

SkITEC

Créer du beau et de l'utile à partir
de skis en fin de vie.

Mobilier, agencements et
structures durables et
personnalisés.

Depuis les Alpes.



Notre mission



SkiTEC conçoit et fabrique des structures, des solutions d'aménagement et des meubles originaux, personnalisés et durables.

Comment ? En offrant une nouvelle vie aux skis usagés.



Notre mission : apporter une solution concrète à 100 000 skis en fin de vie, sur les 500 000 jetés chaque année en France.

Nos valeurs



Simplicité

La simplicité est un état d'esprit. Simplifier les processus, agir avec bon sens, vous proposer une expérience client fluide et agréable : c'est ce qui définit à la perfection notre approche.



Sobriété

Qui dit sobriété, dit frugalité : préserver les ressources et consommer mieux, et au plus juste, pour construire les bases d'un avenir plus raisonné. Nous agissons pour contribuer au développement d'une économie circulaire

Originalité

Par son approche, SkiTEC donne vie à des créations originales, avec une élégance qui sort de l'ordinaire et des assortiments uniques.

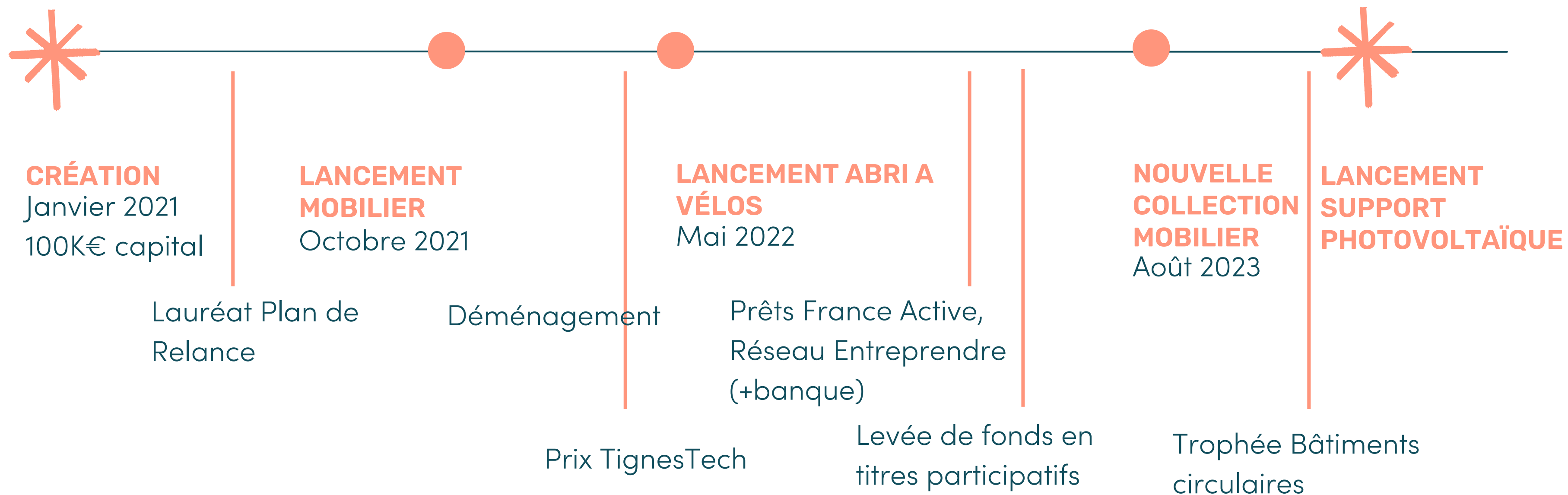


Détermination

Nous affirmons une ambition : répondre à des besoins concrets en prenant soin de notre planète et des ressources. Nous savons pourquoi nous agissons, et nous le faisons avec conviction et détermination.



Notre histoire





Équipe opérationnelle

**EMILIE
VUILLEQUEZ**



Directrice Générale.

Diplômée HEC Paris, spécialisation “HEC-Entrepreneurs”.
Fondatrice de l’association d’écologie d’HEC Paris.
Lauréate 2022 de Réseau Entreprendre Savoie.

**JONATHAN
RANDON**



Designer et Responsable mobilier/agencement.

