

PRÉSENTATION



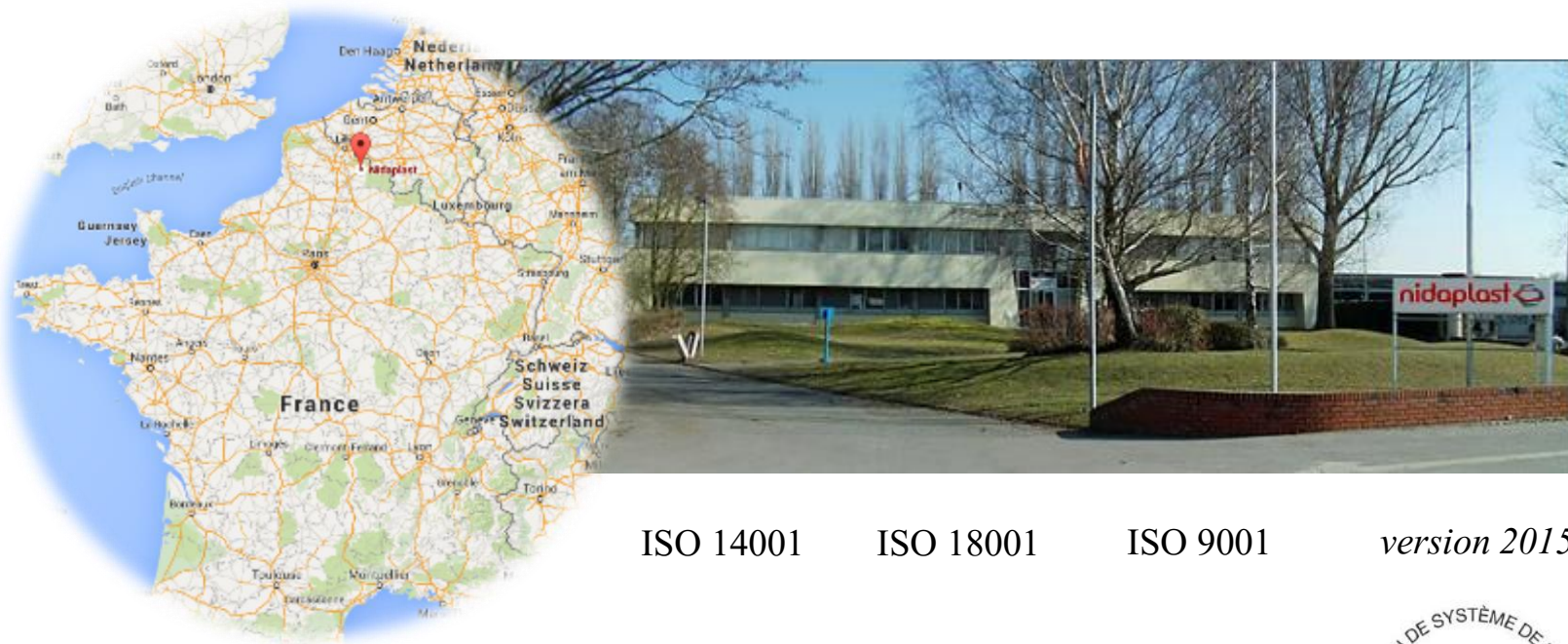
nidaplast



www.nidaplast.com



PRESENTATION DU PORTEUR DU PROJET



ISO 14001

ISO 18001

ISO 9001

version 2015



HISTORIQUE NIDAPLAST

1985 : création d' **INDUPLAST**

1987 : **INDUPLAST** rejoint le groupe **Etex**

2000 : certifiée **ISO 18001**

2001 : **INDUPLAST** devient **nidaplast® *honeycombs***

2003 : certifiée **ISO 9001 (version 2000)**

2004 : certifiée **ISO 14001**

2006 : certifiée **OHSAS 18001**

2009 : **Nidaplast-honeycombs** devient **nidaplast** avec 2 divisions :
nidaplast composites & nidaplast environnement

2018 : renouvellement des **certifications ISO version 2015**

2019 : **Acquisition** de **Nidaplast-Honeycombs** par **Vincent Pirson** via une société belge



