



Chambre
de **Métiers**
et de l' **Artisanat**

NORMANDIE

Enquête post-covid 19

Vague n°3

Avec
le réseau des ,
l'Artisanat normand a de l'avenir

Table des matières

I.	Présentation de l'enquête	4
1.1.	Le cadre théorique de l'enquête.....	4
1.2.	Méthodologie.....	4
II.	Les données de cadrage.....	6
2.1.	Typologie des entreprises interrogées.....	6
2.2.	Profil des dirigeants interrogés	8
III.	La situation des entreprises pendant la crise	9
3.1.	Les difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises.....	9
3.2.	L'évolution de la situation de la situation économique et financière des entreprises	10
3.2.1.	L'évolution économique et leur état d'esprit.....	10
3.2.2.	L'évolution financière	14
3.2.3.	Liée à la fermeture des entreprises	17
3.3.	Evolution de l'emploi	18
3.4.	La rupture d'activité	20
IV.	Adaptations des entreprises.....	21
4.1.	Recours aux aides	21
4.2.	Innovations	22
4.2.1.	Nouvelles organisations de travail	23
4.2.2.	Nouveaux produits ou services	26
4.2.3.	Renforcement de la visibilité sur les réseaux sociaux et sur le web.....	31
4.2.4.	Mises en place d'actions de développement durable	34
V.	Le rebond et les besoins des entreprises	37
5.1.	Aides et rebond	37
5.1.1.	Avis sur les aides.....	37
5.1.2.	Ce qu'ont permis les aides.....	37
5.1.3.	Etat d'esprit quant au remboursement des prêts	38
5.2.	Evolution de l'emploi à court terme.....	39
5.3.	Besoins des entreprises	39
5.3.1.	Accompagnement.....	39
5.3.2.	Investissement.....	42
5.3.3.	Compétences	45
VI.	Changements structurels liés à la crise et enseignements de la crise	51
6.1.	Phénomènes modifiés ou accélérés	51
6.1.1.	Contraintes/opportunités	51
6.1.2.	Modifications des relations.....	52
6.2.	Menace de la fin du « quoi qu'il en coûte »	53
6.3.	Enseignements tirés de la crise.....	54
	Conclusion	55
	La crise, vecteur d'opportunités ?	55

La crise, un accélérateur de mutations	56
Recommandations.....	56
Annexes	60
Annexe n°1 : Questionnaire n°3.....	60
Annexe n°2 : Guide des entretiens d'élus.....	69
Annexe n°3 : Guide d'entretiens avec les EPCI.....	70
Annexe n°4 : Evolution de l'emploi par contrats de travail.....	71

I. Présentation de l'enquête

Trois vagues d'enquêtes sur les impacts de la Covid-19 auprès des entreprises de l'économie de proximité sont administrées dans le cadre du projet CMA PROJECTION soutenu par la Préfecture de Région Normandie, dans le cadre de son appel à projet DRACCARE 3 (Développement Régional d'Actions Collectives pour l'Appui et le Renouvellement de l'Economie).

Ces enquêtes téléphoniques sont administrées auprès de 7 500 dirigeants d'entreprises de moins de dix salariés (2 500 pour chaque vague) par le cabinet d'enquêtes, Prestance.

1.1. Le cadre théorique de l'enquête

Les enquêtes sur les entreprises de l'économie de proximité facilitent la compréhension de l'impact de la crise sanitaire de la Covid-19 sur l'activité de ces dernières.

Cinq objectifs ont été précisés dans la réponse à projet DRACCARE 3 :

- Objectif n°1 : Etablir un état des lieux de la santé du secteur de l'économie de proximité en mettant en exergue les activités et les typologies d'entreprises les plus fragilisées par cette crise ;
- Objectif n°2 : Evaluer le taux de recours aux aides et aux mesures gouvernementales et locales ainsi que connaître les canaux de recours à ces aides ;
- Objectif n°3 : Pour les entreprises ayant poursuivi leur activité, relever les innovations de produits, de procédés et d'organisations ;
- Objectif n°4 : Etablir un recensement des types de mesures les plus attendues ;
- Objectif n°5 : Evaluer les attentes des entreprises vis-à-vis des acteurs économiques de terrain.

1.2. Méthodologie

Pour réaliser cette étude, l'observatoire de l'artisanat normand a fait appel à un bureau d'enquêtes, Prestance, afin de mener trois enquêtes téléphoniques auprès de 2 500 dirigeants de TPE de proximité. Nous détaillerons par la suite la manière dont ont été sélectionnées les entreprises interrogées.

Pour construire les questionnaires d'enquêtes, l'Observatoire régional de l'Artisanat de la CMA Normandie a sollicité plusieurs partenaires en vue de la constitution d'un Comité de Pilotage. La DREETS, l'U2P (l'Union des entreprises de proximité), le CARIF-OREF, la Région Normandie, Normandie Tourisme, le cabinet d'enquêtes, Prestance, ainsi que les directions appui aux entreprises et aux territoires et celle de la formation de la CMA Normandie ont répondu présents.

Après avoir interrogé les entreprises sur des questions générales sur la crise (difficultés rencontrées, évolution de leur chiffre d'affaires et de leur trésorerie, leur recours aux aides et leur degré d'innovations) lors de la première vague puis sur leurs besoins en nouvelles compétences et recrutement au cours de la seconde vague, la troisième s'attache à connaître leur degré d'innovation au cours de la crise ou envisagé à la suite de cette dernière ainsi qu'à connaître leurs besoins découlant de ces changements. La dernière vague d'enquêtes vise également à pressentir la manière dont les entreprises vivent les mutations socio-économiques (développement des circuits-courts, la prise de conscience écologique des consommateurs et dans le même temps, la logique de surconsommation, le développement de la vente en ligne, le développement de nouvelles organisations de travail...).

La troisième enquête¹ se divise en cinq parties :

- Identification de l'entreprise (nombre de salariés, genre et âge du dirigeant, statut juridique...);
- Activité de l'entreprise durant la crise (questions barométriques) ;
- Le recours aux aides ;
- Innovations ;
- Questions générales sur les mutations socio-économiques en cours et leurs impacts en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE).

Par ailleurs, des entretiens ont été réalisés avec des élus-artisans de la CMA Normandie et des établissements publics de coopération intercommunaux (EPCI) ou des agences de développement afin d'approfondir les thèmes traités au cours des enquêtes.

Les entretiens avec des élus de la CMA Normandie complètent de manière plus qualitative les trois vagues d'enquêtes : poser des questions ouvertes permet de recenser des éléments d'analyse plus qualitatifs. Les trois objectifs principaux de ces entretiens sont de :

- Comprendre les changements que la crise a amenés dans les différentes activités de l'économie de proximité, et en particulier de l'artisanat ;
- Evaluer leur adaptation grâce aux recours aux aides et aux innovations mises en place ;
- Connaître leurs attentes auprès des acteurs publics (Etat, collectivités territoriales, chambres consulaires ...).

Ces entretiens étaient organisés en quatre grandes parties : l'activité de l'entreprise avant la crise, la manière dont le dirigeant a vécu les différents moments de la crise, la manière dont il s'est adapté et enfin, les changements sur le long terme que cette crise a engendrés².

Ceux effectués avec les EPCI et les agences de développement ont eu pour objectif de comprendre le rôle que cette échelle de pouvoir public a joué dans la crise, la manière dont ces organismes l'ont vécu et la façon dont ils ont aidé les entreprises de leurs territoires.

Les trois objectifs de ces entretiens sont de :

- Comprendre comment les territoires ont vécu la crise (acteurs, liens entre entreprises et Etat...);
- Connaître les façons dont ils ont aidé le tissu économique de leur territoire ;
- Connaître les innovations territoriales mises en place en période de crise et recueillir leur manière d'appréhender les transformations qui s'imposent durant les prochaines années.

Ces entretiens sont organisés selon trois thématiques : généralités sur l'activité artisanale de leur territoire (nombre, évolution, secteurs, dynamiques...), la manière dont ils ont vécu la crise et ont adapté leur plan de gestion de crise sur l'aspect accompagnement des entreprises et enfin, la manière dont ils ont aidé les entreprises ainsi que les axes stratégiques qu'ils envisagent pour leur territoire de demain³.

¹ Voir annexe n°1 : Enquête n°3

² Annexe n°4 : Guide d'entretiens des élus-artisans

³ Annexe n°5 : Guide d'entretiens des EPCI ou des agences de développement

II. Les données de cadrage

2.1. Typologie des entreprises interrogées

Cette enquête est administrée auprès des TPE de proximité. L'économie de proximité a été, dans le cadre de cette étude, structurée autour de 9 secteurs :

- L'artisanat du bâtiment (travaux de construction et de maçonnerie, d'installations électriques, de plomberie, de menuiserie, de peinture...);
- L'artisanat de services (activités de coiffure et soins de beauté, réparation et installation de machines et d'équipements, réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques, transport de voyageurs par taxis et VTC, nettoyage ...);
- L'artisanat de la production (travaux du textile, du bois, d'articles en papier, de produits métalliques ...);
- L'artisanat de l'alimentation (boucherie, boulangerie, poissonnerie, fabrication de boissons...);
- Le commerce de détail (commerce en magasin et sur les marchés);
- Le commerce de gros (intermédiaires du commerce de détail ou commerces interentreprises);
- Le commerce et la réparation automobile (y.c. de motocycles);
- La restauration et la vente à emporter (y.c. cafés);
- L'hébergement.

La restauration et la vente à emporter et l'hébergement sont regroupés dans le secteur des cafés-hôtels-restaurants plus communément appelé « CHR ».

2 514 entreprises ont été interrogées par téléphone durant cette troisième enquête. Elles représentent 2,4% des 103 794 très petites entreprises (TPE) normandes identifiées comme relevant de l'économie de proximité. Cet échantillon est représentatif des neuf secteurs définis plus haut et de leur poids dans la population mère étudiée.

Fig. n°1 : Répartition des entreprises interrogées par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Nombre	Part
Commerce de détail	695	28%
Artisanat du bâtiment	520	21%
Artisanat de services	399	16%
Artisanat de la production	153	6%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	149	6%
Commerce de gros	145	6%
Artisanat de l'alimentation	95	4%
CHR	358	14%
Economie de proximité	2 514	100%

Il est également représentatif de leur appartenance ou non aux secteurs des métiers de l'artisanat (52% d'entre elles sont immatriculées au Répertoire des Métiers) et de leur typologie employeuse/non-employeuse.

59% des entreprises interrogées n'ont pas de salarié, plus du cinquième en ont un ou deux, 13% entre trois et cinq et 6% plus de cinq.

Fig. n°2 : Répartition des entreprises interrogées par tranches d'effectifs

Tranches de salariés	Nombre	Part
Non-employeuses	1 475	59%
1 et 2 salariés	554	22%
3 à 5 salariés	328	13%
6 à 9 salariés	157	6%
Economie de proximité	2 514	100%

Enfin l'aspect représentativité géographique a été lui aussi respecté. Celui-ci est structuré autour des 15 « zones CMA » définies en interne par la CMA Normandie depuis sa création au 1^{er} janvier 2021 pour l'organisation opérationnelle de ses équipes et de ses élus. Les frontières intercommunales des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), des Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT) et des départements ont été autant que possible respectées.

Fig. n°3 : Nombre d'entreprises interrogées par zones CMA Normandie



Indépendamment de l'aspect représentativité de cet échantillon, il convient d'indiquer que 12% des entreprises déclarent avoir une activité saisonnière, dont 23% des CHR.

En termes de statut juridique, 48% sont entrepreneurs individuels et 52% sont en société (39% en société à responsabilité limitée – SARL- et 12% en sociétés par actions simplifiées - SAS, le plus souvent unipersonnelle). 41% des entrepreneurs individuels sont en micro-entreprises.

Fig. n°4 : Répartition des microentreprises dans les entreprises individuelles par secteur d'activité

Secteurs d'activité	Part des micro-entreprises
Commerce de détail	34%
Artisanat du bâtiment	48%
Artisanat de services	44%
Artisanat de la production	68%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	52%
Commerce de gros	33%
Artisanat de l'alimentation	21%
CHR	20%
Economie de proximité	41%

Enfin, en matière de création d'entreprise, près du cinquième ont été créés il y a moins de trois ans, 37% entre 2011 et 2018 et 45% avant 2011.

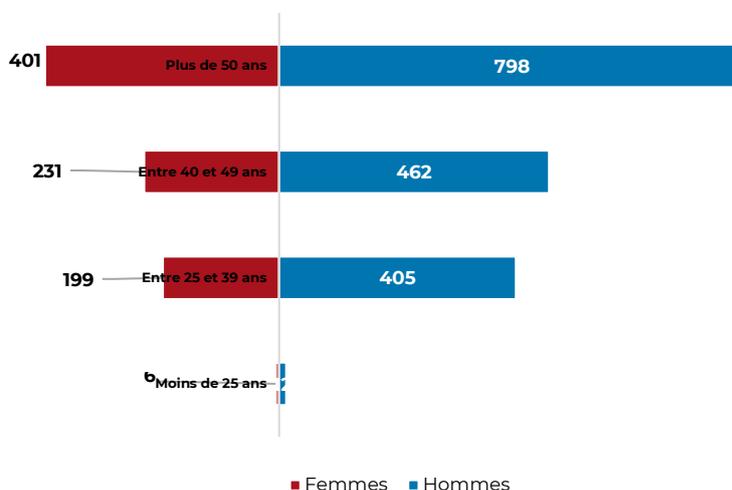
Fig. n°5 : Répartition des entreprises interrogées par années de création

Date de création d'entreprise	Nombre	Part
Après 2020	19	1%
Entre 2018 et 2020	436	17%
Entre 2016 et 2018	336	13%
Entre 2011 et 2016	600	24%
Avant 2011	1 123	45%
Economie de proximité	2 514	100%

2.2. Profil des dirigeants interrogés

Plus des deux tiers des dirigeants sont des hommes et trois quarts ont plus de quarante ans.

Fig. n°6 : Pyramide des âges des dirigeants interrogés



III. La situation des entreprises pendant la crise

Calendrier de la crise

- 15 février 2020 : Premier décès lié à la Covid-19 en France
- Mars – mai 2020 : Première vague
 - 14 mars 2020 : Fermeture des tous les lieux recevant du public
 - 17 mars 2020 : Annonce du premier confinement par Emmanuel Macron
 - 11 mai 2020 : Fin du premier confinement
 - 22 juin 2020 : Réouverture des cinémas, des centres de vacances, des casinos et des écoles
- Octobre 2020 – janvier 2021 : Deuxième vague
 - 17 octobre 2020 : couvre-feu de 21h à 6h
 - 28 octobre – 28 novembre 2020 : Deuxième confinement
 - Maintien du couvre-feu
- Avril – mai 2021 : Troisième vague
 - 31 mars – 19 mai 2021 : Troisième confinement
 - 19 mai 2021 : Réouverture des commerces, des terrasses, des musées, cinémas, théâtres, salles de spectacle
 - Réouverture des équipements sportifs de plein air
 - 9 juin 2021 : Réouverture des cafés et restaurants, accueil des touristes avec un passe sanitaire
 - 30 juin 2021 : Fin du couvre-feu
- Juillet – août 2021 : Quatrième vague
 - 21 juillet 2021 : Instauration du passe sanitaire dans les restaurants, débits de boissons et lieux culturels

3.1. Les difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises

Comme lors de la première et de la deuxième enquêtes, les problèmes d’approvisionnement (pour 32% des entreprises interrogées), la baisse du niveau de trésorerie (pour le cinquième) et l’annulation des commandes (pour 16%) sont les trois principales difficultés relevées par les dirigeants interrogés. 13% des TPE interrogées déclarent avoir l’une des trois principales difficultés (problèmes d’approvisionnement, baisse du niveau de trésorerie ou annulation des commandes), 6% en ont deux des trois et 1% les trois cumulées.

Toutefois, 43% des entreprises déclarent ne pas avoir eu de difficultés.

Fig. n°7 : Principales difficultés qu’ont connues les entreprises interrogées durant la crise

Secteurs d'activité	Baisse du niveau de trésorerie	Annulation des commandes/baisse fréquentation	Problèmes d'approvisionnement	Protocole sanitaire difficile à mettre en place	Raisons personnelles liées au covid	Aucune
Commerce de détail	19%	8%	35%	9%	2%	44%
Artisanat du bâtiment	13%	13%	44%	2%	3%	42%
Artisanat de services	26%	21%	20%	3%	2%	45%
Artisanat de la production	27%	29%	25%	4%	4%	38%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motos)	32%	21%	35%	2%	2%	35%
Commerce de gros	20%	13%	30%	4%	1%	51%
Artisanat de l'alimentation	24%	23%	18%	12%	3%	45%
CHR	31%	47%	11%	15%	0%	30%
Economie de proximité	20%	16%	32%	5%	2%	43%

Si l'ordonnancement des difficultés est identique quel que soit le secteur d'activité étudié, le niveau de répartition diverge toutefois selon ce dernier. En effet, les problèmes d'approvisionnement sont surreprésentés dans l'artisanat du bâtiment (44% contre 32% en moyenne), le niveau de trésorerie dans le secteur du commerce et de la réparation automobiles (y.c. de motocycles) et dans celui des CHR (respectivement, 32% et 31% contre 20% en moyenne) et l'annulation des commandes/baisse de la fréquentation dans celui des CHR (47% contre 16% en moyenne).

Focus passe sanitaire

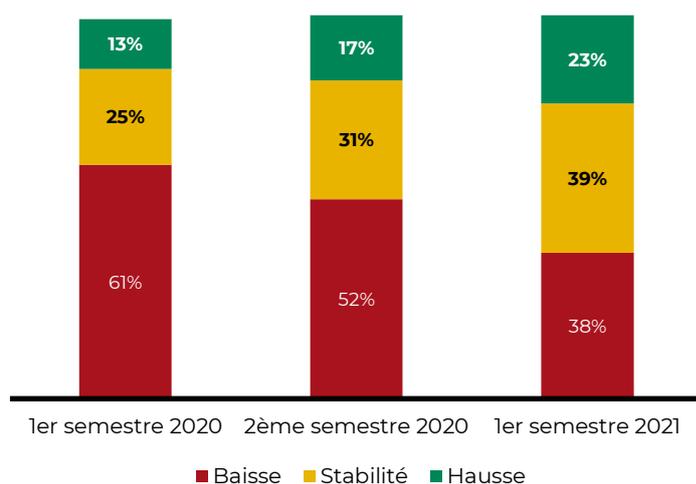
Parmi les 1 071 entreprises interrogées (part de 43% de l'échantillon) qui ont été concernées par la mise en place du passe sanitaire, le quart n'a pas rencontré de difficultés. 16% ont connu une baisse de la fréquentation de leur activité, 4% ont rencontré des difficultés liées à la gestion des clients (contrôle des passes sanitaires, gestion des flux, relation avec la clientèle...) et 2% des difficultés d'ordre managérial (gestion de temps, obligation de vaccination des salariés...).

Selon un témoignage qu'a reçu Julie Rabineau d'Argentan Intercom, il est possible que le passe sanitaire encourage les personnes qui ne veulent pas se faire vacciner à modifier leurs moyens de consommation à long terme : « Le passe sanitaire en ébranle plus d'un. Elle [une tenancière d'un bar-tabac] me disait que très clairement [les consommateurs] ils ont compris qu'ils pouvaient acheter leurs bières dans la grande distribution et ils rentraient avec leurs amis et cela leur coûte moins cher. » *Julie Rabineau, chargée développement économique, Argentan Intercom*

3.2. L'évolution de la situation économique et financière des entreprises

3.2.1. L'évolution économique et leur état d'esprit

Fig. n°8 : Evolution du chiffre d'affaires durant la crise



Le niveau de chiffre d'affaires du premier semestre 2021⁴ a diminué pour 38% des entreprises interrogées.

Tous les secteurs d'activité n'ont pas connu la même évolution de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2021⁵. A titre d'exemple, 62% des TPE du secteur des CHR déclarent avoir connu une diminution de leur niveau de chiffre d'affaires contre 18% dans le commerce et de la réparation automobiles (y.c. de motocycles).

⁴ Par rapport au premier semestre 2020

⁵ Par rapport au premier semestre 2020

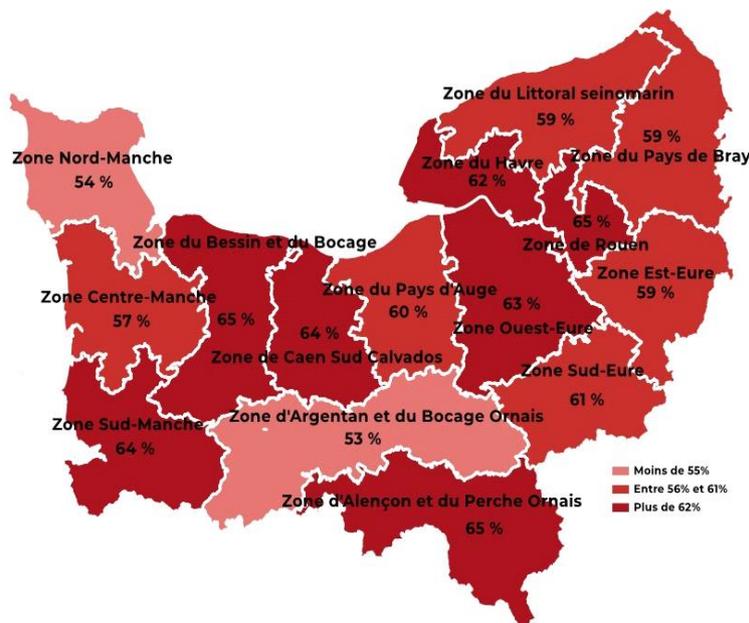
Fig. n°9 : Situation des entreprises face à la baisse du niveau de chiffre d'affaires.

		Premier semestre 2021		
		Moins de 50%	Entre 50 et 70%	Plus de 70%
Premier semestre 2020	Moins de 40%	Favorable en amélioration Commerce de détail Commerce de gros Artisanat de l'alimentation Artisanat du bâtiment	Favorable et stable	Favorable en dégradation
	Entre 40% et 50%	Défavorable en amélioration	Défavorable Artisanat de services Artisanat de la production	Défavorable en forte dégradation
	Plus de 50%	Critique en amélioration		Critique CHR

De plus, les SARL semblent plus solides que les entrepreneurs individuels et que les SAS qui sont, pour rappel, le plus souvent unipersonnelles. En effet, 34% des SARL enregistrent une baisse de leur niveau de chiffre d'affaires contre 44% pour les entrepreneurs individuels et 37% pour les SAS.

Par ailleurs, il est à noter que plus les entreprises sont âgées, plus elles enregistrent une baisse de chiffres d'affaires : un tiers des entreprises créées après 2016 ont enregistré une baisse de cet indicateur contre 40% de celles créées avant 2016.

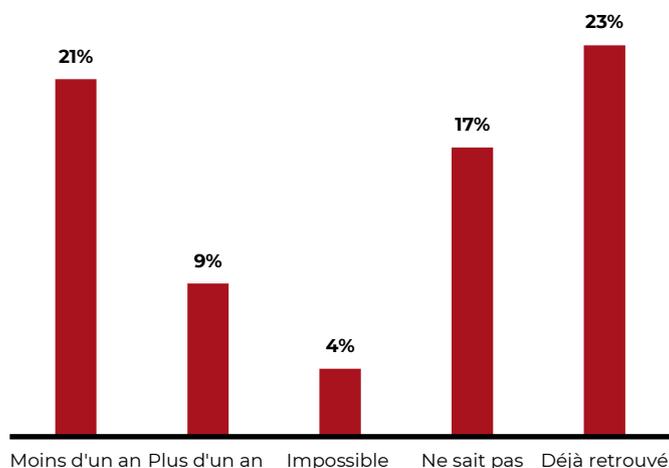
Fig. n°10 : Part des entreprises qui enregistrent une baisse de chiffre d'affaires au premier semestre 2020



Enfin, s'il n'y a pas de différence géographique notable en termes d'évolution du chiffre d'affaires en 2021, ce n'est pas le cas en 2020. C'est en étudiant la part des entreprises qui enregistrent une baisse de chiffre d'affaires au premier semestre 2020 que l'on constate que les territoires ruraux se portent mieux que les territoires urbains. A titre d'exemple, 53% des entreprises de la zone d'Argentan et du

bocage ornais notent une baisse de leur niveau de CA au premier semestre 2020⁶ contre 65% de celles de la zone de Rouen.

Fig. n°11 : Délai pour retrouver leur chiffre d'affaires



Le quart des entreprises interrogées n'est pas concerné par une baisse de chiffre d'affaires. Parmi les trois quarts restants, 25% déclarent avoir déjà retrouvé leur CA d'avant crise contre 4% qui pensent cela impossible et 9% qui redoutent de le retrouver dans plus d'un an.

