



**E
P
V**

*Entreprise
du Patrimoine
Vivant*

2010

Les Entreprises du Patrimoine Vivant

- ▶ Chiffres clés
- ▶ Situation économique
- ▶ Dynamique de développement
- ▶ Protection et valorisation du patrimoine

La dynamique du label

- ▶ Usages et retombées du label
- ▶ Appuis mobilisés

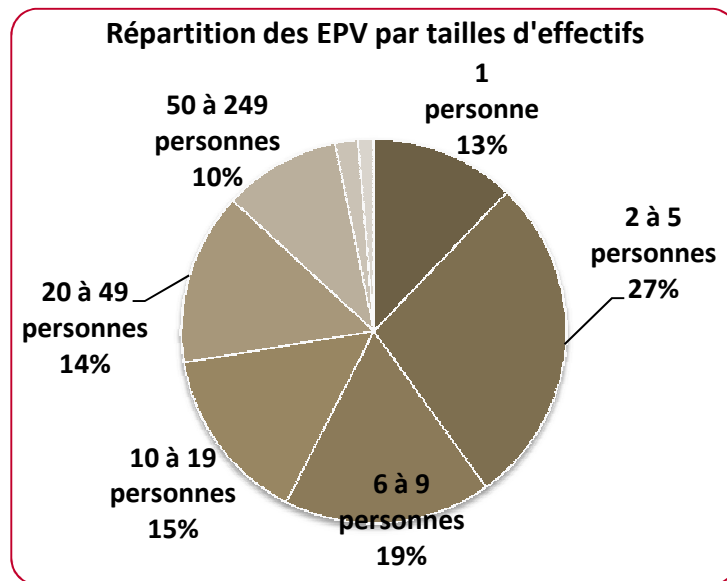
Enquête réalisée en novembre 2010
Base des résultats : échantillon représentatif de 380 entreprises
(soit 46% des entreprises labellisées)



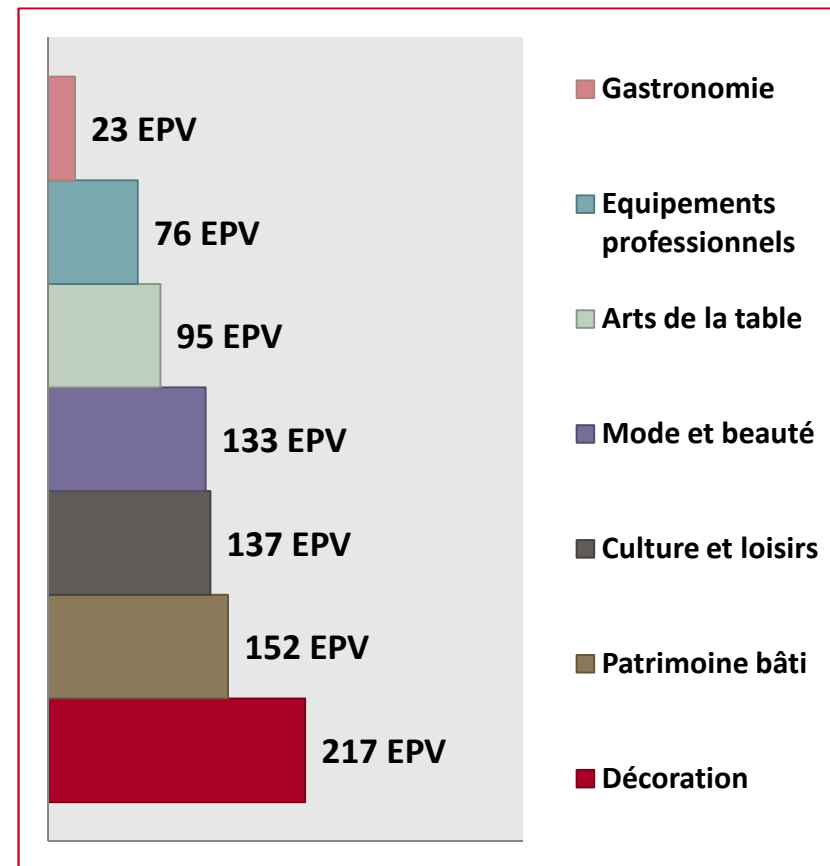
Les EPV : chiffres clés

- ▶ 833 entreprises labellisées
- ▶ Un label pour des entreprises de toutes tailles

72% des entreprises ont moins de 20 salariés.



