

Quelles CCI en Pays de la Loire demain pour les entreprises?

NB Ce document est une version de travail issue des séminaires de bureau de septembre 2014 et 2015 et sera complété par les conclusions des séminaires Formation et International prévu début décembre 2015

Novembre 2015

Contexte, vision stratégique et positionnement



Dans un environnement mondial en **mutation forte**, les CCI des Pays de la Loire agissent en « **incubateur du futur** » pour les entreprises de la région.

Les CCI aident les entreprises à anticiper les évolutions, à prototyper des solutions, à prendre les bons marchés. Elles font émerger et croître les acteurs de la nouvelle économie, elles travaillent en collectif en rendant agiles et compétitives toutes les entreprises cibles et organisent un écosystème compétitif sur les territoires.

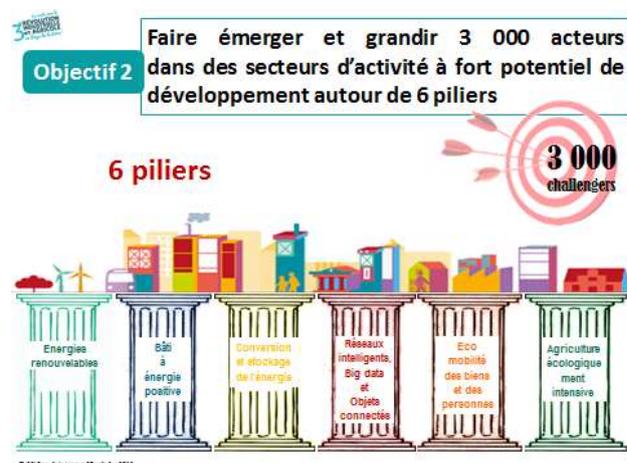
Considérant que le réchauffement climatique, la révolution numérique, la transition énergétique et l'épuisement des ressources naturelles vont impacter en profondeur les activités économiques et humaines dans les décennies à venir, les CCI veulent engager sur le long terme les entreprises des Pays de la Loire dans une démarche de Troisième Révolution Industrielle et Agricole (TRIA).

S'engager dans la TRIA, c'est parier que l'appropriation indispensable des énergies renouvelables, la gestion économe et responsable des ressources naturelles et l'intégration de la révolution numérique vont remodeler le paysage des acteurs économiques... avec à la clé l'émergence de nouveaux modèles économiques.

C'est en préparant nos entreprises à cette révolution que nous sommes les incubateurs du futur.

Objectifs des CCI

Pour réussir à faire des Pays de la Loire un territoire leader dans cette économie de Demain issue des transformations énergétiques, écologiques et numériques, les CCI se fixent **2 objectifs** :



1. POUR QUELS CLIENTS ?

En matière de développement des entreprises, 4 cibles clients ont été identifiées :

- Les entreprises (environ 200 000 en Pays de la Loire dont 120 000 ressortissants CCI)*
- Les porteurs de projet (créateurs / repreneurs)
- Les filières et réseaux d'entreprises (plusieurs centaines en Pays de la Loire)
- Les collectivités (environ 1 600 en Pays de la Loire), dans leur volet action économique.

(*) : *il faut noter que les interlocuteurs prépondérants de la cible entreprises sont les dirigeants. Pour autant, il est opportun de considérer plusieurs « utilisateurs des services CCI » au sein d'une même entreprise, en particulier pour des prestations spécialisées.*

Pour chacune de ces cibles clients, des segmentations sont proposées pour adresser prioritairement les entreprises souhaitant s'engager dans **au moins un des 2 objectifs de la TRIA**.

2. AVEC UN PROJET D'ENTREPRISE NATIONAL

Les CCI des Pays de la Loire ont opté pour la mise en place de leur projet d'entreprise, en cohérence avec les principes du changement **CCI Demain** adopté par le réseau. Ces orientations visent à transformer l'offre de services actuelle des CCI pour :

- Tenir compte de l'évolution des besoins des entreprises : élaborer une **nouvelle offre de services** avec un **socle commun** au réseau complété par des offres adaptées aux spécificités des territoires.
- Faire face à la baisse des ressources fiscales des CCI : mettre en place une **plate-forme de services**, **projet e-CCI**, appliquer la politique de **facturation** définie par le réseau et **diversifier** ses ressources,
- Mieux exploiter l'information hébergée : **projet CCI DATA**
- Développer l'**interconnexion** des différentes activités et établissements : **projet CCI Campus**
- Faire évoluer les **compétences** des collaborateurs

...décliné au niveau régional et local !

Le projet « CCI Pays de la Loire Demain » restructure l'offre des CCI à destination des entreprises pour la rendre plus lisible et plus efficace, au service de la vision TRIA.