Les femmes dirigeantes sont en plus grande difficulté que les hommes dirigeants. En effet, 19% d'entre elles ne sont pas concernées par une baisse de chiffre d'affaires contre 29% des

hommes et 6% d'entre elles pensent impossible de retrouver leur CA contre 3% des hommes. De plus, les entreprises employeuses s'en sortent mieux que les entreprises sans salarié : 28% des entreprises ayant des salariés ne sont pas concernées par une perte de chiffre d'affaires et 3% pensent cela impossible contre respectivement 23% et 5% des non-employeuses. Enfin, ce sont les entreprises ayant une activité touristique qui sont le plus en difficulté : le quart d'entre elles envisagent un retour à la normale dans plus d'un an contre 9% en moyenne.

Le retour à la normale dépend du niveau d'activité perdu durant la crise. C'est pourquoi les avis des dirigeants d'entreprises sur le délai pour retrouver leur chiffre d'affaires diffère selon les secteurs d'activité étudié. Les entreprises du commerce et de la réparation automobiles (y.c. de motocycles) et de l'artisanat de services se portent mieux puisque respectivement 30% et 29% ont déjà retrouvé leur niveau de CA d'avant crise (contre 23% en moyenne). Les entreprises de l'artisanat de production et de l'alimentation sont légèrement plus pessimistes : 7% pensent qu'il est impossible de retrouver leur niveau d'activité d'avant crise (contre 4% en moyenne). Les cafés, hôtels, restaurants sont les plus en difficulté puisque 18% pensent retrouver leur chiffre d'affaires dans plus d'un an (le double de la moyenne) et seuls 13% l'ont déjà retrouvé contre (23% en moyenne).

Fig. n°12 : Délai pour retrouver leur chiffre d'affaires d'avant crise par secteur d'activité

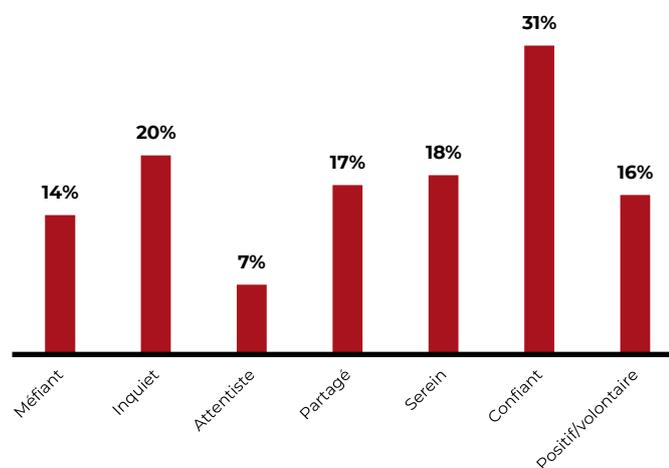
Secteurs d'activité	Moins d'un an	Plus d'un an	Impossible	Déjà retrouvé
Commerce de détail	32%	8%	4%	22%
Artisanat du bâtiment	14%	4%	2%	28%
Artisanat de services	20%	8%	4%	29%
Artisanat de la production	29%	7%	7%	21%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	24%	11%	1%	30%
Commerce de gros	22%	7%	6%	21%
Artisanat de l'alimentation	18%	6%	7%	19%
CHR	28%	18%	5%	13%
Economie de proximité	21%	9%	4%	23%

⁶ Par rapport au premier semestre 2019

Fig. n°13 : Etat d'esprit des dirigeants

Cette estimation de retour à une activité normale par les dirigeants d'entreprise reflète assez bien l'état d'esprit des dirigeants : mitigé mais plutôt confiant. En effet, 31% se disent confiants et 18% sereins mais 34% sont pessimistes voire méfiants pour 14% d'entre eux. 17% sont partagés.

Les hommes sont plus optimistes que les femmes : le tiers des hommes sont confiants contre le quart des femmes et 19% sont inquiets contre 22% des femmes. Toutefois, les dirigeantes sont plus combattives que les hommes. En effet, 18% sont volontaires contre 14% du côté des hommes.

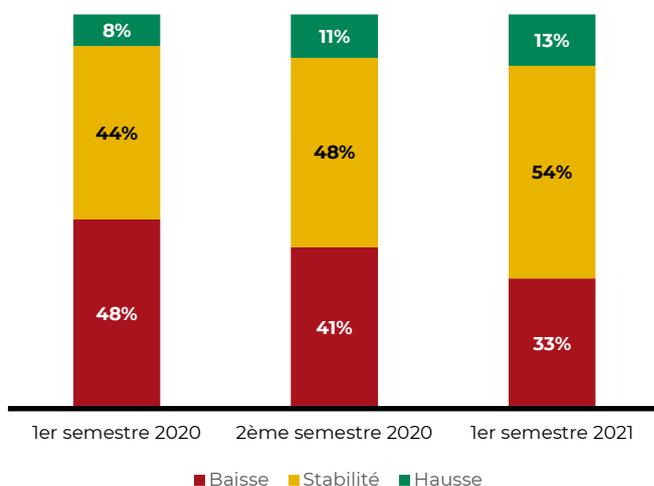


Les réponses entre les deux dernières vagues ont grandement évolué : la part des dirigeants se déclarant inquiets, sereins ou partagés est plus élevée lors de la troisième vague que lors de la seconde (respectivement, 20% contre 17%, 18% contre 13% et 17% contre 14%). Tout au contraire la part des TPE positives ou volontaires est plus faible en septembre/octobre 2021 qu'en mai/juin 2021 (23% contre 16%).

Enfin, ce sont les entreprises qui ont une clientèle touristique qui sont les plus méfiantes : 14% contre 7% en moyenne. Cela s'explique par le fait que ce sont les activités les plus affectées par l'incertitude de la suite des événements de la crise au niveau national mais aussi international (cf. la fermeture des frontières, fermetures de certains sites touristiques...).

3.2.2. L'évolution financière

Fig. n°14 : Evolution du niveau de trésorerie durant la crise



Le niveau de trésorerie a diminué pour un tiers des TPE de proximité interrogé durant le 1^{er} semestre 2021⁷.

Tous les secteurs n'ont pas connu la même évolution de leur niveau de trésorerie. Par exemple, 55% des entreprises du secteur des CHR et 41% de celles de l'artisanat de la production enregistrent une baisse de leur niveau de trésorerie contre le cinquième de celles du commerce et de la réparation automobile (y.c. de motos) ainsi que celles de l'artisanat du bâtiment.

Fig. n°15 : Evolution du niveau de trésorerie au premier semestre 2021 par secteur d'activité

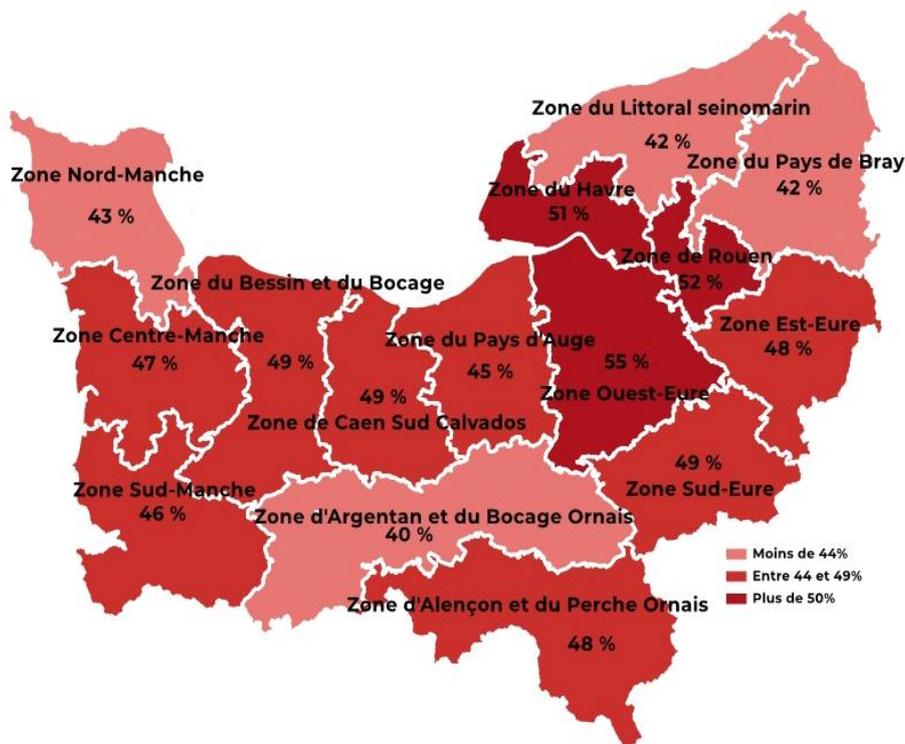
Secteurs d'activité	Baisse	Stabilité	Hausse
Commerce de détail	32%	49%	18%
Artisanat du bâtiment	20%	64%	16%
Artisanat de services	37%	51%	12%
Artisanat de la production	41%	49%	9%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motos)	22%	67%	11%
Commerce de gros	28%	58%	14%
Artisanat de l'alimentation	25%	58%	17%
CHR	55%	42%	4%
Economie de proximité	33%	54%	13%

Comme pour l'analyse de l'évolution du chiffre d'affaires, il est à noter que plus l'entreprise est jeune, plus elle connaît une hausse de son niveau de trésorerie. En effet, 15% des TPE créées depuis 2016 enregistrent une hausse de leur niveau de trésorerie au 1^{er} semestre 2021 contre 13% de celles créées avant 2016.

Selon le même schéma d'analyse de l'évolution du niveau de chiffre d'affaires, les SARL connaissent une moindre baisse de leur niveau de trésorerie au premier semestre 2021 (28% contre 33% en moyenne) que les SAS -souvent unipersonnelles- (37% contre 33% en moyenne) et que les entrepreneurs individuels (36% contre 33% en moyenne).

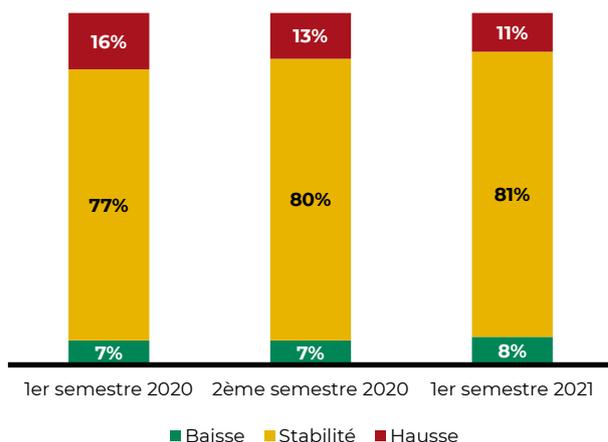
⁷ Par rapport au 1^{er} semestre 2020

Fig. n°16 : Part des entreprises qui enregistrent une baisse de leur niveau de trésorerie au premier semestre 2020



Enfin, l'évolution du niveau de trésorerie ne montre pas de divergences géographiques, lui aussi, en 2021. Une analyse des informations fournies au 1^{er} semestre 2020 montrent néanmoins quelques spécificités : les territoires ruraux semblent être en moindre difficulté que les territoires urbains. A titre d'exemple, 47% des entreprises interrogées au sein de la zone Centre-Manche enregistrent une baisse de leur niveau de trésorerie au premier semestre 2020⁸ contre 61% au sein de la zone du Havre.

Fig. n°17 : Evolution du niveau d'endettement durant la crise



Le niveau d'endettement des entreprises a été modifié à la hausse comme à la baisse pour 23% des entreprises interrogées au 1^{er} semestre 2020⁹, pour 20% au 2^{ème} semestre 2020¹⁰ et 19% au 1^{er} semestre 2021¹¹. 16% ont enregistré une hausse au 1^{er} semestre 2020¹², 13% au 2^{ème} semestre 2020¹³ et 11% au 1^{er} semestre 2021¹⁴.

Cet indicateur, comme celui de l'évolution du chiffre d'affaires et de la trésorerie, permet de repérer les secteurs que la crise a le plus affectés.

⁸ Par rapport au 1^{er} semestre 2019
⁹ Par rapport au 1^{er} semestre 2019
¹⁰ Par rapport au 2^{ème} semestre 2019
¹¹ Par rapport au 1^{er} semestre 2020
¹² Par rapport au 1^{er} semestre 2019
¹³ Par rapport au 2^{ème} semestre 2019
¹⁴ Par rapport au 1^{er} semestre 2020

On peut identifier quatre types de situations :

- Situation favorable en amélioration : artisanat du bâtiment, commerce de détail, artisanat de l'alimentation ;
- Situation relativement défavorable et en amélioration : artisanat de services, commerce de gros ;
- Situation critique en amélioration : artisanat de la production ;
- Situation critique et stable : commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles) ainsi que celui des CHR.

Fig. n°18 : Situations des entreprises de proximité face à l'endettement

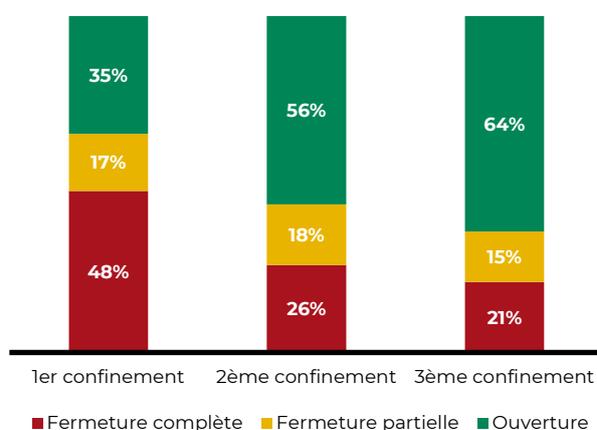
		2ème semestre 2020		
		Moins de 12%	Entre 13 et 14%	Plus de 15%
1er semestre 2020	Moins de 15%	<i>Situation favorable en amélioration</i> 1- Artisanat du bâtiment 2- Commerce de détail 3- Artisanat de l'alimentation	<i>Situation favorable et stable</i>	<i>Situation favorable en forte dégradation</i>
	Entre 15 et 17%	<i>Situation relativement défavorable et en amélioration</i> 4- Artisanat de services 5- Commerce de gros	<i>Situation défavorable et stable</i>	<i>Situation défavorable en dégradation</i>
	Plus de 17%	<i>Situation critique en amélioration</i> 6- Artisanat de la production	<i>Situation critique en amélioration</i>	<i>Situation critique et stable</i> 7- Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles) 8- CHR

Ce sont en particulier les entreprises ayant des salariés et donc les sociétés qui ont été plus endettées (20% au premier semestre 2020¹⁵ contre 13% des non-employées et entrepreneurs individuels).

¹⁵ Par rapport au 1^{er} semestre 2019

3.2.3. Liée à la fermeture des entreprises

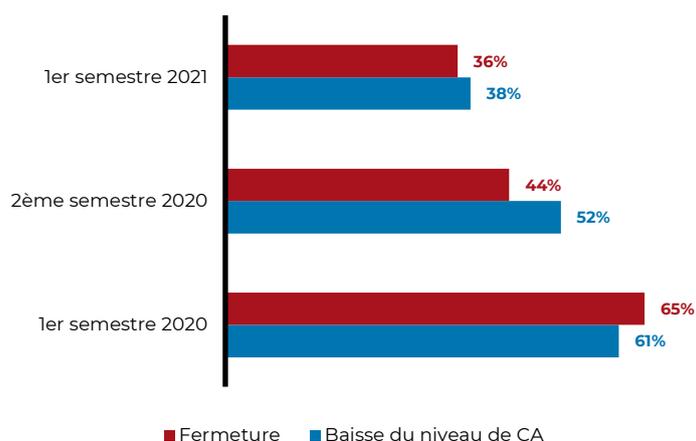
Fig. n°19 : Evolution des situations des entreprises durant la crise



Pour faire face à la crise, 65% des dirigeants ont dû fermer leur activité au premier confinement, puis 44% au deuxième et 36% au troisième. Du fait de restrictions de moins en moins importantes (ex. les librairies sont devenues des commerces essentiels pour le deuxième confinement, les coiffeurs étaient autorisés à ouvrir à nouveau...) et de l'adaptation des entreprises à la situation, les entreprises ferment de moins en moins de période confinement en période confinement.

35% des TPE ont été fermées durant les trois confinements, 9% pendant deux confinements (en général les deux premiers) et 21% durant seulement l'un d'entre eux.

Fig. n°20 : Evolution de la part des fermetures et des entreprises qui enregistrent une baisse de leur chiffre d'affaires durant la crise



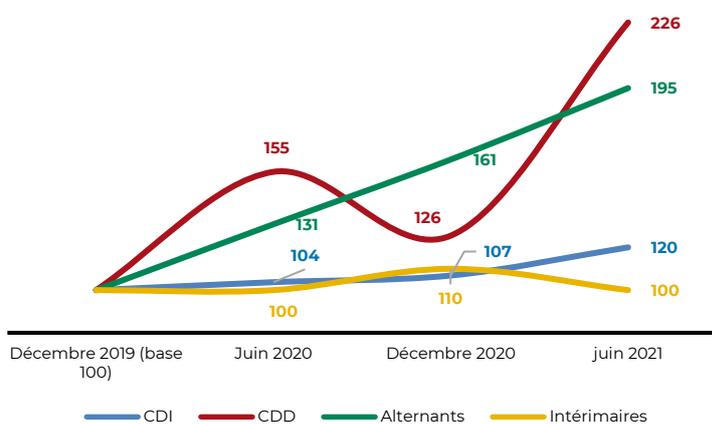
Comme le montre le graphique ci-contre, l'évolution du niveau de chiffre d'affaires est corrélée de manière importante au degré de fermeture. Au cours du premier semestre 2020, alors que les fermetures étaient massives à cause du premier confinement (65%), la baisse du chiffre d'affaires était elle aussi logiquement importante (61%).

La part des entreprises fermées ayant progressivement baissé, le niveau de chiffre d'affaires s'est amélioré. Seules 36% des TPE interrogées étaient fermées lors du troisième confinement. Par conséquent seules 38% ont vu leur chiffre d'affaires diminuer.

3.3. Evolution de l'emploi

Au vu des données d'échantillonnage, l'emploi a augmenté de 31% entre décembre 2019 et juin 2021.

Fig. n°21 : Evolution de l'emploi par type de contrats (base 100¹⁶)



Selon le graphique ci-contre, ce sont les contrats en CDD et en alternance qui influent le plus sur une hausse de l'emploi. Alors que les contrats en alternance ont augmenté lors de toute la période de crise sanitaire grâce à l'aide de l'Etat pour l'embauche de ce type de contrats, les contrats en CDD semblent être une variable d'ajustement. En effet, ils ont augmenté entre décembre 2019 et juin 2020 puis ont diminué pour augmenter à nouveau entre décembre 2020 et juin 2021.

Ce sont les activités saisonnières qui ont vu leurs effectifs en CDD varier le plus sur la période avec deux pics de recrutement : forte augmentation entre décembre 2019 et juin 2020 (+79% contre +37% en moyenne) et entre décembre 2020 et juin 2021 (+122% contre +79% en moyenne).

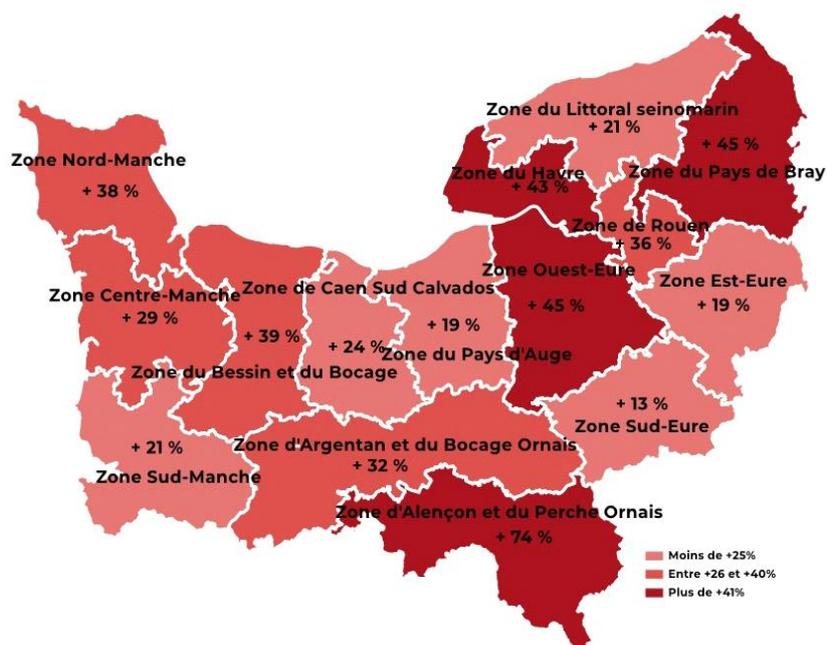
C'est dans le commerce de détail que l'emploi a le plus fortement augmenté globalement (+54%) et au contraire dans le commerce de gros qu'il a le plus faiblement augmenté (+8%).

Fig. n°22 : Evolution du nombre de salariés entre décembre 2019 et juin 2021 par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Nombre en décembre 2019	Nombre en juin 2020	Nombre en décembre 2020	Nombre en juin 2021	Evolution entre décembre 2019 et juin 2021
Commerce de détail	486	532	593	748	+ 54%
Artisanat du bâtiment	501	574	575	658	+ 31%
Artisanat de services	245	258	269	312	+ 27%
Artisanat de la production	128	133	134	151	+ 18%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	248	260	266	301	+ 21%
Commerce de gros	177	177	193	192	+ 8%
Artisanat de l'alimentation	211	219	227	247	+ 17%
CHR	504	544	525	656	+ 31%
Economie de proximité	2 500	2 697	2 782	3 265	+ 31%

¹⁶ La base 100 est une technique de calcul permettant de comparer l'évolution de titres de valeurs différentes en rapportant à 100 leurs valeurs à une date donnée, généralement la date initiale ou finale de la période d'examen

Fig. n°23 : Evolution de l'emploi entre décembre 2019 et juin 2021



L'emploi a augmenté dans tous les territoires. Cependant, la zone d'Alençon et du Perche Ornaïs se démarque par sa très forte augmentation (+74%) et secondairement, les zones du Havre, de l'Est de l'Eure et du Pays de Bray avec une augmentation respectivement de 43%, 45% et 45%.

La part des alternants dans l'emploi a augmenté entre juin 2020 et juin 2021 dans tous les secteurs confondus. Leur part dans l'emploi est passé de 9% en décembre 2019 à 11% juin 2021. Ces types de contrats, encouragés par des aides financières par l'Etat, expliquent en grande partie l'augmentation de l'emploi.

Il est possible de caractériser trois types de comportements quant au recrutement de contrats en alternance :

- Les secteurs d'activité qui ont pour habitude de recruter ce type de contrats pour qui la part des alternants dans l'emploi a augmenté mais qui était déjà élevée en juin 2020 : artisanat du bâtiment, artisanat de services et commerce et réparation automobile. ;
- Les secteurs d'activité qui recrutaient peu de contrats en alternance mais qui semblent avoir profité de l'opportunité de l'aide à l'embauche de l'Etat : commerce de détail, artisanat de la production, commerce de gros et CHR. ;
- Le cas particulier du secteur d'activité de l'artisanat alimentaire pour lequel la part des alternants dans l'emploi habituellement très élevée a étonnamment diminué. La part des CDI dans l'emploi ont diminué de 4 points de pourcentage (passant de 78% à 74%) et celle des CDD a augmenté d'1 point de pourcentage (passant de 3% à 4%).

Fig. n°24 : Evolution de la part des alternants entre décembre 2019 et juin 2021 par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Part d'alternants en juin 2020	Part d'alternants en décembre 2020	Part d'alternants en juin 2021	Evolution de la part des alternants entre juin 2021 et décembre 2019
Commerce de détail	7%	9%	9%	+2 points de pourcentage
Artisanat du bâtiment	7%	10%	10%	+3 points de pourcentage
Artisanat de services	16%	16%	17%	+1 points de pourcentage
Artisanat de la production	5%	5%	6%	+1 points de pourcentage
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	10%	12%	14%	+4 points de pourcentage
Commerce de gros	4%	5%	5%	+1 points de pourcentage
Artisanat de l'alimentation	23%	20%	21%	-2 points de pourcentage
CHR	9%	12%	11%	+2 points de pourcentage
Economie de proximité	9%	11%	11%	+2 points de pourcentage

3.4. La rupture d'activité

12% des dirigeants envisagent de céder ou de cesser leur activité (6% de cession et 6% de cessation). Les dirigeants de l'artisanat de l'alimentation sont les plus nombreux à vouloir céder leur activité (14% contre 12% en moyenne).