- ▶ 7 univers-marchés représentés

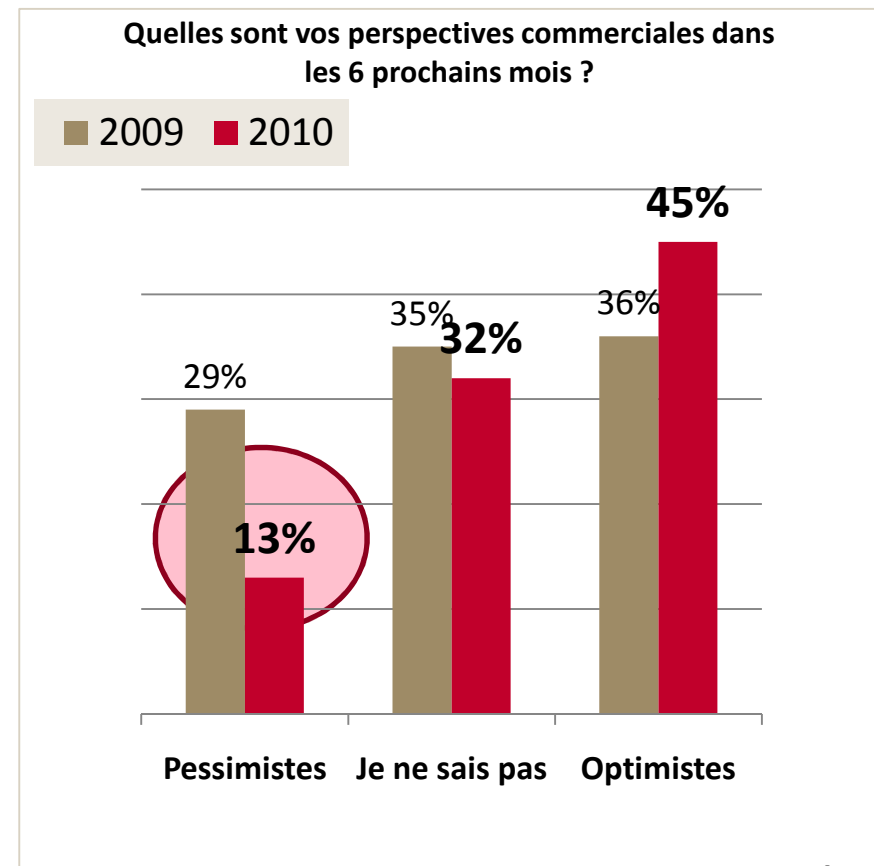
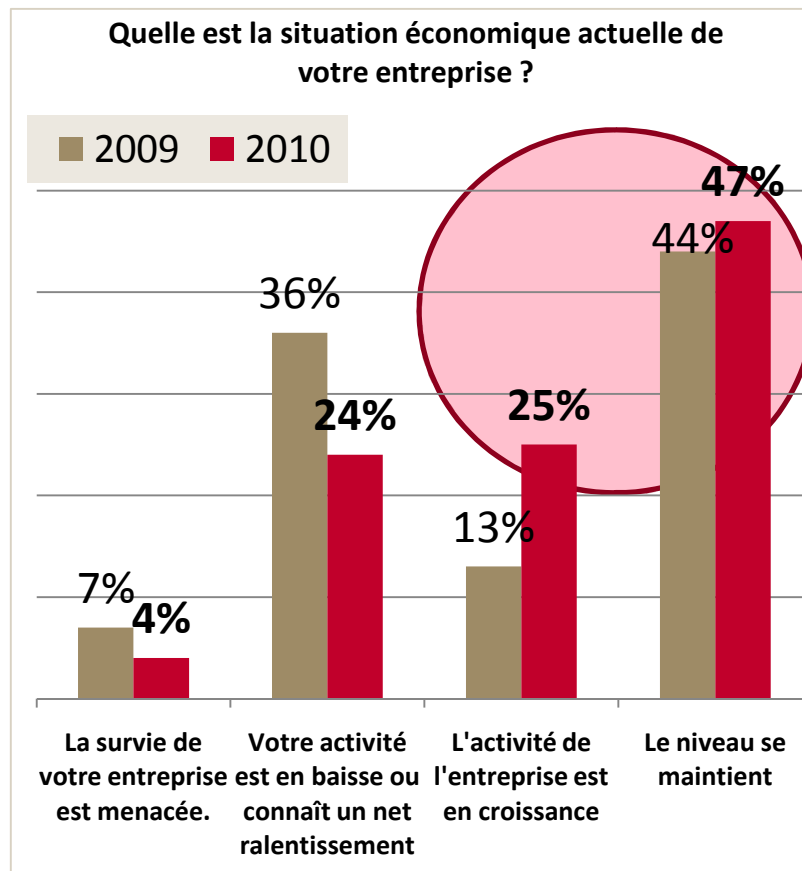


