

Enquête Post-Covid auprès des chefs d'entreprises de moins de 10 salariés relevant du champ de l'économie de proximité

Vague 3 – Septembre / octobre 2021

La méthodologie

La méthodologie

Les principaux objectifs de l'enquête

Mesurer l'impact du confinement et des mesures liées à la crise sanitaire sur les entreprises de proximité

Identifier les tendances et les facteurs d'influence

L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **2 514 entreprises**



Détail par activité :

- Cafés, Hôtels, Restaurants - *358 entreprises interrogées*
- Artisanat de l'alimentation - *95 entreprises interrogées*
- Artisanat du bâtiment - *520 entreprises interrogées*
- Artisanat de production - *153 entreprises interrogées*
- Artisanat de services - *399 entreprises interrogées*
- Commerce et réparation automobile et de motocycles - *149 entreprises interrogées*
- Commerce de gros - *145 entreprises interrogées*
- Commerce de détail - *695 entreprises interrogées*



L'échantillon a été interrogé **par téléphone**



Les interviews ont eu lieu **du 29/09/2021 au 27/10/2021**

Les résultats quantitatifs



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

NORMANDIE

Les résultats quantitatifs

Les résultats d'appel :

Résultat des appels	Nbre	%	Définition
Contacts aboutis	4135	19.20 %	Nous avons joint la structure et recueilli son positionnement
Contacts non aboutis	17 273	80.21 %	Coordonnées erronées, sans réponse après plusieurs appels à heures et jours différents , quota complet au moment de l'appel
Total contacts traités	21 534	100 %	

Détail des contacts aboutis	Nbre	%	Définition
Questionnaire ok	2 514	71.32 %	Un questionnaire a été renseigné
Questionnaire non renseigné	1 181	24.61 %	Nous n'avons pas pu recueillir les données : le motif du refus est consigné dans le champ observations d'appel
Hors cible	440	3.86 %	Interlocuteur non concerné : site non décisionnaire, cessation d'activité
Total des contacts aboutis	4 135	100 %	