PRESENTATION DU PORTEUR DU PROJET



Ames de panneaux sandwichs structuraux pour l'allégement des structures dans le Transport, le Nautisme, le Bâtiment, l'Eolien, l'Équipement Industriel, les Pierres Allégées



Blocs et panneaux en nids d'abeille pour : le Stockage des Eaux Pluviales, le Remblai allégé, le Renforcement et la Stabilisation des sols



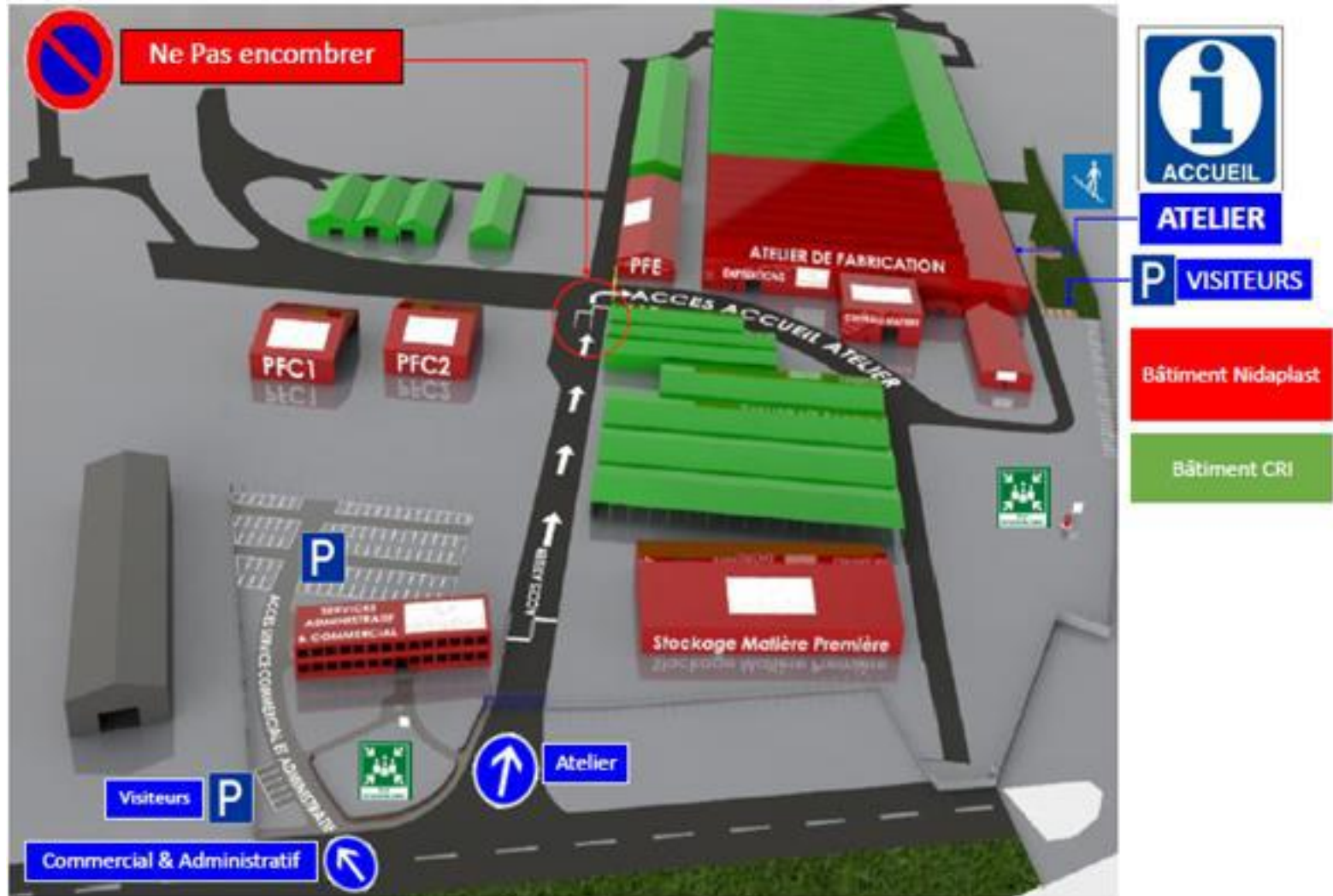
NIDAPLAST :