EPV

Situation économique des entreprises

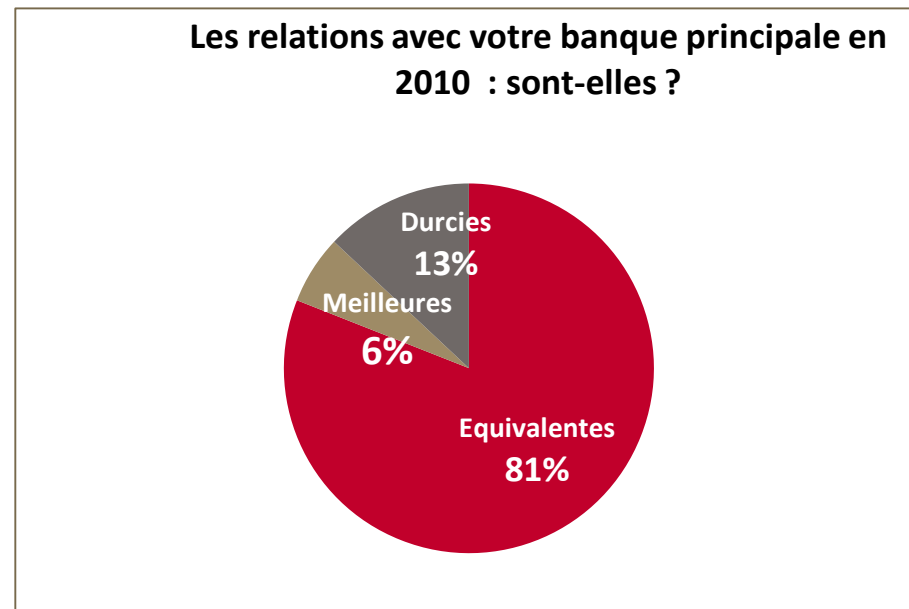
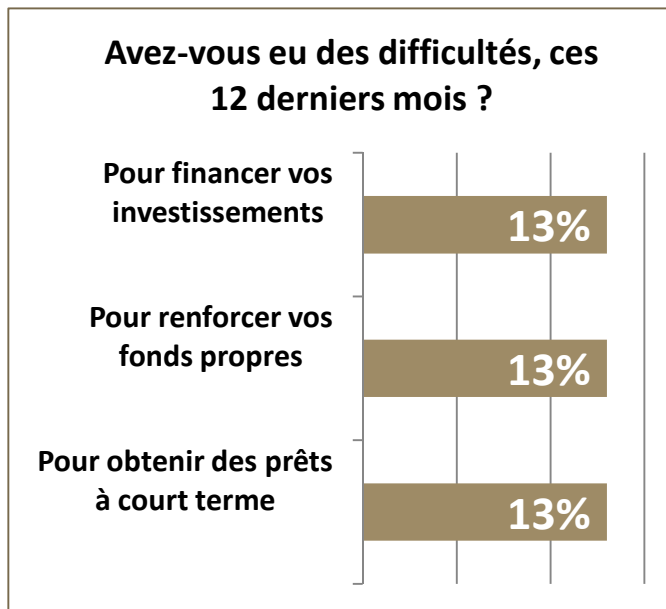
► Une situation économique générale plus favorable qu'en 2009.

► Des dirigeants plutôt confiants en l'avenir.



Situation économique des entreprises

- ▶ La recherche de financements demeure un exercice difficile : une EPV sur 4 a eu des difficultés, ces 12 derniers mois, à réunir des financements bancaires pour ses projets.
- ▶ Pour 13% des EPV, les relations bancaires se sont durcies en 2010 (souvent des entreprises en difficulté économique).
- ▶ 4% ont fait appel au médiateur du crédit.



EPV

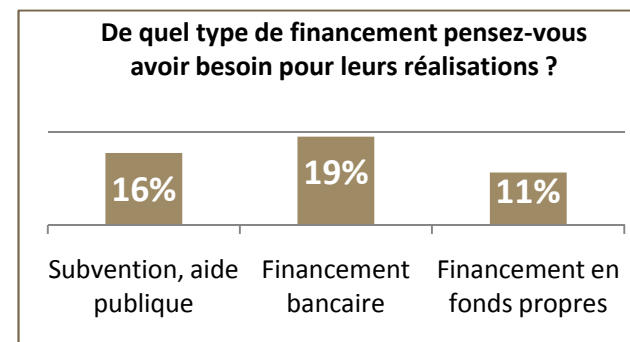
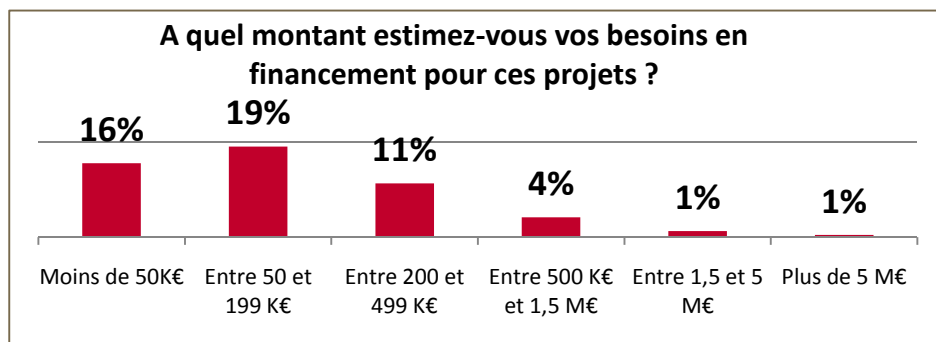
Dynamique de développement