Fig. n°25 : Part des entreprises qui envisagent une rupture de leur activité (en cession ou en cessation) par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Cession	Cessation	Rupture
Commerce de détail	6%	5%	11%
Artisanat du bâtiment	3%	6%	9%
Artisanat de services	5%	7%	12%
Artisanat de la production	4%	10%	14%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	5%	3%	8%
Commerce de gros	5%	9%	14%
Artisanat de l'alimentation	14%	3%	17%
CHR	11%	5%	16%
Economie de proximité	6%	6%	12%

Il est important de noter que la part des entreprises qui envisagent une rupture d'activité durant la troisième vague (en septembre/octobre 2021) est de trois points de pourcentage supérieurs à celle de la deuxième vague (en mai/juin 2021). Il est possible de penser que les aides de la période du « quoi qu'il en coûte » permettaient à certaines entreprises en grande difficulté de se maintenir. En effet, 21% des TPE interrogées qui ont contracté un prêt sont soucieuses quant à leur capacité à le rembourser et 18% des TPE qui considèrent que la fin de la période du quoi qu'il en coûte est une menace envisagent une rupture d'activité contre 11% de celles qui ne pensent pas que la fin de cette politique est une menace pour eux.

IV. Adaptations des entreprises

Les politiques de soutien aux entreprises

Les politiques de soutien aux entreprises sont mises en place à trois niveaux : l'Etat, la Région Normandie et les EPCI. L'Etat a mis en place trois types d'actions : la politique du quoi qu'il en coûte, les aides sur-mesure et le plan de relance de l'économie.

- La politique du quoi qu'il en coûte sur trois volets :
 - Reports et exonérations de charges sociales et fiscales
 - Aides directes
 - Prêts ou report de prêts
- Les aides sur-mesure
 - Prise en charge de coûts fixes
 - Prêt participatif
 - Aide destinée aux commerces multi activités en zone rurale
 - Mise en place de la plateforme « clique mon commerce »
- Plan de relance sur trois volets :
 - Ecologie
 - Compétitivité
 - Cohésion

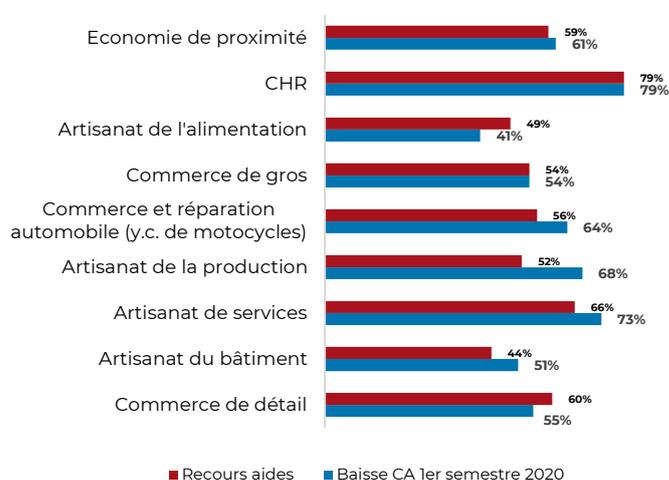
La Région a mis en place des aides directes aux entreprises et également un plan de relance.

Les EPCI ont relayé les aides de l'Etat et de la Région, ont été cofinanceurs de certaines aides régionales (impulsion-relance et impulsion-résistance). Elles mettent en place des aides spécifiques comme la mise en place d'une marketplace, un appel à projet ou des aides financières directes (exonérations de taxes locales, chèques « tourisme » à destination des habitants)

59% des entreprises interrogées au cours de la troisième vague d'enquêtes ont eu recours aux aides.

4.1. Recours aux aides

Fig. n°26 : Baisse du chiffre d'affaires au premier semestre 2020 et recours aux aides par secteurs d'activité

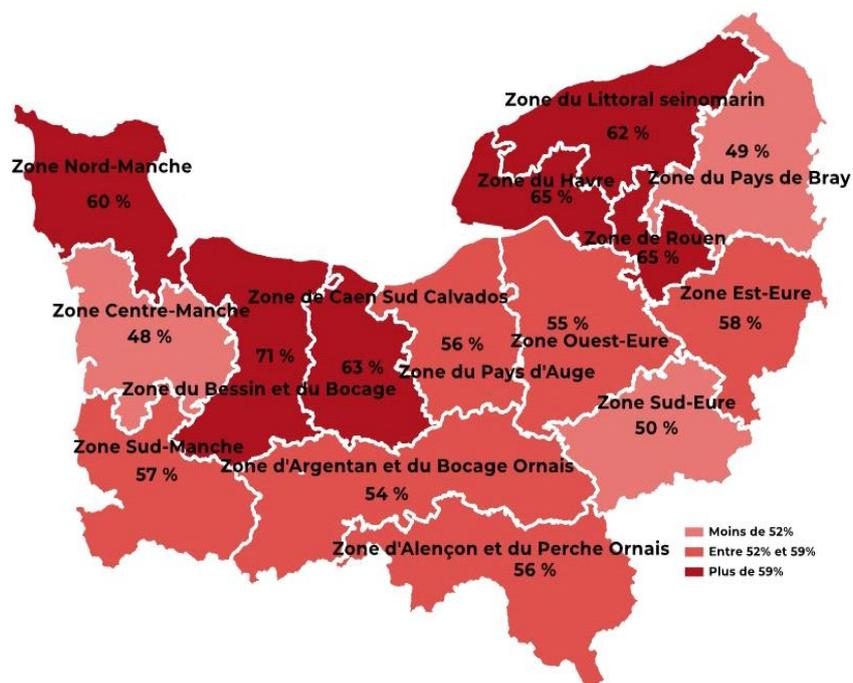


Les politiques publiques de soutien aux entreprises ont été efficaces durant cette période de crise. Le degré de sollicitation des aides est globalement cohérent avec la part des entreprises ayant subi une baisse de chiffre d'affaires au cours du 1^{er} semestre 2021. Alors que 73% des entreprises de l'artisanat de services ont enregistré une baisse de chiffre d'affaires durant le 1^{er} semestre 2020 (contre 61% en moyenne), deux tiers ont eu recours à des aides (contre 59% en moyenne).

En outre, ce sont souvent les entreprises qui sont les plus anciennes qui ont le plus recours aux aides : 62% des TPE créées il y a plus de cinq ans y ont eu recours contre 53% de celles créées depuis 2016. Enfin, les sociétés ont le plus souvent eu recours aux aides : 65% des SARL contre 54% des entrepreneurs individuels.

La logique urbain/rural ne se retrouve pas dans l'analyse du recours aux aides. Toutefois, les zones du littoral seinomarin, du Havre, de Rouen, du Pays d'Auge, de Caen Sud Calvados et de Nord-Manche se démarquent par un fort recours aux aides.

Fig. n°27 : Part des entreprises qui ont recouru aux aides en Normandie



Au cours de l'été 2021, le gouvernement français a proposé de nouvelles aides, nommées « aides sur mesure » pour répondre aux situations qui n'avaient pas pu être traitées lors de la période du quoi qu'il en coûte (prise en charge des coûts fixes, aides pour les commerces multi-activité, aides pour les entreprises qui ont repris un fonds de commerce en 2020). Seules 5% des entreprises interrogées ont eu recours à ces nouvelles aides, soit 117 au sein de notre échantillon : 27 ont eu recours à l'aide pour les commerces multi-activités, 63 pour les jeunes entreprises, 13 qui ont repris un fonds de commerce en 2020 et 6 la prise en charge des coûts fixes.

4.2. Innovations

Face à la crise sanitaire, certaines TPE interrogées ont mis en place des innovations dans le domaine du travail (27%), des réseaux sociaux et du web (24%), de la mise en place de nouveaux produits ou services (21%) ou encore du développement durable (8%). 22% d'entre elles ont mis en place une seule innovation, 17% en ont mis deux, 8% en ont mis trois et 2% ont innové dans tous les domaines.

Nous avons interrogé lors de la deuxième vague les dirigeants sur le fait d'avoir mis en place ou non ces types d'innovations. Pour la troisième vague, le comité de pilotage a souhaité préciser cette question pour connaître leurs intentions, à savoir si ces innovations étaient envisagées ou s'ils étaient intéressés par celles-ci.

Ayant déjà profilé des entreprises qui avaient mis en place ces innovations durant la crise dans le rapport de la deuxième vague, il a été décidé de centrer l'analyse sur les profils de celles qui ne sont pas intéressées par ces innovations.

Pour produire ces profils, nous avons utilisé le test du Khi2. Ce test statistique permettant de mesurer la relation entre deux variables qualitatives consiste à mesurer l'écart d'une situation observée d'une situation théorique pour en déduire l'existence et l'intensité d'une liaison mathématique. Si la P-valeur est comprise entre 1 et 4%, la relation est réputée très significative, si elle est comprise entre 5 et 9%, elle est significative, si elle est comprise entre 10% et 15%, la relation est peu significative et enfin si elle est supérieure à 15%, la relation n'est pas significative.

4.2.1. Nouvelles organisations de travail

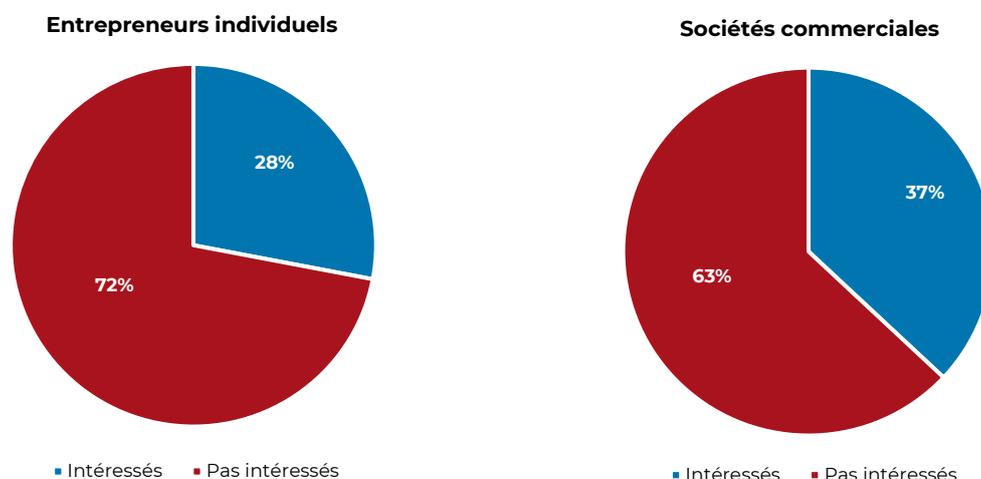
27% des TPE ont modifié leurs organisations du travail durant la crise et 23% envisagent de conserver ces mutations. 5% envisagent de modifier les leurs et 68% ne sont pas intéressés.

Fig. n°28 : Identification des variables expliquant le fait d'être intéressés ou non par la mise en place des nouvelles organisations de travail

Caractéristiques	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,01
Recours aux aides	Très significatif	= < 0,01
Fermeture	Très significatif	= < 0,01
Sexe du dirigeant	Très significatif	= < 0,01
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,01
Date de création d'entreprises	Peu significatif	= 0,1
Age du dirigeant	Très significatif	= < 0,01

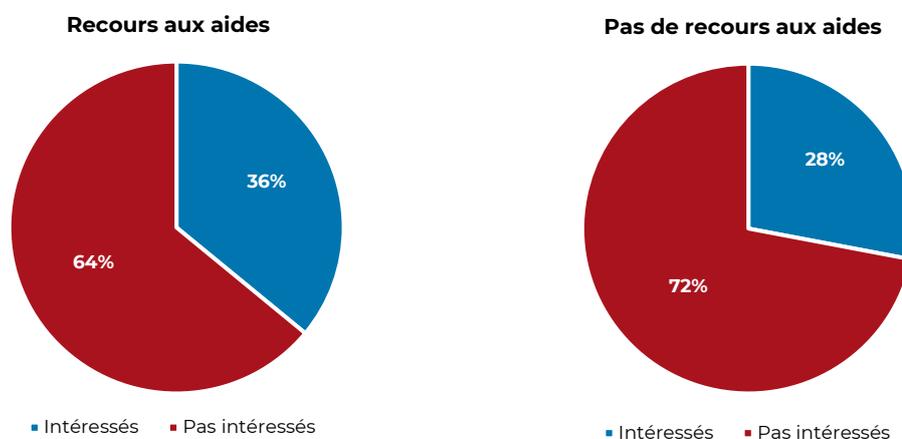
La P-valeur pour le statut juridique, le recours aux aides, la situation de l'entreprise durant le premier confinement, le sexe du dirigeant, les secteurs d'activité et l'âge du dirigeant est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influent pas sur le fait d'être intéressé par le fait d'innover ou non. On peut donc considérer que ces dernières influent sur la mise en place de nouvelles organisations de travail.

Statut juridique



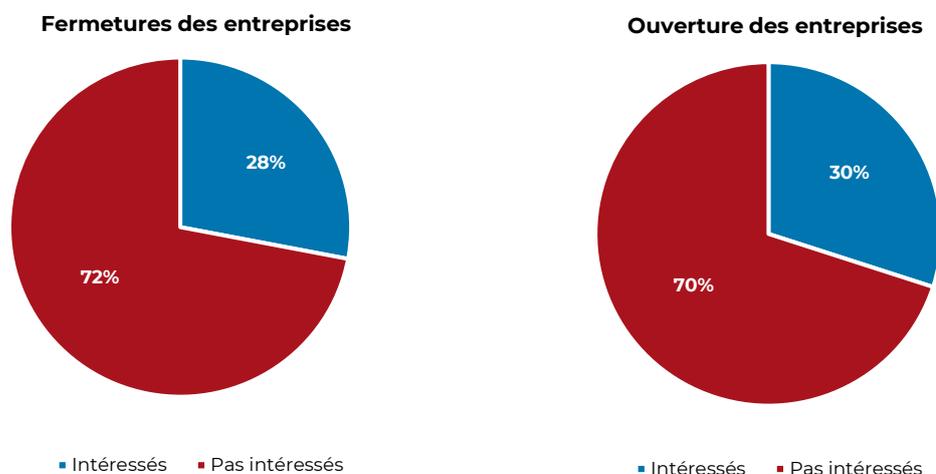
La part des entrepreneurs individuels intéressés par la mise en place de nouvelles formes de travail est plus faible que celle des sociétés commerciales intéressées (28% contre 37%).

Recours aux aides



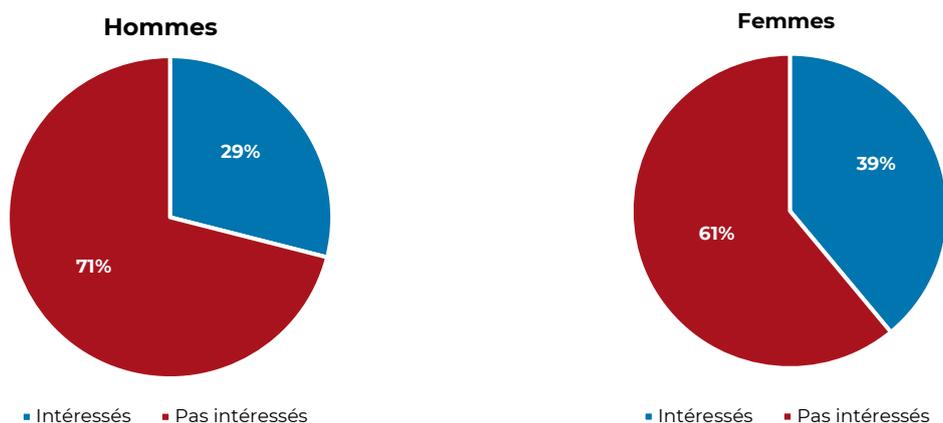
La part des entreprises intéressées par la mise en place de nouvelles formes de travail et qui n'a pas reçu d'aides est plus faible que de celles qui en ont reçu (28% contre 36%). Le chômage partiel est considéré comme des aides, ce sont le plus souvent les entreprises employeuses, donc souvent les sociétés commerciales, qui sont intéressées par modifier leur organisation du travail.

Fermetures des entreprises



La part des TPE de proximité fermées intéressées par la mise en place de nouvelles formes de travail est relativement plus faible que celles des entreprises qui sont restées ouvertes (28% contre 30%).

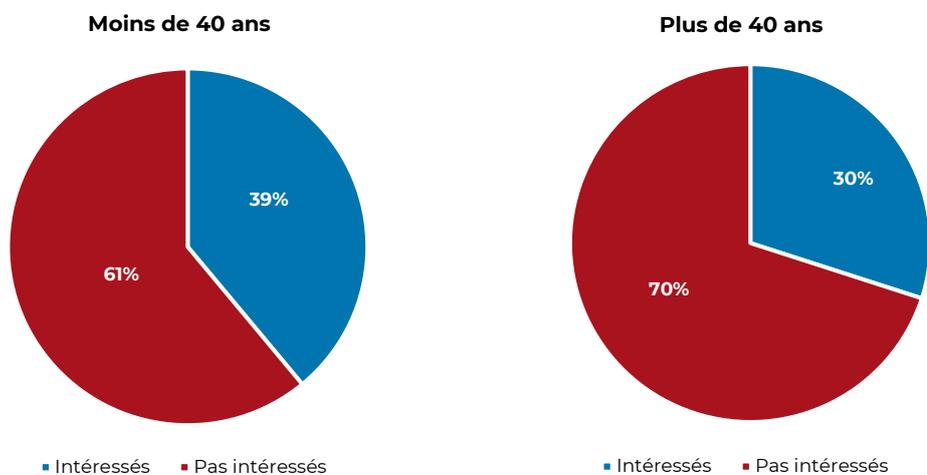
Sexe du dirigeant



Les femmes sont davantage disposées à revoir leur organisation du travail que les hommes. Elles sont près de 40% à être intéressées par la mise en place de nouvelles formes de travail contre moins de 30% pour les hommes.

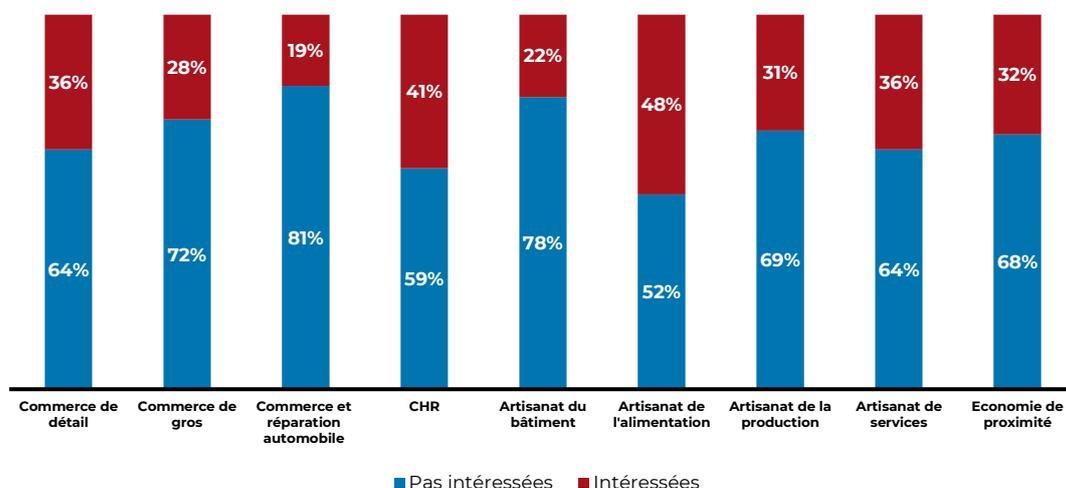
Il existe une cohérence avec la typologie des dirigeants par secteur d'activité. En effet, les hommes sont notamment très nombreux à diriger des entreprises du bâtiment, secteur peu enclin à revoir son organisation du travail.

Age du dirigeant



Les jeunes sont davantage disposés à modifier leur organisation du travail. En effet, près de 40% des dirigeants de moins de 40 ans sont intéressés par ce type de modifications contre 30% de ceux de plus de 40 ans.

Secteur d'activité



Il existe des spécificités sectorielles en termes d'appétence des TPE de proximité à proposer de nouvelles formes de travail.

Les secteurs les moins enclins à proposer de nouvelles organisation du travail sont :

- Le commerce et la réparation automobile et de motocycles : 81% ne le sont pas contre 68% en moyenne,
- L'artisanat du bâtiment : 78% ne le sont pas contre 68% en moyenne.

A l'inverse, ceux qui semblent le plus enthousiastes à l'idée de modifier leurs formes de travail sont :

- Le commerce de détail : 36% le sont contre 32% en moyenne,
- Les CHR : 41% contre 32% en moyenne,
- L'artisanat de l'alimentation : 48% le sont contre 32% en moyenne,
- L'artisanat de services : 36% le sont contre 32% en moyenne.

4.2.2. Nouveaux produits ou services

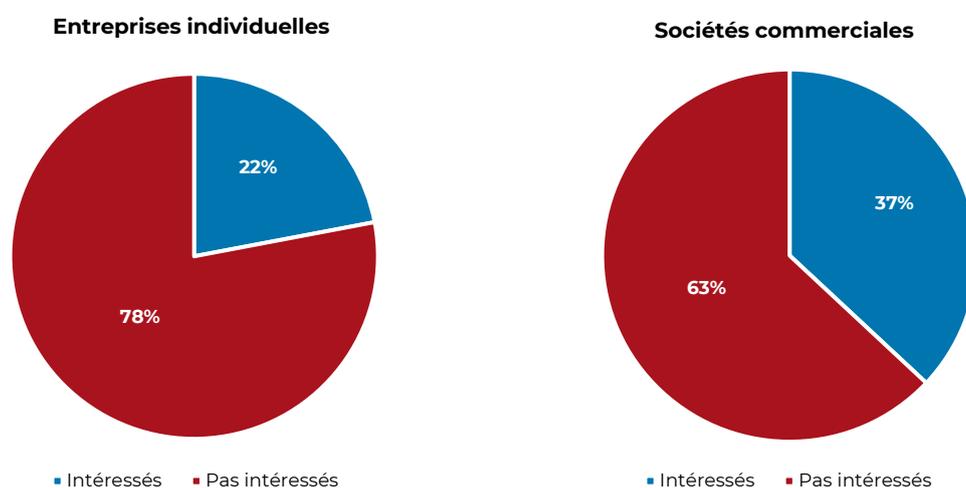
21% des TPE interrogées ont mis en place de nouveaux produits ou services et veulent conserver ces derniers. 4% envisagent de diversifier leur offre et 87% ne sont pas intéressés par le fait de le faire.

Fig. n°35 : Identification des variables expliquant le fait d'être intéressés ou non par la mise en place de nouveaux produits ou services

Caractéristiques	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,01
Recours aux aides	Très significatif	= < 0,01
Fermeture	Significatif	= 0
Sexe du dirigeant	Très significatif	= < 0,01
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,01
Date de création d'entreprises	Très significatif	= < 0,01
Age du dirigeant	Très significatif	= < 0,01

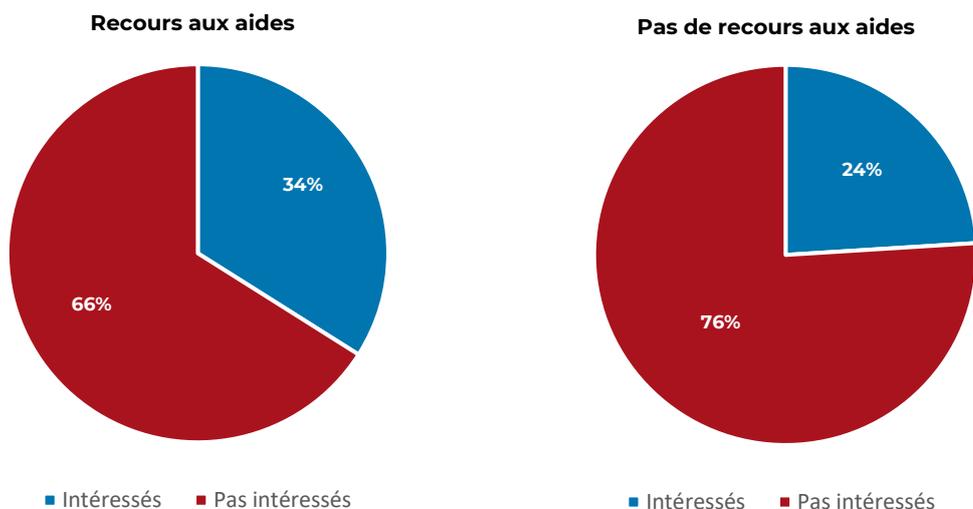
La P-valeur pour toutes les caractéristiques étudiées est inférieures à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influent pas sur le fait d'être intéressé par le fait d'imaginer des nouveaux produits ou services ou non. On peut considérer que ces dernières et le fait d'être intéressés de mettre en place de nouveaux produits ou services sont liés.