- Inventeur du nid d'abeilles en polypropylène
- Un **procédé d'extrusion** unique
- Une production à l'époque économique de blocs ou plaques alvéolaires
- Précurseur dans la conception et la fabrication de matériaux légers et résistants

3 enjeux environnementaux majeurs :

- l'allègement des structures et des matériaux
- la récupération, l'infiltration et la régulation des eaux pluviales
- l'aménagement paysager

PLAN USINE



ATELIER DE FABRICATION



ROBOTS



NOUVEAU SITE INDUSTRIEL



OBJECTIFS DU PROJET

Phase 1 :

Accroissement de la production sur le territoire français (et donc de l'emploi)

Phase 2 :

Robotisation et digitalisation du site, vers une industrie 4.0

Phase 3 :

Développement plus accru de la gamme de produits avec comme but l'accroissement de la valeur ajoutée en interne



Phase 1 :

Relocalisation et développement de la production sur le territoire français

Dans la cadre de notre élargissement de gammes, de nouveaux produits vont être mis sur le marché et Nidaplast doit investir dans de nouveaux outils pour produire cette nouvelle gamme.

Une partie de la fabrication de plusieurs produits (au CA en constante évolution) est actuellement sous-traitée

Phase 1 :

- Objectif :
 - Investir de de nouveaux outils de production
 - Upgrade des outils de production actuellement utilisés sur le site de Thiant
 - Déménagement vers un nouveau site permettant une optimisation des flux de production:
 - A l'intérieur de l'usine
 - Au niveau logistique en réduisant la distance entre la production et les aires de stockage

Phase 2 :

Robotisation et digitalisation du site

Contexte :

Détenue pendant plus de 30 ans par un grand groupe international, Nidaplast a bénéficié de peu d'investissements du groupe pour moderniser son outil de production

Phase 2 :

Robotisation et digitalisation du site

Objectif :

Moderniser le site et accompagner sa transformation vers l'industrie 4.0

- Robotisation des machines existantes : diminuer la pénibilité des tâches répétitives
- Formation du personnel aux robots, à de nouveaux logiciels de programmation, de planification
- Modernisation de l'ERP
- Digitalisation du processus de commandes / ventes
- Modernisation de l'outil marketing : nouveau site internet à créer, dynamiser les réseaux sociaux, réaliser des campagnes digitales de prospection

Phase 3 :

Développement plus accru de la gamme de produits avec comme but l'accroissement de la valeur ajoutée en interne

Plan de relance

- Depuis l'acquisition de Nidaplast, l'objectif était clair :
 - Upgrade de l'outil de production
 - Développement de la gamme
 - Investissement dans de nouveaux outils
 - Déménagement vers un nouveau site pour améliorer les flux et permettre l'installation de nouveaux équipements
 - Budget supérieur à €9.5 réparti +/- 50/50 entre le volet industriel et le volet immobilier



Plan de relance

- Projets tant au niveau d'un nouveau site que des investissements étaient en cours en 2020
- Suite à la crise du COVID :
 - Perte de chiffre d'affaires importante
 - Décision confirmée de déménager
 - Mais : Remise en question du timing de certains investissements vu les incertitudes



Plan de relance

- Le plan de relance a été pour Nidaplast un déclencheur pour:
 - Confirmer les investissements qui auraient pu être postposés suite à la crise du COVID
 - Décider d'accélérer le développement de la gamme
- Un entrepreneur doit être téméraire dans ses idées mais prudent et réaliste dans sa gestion journalière
- Une entreprise industrielle doit se projeter sur le long-terme



Plan de relance

- 4 sep : annonce du plan de relance
- 20 sep : engagement d'EVI Développement
- 23 sep: annonce de l'ouverture du site
- 26 sep : dépôt du Dossier Nidaplast
- Oct : réponses aux questions
- 4 nov: Décision d'octroi de l'aide confirmée



Conclusions

- Notre projet était mûr au moment de l'annonce du plan de relance
- Rédaction du dossier en deux jours sur base d'un dossier qui était « déjà très avancé et très étudié»
- Contribution significative d'Eric Villers (EVI Développement) qui nous a accompagné dans la rédaction du dossier



MERCI DE VOTRE ATTENTION

Plus de photos, vidéos, références sur

www.nidaplast.com

Suivez-nous sur :