▶ **52% des EPV ont actuellement des projets de développement nécessitant un besoin de financement :**



- moderniser l'outil de production (investissements en machines, équipements...)
- acquérir un nouveau local ou aménager le site actuel
- développer le réseau commercial et la force de vente, en France et à l'étranger
- innover dans de nouveaux produits ou procédés
- développer les outils de communication et l'image de marque
- réaliser une opération de croissance externe

- ▶ **Les besoins de financement sont corrélés à la taille des entreprises.**
- ▶ **Les recherches portent sur des subventions, des prêts bancaires ou des financements en fonds propres.**

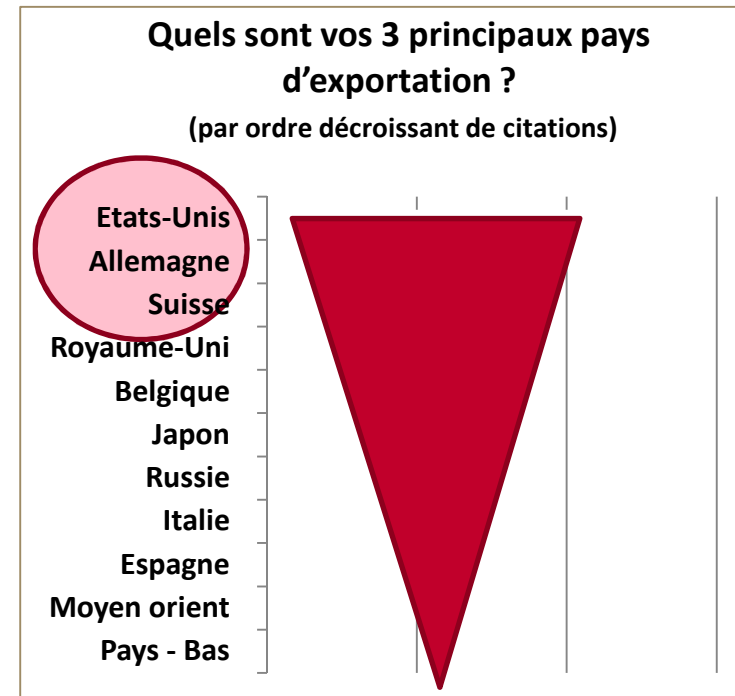
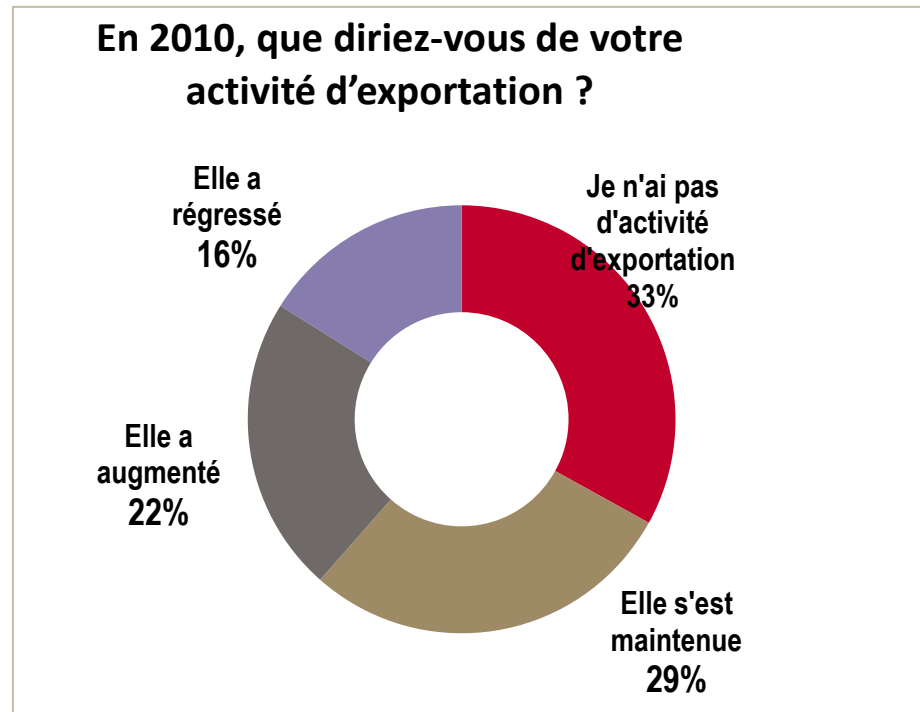


Activité d'exportation

Les 2/3 des EPV ont eu une activité d'exportation en 2010.