Préparation aux Beaux-Arts, peintre-carrossier.
Plus de 5 ans d’expérience en prototypage à partir de matériaux
de réemploi.

XAVIER JANET



Ingénieur structures innovantes.

Diplômée ESTP.
Plus de 10 ans d’expérience en Bureau d’Etudes structures.



LES FAIBLESSES



- Produits innovants : concept à faire connaître
- Une semi-industrialisation complexe à implémenter
- Dépendance vis-à-vis de collaborateurs clés
- Esthétiques différentes d'un produit à l'autre
- Point mort à atteindre pour stabiliser le modèle

LES FORCES



- Produits diversifiés
- Activité est peu dépendante de l'énergie
- Matière première abondante au niveau local
- Forte notoriété locale auprès du grand public
- Plus de 60 investisseurs.
- Une internalisation du processus de production avec un savoir-faire unique en Europe.

LES MENACES

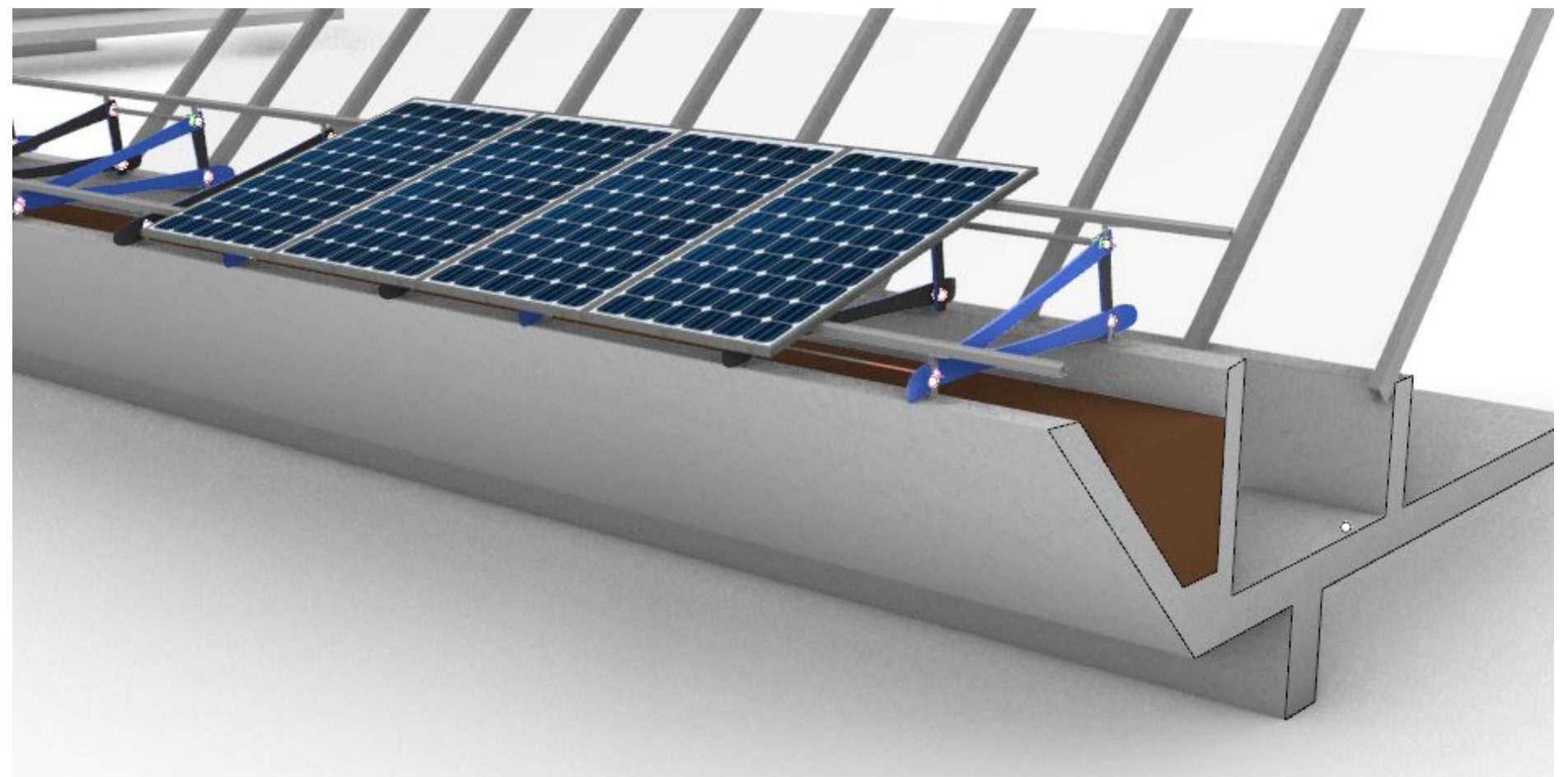
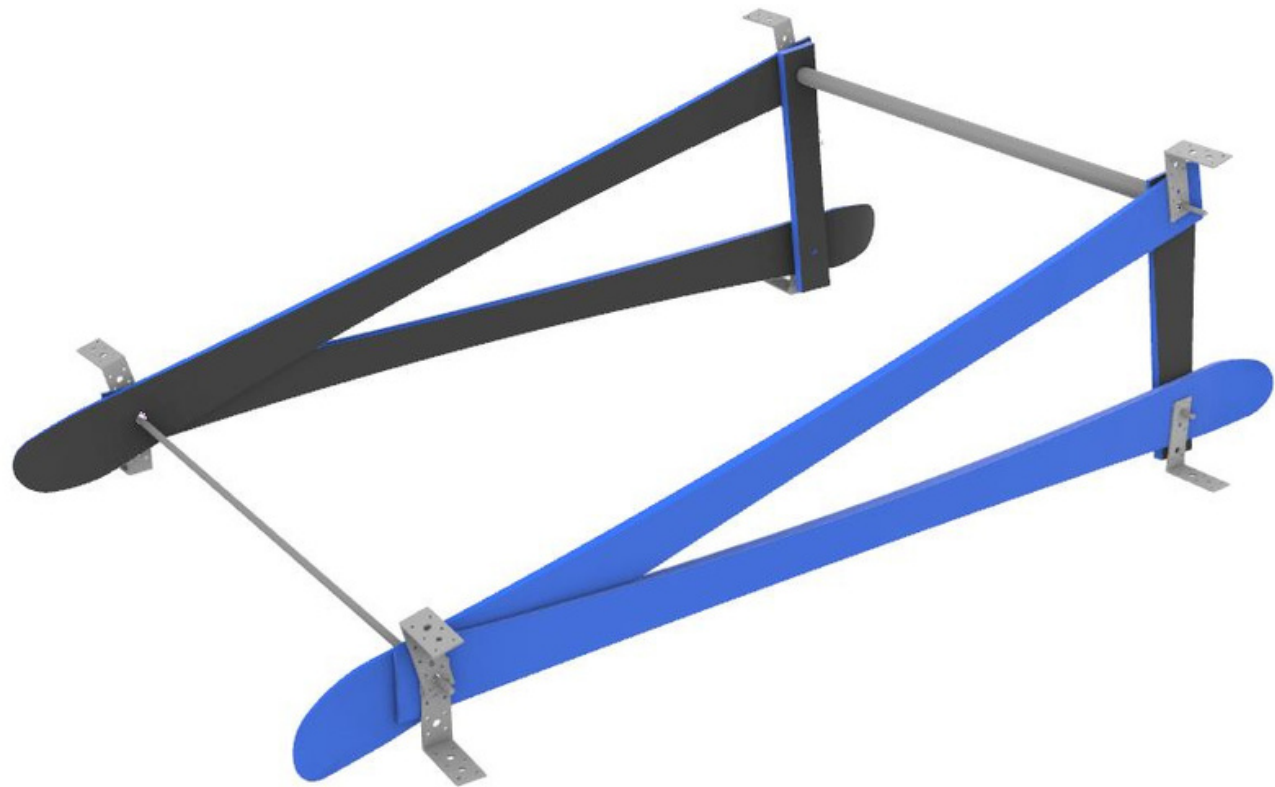
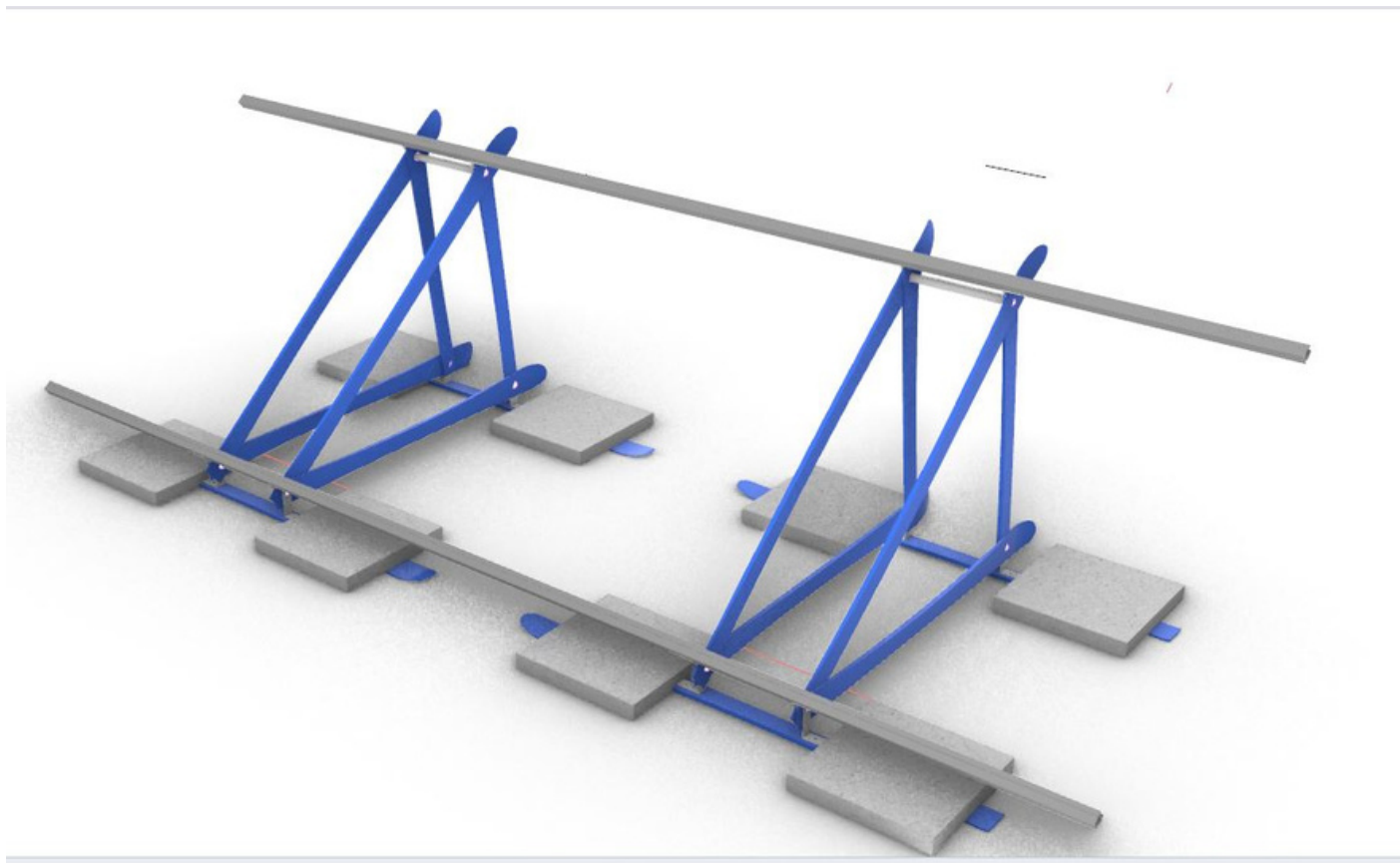


