

Cas ACTIA 2

1. Le business model d'ACTIA se rapproche plutôt de celui des **constructeurs automobiles** puisque leur activité principale est la conception et le développement de systèmes technologiques embarqués pour des véhicules (valeur créée) sur des chaînes d'usinage (comment est créée la valeur), puis le groupe les vend à d'autres groupes, leurs clients, pour qu'ils les intègrent dans leurs véhicules (la valeur dégage un profit). On voit donc la similitude avec les constructeurs de voitures dont leur modèle consiste à la Conception-Fabrication-Vente.
2. Le groupe ACTIA utilise **une partie de son Chiffre d'Affaire** pour l'investir dans le R&D mais ils **utilisent également des frais financiers qui sont accessibles à des coûts extrêmement bas**, ils utilisent donc ces fonds en plus de leur chiffre d'affaire pour l'investir dans la R&D. Donc la capacité d'innovation (R&D) d'ACTIA est plus grande que ce que permet de présager la part du chiffre d'affaire investi dans la recherche et le développement.
3. Il faut distinguer les deux secteurs dans lesquels ACTIA travaille puisque le rapport de volume d'activité est déséquilibré, en effet, **90% de l'activité d'ACTIA est dans le domaine automotive** face au **10% du domaine de télécommunications**.
4. La stratégie d'ACTIA pour l'évolution de leur activité repose sur plusieurs axes. Premièrement, **utiliser l'électronique dans le cadre des besoins actuels**, c'est-à-dire dans la communication, dans la gestion, dans le cadre d'un développement durable et dans la mobilité urbaine, donc ACTIA a des savoirs faire qu'il doit faire valoir dans ces domaines. Deuxièmement, ACTIA **cherche en priorité des contrats à cycle long** (5 à 7 ans) pour pouvoir prévoir leur croissance et pouvoir assurer leur développement sur plusieurs années, donc dans l'optique de la sécurité, ainsi ils peuvent prévoir leur croissance sur 2-3 ans. De plus, ils **investissent dans des domaines clé pour un développement durable planétaire mais tout en restant une entreprise familiale qui vise la pérennité en visant le long terme tout en respectant le court terme**.
5. La chaîne de valeur d'ACTIA est caractérisée par le fait qu'elle achète des composants électroniques pour les transformer en produit fini, des composants électroniques à intégrer qu'elle vend à d'autres entreprises. Donc elle **achète**, puis **transforme** et finalement **vend** le produit qu'elle a transformé.
6. Le maillon faible de la chaîne de valeur d'ACTIA est sur **l'achat des composants dont elle a besoin pour réaliser ses produits**, puisqu'en effet elle n'est pas sûre de pouvoir obtenir à un prix raisonnable et en temps voulu les composants dont elle a besoin, par exemple en 2017 le groupe ACTIA a eu des problèmes liés à l'approvisionnement en batterie ce qui a donc pénalisé la production du groupe.
7. Il y a une **inadéquation entre la production de composants électronique qui est inférieure à la demande en composants électronique** puisque celle-ci explose car

les objets connectés sont de plus en plus utilisés et ces objets nécessitent ces composants.

8. Les deux facteurs qui impacte le micro-environnement d'ACTIA sont les **fournisseurs** de l'entreprise et deuxièmement leurs **clients**.
9. Pour le groupe ACTIA les clients sont primordiaux dans leur développement. En effet, les contrats avec leurs clients poussent ACTIA à **développer de nouveaux systèmes et se diversifier dans d'autres domaines**, par exemple le renforcement du contrat avec Airbus pousse l'entreprise à se développer dans le domaine de l'aérospatial, donc les clients influent dans le domaine de R&D. De plus **la vente de leurs produits à leurs clients représente une grande partie de leur chiffre d'affaire**, par exemple la fin de leur contrat avec Jaguar-Land-Rover va conduire à une baisse de 10% de leur chiffre d'affaire. Il faut également prendre en compte le fait qu'il faut proposer la meilleure qualité-prix aux clients donc ils influent aussi sur l'approvisionnement que doit réaliser ACTIA puisqu'elle doit trouver les composants dont elle a besoin pour la fabrication de ses produits au meilleur prix et doit également réaliser un assemblage de qualité pour proposer le meilleur produit à ses clients, ainsi **les clients ont également un rôle sur le processus d'approvisionnement et de production**.