Palmarès des principaux pays d'exportation

Les Etats-Unis restent le principal marché, devant la Suisse et l'Allemagne.



EPV

► **L'exportation constitue un moteur de croissance pour les EPV :**
les entreprises dont l'activité est en croissance ont plus souvent une activité d'exportation en hausse.

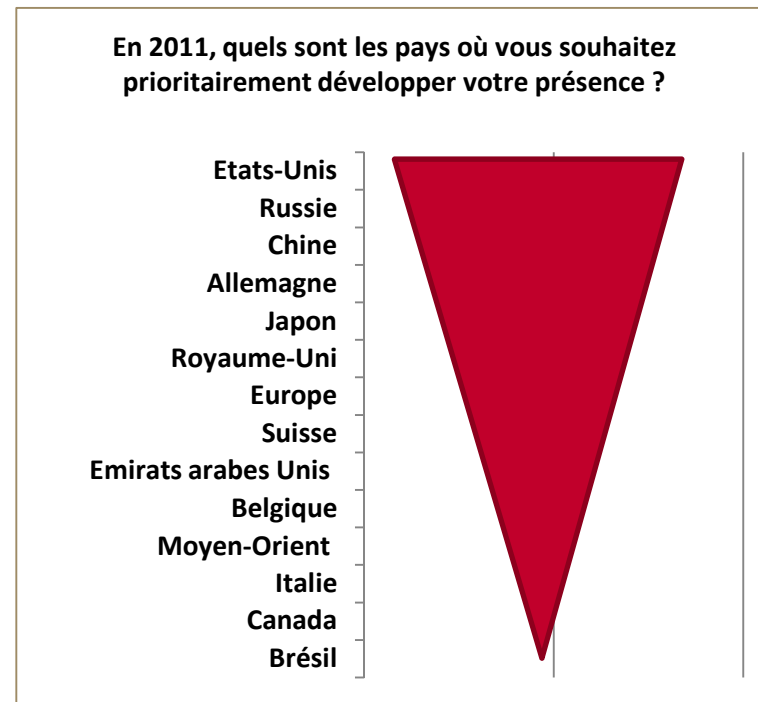
Activité d'exportation

Nouveaux pays d'exportation en 2010

Les nouveaux marchés conquis en 2010 confirment la montée en puissance progressive de la Russie, de la Chine/Hong-Kong, de la Corée parmi les zones d'exportation.

Pays cibles pour 2011

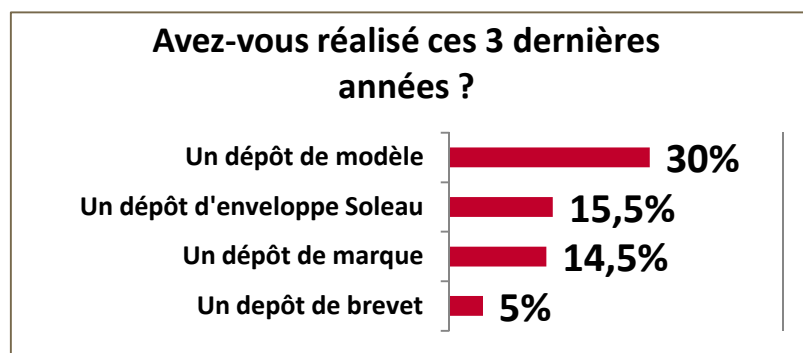
Les trois premiers pays cibles pour 2011 sont les Etats-Unis, la Russie et la Chine. On remarque également l'intérêt des EPV à consolider leur présence au Moyen-Orient.



EPV

Protection du patrimoine

► 43% des EPV ont entrepris des démarches pour protéger leurs créations ces 3 dernières années :

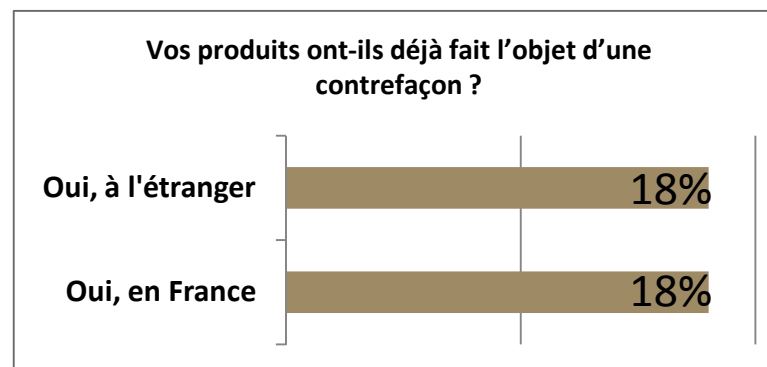


► les EPV qui ne protègent pas leurs créations/innovations évoquent l'inutilité de ces démarches :

- en raison de leur activité « sur-mesure »
- car elles n'ont pas les moyens de se défendre
- car les protections (modèles) peuvent être contournées aisément

EPV

► 30% des EPV ont fait l'objet de contrefaçons, en France ou à l'étranger.



