ferrières-en-Gâtinais (45)

CA
70 M€
85% à l'international

400 salariés
50% à l'étranger

2020
Mars : Comment Redex a conquis le monde avec ses machines-outils (Le Parisien)

2019
Octobre : Interview aux « Echos » de Bruno Grandjean (Les Echos)

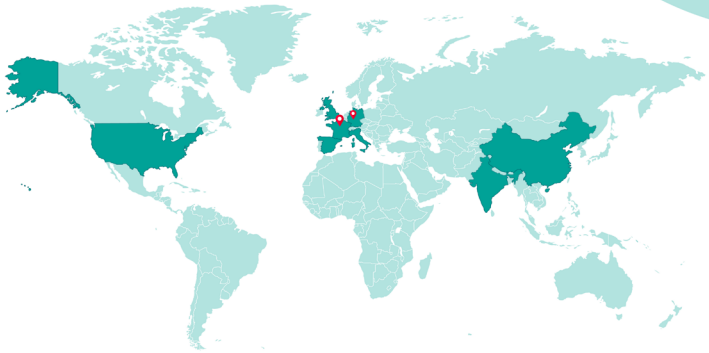
2018
Octobre : Bruno Grandjean: « La France doit rattraper le bon wagon industriel grâce à l'usine du futur » (Techniques de l'Ingénieur)

2017
Novembre : Le mécanicien Redex reprend l'Allemand Ungerer (Les Echos)
de l'Ingénieur)

Zones d'implantation

REDEX

Présence en France
- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Très Fort

Sites de production — Implantations

1949 Création par un premier brevet à Ivry-sur-Seine

1960 1ère implantation internationale à Manchester

1971 L'entreprise déménage à Ferrières

1999 Acquisition de MEROBEL

2011 Rachat de l'industriel allemand Bühler Würz

2017 Rachat de l'allemand Ungerer

2019 70 ans du groupe

Séché Environnement

ENVIRONNEMENT ET ÉNERGIES RENOUVELABLES

Entreprise spécialisée dans la valorisation et le traitement des déchets ménagers et industriels. mais aussi des métiers des services à l'environnement.

Président : Joel SÉCHÉ
Directeur général : Maxime SÉCHÉ
Siège : Changé (53)

CA
704 M€
25% à l'international

4634 salariés
57% à l'étranger

2019
Décembre : Séché dévoile sa feuille de route d'ici à 2022 (Les Echos)
Mai : Séché Environnement s'offre l'italien Mecomer (Les Echos, Capital Finance)
Avril : L'international, véritable levier de croissance pour Séché (Les Echos investir)

2018
Mars : Rachat d'Interwaste en Afrique du Sud (Le Figaro)

2017
Avril : Rachat de 76% de Solarca (Capital)
Mars : Acquisition de 2 sociétés au Chili et au Pérou (Capital)

Zones d'implantation

Séché

Présence régionale
- Siège
- Direction
- Pôle Valorisation/Traitement
- Pôle services

Indice d'internationalisation Faible

Implatations

1985 Ouverture du site de Changé

1997 Introduction en bourse

2001 Rachat d'Alcor

2002 Rachat de Tredi

2008 Producteur d'énergies vertes

2015 Nouveau service pour les urgences environnementales
1ère implantation au Pérou

2017 Acquisitions au Pérou, au Chili et en Espagne

2019 Acquisitions de Interwaste (RSA), Mecomer (Italie), Ciclo (Chili)
Renforcement au Pérou (100% Kanay)

Septodont

SANTÉ / ÉQUIPEMENTS MÉDICAUX

Septodont est une société française de produits pharmaceutiques et médicaux dédiée principalement au developpement, à la fabrication et à la distribution de consommables dentaires.