- Les marques peuvent à terme vouloir internaliser la valorisation des skis en fin de vie
- Le nombre de skis à valoriser peut également être amené à baisser à terme
- Le contexte économique pousse les collectivités locales à rationaliser leur budget
- Un ralentissement probable des projets de construction

LES OPPORTUNITES



- 500 000 skis sont jetés et incinérés chaque année en France
- La loi AGEC oblige les marques à s'impliquer pour réduire les déchets
- Les collectivités locales incluent l'impact écologique au coeur de leurs décisions d'achat
- Développement accéléré des projets photovoltaïques et de la mobilité à vélo (LOM)
- Le marché de la décoration et de l'ameublement sont en croissance



Où en sommes-nous ?



Structuration

Réalisé à 80 %

- Mise en place du stock et de l'atelier, approvisionnement en skis
- Recherche initiale sur le comportement mécanique des skis
- Construction de l'équipe noyau
- Compréhension des marchés cibles



Industrialisation

Réalisé à 50%

- Documentation des plans
- Paramétrage des plans structures
- Définition des processus
- Montée en puissance des outils et machines
- Mode de tri et stockage abouti
- Structure d'une base de données établie

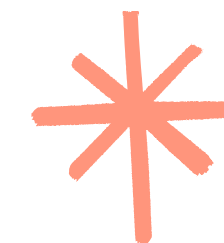


Commercialisation

Réalisé à 30 %

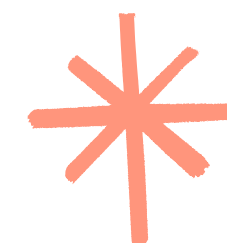
- Définition d'une stratégie de communication
- Structuration de la fonction commerciale : plan commercial, process, outils (modèles, CRM), pilotage semaine et mois
- Premières actions pilotées sur la gamme mobilier : montant des devis X4 en 3 mois.

Un chiffre d'affaires en progression, encore trop lente.



87 000 € EN 2023

Premiers abris à vélos
Meubles dont
nouvelle collection



68 000 € EN 2021

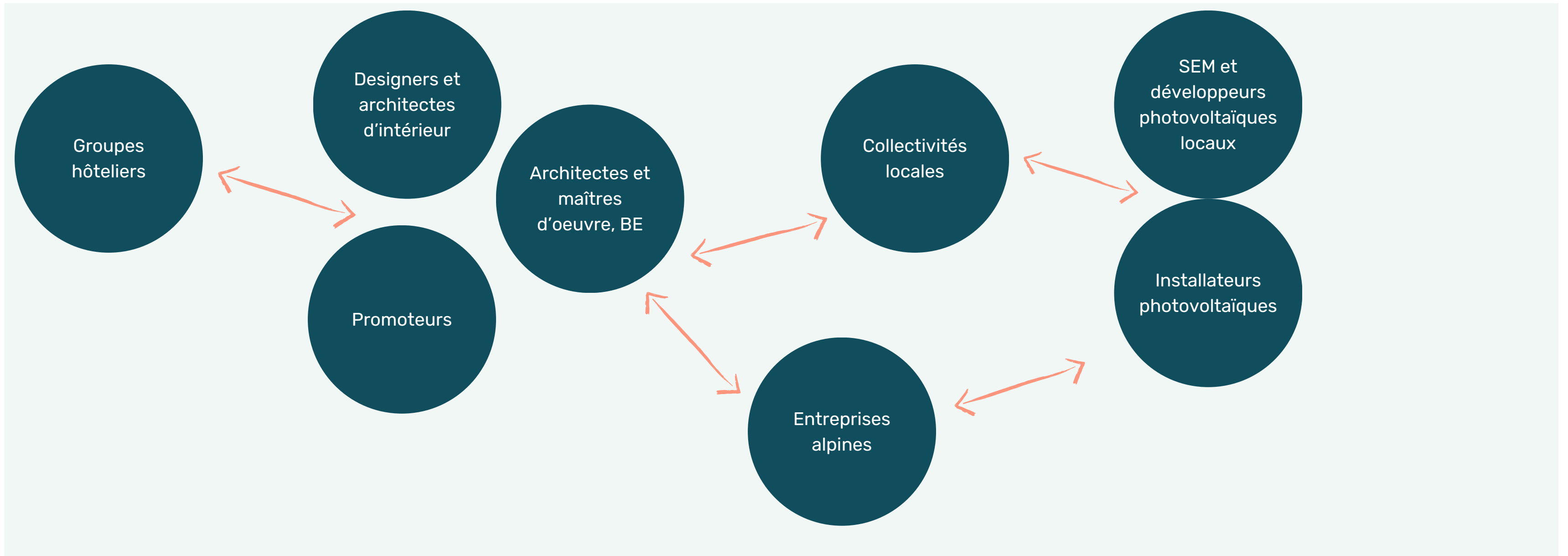
Meubles sur
catalogue

31 000 € EN 2021

Projets d'agencement
Meubles sur-mesure

**Quelques références clients : Tignes
Développement, Compagnie des Alpes, Terrésens,
Bourg-Saint-Maurice Les Arcs, Banque de France,
Chalet des Neiges, Grand Annecy, Nicomatic,
Rossignol (plus de 60 clients).**