Statut juridique



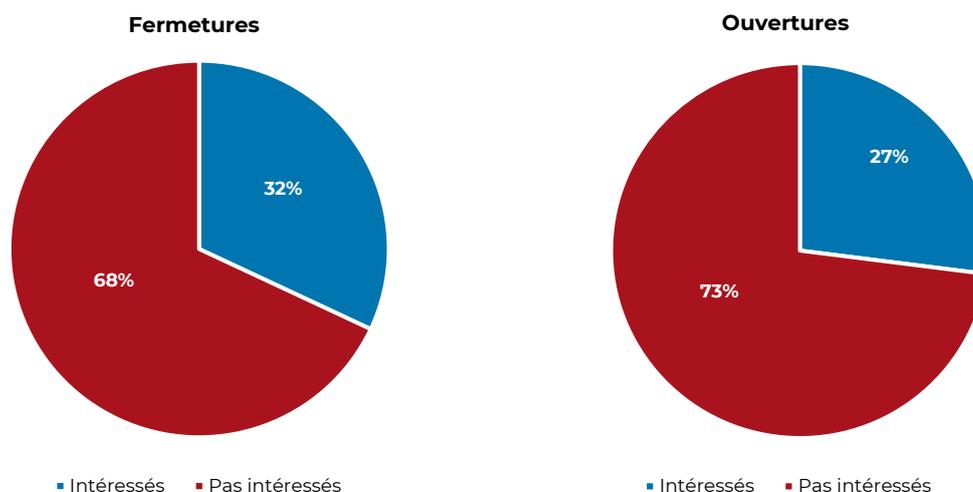
La part des sociétés commerciales intéressées par la production de nouveaux produits ou services est plus importante que celle des entrepreneurs individuels (37% contre 22%).

Recours aux aides



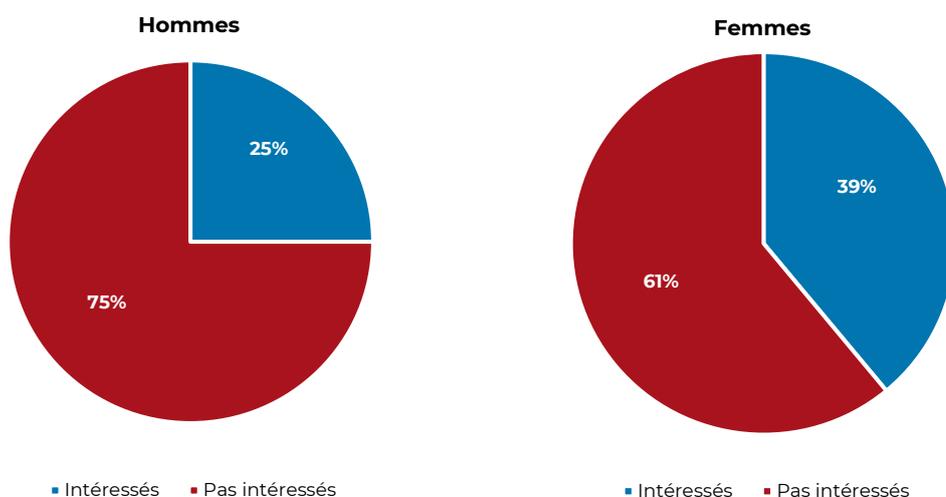
La part des TPE de proximité ayant eu recours aux aides intéressées par la mise en place de nouveaux produits ou services est plus importante que celles qui n'ont pas eu d'aides publiques (34% contre 24%).

Fermetures



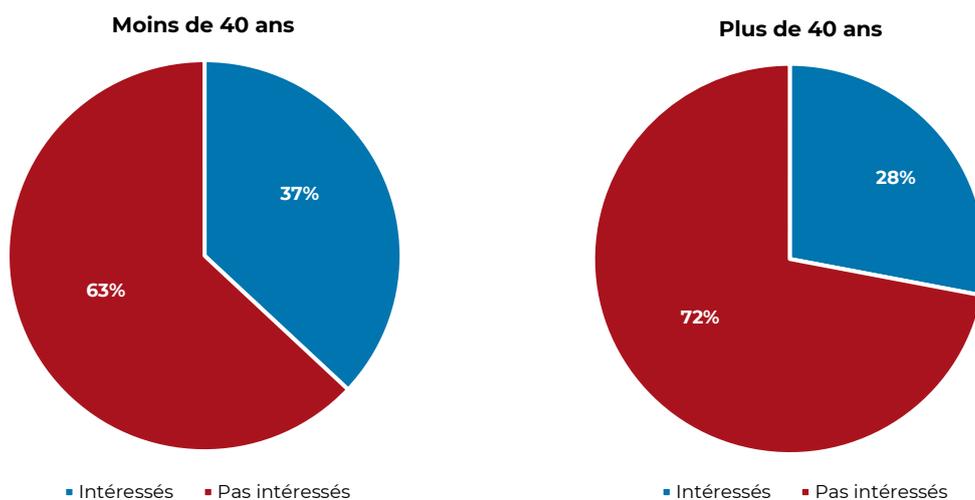
La part des entreprises qui ont fermé et qui sont intéressées par la production de nouveaux produits et services est plus importante que celles qui sont restées ouvertes (32% contre 27%). Cela s'explique par le fait qu'étant fermées, les TPE de proximité ont cherché à diversifier leur offre afin de continuer leur activité.

Sexe du dirigeant



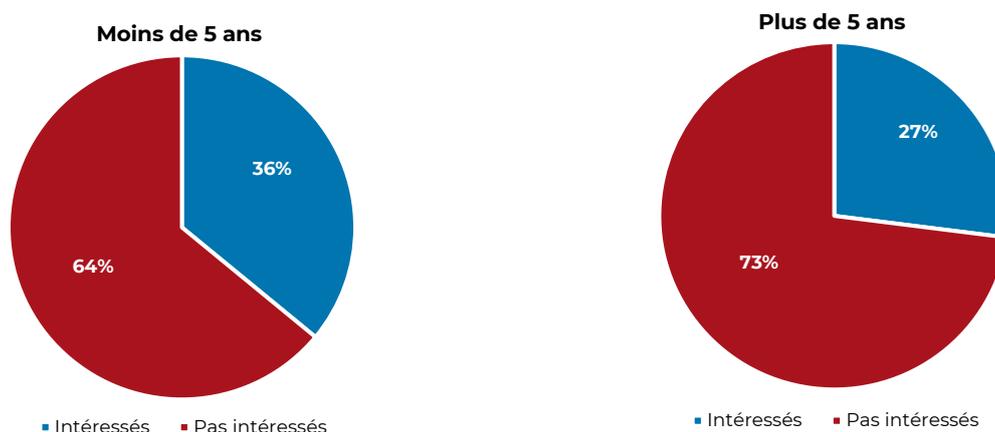
Les femmes sont plus enclines à imaginer de nouveaux produits ou services que les hommes (39% contre 25%).

Age du dirigeant



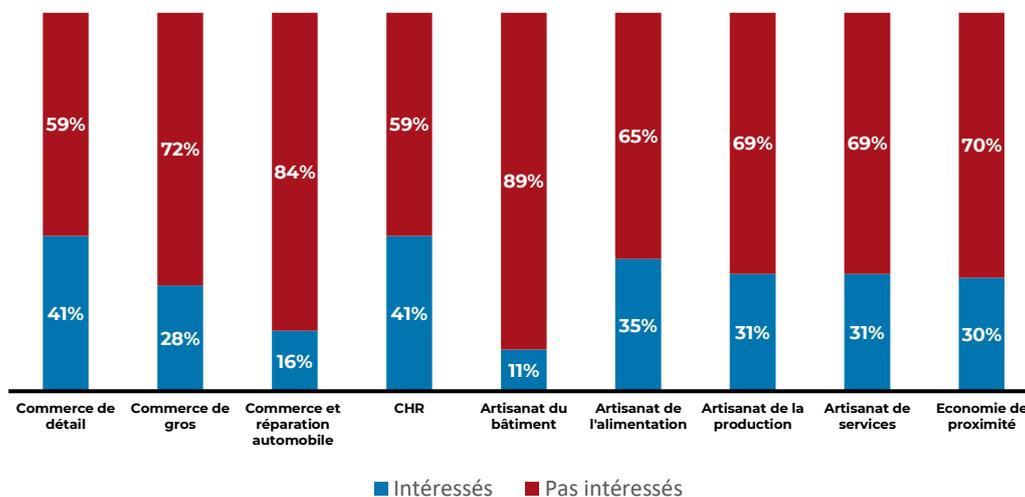
Les jeunes sont plus disposés à imaginer de nouveaux produits ou services que les plus dirigeants plus âgés (37% des dirigeants de moins de 40 ans contre 28% de ceux de plus de 40 ans).

Date de création d'entreprise



La part des jeunes entreprises intéressées par la mise en place de nouveaux produits ou services est plus importante que celle des entreprises plus âgées. En effet, 36% des entreprises créées après 2016 sont disposées à imaginer de nouveaux produits ou services contre 27% de celles créées avant 2016.

Secteurs d'activité



Il existe des spécificités sectorielles concernant l'intérêt pour la mise en place de nouveaux produits ou services.

Les secteurs d'activité peu enclins à imaginer de nouveaux produits ou services sont :

- Le commerce et la réparation automobile (y.c. de motocycles) : 84% ne sont pas intéressés contre 70% en moyenne,
- Les CHR : 89% ne sont pas intéressés contre 70% en moyenne.

Les secteurs d'activité plus enclins à produire de nouveaux produits ou services sont :

- Le commerce de détail : 41% sont intéressés contre 30% en moyenne,
- Les CHR : 41% sont intéressés contre 30% en moyenne.

4.2.3. Renforcement de la visibilité sur les réseaux sociaux et sur le web

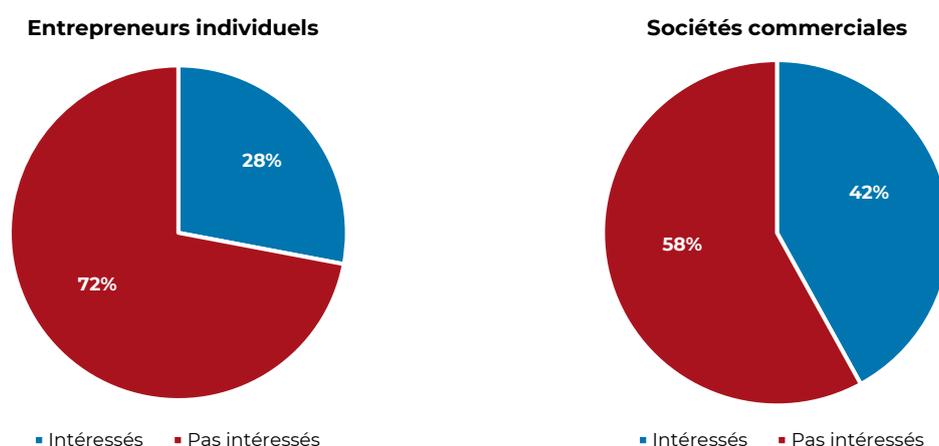
24% des TPE de proximité ont renforcé leur visibilité sur le web et les réseaux sociaux et autant souhaitent poursuivre dans cette voie. 9% envisagent de renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux et 67% ne sont pas intéressés par le fait de la renforcer.

Fig. n°44 : Identification des variables expliquant le fait d'être intéressés ou non par le renforcement de la présence sur le web et les réseaux sociaux

Caractéristiques	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,01
Recours aux aides	Très significatif	= < 0,01
Fermeture	Très significatif	= < 0,01
Sexe du dirigeant	Très significatif	= < 0,01
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,01
Date de création d'entreprises	Très significatif	= < 0,01
Age du dirigeant	Très significatif	= < 0,01

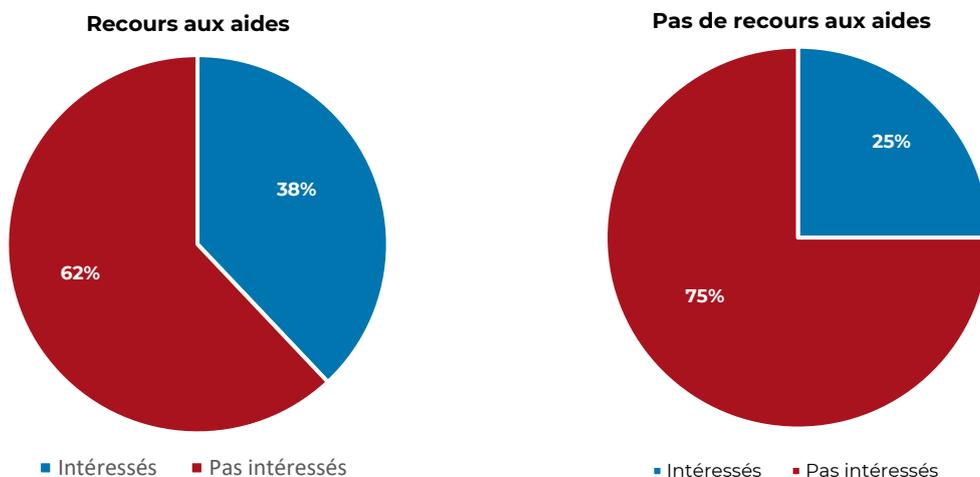
La P-valeur pour toutes les caractéristiques étudiées est inférieures à 10%, on peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle les caractéristiques n'influent pas sur le fait d'innover ou non. On peut considérer que ces dernières et le fait d'être intéressés par le fait de renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux sont liés.

Statut juridique



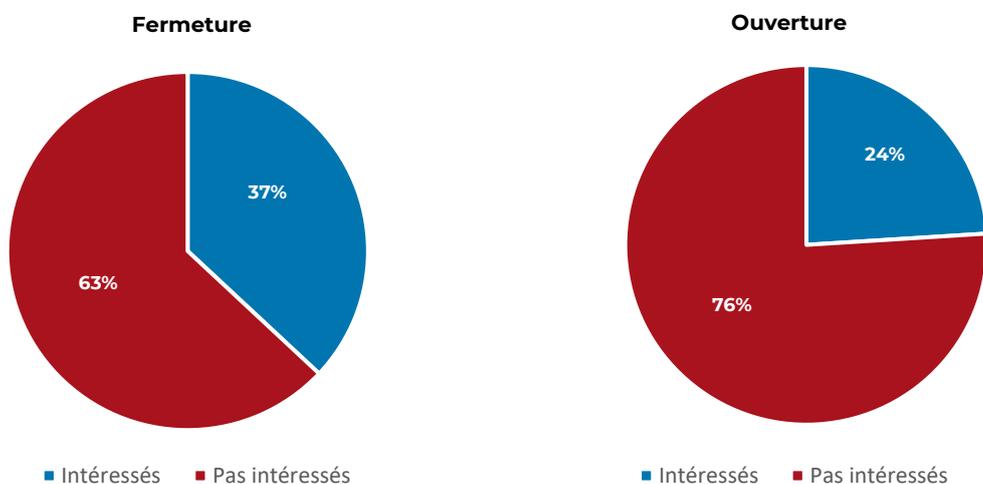
La part des sociétés commerciales souhaitant renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux est plus forte que celles des entrepreneurs individuels (42% contre 28%).

Recours aux aides



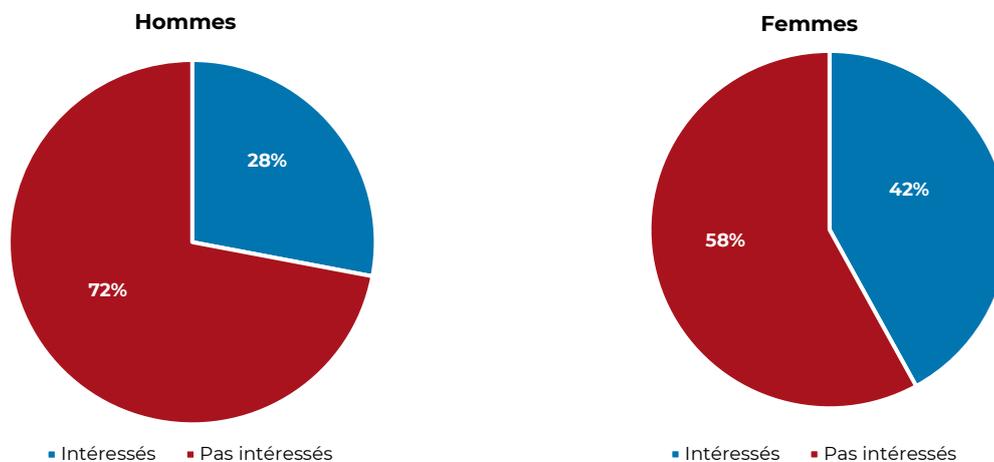
La part des TPE de proximité ayant eu recours aux aides intéressées par le renforcement de leur présence sur le web et les réseaux sociaux est plus forte que celle qui n'y ont pas eu recours (38% contre 25%).

Fermetures



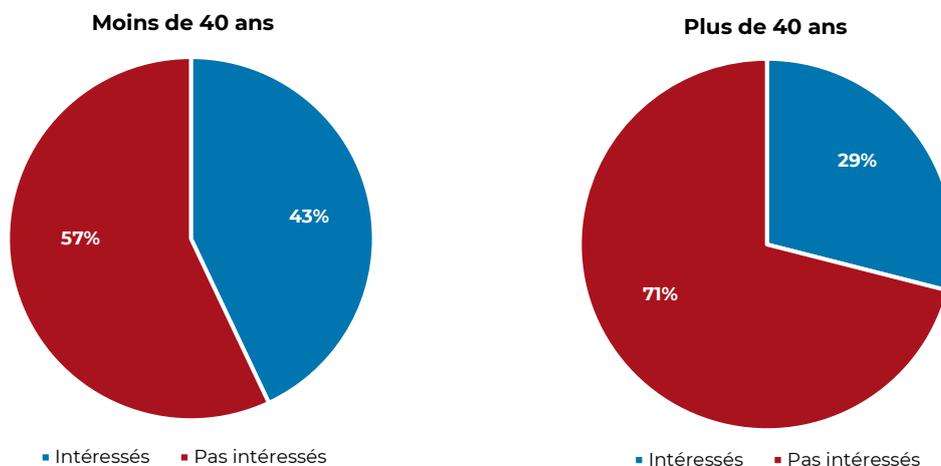
La part des entreprises qui ont fermé et qui aimeraient renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux est plus forte que celles qui sont restées ouvertes (37% contre 24%). Les TPE de proximité fermées ont dû conserver le contact avec les clients. Les réseaux sociaux sont alors plus importants pour ces cas.

Sexe du dirigeant



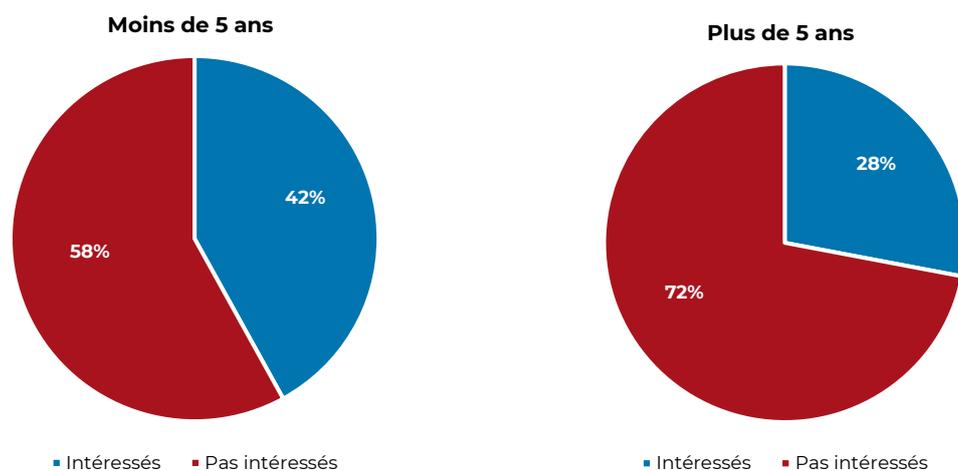
Les femmes sont plus enclines à renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux que les hommes. En effet, 42% d'entre elles déclarent être intéressées par cette innovation contre 28% des hommes.

Age du dirigeant



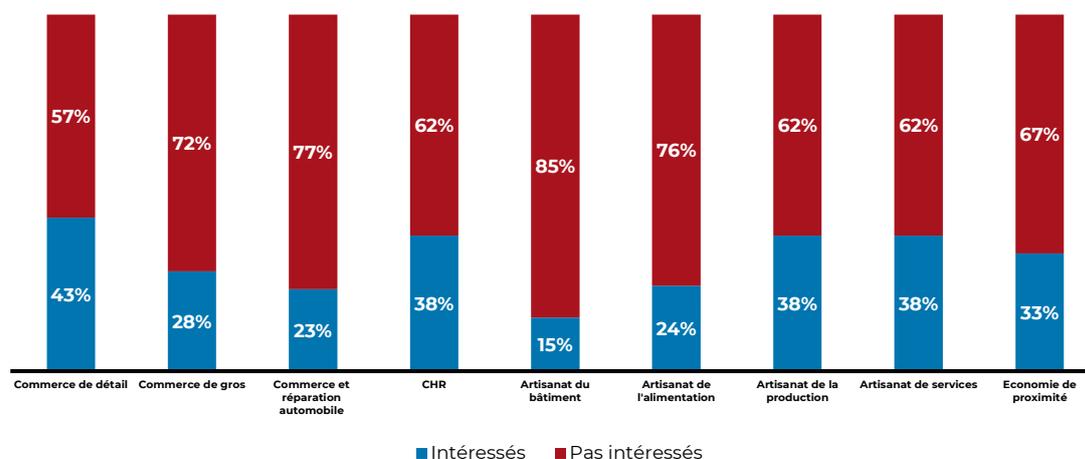
Les jeunes dirigeants semblent plus intéressés à l'idée de renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux que les dirigeants plus âgés (43% des moins de 40 ans contre 29% des plus de 40 ans).

Date de création



La part des jeunes TPE de proximité intéressées par le renforcement de leur présence sur le web et les réseaux sociaux est plus forte que celles qui sont plus âgées (42% créées après 2016 contre 28% créées il y a moins de cinq ans).

Secteurs d'activité



Il existe des spécificités sectorielles en matière d'appétence des TPE de proximité à l'idée de renforcer leur présence sur le web et les réseaux sociaux.

Les secteurs qui semblent le plus enclins à la renforcer sont :

- Le commerce de détail : 43% le sont contre 33% en moyenne,
- Les CHR : 38% le sont contre 33% en moyenne,
- L'artisanat de la production : 38% le sont contre 33% en moyenne,
- L'artisanat de services : 38% le sont contre 33% en moyenne.

Les secteurs qui semblent le moins enthousiastes à l'idée d'améliorer leur présence sur le web et les réseaux sociaux sont :

- Le commerce de gros : 72% ne le sont pas contre 67% en moyenne,
- Le commerce et la réparation automobile (y.c. de motocycles) : 77% ne le sont pas contre 67% en moyenne,

- L'artisanat du bâtiment : 85% ne le sont pas contre 67% en moyenne,
- L'artisanat de l'alimentation : 76% ne le sont pas contre 67% en moyenne.

4.2.4. Mises en place d'actions de développement durable

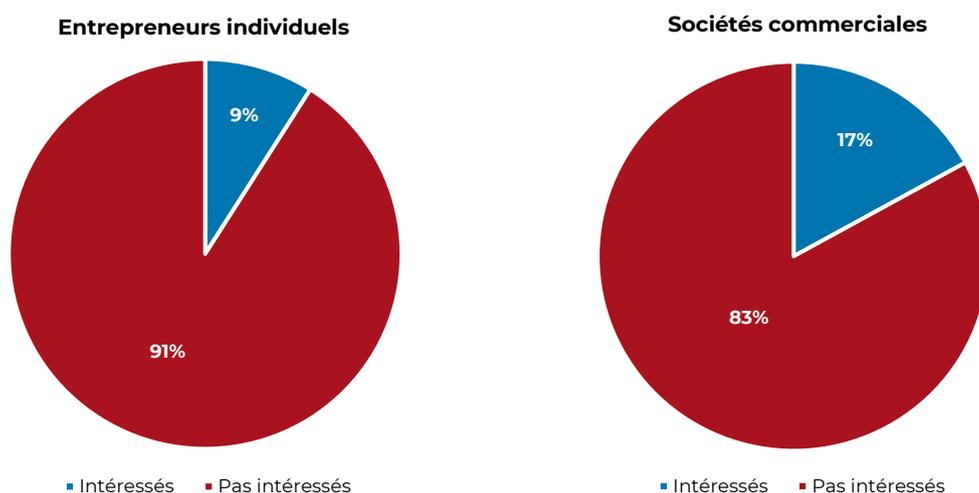
8% des TPE ont mis en place des actions de développement durable et la même proportion veulent poursuivre dans cette voie. 4% envisagent d'en mettre en place et 87% ne sont pas intéressés. La mise en place d'actions de développement durable est donc loin d'être la première préoccupation des entreprises de proximité. Ce manque d'intérêt peut s'expliquer par la complexité de leur mise en place (juridique, financière, en matière d'investissement, trop peu de ressources humaines...).