Président : Olivier SCHILLER
Siège : Saint-Maur-des-Fossés (94)

CA
292 M€
92% à l'international

1900 **salariés**
55% à l'étranger

2020

Juin : Septodont : l'aventure chinoise (BFM Business)
Avril : Septodont lance une production industrielle de gel hydroalcoolique (94.citoyens)

2019

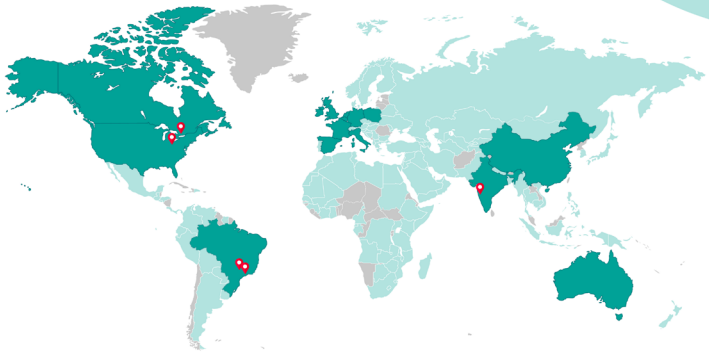
Novembre : Septodont : un risque cyber intégré à la culture d'entreprise (Les Echos)
Mars : Ce que l'automatisation de tâches a changé pour les salariées de Septodont (L'Usine Nouvelle)
Janvier : Septodont, croissance sans douleur (Les Echos)

Zones d'implantation

septodont

Présence régionale

- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Très Fort

- Sites de production
- Filiales / agences commerciales
- Distributeurs

1932 Fondation

1990 Acquisition d'un site de fabrication en France

1998 Filiale en Inde

2000 Lancement de Septocaine aux US, acquisition de Novocol au Canada

2001 Filiale en Chine

2014 - 2015 Acquisition de TDV au Brésil, acquisition de Doujet au Canada

2016 Nouvelle unité de fabrication d'anesthésiques injectables + acquisition de DLA au Brésil

2018 Lancement d'une activité de développement et de production d'injectables non dentaires, en partenariat avec différents laboratoires pharmaceutiques

Sterimed

INDUSTRIE / EMBALLAGES ET CONTENEURS

Sterimed est l'un des leaders mondiaux de l'emballage de dispositifs médicaux stériles. Il propose des solutions innovantes pour la prévention des infections.

CEO : Thibaut HYVERNAT
Siège : Boulogne-Billancourt (92)

CA
160 M€
95% à l'international

950 **salariés**
63% à l'étranger

2020

Mars : Coronavirus : Sterimed transforme son site industriel en hub logistique pour réceptionner 10 millions de masques (Les Echos)

2019

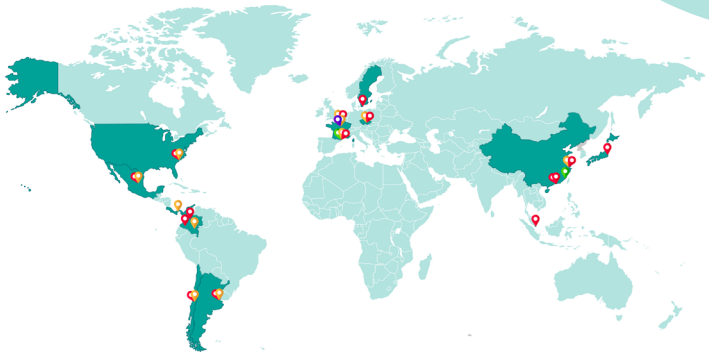
Décembre : STERIMED rachète le chinois GREEN SAIL
Novembre : Sterimed acquiert le groupe EEE et prend pied en Amérique latine (La Tribune)
Septembre : Sterimed s'apprête à changer d'actionnaire avec l'arrivée de Sagard (Emballage Magazine)

Zones d'implantation

STERIMED INFECTION CONTROL

Présence régionale

- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Très Fort

- Présence à l'international
- Agences
- Service client & entrepôt
- Sites de production
- STERIMED infection control HQ

1911 Fondation

2016 Création de Sterimed à la suite d'un spin off

2017 Sterimed entre au capital de ATH Medical à hauteur de 70%

2019 Sterimed acquiert le mexicain EEE et le chinois Green Sail

Monographies
16 ETI à l'International

Terreal

BTP / MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

Terreal est un acteur de référence dans la création de solutions innovantes pour l'enveloppe du bâtiment, principalement tuiles, briques et solutions solaires.