► Les principaux pays étrangers cités sont :

- La Chine
- L'Espagne
- Les Etats-Unis
- L'Asie du Sud-Est
- L'Italie

► 24% des EPV souhaitent bénéficier d'un conseil individuel dans le domaine de la protection industrielle.

Valorisation du patrimoine

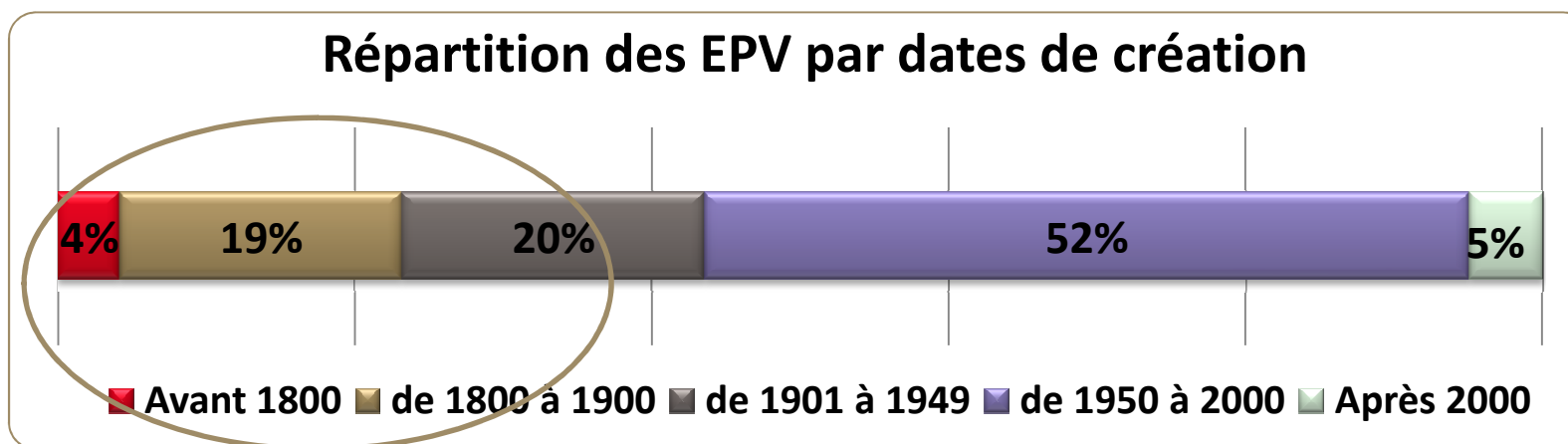
▶ Les 2/3 des EPV disposent d'une collection significative de moules, modèles ou dessins...

- ▶ des collections transmises de génération en génération (44% des EPV ont été créés avant 1950),
- ▶ ou acquises à l'occasion de fermetures d'ateliers.

▶ La valorisation de ce patrimoine est encore insuffisante :

- ▶ Dans la moitié des cas, ces collections ne sont pas inventoriées.
- ▶ L'archivage numérique n'a été mis en place que par 21% des entreprises concernées.

Répartition des EPV par dates de création



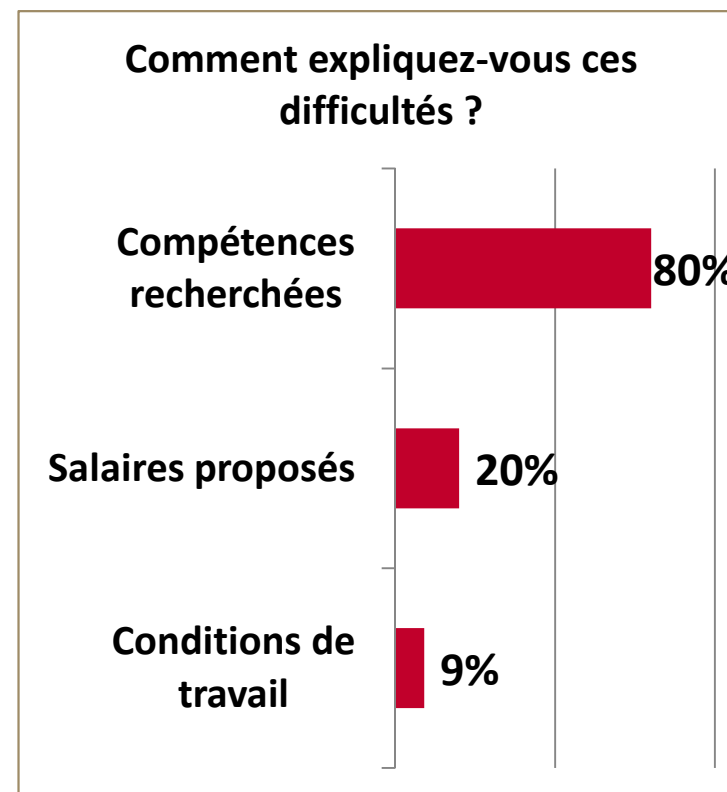
EPV

Formation et transmission des compétences

▶ 1/3 des EPV rencontrent des difficultés pour recruter du personnel de production.