L'offre « CCI de demain en Pays de la Loire » est composée de produits/services qui répondent à **3 postures différentes en fonction des ambitions souhaitées par les élus** :

- **Influence** :
 - Pour orienter les décisions publiques en faveur des entreprises
 - Pour flécher des moyens pour les entreprises en lien avec les orientations stratégiques
 - Pour mobiliser des moyens pour promouvoir les offres régionales
- **Fédération** :
 - pour mettre en relation commerciale (clients-fournisseurs)
 - pour mettre en relation partenariale (entreprises /écosystème)
- **opérateur (faire et faire faire)**
 - pour sensibiliser (information)
 - pour évaluer (diagnostics)
 - pour former
 - pour explorer de nouvelles pistes (veille)

3. UNE OFFRE ORGANISEE AUTOUR D'UN SOCLE COMMUN

- L'offre remaniée est bâtie sur **4 niveaux** de prestation et **5 domaines** d'intervention :



4. AVEC QUEL PORTEFEUILLE PRODUITS ?

- L'offre « CCI de demain en Pays de la Loire » pour les entreprises couvre l'ensemble des champs de l'information, du diagnostic-conseil, de l'accompagnement et de la formation continue des dirigeants et des salariés.
- Tous les produits proposés aux entreprises par les CCI des Pays de la Loire s'inscrivent dans les 4 niveaux de prestation / 5 domaines d'intervention.
- Pour en rendre la lecture plus simple, leurs dénominations sont harmonisées autour de **7 lignes produits** qui les décrivent simplement pour les rendre facilement mémorisables :

| Lignes Produits | Niveau | Objectif Client |
|-----------------|--------|---|
| Flash_ | 1 | Confirmer (ou non) l'intérêt d'un sujet pour l'interlocuteur en libre-accès |
| Déclic_ | 2 | Réaliser un tour d'horizon complet de l'entreprise (approche globale) pour mettre en évidence des priorités |
| Eval_ | 2 | Faire un point de situation précis sur une thématique de compétitivité pour l'entreprise. |
| | | Préparer les contacts ultérieurs avec des tiers sur cette thématique |
| Tremplin_ | 3 | Opérer une sélection parmi plusieurs projets de développement / amélioration suivant une méthode de tamisage structurée, et définir le plan d'actions |
| Pack_ | 3 | Disposer d'un ensemble de services packagés pour organiser le lancement d'un plan de progrès sur un thème donné |
| Dinamic_ | 4 | Engager l'entreprise dans une démarche de progrès ciblée sur 9 à 12 mois suivant une méthode orientée résultats |
| Optima_ | 4 | Disposer d'un accompagnement / encadrement sur mesure sur un temps long, |

5. DANS QUEL TIMING ?

La transformation de l'offre de services aux entreprises vers « CCI de demain en Pays de la Loire » va s'organiser selon 2 horizons :

- **Horizon 1** : Une échéance de court terme (**horizon 2017**), avec des mesures plutôt centrées sur la rationalisation, l'homogénéisation des produits actuels, et leur ciblage sur des populations de clients plus réduites. Cette étape est nécessaire pour s'ajuster à la contrainte imposée par la réduction budgétaire mais elle ne constitue pas le terme de la transformation des CCI.
- **Temps 2** : Une échéance de moyen terme (**horizon 2020**), avec des mesures centrées sur l'émergence de produits/services à plus forte valeur ajoutée, en totale cohérence avec le positionnement des CCI en « incubateur du futur », et dont les modèles économiques s'affranchissent au maximum de la ressource fiscale. La conception de ces nouveaux produits/ services sera engagée dès 2016 dans une démarche collaborative associant les 5 CCIT et la CCIR.

6. AVEC QUEL PLAN D'ACTION ?

- Sur l'échéance court terme (horizon 2017), les actions à engager sont les suivantes :
 - . Recensement de l'ensemble des offres par domaine d'intervention et par niveau de prestation avec une approche distincte pour les offres individuelles et collectives,
 - . Analyse des modèles économiques et performances commerciales des offres actuelles et suppression des produits obsolètes,
 - . Recherche de nouvelles offres ou d'offres de substitution émanant du réseau national des CCI
 - . Homogénéisation des produits similaires entre CCI lorsque la singularité ne se justifie pas (contenu et tarifs),
 - . Définition des cibles prioritaires par produits, pour aboutir à un ensemble de couples produits – marchés,
 - . Amélioration de la lisibilité de la communication sur ces produits (rationalisation des marques),
 - . Définition du marketing–mix de chaque produit,
 - . Construction des calendriers de transformation des offres par CCIT,
 - . Formation des équipes à ces nouvelles offres,
 - . Mise en place de tableaux de bord de suivi du déploiement des offres.
- ↳ Sur l'échéance moyen terme (Horizon 2020), les actions à engager complètent le plan court terme par des manœuvres de transformation plus profondes à engager dès le premier semestre 2016. Celles-ci permettront de construire le positionnement « incubateur du futur » de l'offre « CCI de demain en Pays de la Loire »

Qui fait quoi ?

En conséquence de ces orientations, le bureau de la CCI Pays de la Loire :

- . préconise un schéma directeur qui prévoit une CCIR et 4 ou 5 CCIT.
- . confirme les CCI territoriales comme opératrices de proximité en capacité de contractualiser avec les acteurs locaux et de définir des programmes d'actions spécifiques sur leur bassin d'emploi.
- . confirme la CCI régionale dans son rôle de holding, de gestion du backoffice, d'animatrice du réseau régional et garante de la stratégie et des relations avec le Conseil Régional et les services de l'Etat en région.

Le suivi du déploiement de « CCI de demain en Pays de la Loire » sera assuré selon la norme 4.9, en cohérence avec les engagements pris dans la convention d'objectifs et de moyens signée avec l'Etat (COM) et dans l'accord cadre et des conventions signées entre 909 et le Conseil Régional des Pays de la Loire.