Identification de l'entreprise

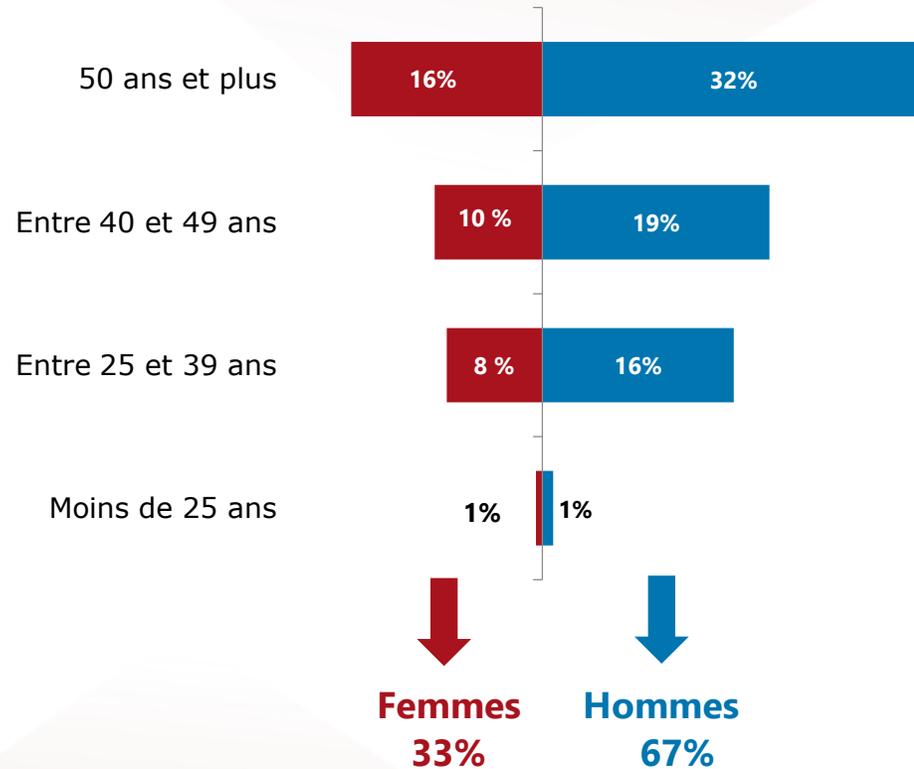


Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

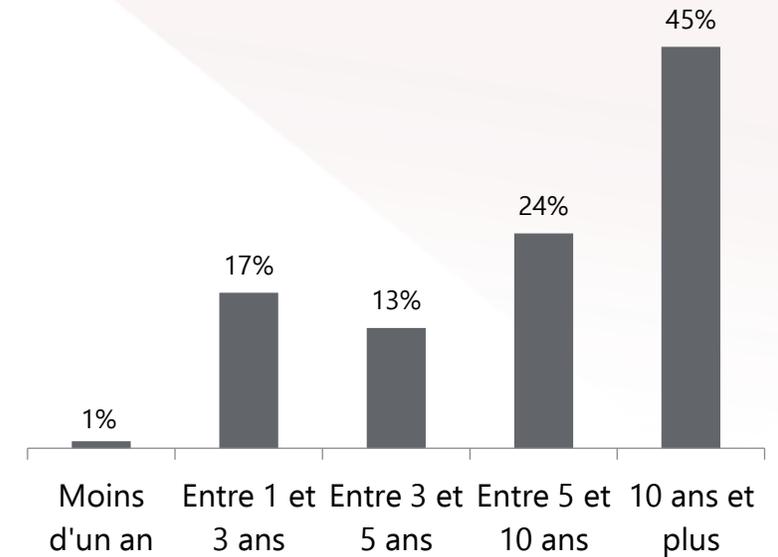
NORMANDIE

Identification de l'entreprise

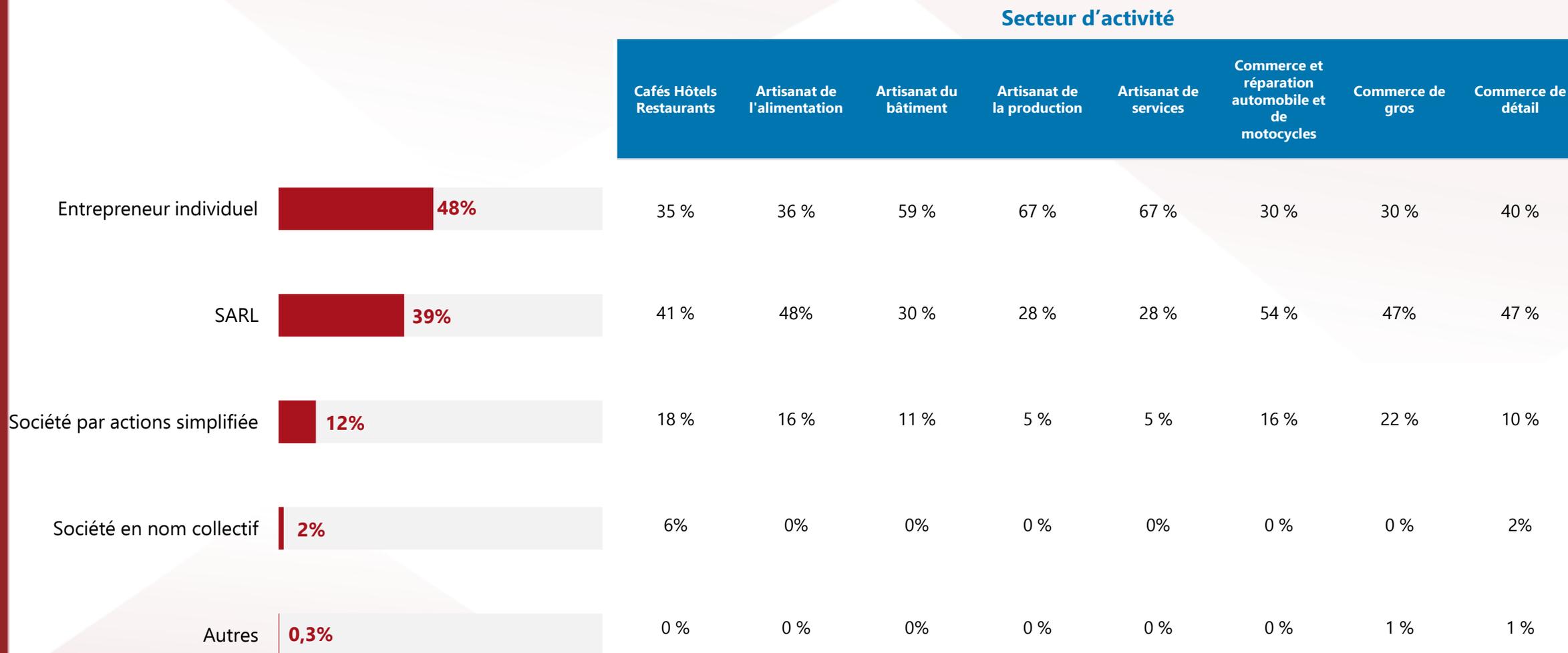
Sexe et âge des personnes interrogées



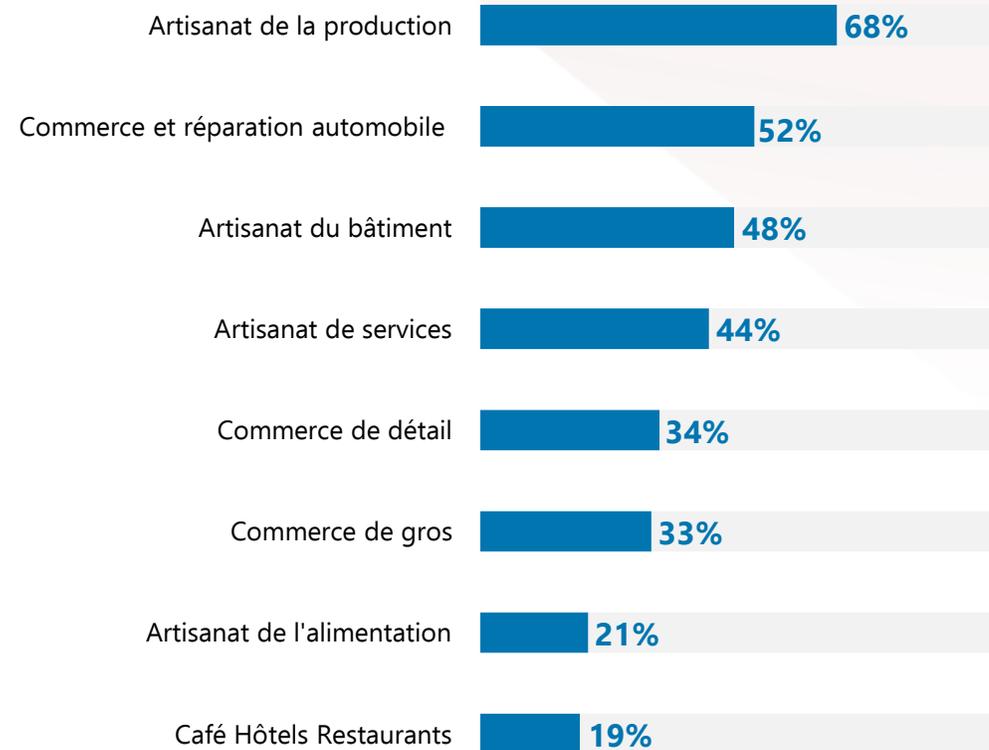