▶ Les difficultés d'embauches constatées tiennent essentiellement à la rareté des compétences recherchées sur le marché.

▶ De façon générale, seulement 1/3 des EPV pensent que les formations offertes dans leur activité sont en adéquation avec leurs besoins.

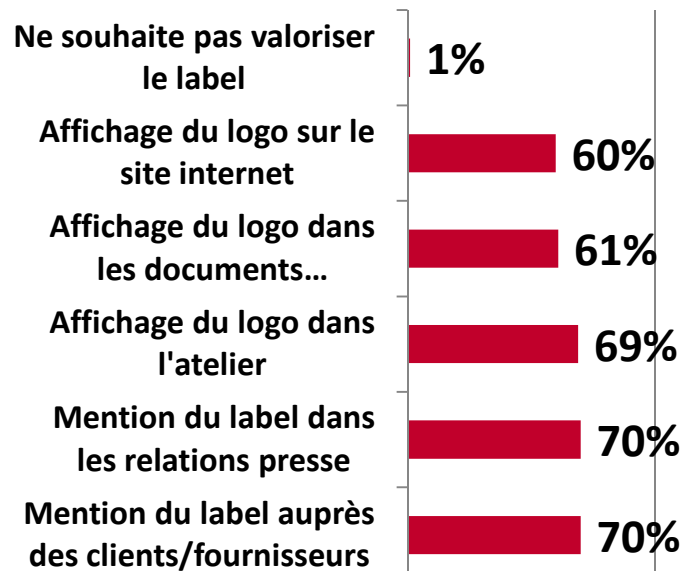


EPV

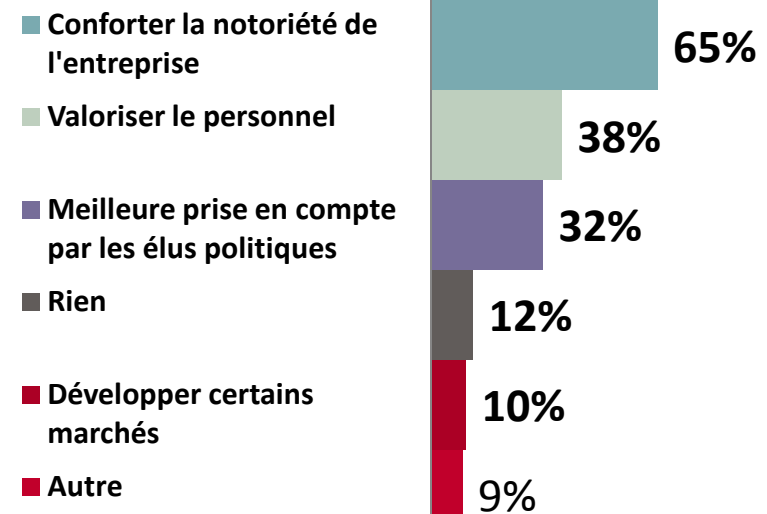
Valorisation du label

- ▶ 91% des EPV utilisent le label dans leur communication.
- ▶ Le gain en notoriété est d'ailleurs la principale retombée signalée par les entreprises.

Qu'avez-vous entrepris pour valoriser le label ?



Jusqu'à présent, que vous a apporté le label EPV ?



EPV

Retombées du label

▶ Retombées financières :

- 44% des EPV ont bénéficié des crédits d'impôts dédiés.

▶ Retombées / marchés pour 10% des EPV (contre 3% en 2009) :

- accès à des marchés publics ou institutionnels
- valorisation touristique (ex : Limoges)
- marchés dans les pays sensibles à ce type de distinctions (Japon, Russie...)

▶ Autres impacts signalés :

- le label est un élément de «sécurité » et « d'authenticité » pour les clients.
- des collaborations et des courants d'affaires se sont créés entre entreprises labellisées.