CEO : Laurent MUSY
Siège : Suresnes (92)

CA
412 M€
21% à l'international

2300 **salariés**
30% à l'étranger

2020
Mai : Terreal booste sa transition énergétique (La Tribune)
Janvier : Terreal mise sur le solaire accessible (Batiweb); Terreal sélectionné pour la Grande Exposition du Made In France à l'Elysée

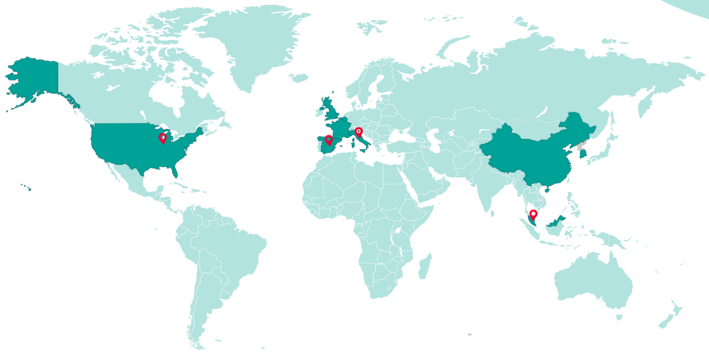
2019
Septembre : Terreal investit 4 M€ dans son usine espagnole (Le Moniteur)
Mai : Terreal investit 2,2 millions d'€ sur le site Mazamet (Le journal des entreprises)

2018
Novembre : L'usine de biométhanisation est un exemple à suivre selon le Président (F3)

Zones d'implantation

TERREAL

Présence régionale
Siège
Sites de production



Indice d'internationalisation Faible

Implatations industrielles · Filiales / agences commerciales · Distributeurs

2008
Construction d'une 2e tuilerie à Chagny et d'une unité de tuiles en Malaisie

2009
Construction d'une unité de briques de structure de nouvelle génération à Colomiers

2017
Acquisition de Achard

2018
Acquisition de la marque PICA (Italie) et de 51% de GSE Intégration (France)

Valorem

ÉNERGIE, ENVIRONNEMENT / ENERGIES RENOUVELABLES

Valorem est un opérateur indépendant d'énergies vertes, pionnier de l'éolien en France.

Président fondateur : Jean-Yves GRANDIDIER
DG : Frédéric LANOË
DG délégué : Marc ROUBEROL
Siège : Bègles (33)

CA
89 M€
23.3% à l'international

267 **salariés**
6% à l'étranger

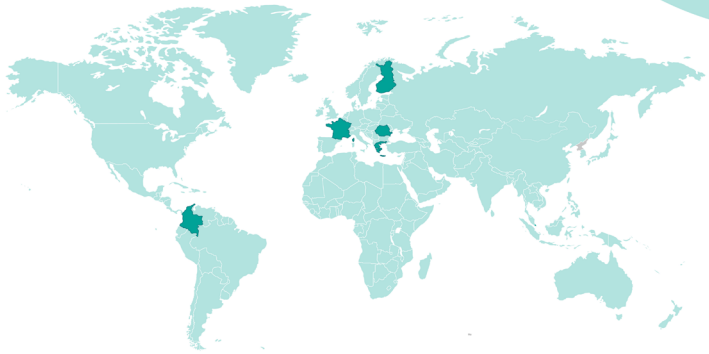
2020
Juillet : VALOREM confirme son expansion à l'international avec la validation d'un projet éolien de près de 300 MW en Finlande (VALOREM)
Juin : Valorem dynamique en 2019, s'estime armé pour rester indépendant (Greenunivers)
Janvier : VALOREM acquiert un portefeuille de 82 MW éoliens en Grèce (VALOREM)