Fig. n°50 : Identification des variables expliquant le fait d'être intéressés ou non par la mise en place d'actions de développement durable

Caractéristiques	Pas intéressé	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,01
Recours aux aides	Pas significatif	= 0,2
Fermeture	Peu significatif	= 0,1
Sexe du dirigeant	Pas significatif	= 0,5
Secteurs d'activité	Peu significatif	= 0,1
Date de création d'entreprises	Très significatif	= < 0,01
Age du dirigeant	Pas significatif	= 0,2

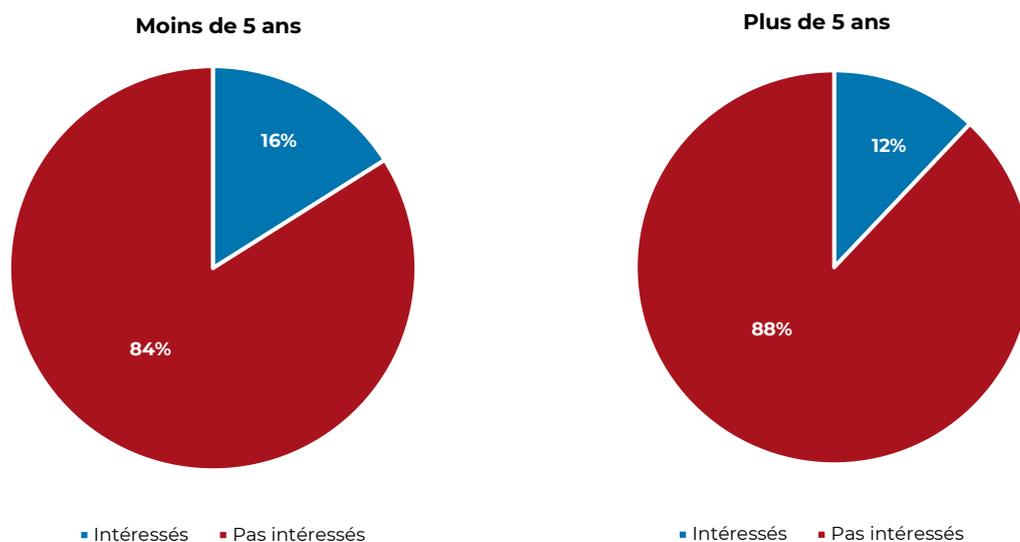
La P-valeur pour le statut juridique et la date de création de l'entreprise est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influencent pas sur le fait d'innover ou non. On peut donc considérer que ces dernières et le fait de mettre en place de nouvelles organisations de travail sont liés.

Statut juridique



La part des sociétés commerciales intéressées par la mise en place d'actions de développement durable est plus importante que celle des entrepreneurs individuels : 17% contre 9%.

Date de création



Les jeunes TPE de proximité semblent plus enclines à mettre en place des actions de développement durable contre les entreprises de plus de 5 ans : 16% créées après 2016 contre 12% de celles créées avant 2016.

V. Le rebond et les besoins des entreprises

5.1. Aides et rebond

5.1.1. Avis sur les aides

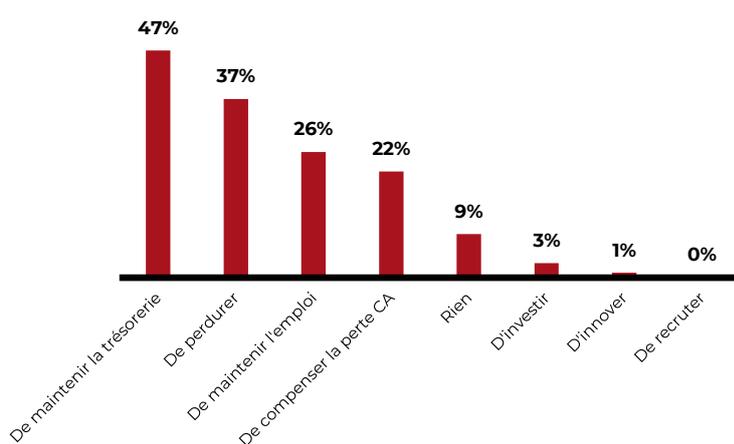
71% des dirigeants interrogés considèrent que les aides mises en place par le gouvernement ont été suffisantes pour faire face à la crise. Ce taux est particulièrement important pour le commerce et pour les CHR. A l'inverse, les dirigeants d'activités artisanales sont plus modérés. Néanmoins, pour toutes les secteurs, ce taux est compris entre 61% et 77%.

Fig. n°53 : Part des entreprises qui considèrent que les aides ont été suffisantes pour faire face à la crise par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Part des entreprises
Commerce de détail	73%
Artisanat du bâtiment	67%
Artisanat de services	73%
Artisanat de la production	61%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	62%
Commerce de gros	73%
Artisanat de l'alimentation	64%
CHR	77%
Economie de proximité	71%

5.1.2. Ce qu'ont permis les aides

Fig. n°54 : Ce qu'ont permis les aides



Les aides distribuées ont permis en particulier de maintenir leur trésorerie (pour 47% des TPE interrogées), de perdurer (pour 37%) et le maintien de l'emploi (pour 26%). De plus, les aides ont permis aux dirigeants de se verser un salaire, de payer les charges et les factures à leurs fournisseurs. Seulement 3% en ont profité pour investir et 1% pour innover.

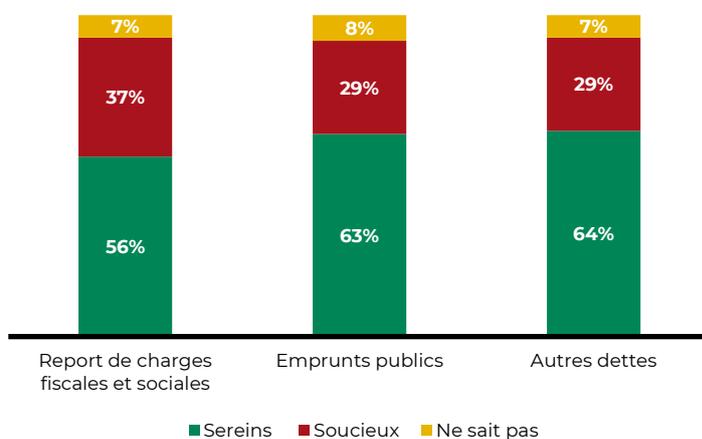
Les aides ont permis de maintenir la trésorerie et de compenser la perte du chiffre d'affaires en particulier pour les TPE des CHR et de l'artisanat de services. Elles ont également permis de perdurer surtout pour les entreprises des CHR et celles du commerce de détail.

Fig. n° 55 : Ce qu'ont permis les aides selon les secteurs d'activités

Secteurs d'activité	De maintenir la trésorerie	De perdurer	De compenser la perte CA	Rien	D'investir	D'innover	De recruter
Commerce de détail	45%	43%	24%	7%	3%	2%	0%
Artisanat du bâtiment	50%	27%	18%	13%	1%	1%	0%
Artisanat de services	49%	36%	20%	8%	3%	0%	0%
Artisanat de la production	44%	33%	28%	10%	1%	0%	0%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	46%	13%	13%	21%	1%	0%	1%
Commerce de gros	34%	39%	16%	11%	3%	1%	0%
Artisanat de l'alimentation	36%	30%	11%	11%	2%	0%	0%
CHR	50%	45%	28%	5%	4%	1%	0%
Economie de proximité	47%	37%	22%	9%	3%	1%	0%

5.1.3. Etat d'esprit quant au remboursement des prêts

Fig. n°56 : Etat d'esprit des dirigeants en ce qui concerne le remboursement des prêts



Les TPE de proximité ayant contracté un ou des emprunt(s) durant la crise sont globalement sereines quant à son ou leurs remboursement(s) : 56% le sont pour les reports et charges fiscales et sociales, 63% pour les emprunts et les dettes et 64% pour les autres dettes.

Trois profils peuvent être distingués :

- Le secteur d'activité soucieux : les CHR
- Les secteurs d'activité partagés : l'artisanat de la production, l'artisanat du bâtiment, l'artisanat de services
- Le secteur d'activité sereins : le commerce de détail, le commerce et la réparation automobile (y.c. de motocycles), le commerce de gros et l'artisanat de l'alimentation.

Fig. n°57 : Etat d'esprit quant au remboursement des prêts privés par secteurs d'activité

Secteurs d'activité	Sereins	Soucieux	Ne sait pas
Commerce de détail	63%	27%	10%
Artisanat du bâtiment	61%	32%	7%
Artisanat de services	65%	30%	5%
Artisanat de la production	46%	38%	16%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	82%	15%	3%
Commerce de gros	88%	8%	4%
Artisanat de l'alimentation	71%	29%	0%
CHR	33%	67%	0%
Economie de proximité	64%	29%	7%

En ce qui concerne le statut juridique, les entrepreneurs individuels sont plus inquiets que les sociétés. En effet, 40% des entrepreneurs individuels qui ont reporté leurs charges sociales et fiscales sont inquiets quant à leurs remboursements contre 34% de sociétés commerciales.

5.2. Evolution de l'emploi à court terme

Les TPE interrogées ne semblent pas vouloir faire évoluer leurs effectifs à court terme : seuls 4% envisagent de recruter et 1% de diminuer leurs effectifs.

5.3. Besoins des entreprises

5.3.1. Accompagnement

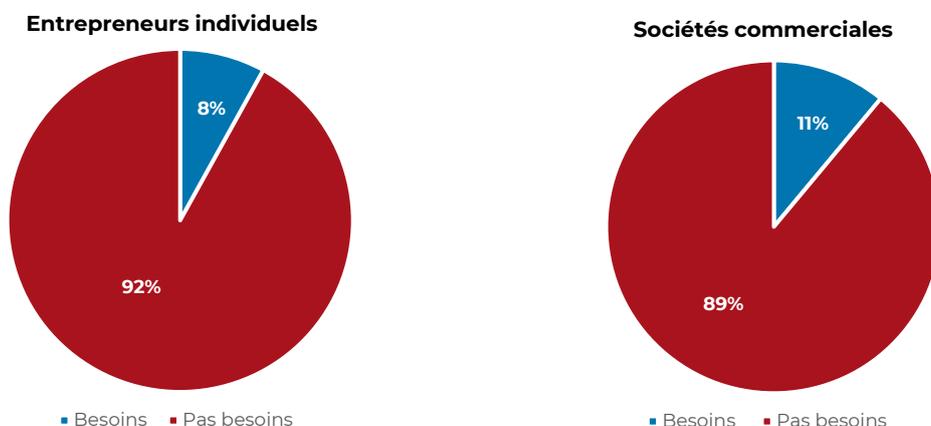
12% des TPE considèrent avoir des besoins en matière d'accompagnement.

Fig. n°58 : Identification des variables expliquant le fait d'avoir besoin d'accompagnement

Variables	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Significatif	= 0
Recours aux aides	Pas significatif	= 0,9
Fermeture	Peu significatif	= 0,1
Sexe du dirigeant	Pas significatif	= 0,3
Secteurs d'activité	Significatif	= 0
Date de création d'entreprises	Significatif	= 0
Age du dirigeant	Significatif	= 0

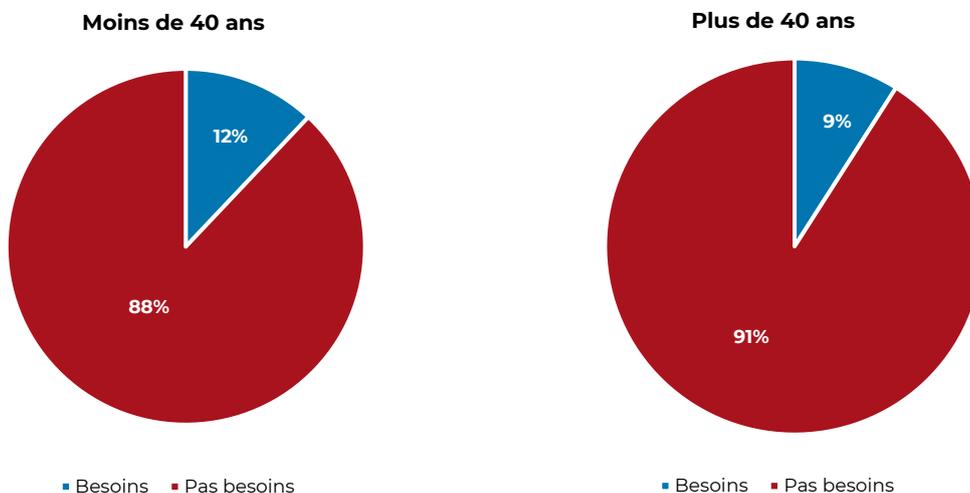
La P-valeur pour le statut juridique, le degré de fermeture, les secteurs d'activité, la date de création des entreprises et l'âge du dirigeant est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influent pas sur le fait d'avoir des besoins en matière d'accompagnement ou non. On peut donc considérer que ces dernières et le fait d'avoir besoin d'accompagnement.

Statut juridique



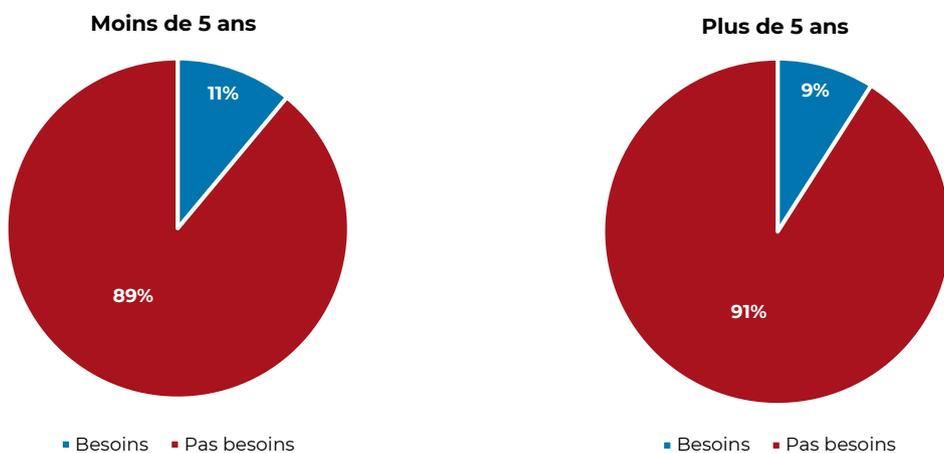
Les sociétés commerciales semblent avoir plus besoin d'accompagnement que les entrepreneurs individuels. En effet, 11% des sociétés déclarent en avoir besoin contre 8% des entrepreneurs individuels.

Age du dirigeant



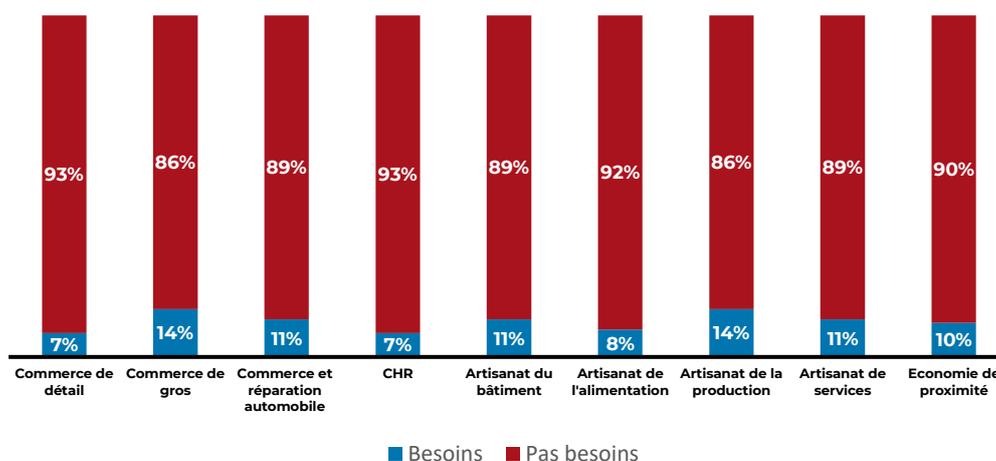
Les jeunes dirigeants ont plus besoin d'accompagnement que les dirigeants plus âgés. 12% des moins de 40 ans déclarent en avoir besoin contre 9% pour les plus de 40 ans.

Date de création



Les jeunes entreprises considèrent avoir plus de besoins en matière d'accompagnement que les TPE de proximité plus âgées. En effet, 11% de celles créées après 2016 déclarent en avoir besoin contre 9% de celles créées avant 2016.

Secteur d'activité



Il existe des spécificités sectorielles en matière de besoins en accompagnement.

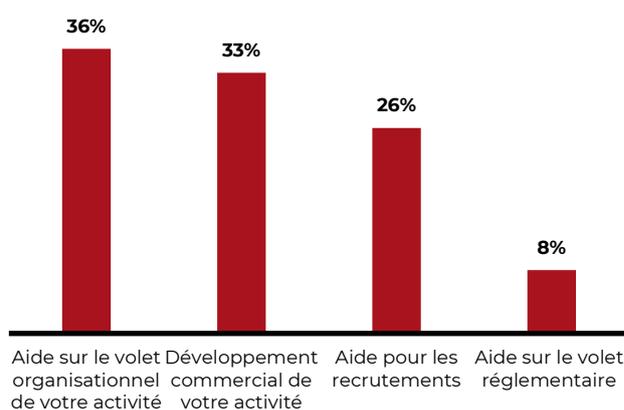
Les secteurs qui ont le plus besoin d'être accompagnés sont :

- Le commerce de gros : 14% en ont besoin contre 10% en moyenne,
- L'artisanat de la production : 14% en ont besoin contre 10% en moyenne.

Les secteurs qui ont le moins besoin d'accompagnement sont :

- Le commerce de détail : 93% n'en ont pas besoin contre 90% en moyenne,
- Les CHR : 93% n'en ont pas besoin contre 90% en moyenne.

Fig. n°63 : Sujets sur lesquels les TPE souhaitent être accompagnées



Les dirigeants des TPE déclarant avoir un besoin d'accompagnement voudraient être aidés sur le volet organisationnel (pour 36% d'entre eux), sur le volet du développement commercial (pour 33%), sur le recrutement (pour 26%) et sur la réglementation (pour 8%).

Point de vigilance

Au moment de l'administration de l'enquête, peu de dirigeants des CHR déclaraient avoir besoin d'accompagnement en termes de recrutement alors qu'aujourd'hui ils sont pleinement confrontés à une crise de l'offre de travail sur le marché de l'emploi. Cela signifie qu'ils n'ont pas su anticiper l'impact des reconversions temporaires d'activité des salariés du secteur qui s'est finalement maintenue dans le temps au sortir de la crise. Il existe une grave crise des vocations qui peut s'expliquer par le niveau de rémunération, les contraintes horaires, la précarité des emplois proposés... La crise a été pour les salariés du secteur l'opportunité de découvrir d'autres métiers et surtout d'autres conditions de travail *a priori* plus satisfaisantes. Ils sont nombreux à avoir opéré un arbitrage personnel en défaveur du secteur des CHR. Les dirigeants du secteur semblent pour autant peu enclins à modifier leurs comportements alors que la crise des vocations est là. Il n'y a plus que jamais besoin d'accompagner ces derniers ne serait-ce que pour les inviter à se poser les bonnes questions. Cette réputation de « mauvais employeur » doit être néanmoins relativisée. S'il est peut-être possible d'agir sur les conditions de travail, il est plus que jamais difficile d'augmenter le niveau de rémunération des salariés lorsque le niveau d'activité est en berne depuis plus de deux ans. Des allègements de charges sociales et fiscales doivent être pensés par l'Etat pour permettre une hausse des salariés nets qui ne se répercutent pas sur le coût du travail.

5.3.2. Investissement

12% des TPE considèrent avoir des besoins en matière d'accompagnement.

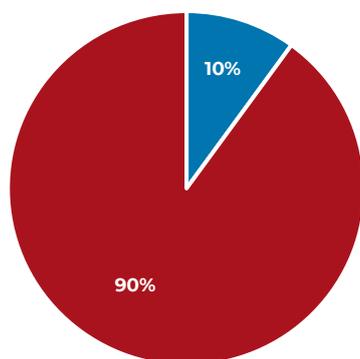
Fig. n°64 : Identification des variables expliquant le fait d'avoir besoin d'investissement

Variables	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,1
Recours aux aides	Pas significatif	= 0,4
Fermeture	Peu significatif	= 0,1
Sexe du dirigeant	Peu significatif	= 0,1
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,1
Date de création d'entreprises	Très significatif	= < 0,1
Age du dirigeant	Très significatif	= < 0,1

La P-valeur pour le statut juridique, le degré de fermeture, le sexe du dirigeant, les secteurs d'activité, la date de création d'entreprise et l'âge du dirigeant est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influencent pas sur le fait d'avoir des besoins en matière d'investissement ou non. On peut donc considérer que ces dernières et le fait d'avoir des besoins en matière d'investissement sont liés.

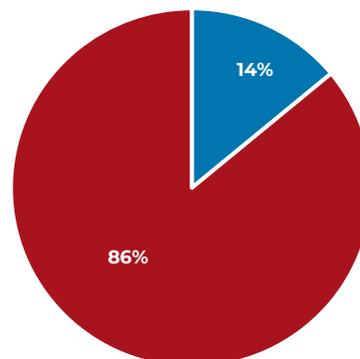
Statut juridique

Entrepreneurs individuels



■ Besoins ■ Pas besoins

Sociétés commerciales

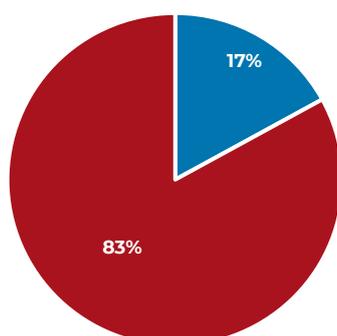


■ Besoins ■ Pas besoins

La part des entrepreneurs individuels déclarant un besoin d'investissement est plus faible que celle des sociétés commerciales : 10% contre 14%.