▶ Retombées communication

- près de 600 articles publiés en 2010 citent le label

- Nouveau site Internet bilingue

www.patrimoine-vivant.com

www.frenchsavoirfaire.com



EPV

Appuis publics mobilisés

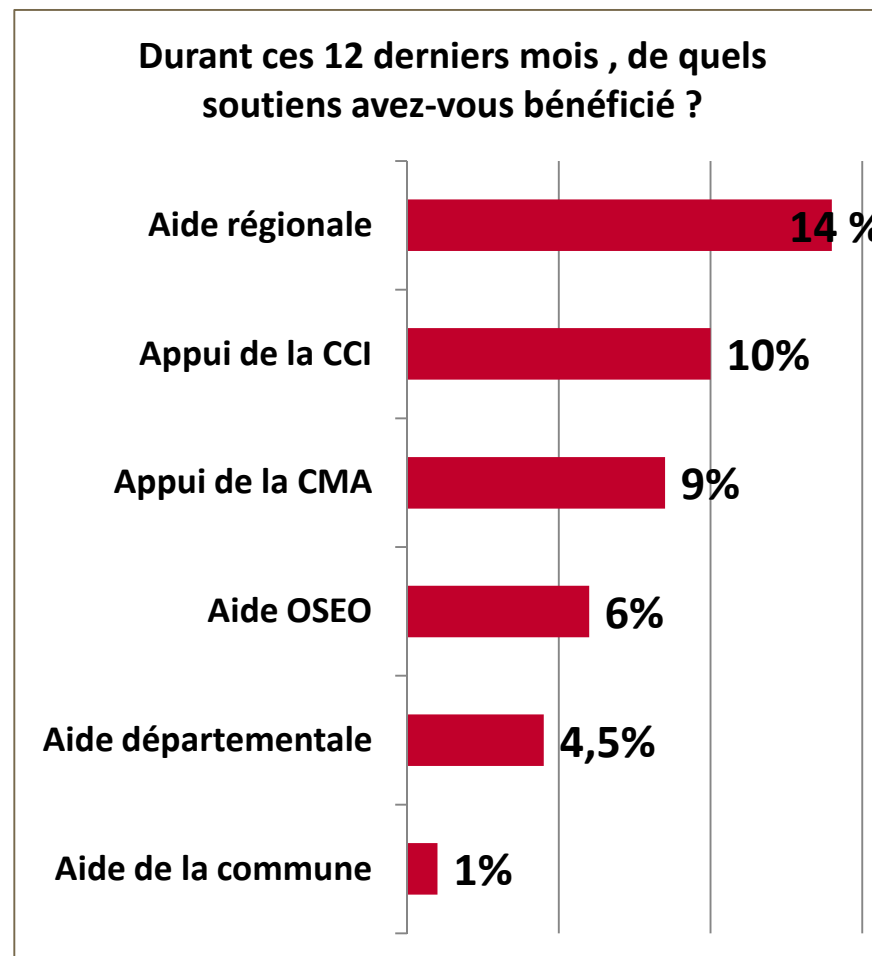
▶ **43% des EPV ont été accompagnées dans leurs projets par des opérateurs publics en 2010.**

▶ **Les aides des collectivités territoriales ont concerné 19% des EPV.**

▶ **Les réseaux consulaires sont sollicités pour trois prestations principales :**

- ▶ Appui export
- ▶ Recherche de financements (montage de dossiers)
- ▶ Conseil

EPV



Appuis exports

(convention DGCIS/UBIFRANCE)

136 EPV

ont bénéficié de prestations complémentaires

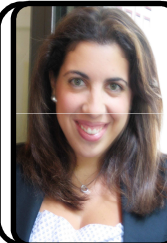
à l'exportation, à titre individuel et/ou collectif.

- Tarifs préférentiels sur certains salons
- Mise à disposition d'interprètes
- Organisation de RV, suivi de contacts
- Invitation d'acheteurs
- Communiqués de presse, invitations de journalistes

EPV

New York /Moscou /Shanghai

3 Volontaires Internationaux dédiés aux EPV, en poste au sein des Missions Economiques Ubifrance.



Caroline OLSON

- Mission Economique de New York/ **Etats-Unis**



Camille DURAND

- Mission Economique de Moscou/ **Russie**



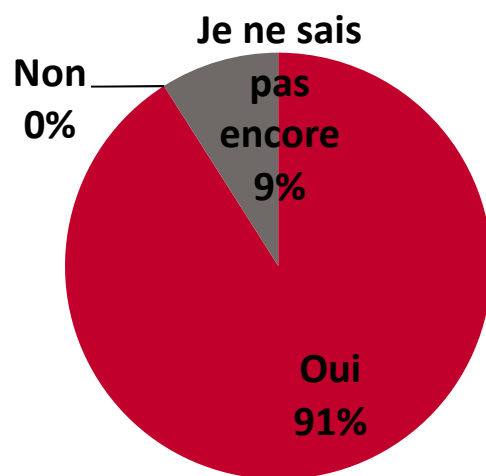
Alexandre COLLET

- Mission Economique de Shanghai/ **Chine**



En conclusion : les EPV confirment la valeur du dispositif

Pensez-vous renouveler votre
candidature ?



**91% des entreprises
labellisées en 2006
pensent renouveler leur
candidature en 2011.**

EPV