2019
Mai : VALOREM et Octopus Energy Investments signent le financement de 71,4 MW éolien en Finlande
Janvier : Inauguration du premier parc éolien multimégawatt des Antilles françaises à Sainte-Rose (VALOREM)

Zones d'implantation

VALOREM
opérateur en énergies vertes

Présence régionale
Siège
Agences



Indice d'internationalisation Faible

Implantations actuelles

1994
Création de Valorem, bureau d'études en énergies renouvelables

2008
VALOREM devient producteur d'énergies vertes. Levée de fond de 16 M€

2010
10 parcs éolien
100% Valorem+100 salariés

2011
Création de VALEMO, filiale de suivi d'exploitation, maintenance et conduite

2012
Développement de l'éolien participatif (création du 1er compte à terme dans l'investissement éolien)

2018
Installation de la 1ère centrale hybride des Antilles Française

2019
Finlande : extension du contrat de partenariat avec Megatuuli (400 MW supplémentaires)

2020
Acquisition d'un portefeuille de projets en développement en Grèce

Vygon

SANTÉ / ÉQUIPEMENTS MÉDICAUX

Vygon est une entreprise familiale qui conçoit, produit et commercialise des dispositifs médicaux stériles à usage unique.

CEO : Stéphane REGNAULT
Siège : Ecouen (95)

CA
340 M€
85% à l'international

2400 salariés
58% à l'étranger

2020
Janvier : Le groupe Vygon acquiert Advanced Perfusion Diagnostics (APD) (La gazette du laboratoire)

2019
Octobre : Le groupe Vygon acquiert la société Pilot (La Gazette du Laboratoire)

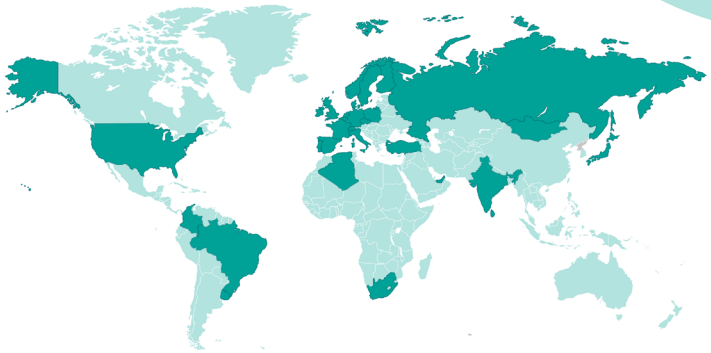
2016
Décembre : Sonoscanner et Vygon s'unissent autour du cathéter vasculaire (L'Usine Nouvelle)
Juin : « Notre but est de raccourcir les délais de mise sur le marché » (La Tribune)

Zones d'implantation

VYGON Value Life

Présence régionale

- Siège
- Sites de production



Indice d'internationalisation Très Fort

● Implantations actuelles

1962
Création par Pierre Simonet

1973
Ouverture d'une usine à Aix la Chapelle
1ère filiale commerciale au UK

1984
USA

1994 - 1999
Filiales portugaise, indienne, colombienne, uruguayenne et suédoise

2002
Filiale italienne
(aujourd'hui 4e du groupe)

2007
Rachat des usines Churchill Medical Systems et Advanced Medical Systems aux US

2019
Acquisition de la société Italienne Pilot

2020
Acquisition de la société Française Advanced Perfusion Diagnostics

Webhelp

SERVICES / EXTERNALISATION/DÉLOCALISATION

Webhelp est une entreprise française d'externalisation de la gestion de l'expérience client et des processus métier.