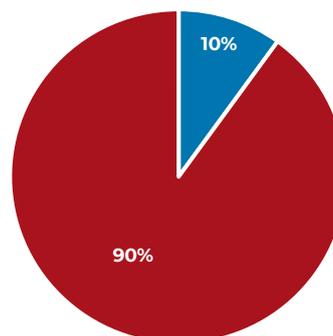
Sexe du dirigeant

Hommes



■ Besoins ■ Pas besoins

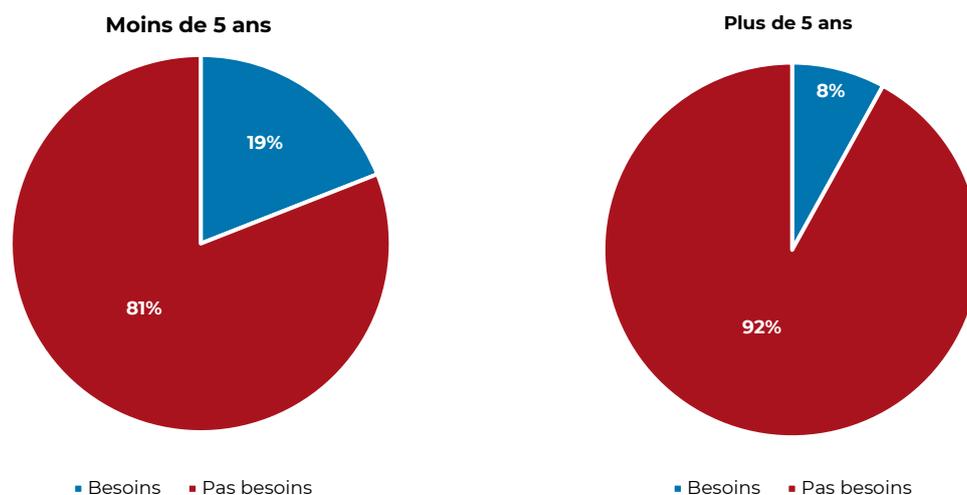
Femmes



■ Besoins ■ Pas besoins

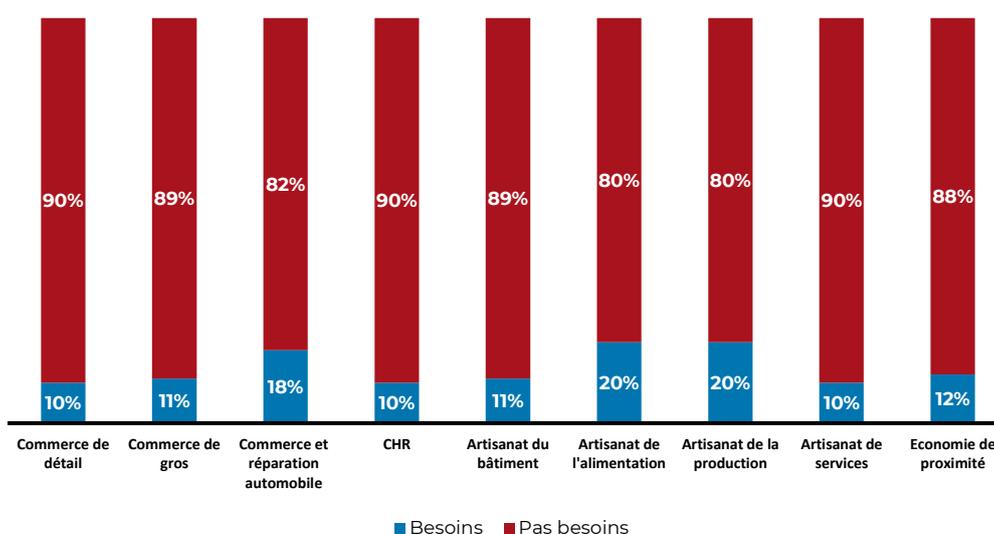
Les hommes semblent avoir plus de besoins en matière d'investissements que les femmes : 17% des dirigeants-hommes déclarent en avoir besoin contre 10% des dirigeantes-femmes.

Date de création



Les jeunes TPE souhaitent plus souvent investir qu'une entreprise plus âgée : 19% des TPE de proximité créées après 2016 voudraient investir contre 8% de celles créées avant 2016.

Secteurs d'activité



Il existe des spécificités sectorielles en ce qui concerne la volonté d'investir de la part des dirigeants d'entreprises.

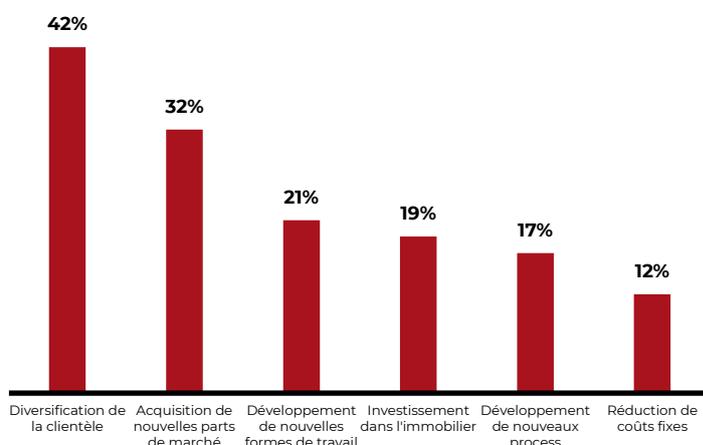
Les dirigeants d'entreprise voulant le plus souvent investir proviennent des secteurs suivants :

- L'artisanat de la production : 20% le souhaitent contre 12% en moyenne ;
- L'artisanat de l'alimentation : 20% le veulent contre 12% en moyenne ;
- Le commerce et la réparation automobile (y.c. de motocycles) : 18% l'envisagent contre 12% en moyenne.

Ceux qui ne le souhaitent pas sont des secteurs suivants :

- Le commerce de détail : 90% ne le veulent pas contre 88% en moyenne ;
- Les CHR : 90% ne l'envisagent pas contre 88% en moyenne ;
- L'artisanat de services : 90% ne le souhaitent pas contre 88% en moyenne.

Fig. n°71 : Finalités des besoins en investissement



Les objectifs des entreprises qui souhaitent investir sont de diversifier leur clientèle (pour 42% des dirigeants interrogés), d'acquiesir de nouvelles parts de marché (32%), de développer de nouvelles formes de travail (21%), d'investir dans l'immobilier (17%) et de réduire les coûts fixes (12%). Les autres finalités citées sont l'achat et le renouvellement de matériel ainsi que la rénovation de leurs locaux.

5.3.3. Compétences

12% des TPE de proximité interrogées ont des besoins en formation et la même proportion des besoins en recrutement. L'artisanat de services se démarquent avec une forte proportion d'entreprises (21 %) qui exprime des besoins de formation au contraire notamment de l'artisanat de l'alimentation (7 %). Deux secteurs expriment des besoins en recrutement relativement importants : l'artisanat du bâtiment (16 %) et les CHR (16 %). La proportion n'est que de 8 % dans l'artisanat productif et l'artisanat de l'alimentation.

Fig. n°72 : Besoins en formation et en recrutement par secteurs d'activité

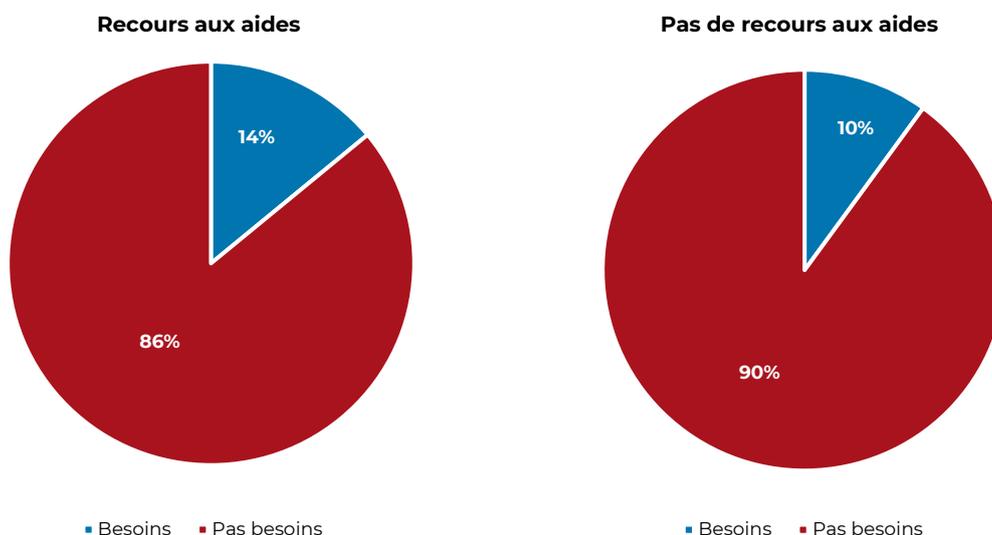
Secteurs d'activité	Besoins en formation	Besoins en recrutement
Commerce de détail	10%	10%
Artisanat du bâtiment	13%	16%
Artisanat de services	21%	10%
Artisanat de la production	14%	8%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	11%	15%
Commerce de gros	8%	14%
Artisanat de l'alimentation	7%	8%
CHR	10%	16%
Economie de proximité	12%	12%

Fig. n°72 : Identification des variables expliquant le fait d'avoir besoin de formation

Variables	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Pas significatif	= 0,3
Recours aux aides	Significatif	= 0
Fermeture	Pas significatif	= 0,3
Sexe du dirigeant	Très significatif	= < 0,1
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,1
Date de création d'entreprises	Significatif	= 0
Age du dirigeant	Significatif	= 0,3

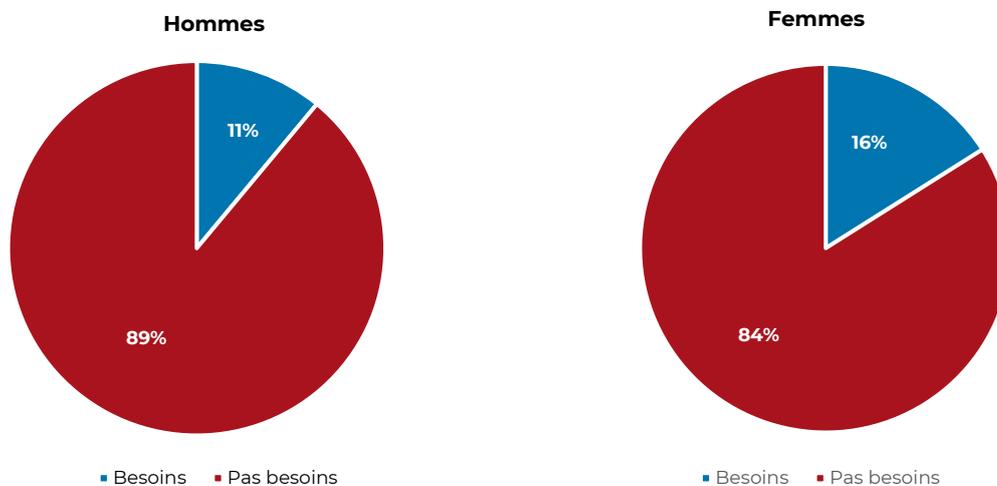
La P-valeur pour le recours aux aides, le sexe du dirigeant, la date de création des entreprises et les secteurs d'activité est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influencent pas sur le fait d'avoir des besoins en matière de formation ou non. On peut donc considérer que ces dernières influent sur l'expression de besoins de formation.

Recours aux aides



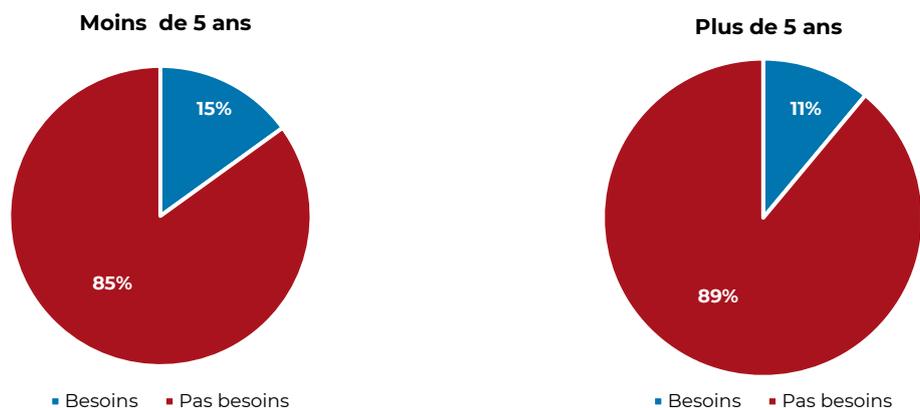
Les dirigeants des TPE de proximité qui ont eu recours aux aides semblent être plus à même de se former ou de former leurs salariés que ceux qui n'en ont pas eu : 14% des entreprises qui ont eu recours aux aides contre 10% de celles qui ne les ont pas eues.

Sexe du dirigeant



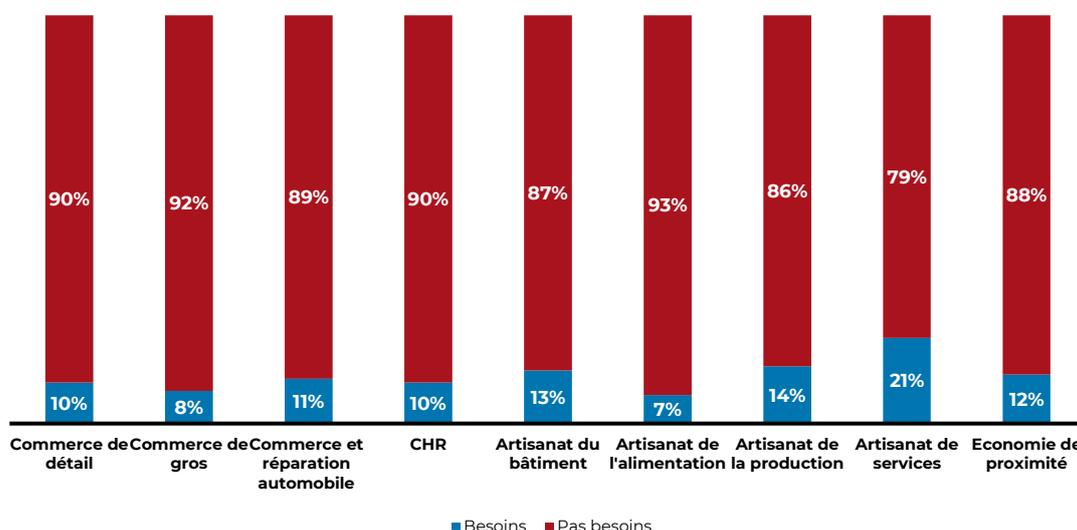
Les hommes souhaitent moins souvent se former ou former leurs salariés que les femmes (11% contre 16%).

Date de création de l'entreprise



Les dirigeants de jeunes entreprises souhaitent plus souvent se former et former leurs salariés que ceux des entreprises plus âgées : 15% de celles créées après 2016 contre 11% de celles créées il y a plus de 5 ans.

Secteurs d'activité



Il existe des spécificités sectorielles concernant les besoins en formation.

Les secteurs les plus en demande :

- L'artisanat de la production : 14% aimeraient recourir à la formation contre 12% en moyenne ;
- L'artisanat de services : 21% souhaiteraient former leur dirigeants et/ou leurs salariés contre 12% en moyenne.

Les secteurs les moins en demande :

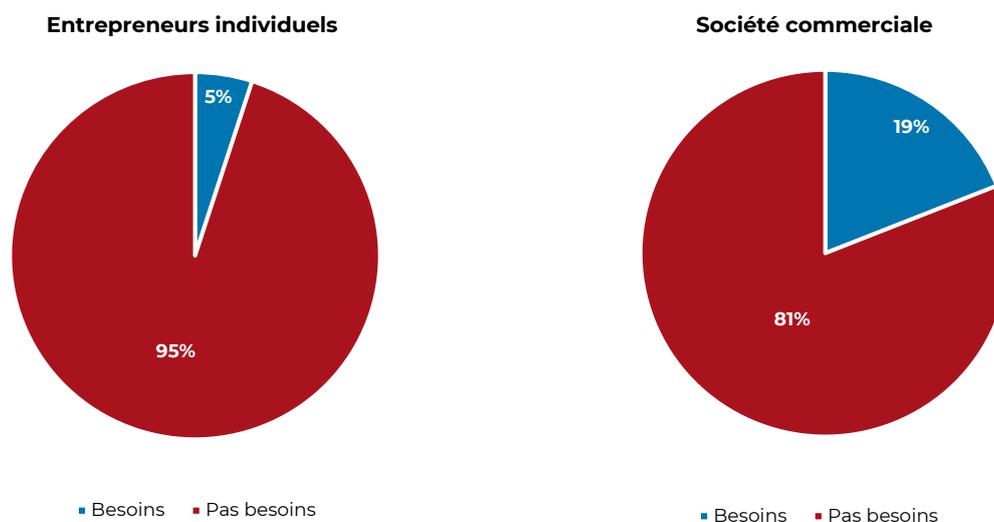
- Le commerce de gros : 92% ne souhaitent pas recourir à la formation contre 88% en moyenne ;
- L'artisanat de l'alimentation : 93% ne veulent pas former leur dirigeant / et ou leurs salariés contre 88% en moyenne.

Fig. n°77 : Identification des variables expliquant le fait d'avoir des besoins en recrutement

Variables	Significativité	P-valeur
Statut juridique	Très significatif	= < 0,1
Recours aux aides	Pas significatif	= 0,6
Fermeture	Pas significatif	= 0,3
Sexe du dirigeant	Pas significatif	= 0,2
Secteurs d'activité	Très significatif	= < 0,1
Date de création d'entreprises	Très significatif	= < 0,1
Age du dirigeant	Pas significatif	= 0,3

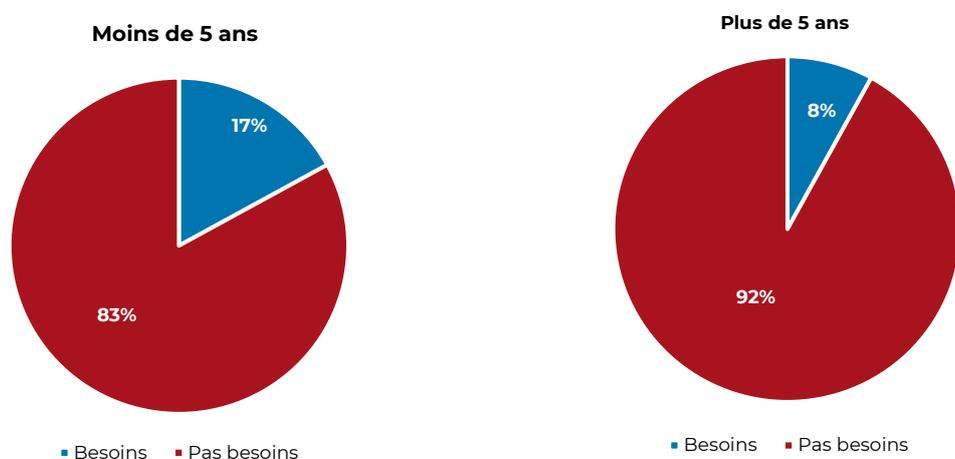
La P-valeur pour le statut juridique, la date de création et les secteurs d'activité est inférieure ou égale à 10%. On peut donc rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle ces caractéristiques n'influencent pas sur le fait d'avoir des besoins de recrutement ou non. On peut donc considérer que ces dernières et le fait d'avoir des besoins en recrutement sont liés.

Statut juridique



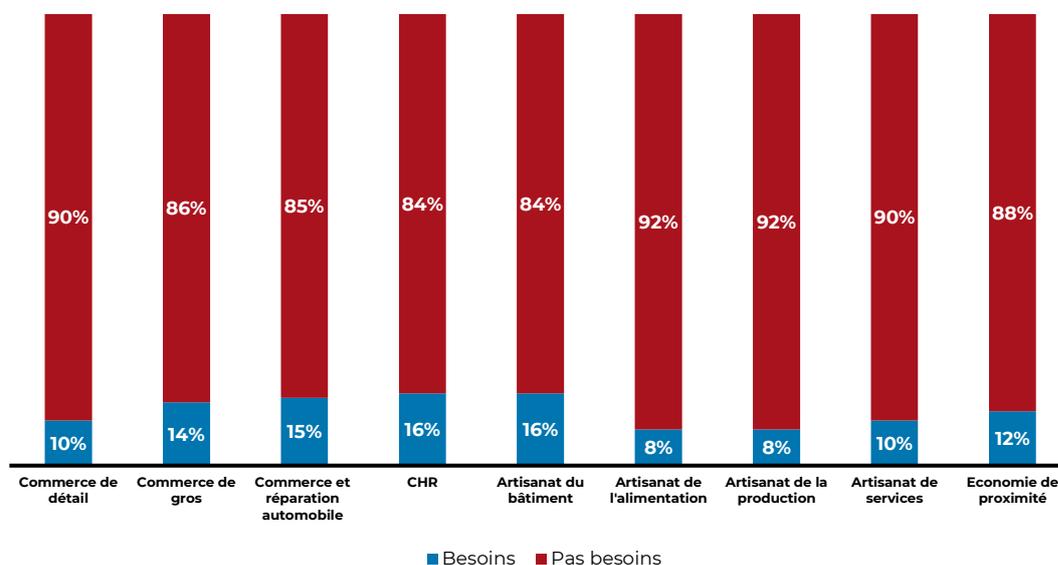
Les sociétés commerciales, parce qu'elles sont plus souvent employeuses que les entrepreneurs individuels, ont plus de besoins en matière de recrutement : 19% des sociétés commerciales déclarent en avoir besoin contre 5% des entrepreneurs individuels.

Date de création d'entreprise



Les jeunes entreprises souhaitent plus souvent recruter que les TPE de proximité plus âgées. En effet, 17% des entreprises créées après 2016 ont des besoins en recrutement contre 8% de celles créées avant 2016.

Secteurs d'activité



Il existe des spécificités sectorielles concernant les besoins en recrutement.

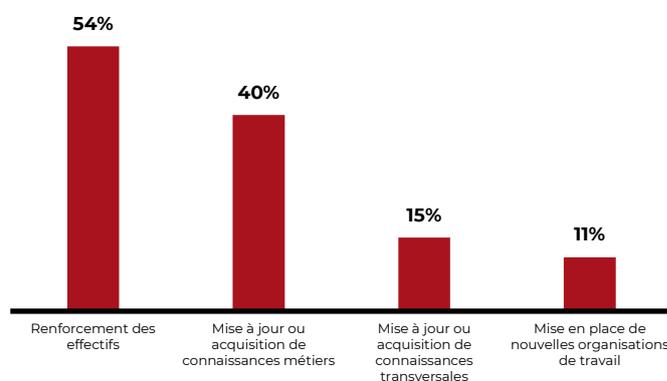
Les secteurs qui en ont particulièrement besoin :

- Le commerce de gros : 14% souhaitent recruter contre 12% en moyenne ;
- Le commerce et la réparation automobile : 15% ont des besoins en matière de recrutement contre 12% en moyenne ;
- Les CHR : 16% envisagent de recruter contre 12% en moyenne ;
- L'artisanat du bâtiment : 16% voudraient recruter contre 12% en moyenne.

Les secteurs qui ne souhaitent pas spécialement recruter :

- Le commerce de détail : 90% ne souhaitent pas recruter contre 88% en moyenne,
- L'artisanat de services : 90% n'ont pas besoin de recruter contre 88% en moyenne.

Fig. n°81 : Finalités des besoins en compétences et recrutement



Les objectifs des TPE qui ont des besoins en formation et recrutement sont le renforcement de leur effectifs (54%), l'acquisition de nouvelles connaissances métiers (40%).

VI. Changements structurels liés à la crise et enseignements de la crise

6.1. Phénomènes modifiés ou accélérés

Une part importante des TPE interrogées considèrent que la crise a accéléré certains phénomènes socio-économiques, tels que :

- Le développement de la vente en ligne (54%)
- Le développement des circuits courts (37%)
- Les nouvelles organisations du travail (33%)
- La prise de conscience écologique (22%)
- Les logiques de surconsommation (17%)

6.1.1. Contraintes/opportunités

De manière générale, les changements socio-économiques en place n'ont pas modifié de manière importante les organisations des sociétés.

Toutefois, on peut identifier deux profils de comportements face aux changements : partagés et plutôt enthousiastes.

Les trois mutations qui partagent les avis sont le développement de la vente en ligne, les nouvelles organisations du travail et les logiques de surconsommation.

- **Le développement de la vente en ligne.** 26% des TPE de proximité interrogées pensent que le développement de la vente en ligne constitue une opportunité (en particulier pour les entreprises du commerce de détail, du commerce de gros et l'artisanat de la production), 23% trouvent que cela est une contrainte (en particulier, pour les entreprises du commerce et de la réparation automobile) et 52% sont sans avis.
- **Les nouvelles organisations de travail.** 26% des entreprises considèrent que les nouvelles organisations de travail sont une opportunité (en particulier, pour le commerce de gros et l'artisanat de la production), 23% pensent que ce changement est une contrainte (en particulier, pour celles des CHR ainsi que le commerce et la réparation automobile) et 51% sont sans avis.
- **Les logiques de surconsommation.** 31% des TPE de proximité interrogées déclarent que les logiques de surconsommation sont une opportunité (en particulier, le commerce de gros, de détail et l'artisanat de l'alimentation), 24% considèrent que cette mutation constitue une contrainte (en particulier, pour celles des CHR) et 45% sont sans avis.

Les mutations pour lesquels les TPE interrogées sont plus enthousiastes sont le développement des circuits courts et la prise de conscience écologique.

- **Le développement des circuits courts.** 45% des entreprises considèrent que le développement des circuits courts constitue une opportunité (en particulier, pour le commerce de gros, l'artisanat alimentaire et le commerce de détail), 7% pensent que cette mutation est une contrainte (en particulier pour les entreprises du secteur de l'artisanat des services, le commerce et la réparation automobile et l'artisanat du bâtiment) et 47% sont sans avis.

- **La prise de conscience écologique.** 40% des TPE de proximité déclarent que la prise de conscience écologique est une opportunité (en particulier, pour les entreprises du commerce de détail, l'artisanat alimentaire et de la production), 10% trouvent que ce changement est une contrainte (pour celles de l'artisanat du bâtiment ainsi que celles du commerce et de la réparation automobile) et 50% sont sans avis.