Nos cibles



Nos personas

Architectes, designers et maîtres d'oeuvre

Dirigeants d'entreprise et décisionnaires

Elus locaux

Techniciens

Notre enjeu principal :

Générer de la **traction** commerciale

VOLET 1 : PROSPECTION

Faire évoluer les cibles en fonction de l'enjeu du moment.
Exemple à court terme : cibler les prospects à transformation rapide.

- Exploitation de la base existante (999 contacts) pour cibler entreprises locales
- Liste des 100 plus grosses entreprises Savoie-Mont-Blanc avec contacts mails et LinkedIn préparée
- Annuaire des entreprises adhérentes aux mêmes réseaux que SkiTEC
- Contacter les entreprises BTP, VRD, paysagisme qui répondent AO publics avec abris à vélos sur 73/74/38
- Hôtellerie et architectes de montagne : cibler les gros qui ont beaucoup de projets en montagne pour avoir quelques commandes à court terme
- Lecture Eco Savoie Mont Blanc pour identifier les entreprises qui ont des besoins à court terme
- Visite de notre atelier organisée régulièrement
- Visites sans RDV en zones d'activité en Savoie

VOLET 2 : FIDÉLISATION

Continuer à :

- Relancer les pistes/devis en cours
- Administrer le questionnaire satisfaction avec demande de mises en relation + avis Google
- Profiter des opportunités de visibilité grâce à l'engouement autour du projet : presse, interventions (auprès cibles pertinentes)
- Animer notre communauté sur LinkedIn : réalisations avec beaux visuels + verbatims clients
- Envoyer les newsletters : mettre en avant les produits, les clients satisfaits

VOLET 3 : PILOTAGE

Continuer à :

- Fixer des objectifs opérationnels à atteindre chaque mois (nombre de prospects, montant des devis, montant du CA...)
- Mener un reporting de l'action commerciale pour analyser la dynamique et ajuster les actions. Chaque semaine, chaque mois.
- Analyser les questionnaires de satisfaction clients et les refus des prospects pour amélioration continue des offres.

Nous levons des fonds pour financer notre développement commercial

LA LEVÉE DE FONDS



Accompagnement par AURA Entreprises sur ce volet. Identification de financeurs potentiels complexe au vu de notre statut SCIC.

Associés ciblés :

- Family Office Ponton
- Fabricants d'articles "outdoor" : Rossignol, Salomon, Décathlon (partenaires pour certains sur la collecte de skis et/ou R&D)
- Collectivités locales : Coeur de Savoie, Tignes
- Entreprises et Business Angels

Double de prêts auprès de :

- EDF Une Rivière Un Territoire (déjà partenaire)
- Une banque

Objectif de la levée de fonds : atteindre le point mort (700K€) en **2027**

INVESTISSEMENT



Investissement dans le développement commercial en plus des actions déjà entreprises :

- Apport d'affaires :
 - Par des "freelances" mais aussi entreprises
 - Complémentarité de territoires : au sein de la région, mais aussi Suisse, Italie, Autriche
 - Complémentarité produits (pour les mêmes cibles)
- Projets distribution via autres entreprises qui demandent du temps : CAMIF, distributeur photovoltaïque en ligne
- Présence digitale à développer (hors LinkedIn) : référencement, réseaux sociaux...

Nous recherchons



Des investisseurs, mais surtout des partenaires pour notre développement :



- Rôle actif au Conseil d'Administration
- Intérêt pour notre mission
- Critique constructive, force de proposition
- Compétences en gestion, commerce, entrepreneuriat
- Volonté de partager son expertise et son réseau
- Échange d'expériences avec l'équipe opérationnelle



Pour rentrer dans le vif du sujet :



EMILIE

Directrice Générale



06 31 18 48 26

emilie.v@skitec.fr