CEO : Vincent BERNARD
Co-fondateurs: Olivier DUHA et Frédéric JOUSSET
Siège : Paris (75)

CA
1.5 Md€
75% à l'international

60.000 salariés
92% à l'étranger

2020
Mars : Webhelp va se déployer aux Etats-Unis cette année (les Echos)

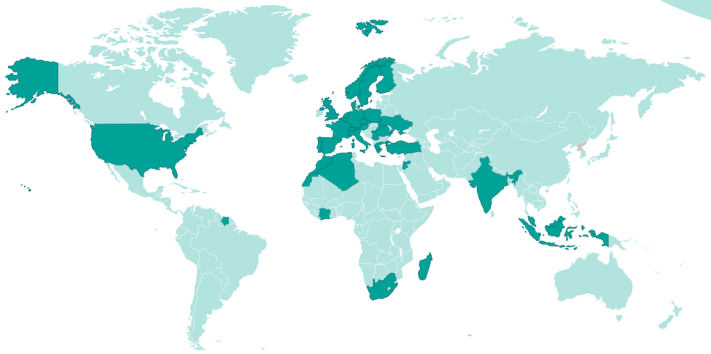
2019
Octobre : Quel avenir pour Webhelp après son rachat par le fonds belge GBL ? (FrenchWeb)
Avril : Tourcoing Comment le centre d'appels Webhelp veut créer 500 emplois d'ici 2022 (La Voix du Nord)
Août : Relation client : racheté par un fonds belge, Webhelp cible désormais une clientèle panafricaine (Jeune Afrique)

Zones d'implantation

Webhelp

Présence régionale

- Siège
- Sites



Indice d'internationalisation Fort

● Couverture commerciale

2000
Création de Webhelp

2005
1er centre d'appel
à Caen

2008
Rachat d'EOS Contact Center

2013
Rachat de HERO TSC
(UK) pour 90 M€

2014
Acquisition de SNT Nederland
B.V. (Pays-Bas, avec un site au Surname)

2015
Acquisition des parties de Walter Services en Allemagne, en Italie et en République tchèque

2016
Acquisition de GoExcellent, de Netino

2018
Rachat d'OEE Consulting et de l'allemand Sellbytel

À propos

MEDEF INTERNATIONAL

UNE INITIATIVE DU SECTEUR PRIVÉ

MEDEF International est le 1er réseau d'affaires privé français à l'international, constitué en association par et pour les entreprises françaises. Nous sommes un service privé, destiné à accélérer le développement international et promouvoir les solutions des entreprises sur les marchés internationaux.
Financés par les entreprises et ne bénéficiant d'aucune subvention publique, nous agissons dans l'intérêt collectif du secteur privé et selon les priorités de nos membres.

UN SERVICE PRIVÉ OUVERT À TOUTES LES ENTREPRISES

NOTRE METIER : ACCELERER VOTRE DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL EN PROMOUVANT VOS SOLUTIONS

MEDEF International est ouvert aux entreprises établies en France, quels que soit la taille et le secteur.

L'action de MEDEF International intéresse tous les secteurs d'activité et couvre plus de 120 pays dans le monde avec une attention renforcée portée aux pays émergents et en développement qui constituent le cœur de notre action depuis 30 ans.

QUE FAISONS-NOUS POUR VOUS ?

1. **Vous informer sur les marchés**
2. **Vous mettre en relation avec les décideurs**
3. **Mutualiser et partager les expériences**
4. **Influencer l'environnement des affaires et lever les obstacles**
5. **Renforcer vos réseaux d'affaires**

NOS VALEURS

COLLECTIF **ENGAGEMENT** **PROXIMITE** **ETHIQUE**

NOUS CONTACTER

Mme Géraldine LEMBLE
Directrice générale adjointe
@ : glemble@medef.fr
t : +33 1 53 59 16 27

Mme Sophie NUNES
Gestionnaire des adhésions
@ : snunes@medef.fr
t : +33 1 53 59 16 12

NOS BUREAUX
20 avenue Rapp, 75007 Paris

SUR INTERNET
www.medefinternational.fr

MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE
LES ENTREPRISES DE LONG TERME

Fondé en 1995, le Mouvement des entreprises de taille intermédiaire (METI) rassemble et fédère les ETI autour de trois objectifs :

- faire connaître les ETI et porter l'ambition d'un Mittelstand français ;
- plaider pour un environnement plus compétitif, aligné sur l'environnement économique et fiscal européen ;
- promouvoir l'investissement de long terme.