6.1.2. Modifications des relations

Pour 78% des TPE interrogées qui considèrent que certaines mutations socio-économiques ont été renforcées par la crise, rien n'a été modifié dans leurs relations avec les clients. 12% trouvent que les mutations exercent une influence positive sur leurs relations avec les clients et 9% une influence négative. L'inertie dans la modification des relations prédomine donc.

En matière de mutations positives, on peut citer :

- L'acquisition de nouvelles parts de marché : « [La crise] a permis d'avoir une nouvelle gamme de clientèle »¹⁷.
- La plus grande proximité avec leurs clients : « Être plus près de ses clients grâce au circuit court »¹⁸.
- La meilleure reconnaissance et fidélité de la clientèle : « Un lien s'est créé avec les clients et il y a une reconnaissance de leur part »¹⁹.
- Une communication plus fréquente : « Plus de communication au téléphone et retrait du colis par la suite »²⁰.

En matière de changements négatifs, on peut citer :

- Le fait que le port du masque ait modifié leurs rapports avec la clientèle : « Le port du masque a créé des rapports différents avec la clientèle du fait de notre métier (visagiste-coiffeur), nous devons voir les visages et cela a créé une barrière. »²¹.
- Le fait que les clients soient plus exigeants et ne s'adaptent pas toujours à la situation : « La clientèle est plus agressive avec une incompréhension des clients sur les pénuries du fait de la fabrication internationale. Ils ne veulent pas comprendre les délais de livraison (manque de matières premières ou autres). La clientèle est devenue trop exigeante »²².
- La concurrence avec le web : « Concurrence directe sur le web car nos potentiels clients commandent sur les sites des grandes firmes transnationales. »²³.

Pour 87% des TPE interrogées l'accélération des mutations socioéconomiques n'a pas modifié leurs relations avec les fournisseurs. Pour 5%, elles ont été modifiées positivement et pour 7%, négativement. Là encore peu de dirigeants expriment de changements.

Les changements positifs cités sont :

- La multiplication et la simplification des contacts : « j'ai renforcé les contact avec mes fournisseurs qui ont répondu »²⁴.
- La meilleure réactivité des fournisseurs : « Les fournisseurs sont plus rapides et les produits sont frais »²⁵.

Les modifications négatives sont :

- Difficultés d'approvisionnement : « manque d'approvisionnement »²⁶.

¹⁷ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat de l'alimentation interrogé le 27 septembre 2021

¹⁸ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat de services (hors réparation automobile) interrogé le 27 septembre 2021

¹⁹ Dirigeante d'une entreprise non-employeuse du commerce de détail interrogée le 24 septembre 2021

²⁰ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse du commerce de détail interrogé le 21 septembre 2021

²¹ Dirigeante d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat de services (hors réparation automobile) interrogée le 21 septembre 2021

²² Dirigeant d'une entreprise de 1 ou 2 salariés du commerce de gros interrogé le 20 septembre 2021

²³ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse du commerce de détail interrogé le 18 octobre 2021

²⁴ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse du commerce de détail interrogé le 29 septembre 2021

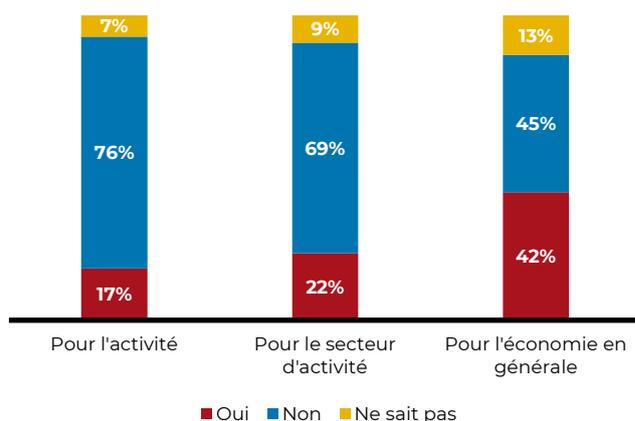
²⁵ Dirigeante d'une entreprise non-employeuse de la restauration interrogée le 29 septembre 2021

²⁶ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat du bâtiment interrogé le 29 septembre 2021

- Le fait que les contacts soient moins importants : « moins de contacts avec nos fournisseurs. Le port du masque est aussi très compliqué pour eux (port de charges lourdes, difficilement respirable). »²⁷.
- Les délais de livraisons prolongés : « Manque d'approvisionnement, problème de stock et pénurie. Les délais sont longs et les prix sont en hausse »²⁸.

6.2. Menace de la fin du « quoi qu'il en coûte »

Fig. n°87 : Avis sur la fin de la période du quoi qu'il en coûte



Alors que les dirigeants des entreprises sont plutôt optimistes concernant la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » pour leur activité (à la question « la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » constitue-t-elle une menace pour votre activité ? », 76% répondent non contre 17% oui), ils sont plus soucieux de la fin de ces dispositifs pour leur secteur d'activité (69 % contre 22 %) et surtout, pour l'économie de manière générale (45 % contre 42 %).

L'effet d'échelle – les entreprises sont plus optimistes pour leur activité que pour le secteur d'activité et le sont plus pour le secteur d'activité que pour l'économie en général – se retrouve dans la plupart des enquêtes d'opinion, notamment celles menées par le cabinet Prestance. Les dirigeants ont une vision macro-économique pessimiste mais on confiance en eux-mêmes.

Ce sont les TPE qui ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires au premier semestre 2020 mais qui sont restées ouvertes et qui n'ont pas eu recours aux aides qui sont les plus optimistes quant à la fin de la période du « quoi qu'il en coûte ».

Fig. n°88 : Profils des TPE qui sont confiantes au regard de la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte »

	Pour l'activité	Pour le secteur d'activité	Pour l'économie en général
Evolution du CA	Perte de CA : 64% Hausse ou stabilité : 83%	Perte de CA : 56% Hausse ou stabilité : 77%	Perte de CA : 37% Hausse ou stabilité : 54%
Fermetures	Fermeture : 65% Ouverture : 82%	Fermeture : 58% Ouverture : 76%	Fermeture : 39% Ouverture : 48%
Recours aux aides	Oui : 65% Non : 82%	Oui : 63% Non : 78%	Oui : 42% Non : 49%

²⁷ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat du bâtiment interrogé le 5 octobre 2021

²⁸ Dirigeant d'une entreprise de 3 à 5 salarié de l'artisanat du bâtiment interrogé le 22 septembre 2021

6.3. Enseignements tirés de la crise

Les enseignements tirés de la crise par les dirigeants sont d'ordre personnel et politique.

D'un point de vue personnel :

- Certains sont angoissés par l'avenir : « très inquiète pour les années à venir »²⁹
- Certains réinterrogent leurs priorités : « Revoir nos priorités. Il faut prioriser la vie de famille et pas seulement le travail. Les aides ont été bénéfiques. »³⁰.
- La plupart retient de cette crise l'importance de rester humbles et vigilants : « Il aurait fallu pendant la crise avoir une trésorerie très importante pour pouvoir s'en sortir correctement mais il faut rester humble et faire très attention. »³¹.
- Cette crise a montré aux dirigeants l'obligation de s'adapter : « Il faut rester optimistes et s'adapter pour sortir de cette crise. »³².

D'un point de vue politique :

- Le gouvernement a réagi de manière efficace : « Bonne gestion de la part de l'Etat mais il aurait valu mieux cibler les entreprises pour l'attribution des aides. »³³.
- Certains, néanmoins pointent l'insuffisance de ces dernières : « les aides ont été insuffisantes. »³⁴
- D'autres, regrettent le fait que, pour eux, il y ait eu des inégalités dans la distribution des aides : « Il y a eu des inégalités au niveau des aides car nous étions ouverts avec perte du chiffre d'affaires et toutes les charges du magasin alors que les autres magasins n'ont pas ouvert ont obtenu des aides sans avoir de frais. Psychologiquement cela est très dur »³⁵.
- Enfin, certains dirigeants sont inquiets par le fait que certaines personnes se soient habituées à ces aides : « Actuellement, il y a trop d'aides en France. Les gens sont de moins en moins travailleurs. »³⁶.

²⁹ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat du bâtiment interrogé le 28 septembre 2021

³⁰ Dirigeant d'une entreprise de 3 à 5 salariés de l'artisanat de la production interrogé le 23 septembre 2021

³¹ Dirigeant d'une entreprise de 3 à 5 salariés du commerce et de la réparation automobile (y.c. de motocycles) interrogé le 29 septembre 2021

³² Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat de services (hors réparation automobile) interrogé le 28 septembre 2021

³³ Dirigeant d'une entreprise non-employeuse de l'artisanat du bâtiment interrogé le 28 septembre 2021

³⁴ Dirigeante d'une entreprise de 1 ou 2 salariés de l'artisanat de services interrogée le 4 octobre 2021

³⁵ Dirigeante d'une entreprise non-employeuse du commerce de détail interrogée le 19 octobre 2021

³⁶ Dirigeant d'une entreprise de 3 à 5 salariés de la restauration interrogé le 28 septembre 2021

Conclusion

Durant ces trois vagues d'enquêtes, les cinq objectifs définis dans l'introduction ont été traités :

1. Etablir un état des lieux de la santé du secteur de l'économie de proximité en mettant en exergue les activités, les typologies d'entreprises les plus fragilisées ;
2. Evaluer le taux de recours aux différentes aides et mesures gouvernementales et locales ; et les canaux de recours aux aides ;
3. Pour les entreprises ayant poursuivi leur activité relever les innovations de produits, de procédés et d'organisations ;
4. Etablir un recensement des types de mesures les plus attendues ;
5. Evaluer les attentes des entreprises vis-à-vis des acteurs du terrain.

Les trois premiers objectifs ont été étudiés de manière directe. Les deux derniers étaient plus difficile à traiter dans les questionnaire car cela implique de poser des questions précises et « politiques » aux artisans et commerçants qui peuvent ne pas être à l'aise avec ces dernières, c'est pourquoi ces objectifs ont été traités sous forme de conclusion et de recommandations. La conclusion de ce rapport traite de la crise comme une opportunité, comme un accélérateur de mutations et de recommandations répondant aux deux derniers objectifs.

La crise, vecteur d'opportunités ?

La crise semble à avoir été une opportunité à plusieurs niveaux : pour les TPE, pour les collectivités locales notamment dans le cadre de leur compétence de l'aménagement du territoire et pour l'économie de manière générale.

Comme écrit plus haut, certaines TPE ont innové pendant la crise. Ces innovations sont dans le domaine de l'organisation du travail, du marketing (nouveaux produits ou services, renforcement de leur visibilité sur le web et les réseaux sociaux), de la commercialisation (nouveaux canaux de commercialisation comme le click and collect ou la mise de leurs produits sur des marketplaces...) et dans une moindre mesure du développement durable.

« Je pense que l'un des principaux impacts de la crise sanitaire c'est la diversification des canaux de commercialisation », *Christine DUCHENOIS, directrice adjointe en charge du développement et de l'aménagement de la communauté urbaine de Caen.*

Certaines collectivités locales interrogées ont mis en place des dispositions permettant aux restaurateurs ayant des terrasses d'agrandir ces dernières. Ces propositions permettaient de faire face à l'obligation de la tenue des distanciations sociales et de la mise en place des jauges. Cet agrandissement des terrasses a dynamisé et sécurisé des quartiers.

« Sur la question des terrasses [l'EPCI a exonéré les droits de terrasse et extension des terrasses] on s'est aperçu que cela entraînait des conséquences en termes d'animation. Par exemple, on le voyait sur le secteur du port, on s'est aperçu que la mise en place de ces terrasses a largement contribué à améliorer l'animation de ce quartier, à améliorer sa fréquentation, à le rendre plus attractif. » *Christine DUCHENOIS, directrice adjointe en charge du développement et de l'aménagement de la communauté urbaine de Caen.*

« Ils [la communauté de communes d'Argentan] veulent mettre en place une charte pour l'extension des terrasses (pour qu'elles restent harmonieuses et dans les normes) dans le cadre du projet cœur de ville. » *Julien LEBALLEUR, chargé commerce, Argentan Intercom*

La crise a permis de démontrer à certains territoires le fait que leur système économique était résilient, notamment du fait de la solidarité entre les entreprises et de leur adaptabilité.

« L'écosystème est plus résilient, les entreprises se rendent compte qu'il y a moins de donneurs d'ordre entre les grands et les petits. Tout le monde est interdépendant. » *Pierre Van Caenegem, responsable du pôle développement entreprises et attractivité, Caux Seine Agglomération.*

La crise, un accélérateur de mutations

Comme écrit plus haut, certaines TPE ont remarqué que la crise a renforcé les mutations socio-économiques déjà en cours avant la crise (vente en ligne, développement des circuits courts, prise de conscience écologique, logiques de surconsommation et mutations dans le domaine du travail). Toutefois, assez peu d'entre elles semblent être affectées par ces modifications dans leurs relations avec leurs clients (pour 78% cela n'a rien modifié), dans leurs relations avec leurs fournisseurs (pour 87% cela n'a rien modifié), avec leurs salariés (pour 95% cela n'a rien modifié) et avec leurs collaborateurs (pour 96% cela n'a rien modifié).

Si les questions sur ce qui avait changé ces mutations socio-économiques avaient été posées un an auparavant (septembre/octobre 2020), il est possible que les réponses aient été différentes. En effet, les restrictions étant de moins en moins importantes, au moment où nous rédigeons les conclusions de cette étude, notamment grâce à la vaccination, la vie des Français est redevenue à nouveau presque comme avant la crise.

Recommandations

De cette étude, il est possible d'identifier trois types de préconisations :

- Aider les entreprises,
- Accompagner les entreprises,
- Sensibiliser les entreprises.

Axe 1 : Aider les entreprises

Recommandation n°1 : Poursuivre la politique du « sur-mesure » en étant attentifs aux conditions d'obtention de ces aides

Grâce à leurs politiques de soutien, les pouvoirs publics – Etat et collectivités territoriales – ont permis d'aider le plus grand nombre d'entreprises, en particulier, celles les plus en difficulté. Aujourd'hui, la politique du « quoi qu'il en coûte » a été clôturée et remplacée par celle du « sur-mesure » visant à venir en aide aux entreprises encore en difficulté mais également, celles qui ont été délaissées par la politique du « quoi qu'il en coûte ».

La première préconisation est donc de continuer la politique des aides sur-mesure en étant attentifs aux conditions d'obtention de celles-ci.

En effet, il existe des typologies d'entreprises encore très en difficulté :

- Les CHR qui connaissent de grandes difficultés en matière baisse de fréquentation, de chiffre d'affaires et de trésorerie. De plus, leur endettement se creuse encore.
- Certaines jeunes entreprises qui n'ont pas été aidées lors de la politique du « quoi qu'il en coûte » car la plupart des aides étaient conditionnées au chiffre d'affaires des trois dernières années. Ainsi, les TPE de proximité de moins de trois ans étaient, *de facto*, exclues de cette politique.

- Les entreprises individuelles et les SAS – en particulier, unipersonnelles - semblent plus en difficulté que les SARL qui sont plus solides au niveau de leur chiffre d'affaires et de leur trésorerie.

Recommandation n°2 : Reporter les échéances de remboursement des prêts, notamment pour les entreprises en difficulté face à leur remboursement

Certaines entreprises ont vu leurs dettes augmenter durant la crise. Pour les dettes publiques (remboursement des reports de cotisations sociales et fiscales ainsi que les prêts publics comme les prêt garanti de l'Etat), il est possible d'envisager un report de leur remboursement pour les entreprises particulièrement en difficulté :

- Celles qui ont vu leur endettement augmenter. En effet, les TPE de proximité les plus soucieuses quant à leur remboursement sont celles qui ont vu leur endettement augmenter durant la crise :
 - 29% des soucieuses ont vu leur endettement augmenter au 1^{er} semestre 2020 contre 18% en moyenne ;
 - 21% ont vu leur endettement augmenter au 2^{ème} semestre 2020 contre 13% en moyenne ;
 - 19% l'ont vu augmenter au 1^{er} semestre 2021 contre 11% en moyenne.
- Les entreprises qui ont connu une baisse de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2021. Cette baisse montre qu'elles n'ont pas réussi à se remettre d'aplomb depuis le début de la crise.
- Les entreprises qui ont le plus fermé sont celles qui sont le plus en difficulté et souvent, le plus endettées.

Recommandation n°3 : Inciter les banques à aider les entreprises à rembourser les dettes

Près de 30% des TPE de proximité endettées ont déclaré être soucieuses quant au remboursement de leurs dettes privées. C'est pourquoi nous pensons qu'il est important de sensibiliser les banques à cette difficulté et ainsi, les inciter à aider les entreprises à rembourser ces dettes en réévaluant leurs prêt et/ou évaluant à nouveau les taux d'intérêt.

Recommandation n°4 : Aider les entreprises qui veulent arrêter leur activité à cause de problèmes financiers ou techniques

Les entreprises interrogées ayant connu une baisse de chiffre d'affaires durant la crise sont celles - avec celles dirigées par des personnes de plus de cinquante ans - susceptibles de vouloir arrêter leur activité. En effet, 19% des TPE déclarant avoir connu une baisse de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2021 voudraient arrêter leur activité contre 12% en moyenne. Il serait donc intéressant d'accompagner, financièrement et techniquement, les dirigeants à se remobiliser pour leur entreprise.

Axe 2 : Accompagner les entreprises

Recommandation n°5 : Accompagner les entreprises qui veulent céder leur entreprises

Près de la moitié des TPE de proximité interrogées qui souhaitent céder leur activité voudraient être accompagnées dans cette démarche. Ces entreprises sont en particulier dirigées par des personnes de plus de cinquante ans.

Recommandation n°6 : Accompagner les entreprises qui veulent innover

Les TPE intéressées par l'innovation semblent peu enclines à investir, former et recruter. Des actions qui semblent être pourtant importantes pour innover dans tous les domaines (les nouvelles organisations du travail, les réflexions sur de nouveaux produits ou services ou encore le renforcement de leur présence sur le web et les réseaux sociaux). A titre d'exemple, seules 9% les entreprises qui veulent produire de nouveaux produits ou services pensent investir dans les années à venir (contre 12% en moyenne), 72% des entreprises qui ne veulent pas innover pensent avoir recours à la formation contre 59% en moyenne.

Les TPE intéressées par les innovations sont des sociétés commerciales qui ont souvent eu recours aux aides dirigées par des femmes de moins de 40 ans.

Leur accompagnement pourrait être réalisé en trois étapes :

- Réaliser un état des lieux de l'avancée des dirigeants sur ces questions, de leurs ressources humaines et matérielles ;
- A partir de cet état des lieux, proposer un plan d'action : investissement, recrutement et/ou formation ;
- Les aider à mettre en place ce plan d'actions.

Recommandation n°7 : Accompagner les entreprises qui rencontrent des difficultés de recrutement

Selon les résultats de la deuxième enquête administrée en mai/ juin 2021, le cinquième des TPE interrogées souhaiterait recruter à court terme. Toutefois, 61% pensent rencontrer des difficultés de recrutement et 39% voudraient y être aidées. Ces TPE sont souvent employeuses et de trois secteurs d'activité en particulier : la restauration, le commerce de détail et l'artisanat du bâtiment.

Il est à noter que malgré de très grandes difficultés, au moment de l'administration de la troisième vague d'enquête en septembre/octobre 2021, peu de dirigeants de CHR déclaraient avoir besoin d'accompagnement en matière de recrutement alors qu'aujourd'hui ils sont pleinement confrontés à une crise de l'offre de travail sur le marché de l'emploi. Cela signifie qu'ils n'ont pas su anticiper l'impact des reconversions temporaires d'activité des salariés du secteur qui s'est finalement maintenu dans le temps au sortir de la crise. Il existe une grave crise de vocations qui peut s'expliquer par le niveau de rémunération, les contraintes horaires, la précarité des emplois proposés ... Il est donc intéressant d'accompagner les entreprises des CHR pour les aider à rendre leurs emplois plus attractifs.

[Axe 3 : Sensibiliser les entreprises](#)

Recommandation n°8 : Sensibiliser les entreprises qui veulent cesser leur activité

Certains dirigeants de plus de 50 ans préfèrent, à ce stade, cesser leur activité que de la céder. De plus, ce sont surtout les dirigeants qui ont été les plus en difficulté durant la crise – tous âges confondus – qui souhaitent cesser leur activité. Il est possible d'imaginer que ces entreprises ne connaissent pas le fait qu'il est possible de céder leur activité ou ne connaissent pas la manière de le faire. Il semble donc important de contacter ces dirigeants pour s'assurer de leur connaissance de ce dispositif et de les sensibiliser au fait qu'il est parfois plus intéressant de céder leur entreprise plutôt que de la cesser.

Recommandation n°9 : Sensibiliser les entreprises qui ne veulent pas innover

Il existe deux types de population qui ne veulent pas innover : celles qui sont réfractaires et celles qui n'ont simplement pas l'impression d'avoir besoin d'innover.

Les TPE de proximité qui sont réfractaires sont souvent dirigés par des hommes de plus de 40 ans et plus particulièrement dans l'artisanat du bâtiment. Ils craignent souvent de devenir des prestataires des grands groupes.

La campagne de sensibilisation doit donc être différente selon ces deux types de population puisque le message ne sera pas le même. Il semble toutefois important d'expliquer à ces entreprises que certaines TPE de proximité ont déjà mis en place des innovations durant la crise et que même si, aujourd'hui, ces dernières sont plus en difficulté, ces innovations pourraient leur permettre de rebondir plus rapidement et plus facilement et ainsi, prendre des parts de marché à leurs concurrents qui n'innovent pas.

Il pourrait donc être intéressant de contacter à nouveau les dirigeants interrogés qui ne sont pas intéressés par l'innovation et comprendre pourquoi afin de préciser ces types de population et ainsi, organiser des campagnes de sensibilisation différentes et ciblées sur ces typologies de personnes.

Recommandation n°10 : Sensibiliser les entreprises au développement durable et aux actions qu'elles peuvent mettre en place

Alors que 40% des TPE de proximité considèrent que le développement des circuits courts est une opportunité pour leur activité contre 10% qui pensent que ce développement est une contrainte et 50% qui sont sans avis et que 45% des entreprises interrogées considèrent la prise de conscience écologique étant une opportunité contre 8% qui sont réfractaires et 47% sans avis, ce sont seulement 8% d'entre elles qui sont intéressées par la mise en place des actions de développement durable.

Deux hypothèses peuvent être soulevées de ce paradoxe :

- les entreprises interrogées considèrent peut-être avoir une activité déjà durable,
- les TPE de proximité sont perdues dans les actions qu'elles peuvent mettre en place pour rendre plus durable leur activité.

Selon ces hypothèses, la campagne de sensibilisation ne sera pas la même.

Nous pouvons imaginer un plan d'action en trois temps :

- Prendre contact avec ces entreprises pour comprendre pourquoi elles ne mettent pas en place des actions de développement durable,
- Si elles pensent déjà avoir mis des actions de développement durable avant la crise et être à jour des normes durables, faire le point avec elles sur ces dernières,
- Si elles ne savent pas comment mettre en place des actions de développement durable, comprendre ce qui les bloque (connaissances générales, réglementation ou investissements trop lourds),
- Proposer des formations plus ciblées sur ces différentes problématiques.

Recommandation n°11 : Sensibiliser les entreprises à l'importance des compétences transversales au sein de leur activité

Selon les résultats de la deuxième enquête, les compétences transversales sont montées dans la hiérarchie des compétences souhaitées par les dirigeants des entreprises interrogées: la communication a gagné six places, la communication et le marketing deux places, la gestion et l'hygiène/sécurité/réglementation une place. Pour autant, ce ne sont que 15% des TPE de proximité qui considèrent avoir ces besoins pour améliorer leurs compétences transversales au sein de leur entreprise.

Il semble donc important de prouver à ces TPE de proximité que même si ces compétences ne sont pas des compétences métiers, elles nécessitent des formations précises.

Annexes

Annexe n°1 : Questionnaire n°3

Partie 1 – Identification de l'entreprise

Question 1 : Quel genre ? (Question à choix unique)

- Homme
- Femme

Question 2 : Pouvez-vous nous confirmer votre tranche de salariés ? (Question à choix unique)

- 0 salarié
- 1 ou 2 salariés
- 3 à 5 salariés
- 6 à 9 salariés

Question 3 : [Si Q2 = 1 à 9], Comment votre nombre de salariés a-t-il évolué ? (Tableau)

	CDI	CDD	Alternants	Intérimaires
Au 30 décembre 2019				
Au 30 juin 2020				
Au 31 décembre 2020				
Au 30 juin 2021				

Question 4 : Dans les mois à venir, comment voyez-vous votre effectif salarié évoluer ? (Tableau)

	CDI	CDD	Alternants	Intérimaires
Augmentation				
Stabilité				
Diminution				
Ne sait pas				

Question 5 : Quel est l'âge votre âge ? (Question à choix unique)

- Moins 25 ans
- Entre 25 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Plus de 50 ans

Question 6 : Depuis quand votre entreprise est-elle créée/reprise ? (Question à choix unique)

- Moins d'un an
- Entre 1 et 3 ans
- Entre 3 et 5 ans
- Entre 5 et 10 ans
- Plus de 10 ans

Question 7 : Si adresse mail pas renseignée, la demander :

Question 8 : Pouvez-vous nous confirmer votre statut juridique ? (Question à choix unique)

[Réponse à choix unique]

- Entrepreneur individuel
- Société à responsabilité limitée (SARL)
- Société en nom collectif
- Société par actions simplifiées
- Autres

Question 9 : [Si Q8 = Entrepreneur individuel], êtes-vous micro-entrepreneur ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non

Question 10 : Qualifieriez-vous votre activité de saisonnière ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non

Question 11 : Avez-vous une clientèle touristique ? (Question à choix unique)

- Oui, beaucoup
- Oui, un peu
- Non, très peu

Question 11 bis : remarque si clientèle étrangère (Question ouverte)

Question 12 : Souhaitez-vous que ce questionnaire soit anonymisé ?

Partie 2 – Activité de l'entreprise

Sous-partie 1 : Situation de l'entreprise pendant la crise

Question 13 : Avez-vous été contraint de fermer partiellement ou totalement votre établissement ? (Tableau)

	Oui totalement	Oui partiellement	Non pas du tout	Pas concerné
Q12-1 / Au cours du premier confinement (mars à mai) ?				
Q12-2 / Au cours du deuxième confinement (octobre à décembre)				
Q12-3 / Au cours du troisième confinement (du 6 avril au 19 mai)				

Question 14 : [Si Q13 = pas du tout pour une des périodes et pas concerné] Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous avez du faire face pendant la crise Covid ? (Question à choix multiples)

- Baisse de votre niveau de trésorerie
- Annulation de commandes/baisse de la fréquentation
- Problèmes d'approvisionnement
- Raisons personnelles liées au Covid
- Protocole sanitaire difficile à mettre en place
- Autres (préciser :)
- Ne sait pas
- Aucune

Question 15 : Avez-vous eu recours au chômage partiel ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non
- Pas concerné (jamais eu de salariés)

Sous partie 2 : Le niveau d'activité

Question 16 : [Si Q6 = Moins d'un an, ne pas poser la question] Au cours des périodes suivantes, votre chiffre d'affaires a connu (Tableau)

	Hausse	Stable	Baisse
1 ^{er} semestre 2020			
2 ^{ème} semestre 2020			
Au 1 ^{er} semestre 2021			

Question 17 : [Si Q6 = Moins d'un an, ne pas poser la question] Au cours des périodes suivantes, votre trésorerie a connu : (Tableau)

	Une hausse	Une stabilité	Une baisse
Au 1 ^{er} semestre			
Au 2 ^{ème} semestre			
Au 1 ^{er} semestre 2021			

Question 18 : [Si Q6 = Moins d'un an, ne pas poser la question] Au cours des périodes suivantes, votre endettement a connu : (Tableau)

	Une hausse	Une stabilité	Une baisse
Au 1 ^{er} semestre			
Au 2 ^{ème} semestre			
Au 1 ^{er} semestre 2021			

Question 19 : [Si Q6 = Moins d'un an, ne pas poser la question] A quel moment pensez-vous pouvoir retrouver votre niveau de chiffre d'affaires d'avant crise ? (Question à choix unique)

- Non concerné par une baisse de chiffre d'affaires
- Déjà retrouvé
- Dans six mois
- Dans un an
- Dans plus d'un an
- Impossible
- Ne sait pas

Question 20 : Comment vos revenus ont-ils évolué pendant la période covid ? (Tableau)

	Hausse	Stable	Baisse
1 ^{er} semestre 2020			
2 ^{ème} semestre 2020			
Au 1 ^{er} semestre 2021			

Question 21 : Envisagez-vous une rupture d'activité ? (Question à choix unique)

- Oui, une cessation
- Oui, une cession
- Non

Question 22 : Comment la mise en place du passe sanitaire a-t-elle affecté votre activité ? (Question à choix multiples)

- Activité pas concernée par la mise en place du passe sanitaire
- Moins de clientèle/baisse d'activités/baisse de fréquentation/baisse de commandes
- Difficultés d'ordre managérial (gestion de temps, obligation de vaccination des salariés...)
- Difficultés liées à la gestion des clients (contrôles des passes sanitaires, gestion des flux, relations avec la clientèle, ...)
- Difficulté à recruter des contrôleurs des passes sanitaires
- Charges supplémentaires (recrutement, investissement de matériel ...)
- Pas d'impact/non affecté
- Je ne sais pas
- Autres

Question 22 bis : [Si Q22 = autres], comment ? (Question ouverte)

Partie 3 – Adaptation à la crise / recours aux aides

Sous-partie 1 : Recours aux aides et point de vue sur celles-ci

Question 23 : Avez-vous eu recours à des aides financières pendant toute la période du « quoi qu'il en coûte » (fonds de solidarité, PGE...) ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non

Question 24 : [Si Q23=Oui] Ces aides ont-elles été suffisantes pour faire face à la crise ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non
- Ne sait pas encore

Question 25 : [Si Q23=Oui] Que vous ont permis ces aides ? (Question à choix multiples)

- Perdurer
- Maintenir l'emploi
- Compenser la perte de chiffre d'affaires
- Maintenir votre trésorerie
- Recruter
- Investir
- Innover
- Rien
- Autres

Question 26 : Considérez-vous que la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » constitue une menace ? (Tableau)

	Oui	Non	Ne sait pas
Pour votre activité en particulier (Q26-1)			
Pour votre secteur d'activité (Q26-2)			
Pour l'économie en général (Q26-3)			

Question 27 : Sollicitez-vous ou comptez-vous solliciter les nouvelles aides plus ciblées mises en place à partir de juillet 2021 ? (Question à choix multiples)

- Non concerné
- Aide pour les commerces multi-activités
- Aide pour les entreprises qui ont repris un fonds de commerce en 2020
- Aides pour les jeunes entreprises
- Autres

Question 27 bis : [Si Q27 = Autres], lesquelles ? (Question ouverte)

Sous-partie 2 : Aides et rebond

Question 28 : Au-delà des aides, avez-vous besoin d'accompagnement ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non

Question 29 : [Si Q28 = Oui], pour quoi ? (Question à choix multiples)

- Développement commercial de votre activité
- Aide sur le volet organisationnel de votre activité (formation, investissement, administrative, organisation du travail...)
- Aide pour les recrutements
- Aide sur le volet réglementaire de votre activité (mise/remise aux normes de votre activité, veille réglementaire, législation...)
- Autres

Question 29 bis : [Si Q29 = Autres], pour quelle(s) autre(s) raison(s) ? (orienter : ex, psychologique) (Question ouverte)

Question 30 : Comment envisagez-vous le remboursement des : (Tableau)

	Serein	Soucieux	Ne sait pas	Non concerné
Reportes de charges fiscales/sociales				
Emprunts publics (ex. : PGE...)				
Autres dettes				

Sous-partie : Crise et changements

Question 31 : Quels changements avez-vous mis ou comptez-vous mettre en place au sein de votre entreprise parmi les propositions suivantes ? (Tableau)

	Mis en place durant la crise	Poursuivi à la suite de la crise	Envisagé	Ne sait pas	Pas intéressé
Mise en place de nouvelles organisations de travail [Q31-1]					
Nouveaux produits ou services [Q31-2]					
Renforcement de la visibilité sur le web et les réseaux sociaux [Q31-3]					
Actions de développement durable [Q31-4]					
Autres [Q31-5]					
Aucun [Q31-6]					

Question 31 bis : [Si Q31-5 = mis en place durant la crise et/ou poursuivi à la suite de la crise et/ou envisagé et/ou ne sait pas], lesquels ? (Question ouverte)

Question 32 : Proposez-vous des services en ligne à vos clients ? (Tableau)

	Oui	Non
Avant la crise [Q32-1]		
Aujourd'hui [Q32-2]		

Question 33 : [Si Q32-2 : Oui], lesquels ? (Tableau)

	Avant la crise	Pendant les confinements/couvre-feux	Aujourd'hui
Réservation en ligne [Q33-1]			
Devis en ligne [Q33-2]			
Vente en ligne [Q33-3]			
Click and collect/call and collect/drive [Q33-4]			
Tchat ou forum en ligne [Q33-5]			
Autres [Q33-6]			

Question 33 bis : [Si Q33-6= avant crise et/ou confinement et/ou aujourd'hui], lesquels ? (Question ouverte)

Question 34 : [Si Q33-3 : avant la crise et aujourd'hui ou Q33-3 : aujourd'hui], avez-vous eu recours aux marketplaces pour la vente en ligne ? (Question à choix unique)

- Oui
- Non

Question 35 : Quels nouveaux besoins émergent pour les prochaines années ? (Question à choix multiples)

- Besoins en formation
- Besoins en recrutement
- Besoins en investissements productifs (locaux, matériel, technologique et numérique...)
- Besoins en innovations (nouveaux matériaux, nouvelles méthodes de commercialisation, nouveaux process...)
- Besoins de conseils en développement d'entreprise et RH
- Autres
- Aucun
- Ne sait pas

Question 35 bis : [Si Q35=Autres], lesquels ? (Question ouverte)

Question 36 : [Si Q35= Besoins en investissement et/ ou besoins en innovations], quelles sont les finalités de ces besoins ? (Question à choix multiples)

- Acquérir de nouvelles parts de marché (nouveaux clients, baisse des prix, augmentation du panier de consommation...)
- Diversifier votre clientèle et renforcer votre image de marques (meilleure visibilité, diversification de la gamme des produits et services, économie verte, développement durable, labélisation...)
- Développer de nouvelles organisations de travail
- Développer de nouvelles techniques et process de production
- Réduire les coûts fixes et réaliser des économies d'échelles (réduction du temps de travail ou du nombre de salariés, économie d'énergie, baisse des charges locatives...)
- Investir dans l'immobilier (chaîne logistique, espaces de stockage, surface de vente...)
- Autres
- Ne sait pas
- Aucune

Question 36 bis : [Si Q36 = autres], pour quoi ? (Question ouverte)

Question 37 : [Si Q35 = Investir dans l'immobilier], pour quelle(s) raison(s) ? (Question à choix multiples)

- Agrandir la surface de production ou de vente
- Besoins en logistique (stockage, meilleur agencement...)
- Localisation plus pertinente
- Autres

Question 37 bis : [Si Q37=autres], pourquoi ? (Question ouverte)

Question 38 : [Si Q35= Besoins en formation et/ou besoins en recrutement], pour quelle finalité ? (Question à choix multiples)

- Mettre en place une nouvelle organisation de travail (meilleure adaptabilité, plus grande spécialisation...)
- Renforcer les effectifs/ Répondre à un surcroît d'activité
- Mettre à jour ou acquérir des connaissances métiers
- Mettre à jour ou acquérir des connaissances transversales (comptabilité, commerciale, gestion, numérique, administrative ...)
- Répondre à des obligations réglementaires (certification, labellisation...)
- Ne sait pas
- Autres

Question 38 bis : [Si Q38 : Autres], de quels types ? (Question ouverte)

Question 39 : Avez-vous la sensation que la crise a renforcé les phénomènes suivants ? (Question à choix multiples)

- Développement des circuits-courts et nécessaire sécurisation des approvisionnements (être moins dépendant de l'étranger)
- Prise de conscience écologique des consommateurs (soucis écologiques, consommer mieux, consommer des produits de meilleure qualité, mouvance végane...)
- Logique de surconsommation renforcée et déshumanisation des comportements d'achat
- Développement de la vente en ligne (e-commerce, click and collect, ubérisation de la vente à emporter...)
- Développement de nouvelles organisations de travail (travail à distance, horaires plus flexibles...) et implications en termes de qualité de vie au travail (risques psychosociaux, avantage du télétravail...)
- Autres
- Aucune

Question 39 bis : [Si Q39 = autres], Quels phénomènes ? (Question ouverte)

Question 40 : Ces mutations ont-ils un impact sur votre activité ? (Tableau)

	Oui, et c'est une opportunité	Oui, et c'est une contrainte	Non, pas nécessairement	Pas concerné
Développement des circuits-courts et nécessaire sécurisation des approvisionnements [Q40-1]				
Prise de conscience écologique des consommateurs [Q40-2]				
Logique de surconsommation renforcée et déshumanisation des comportements d'achat [Q40-3]				
Développement de la vente en ligne [Q40-4]				
Développement des nouvelles organisations de travail et implications en termes de qualité de vie au travail [Q40-5]				
Autres [Q40-6]				

Question 41 : Ces mutations modifient-elles vos rapports avec ? (Tableau)

	Oui, positivement	Oui, négativement	Non	Ne sait pas
Avec vos clients [Q41-1]				
Avec vos fournisseurs [Q41-2]				
Avec vos salariés [Q41-3]				
Avec vos associés/conjoint en tant que dirigeant [Q41-4]				

Question 42 : [Si Q41-1 : oui positivement et/ou oui négativement], en quoi ces mutations ont modifié vos rapports avec vos clients ? (Question ouverte)

Question 43 : [Si Q41-2 : oui positivement et/ou oui négativement], en quoi ces mutations ont modifié vos rapports avec vos fournisseurs ? (Question ouverte)

Question 44 : [Si Q41-3 : Oui positivement/oui négativement], en quoi ces mutations ont modifié vos rapports avec vos salariés ? (Question ouverte)

Question 45 : [Si Q41-4 : Oui positivement/oui négativement], en quoi ces phénomènes ont modifié vos rapports avec vos associés/conjoints ? (Question ouverte)

Question 46 : Comment qualifiez-vous votre état d'esprit actuel ? (Question à choix multiples)

- Méfiant
- Inquiet
- Attentiste
- Partagé
- Confiant
- Serein
- Positif/volontaire

Question 47 : Quels enseignements avez-vous tiré de cette crise et des adaptations mises en place ? (Question ouverte)

Annexe n°2 : Guide des entretiens d'élus

Objectifs :

- ⇒ Comprendre les changements que la crise a amenés dans les différentes activités de l'économie de proximité
- ⇒ Evaluer leur adaptation grâce aux recours aux aides et aux innovations mises en place
- ⇒ Connaître leurs attentes auprès des acteurs publics (Etat et collectivités territoriales)

- ⇒ Poser des questions ouvertes afin d'avoir le plus d'éléments d'analyse possibles et que ces entretiens soient complémentaires aux enquêtes téléphoniques

Thématique 1 : Son activité avant la crise

1. Depuis quand exercez-vous votre activité ? Toujours à la même adresse ? Si non, depuis quand êtes-vous installé ?
2. Avez-vous des salariés et des apprentis ?
3. Travaillez-vous pour des particuliers ou pour des entreprises ? Vous déplacez-vous chez vos clients ?
4. Avec combien de fournisseurs travaillez-vous ? Sont-ils toujours les mêmes ?
5. Combien de jours par semaine travaillez-vous (êtes-vous ouvert) ? Quelles sont vos horaires de travail (d'ouverture) ?
6. Considérez-vous que votre niveau de chiffre d'affaires fût bon ? et votre niveau de trésorerie ?

Thématique 2 : La manière dont il a vécu les différents moments de la crise

1. Avez-vous été fermé pendant le premier confinement ? Si, oui, quand avez-vous pu rouvrir ?
2. Qu'est-ce que la fermeture a modifié dans votre activité (annulation, report d'activités, baisse de sa clientèle, problématique de fournitures, sur le niveau de son chiffre d'affaires, sur le niveau de sa trésorerie ...) ?
3. Avez-vous senti une modification de votre clientèle (niveau de clientèle, type de clientèle, leur état d'esprit...) ?
4. Les moments de déconfinement ont-ils été des moments de réelle reprise ?
5. Le couvre-feu a-t-il modifié votre activité ? Si oui, comment ?

Thématique 3 : La manière dont il s'est adapté (aides et innovations)

1. Avez-vous eu recours à des aides de l'Etat ou des collectivités territoriales ? Si oui, lesquelles ? Diriez-vous qu'elles sont pertinentes au vu de vos problématiques ? Les avez-vous utilisées ? Si oui, comment ? Si non, comment pensez-vous les utiliser ? Sont-elles suffisantes ? Si non, de quoi auriez-vous besoin ?
2. Avez-vous innové (changement d'organisation de travail, renforcement de votre présence sur le web et les réseaux sociaux, mise en place de nouvelles relations avec vos clients/ fournisseurs ...) ? Si oui, comment ? Cela a-t-il été difficile à mettre en place ? Avez-vous eu besoin d'aides ? Si oui, auprès de qui ?

Thématique 4 : Les changements sur le long-terme

1. Pensez-vous que la crise a changé durablement votre activité ou que lorsque les activités reprendront de manière « normale » vous reviendrez à votre organisation d'avant crise ?
2. Si cela a changé durablement, pourriez-vous expliquer de quelle manière ? Ces changements ont-ils fait émerger des besoins ? Si oui, lesquels ? Comment pensez-vous y répondre ? Avez-vous besoin d'aides ? Si oui, de quel type ?

Annexe n°3 : Guide d'entretiens avec les EPCI

Objectifs :

- ⇒ Comprendre comment les territoires ont vécu la crise (ont eu l'impression de jouer un rôle ou d'être désarmés face à celles-ci)
 - ⇒ Connaître les façons dont ils ont aidé le tissu économique de leur territoire
 - ⇒ Connaître les innovations territoriales mises en place en période de crise et recueillir leur manière d'appréhender les transformations qui s'imposent durant les prochaines années
1. Comment caractériseriez-vous l'activité artisanale sur le territoire ?
 2. Quels sont les secteurs les plus dynamiques ?
 3. Quelles évolutions constatez-vous ?
 4. Les entreprises du territoire font-elles face à des difficultés de recrutement ? Est-ce de la main d'œuvre locale ?
 5. Si la main d'œuvre est plutôt d'origine extérieure, avez-vous connaissance des difficultés liées à l'hébergement ?
 6. Les centres villes font-ils l'objet de problématiques particulières du point de l'activité artisanale ?

Thématiques à aborder et exemples de question à poser :

Thématique 1 : Manière dont les territoires ont vécu la crise et ont adapté leur plan de gestion de crise sur l'aspect accompagnement des entreprises

1. Quels sont les aspects qui vous ont le plus étonnés au long de cette crise et des premiers confinements ?
2. Avez-vous eu l'impression de jouer un rôle dans la gestion de la crise ou au contraire d'avoir été désarmés ?
3. Quel a été votre plan de gestion de crise durant ces 4 vagues Covid ?
4. Sur quels aspects êtes-vous intervenus ?
5. Avec quels acteurs de proximité avez-vous collaboré ?
Pouvez-vous citer 2 points qui ont très bien fonctionné / 2 points qui n'ont pas bien fonctionné ? pourquoi ?

Thématique 2 : Manières dont ils ont aidé les entreprises et dont ils voient les axes stratégiques pour leur territoire demain

1. Les entreprises ont-elles fait appel à votre collectivité ? Si oui, pourquoi ? (soutien psychologique, recours aux aides...)
2. Comment vous êtes-vous organisé pour répondre aux entreprises (guichet unique, une personne dédiée ...) ?
3. Avez-vous créé des aides ?
4. Avez-vous mis en place des solutions de place de marché, de livraison, autre... ?
5. Qu'ont-elles apporté ? pendant la crise et post crise ?
6. Comment voyez-vous la pérennisation de ces solutions établies dans un contexte de crise ?
7. Allez-vous conserver vos innovations ? Lesquelles ?
8. Selon vous, qu'est-ce qui a vraiment changé ? (Comportements, modes de consommation, transition écologique)
9. Comment allez-vous vous emparer de ces changements ?

Annexe n°4 : Evolution de l'emploi par contrats de travail

CDI

Secteurs d'activité	Nombre en décembre 2019	Nombre en juin 2020	Nombre en décembre 2020	Nombre en juin 2021	Evolution entre décembre 2019 et juin 2021
Commerce de détail	448	465	509	614	37%
Artisanat du bâtiment	454	506	492	558	23%
Artisanat de services	194	200	205	232	20%
Artisanat de la production	116	119	119	131	13%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	219	221	223	250	14%
Commerce de gros	149	151	157	160	7%
Artisanat de l'alimentation	164	169	172	184	12%
CHR	400	393	414	445	11%
Economie de proximité	2144	2224	2291	2574	20%

CDD

Secteurs d'activité	Nombre en décembre 2019	Nombre en juin 2020	Nombre en décembre 2020	Nombre en juin 2021	Evolution entre décembre 2019 et juin 2021
Commerce de détail	15	29	30	63	320%
Artisanat du bâtiment	18	22	19	33	83%
Artisanat de services	18	17	21	26	44%
Artisanat de la production	7	7	7	9	29%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	8	12	12	10	25%
Commerce de gros	5	19	27	22	340%
Artisanat de l'alimentation	7	9	9	11	57%
CHR	59	98	47	135	129%
Economie de proximité	137	213	172	309	126%

Alternants

Secteurs d'activité	Nombre en décembre 2019	Nombre en juin 2020	Nombre en décembre 2020	Nombre en juin 2021	Evolution entre décembre 2019 et juin 2021
Commerce de détail	22	37	53	70	218%
Artisanat du bâtiment	26	41	58	64	146%
Artisanat de services	32	41	43	54	69%
Artisanat de la production	4	6	7	9	125%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	21	27	31	41	95%
Commerce de gros	5	7	9	10	100%
Artisanat de l'alimentation	39	41	46	52	33%
CHR	42	50	61	72	71%
Economie de proximité	191	250	308	372	95%

Intérimaires

Secteurs d'activité	Nombre en décembre 2019	Nombre en juin 2020	Nombre en décembre 2020	Nombre en juin 2021	Evolution entre décembre 2019 et juin 2021
Commerce de détail	1	1	1	1	0%
Artisanat du bâtiment	3	5	6	3	0%
Artisanat de services	1	0	0	0	-100%
Artisanat de la production	1	1	1	2	100%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	0	0	0	0	0%
Commerce de gros	0	0	0	0	0%
Artisanat de l'alimentation	1	0	0	0	-100%
CHR	3	3	3	4	33%
Economie de proximité	10	10	11	10	0%

Annexe n°3 : Avis sur les mutations socio-économiques

Développement de la vente en ligne

Secteurs d'activité	Opportunité	Contrainte	Sans avis
Commerce de détail	30%	20%	50%
Artisanat du bâtiment	26%	20%	54%
Artisanat de services	29%	20%	51%
Artisanat de la production	39%	11%	50%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	9%	33%	58%
Commerce de gros	41%	9%	50%
Artisanat de l'alimentation	11%	17%	72%
CHR	17%	42%	41%
Economie de proximité	26%	23%	51%

Développement des circuits courts

Secteurs d'activité	Opportunité	Contrainte	Aucun avis
Commerce de détail	55%	8%	37%
Artisanat du bâtiment	30%	11%	59%
Artisanat de services	30%	6%	64%
Artisanat de la production	46%	4%	50%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	17%	17%	66%
Commerce de gros	71%	0%	29%
Artisanat de l'alimentation	56%	6%	38%
CHR	46%	0%	54%
Economie de proximité	45%	7%	47%

Nouvelles organisations du travail

Secteurs d'activité	Opportunité	Contrainte	Sans avis
Commerce de détail	34%	30%	36%
Artisanat du bâtiment	4%	23%	73%
Artisanat de services	21%	19%	60%
Artisanat de la production	36%	8%	56%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	13%	27%	60%
Commerce de gros	37%	12%	51%
Artisanat de l'alimentation	17%	11%	72%
CHR	25%	20%	55%
Economie de proximité	25%	23%	52%

Prise de conscience écologique

Secteurs d'activité	Opportunité	Contrainte	Sans avis
Commerce de détail	45%	10%	45%
Artisanat du bâtiment	35%	13%	52%
Artisanat de services	40%	4%	56%
Artisanat de la production	43%	13%	44%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	13%	13%	74%
Commerce de gros	41%	15%	44%
Artisanat de l'alimentation	44%	6%	50%
CHR	40%	10%	50%
Economie de proximité	40%	10%	50%

Logiques de surconsommation

Secteurs d'activité	Opportunité	Contrainte	Sans avis
Commerce de détail	37%	24%	39%
Artisanat du bâtiment	32%	20%	48%
Artisanat de services	20%	24%	56%
Artisanat de la production	25%	19%	56%
Commerce et réparation automobile (y.c. de motocycles)	11%	22%	67%
Commerce de gros	50%	8%	42%
Artisanat de l'alimentation	38%	25%	37%
CHR	26%	40%	34%
Economie de proximité	31%	24%	45%