Le METI est présidé par Philippe d'Ornano, Président du directoire de Sisley, et Frédéric Coirier, PDG de Poujoulat.

Contact Affaires Publiques
Alexandre BONIS
Responsable des Affaires Publiques du METI
@ : a.bonis@m-eti.fr
t : +33 (0) 1 56 26 00 66 // + 33 (0) 6 68 83 84 49

Contact presse
Cécile Pochard – Agence PPR
Attachée de presse
@ : cecile.pochard@pprww.com
t : +33 (0) 1 56 03 12 95 // + 33 (0) 6 26 39 83 72

METI – Mouvement des ETI
18 rue Boissière , 75116 Paris
01 56 26 00 66

dg@m-eti.fr
www.m-eti.fr
@ M_ _ETI
METI

Inuo Strategic Impact (ISI) est un cabinet de conseil stratégique, financier et opérationnel spécialiste des stratégies de croissance internationales et des initiatives de direction générale à fort impact

- **Développement international**
  incluant un accompagnement complet dans le cadre d'une stratégie d'entrée ou de développement dans un pays ou une région du monde, comprenant mapping de l'offre, contraintes réglementaires, conseil en financement, recherche de partenaires et de cibles d'acquisitions, facilitations de contacts sur place.
- **Fusions et acquisitions, build-ups**
- **Innovation, digitalisation, application de nouvelles technologies et nouveaux business models**
- **Nouvelles sources d'EBITDA « durable »**
  avec la méthodologie Plein Potentiel / Full Impact et 100-360 pour l'obtention de résultats concrets stratégiques et opérationnels.

S'appuyant sur un modèle d'intervention unique :

- **Des équipes très seniors**
  composées de spécialistes et d'experts ayant plusieurs années d'expérience dans leurs secteurs, qui sont mobilisés sur chaque projet.
- **Une approche très pragmatique**
  permettant de déboucher sur des initiatives concrètes intégrant les principales modalités de mises en œuvre.
- **L'alignement d'une partie de notre rémunération sur des résultats concrets**
- **Une perspective internationale et un benchmarking global**
  mobilisant note réseau et nos experts mondialement selon les besoins, n'importe où dans le monde. Inuo Strategic Impact est très présent dans les zones à fort potentiel : en Europe et à l'international, notamment, en Chine et dans le reste de l'Asie, une couverture complète de l'Afrique francophone et anglophone, l'Amérique avec les Etats-Unis, le Brésil et les pays andins.
- **De nombreux domaines d'expertise très pointus mobilisables globalement**
  Education, Santé, Industrie, Services Numériques, Business Services, Agrobusiness et PGC entre autres.
- **L'intégration complète de problématiques d'impact environnemental, sociétal et de croissance durable dans chacune de ses interventions**

INUO STRATEGIC IMPACT est partenaire d'Eurogroup Consulting, spécialisé en conseil en transformation positive et conduite du changement.

Contact
Denis Chabaneix
Associé Fondateur
Denis.CHABANEIX@inuostrategy.com

Pour plus d'informations : www.inuostrategy.com

Remerciements à toutes les ETI qui nous ont fait confiance.

Équipe projet

MEDEF INTERNATIONAL

Frédéric Morel-Barbier
Louise Limare
Alexandre Renard

imeti
MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE
LES ENTREPRISES DE LONG TERME

Alexandre Bonis
Anna Naidenko

INUO STRATEGIC IMPACT

Denis Chabaneix
Audoin Goutay
Jonathan Menet

MEDEF INTERNATIONAL

MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE
LES ENTREPRISES DE LONG TERME

INUO STRATEGIC IMPACT

www.medefinternational.fr - www.m-eti.fr - www.inuostrategy.com