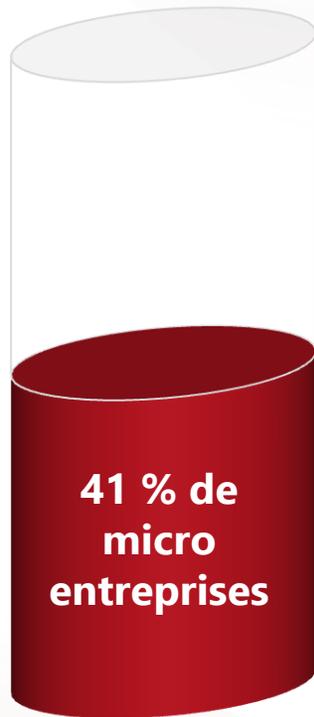
Ancienneté des entreprises interrogées



Le statut des entreprises



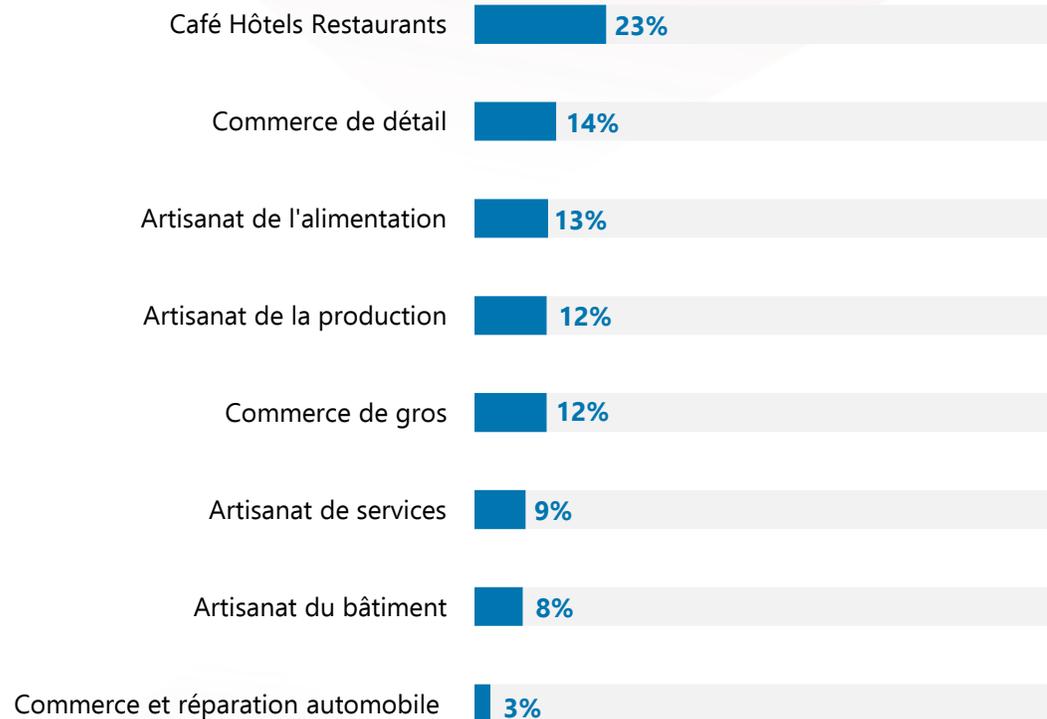
Part des micro-entreprises parmi les entrepreneurs individuels*



*Les entrepreneurs individuels représentent 48 % des entreprises interrogées

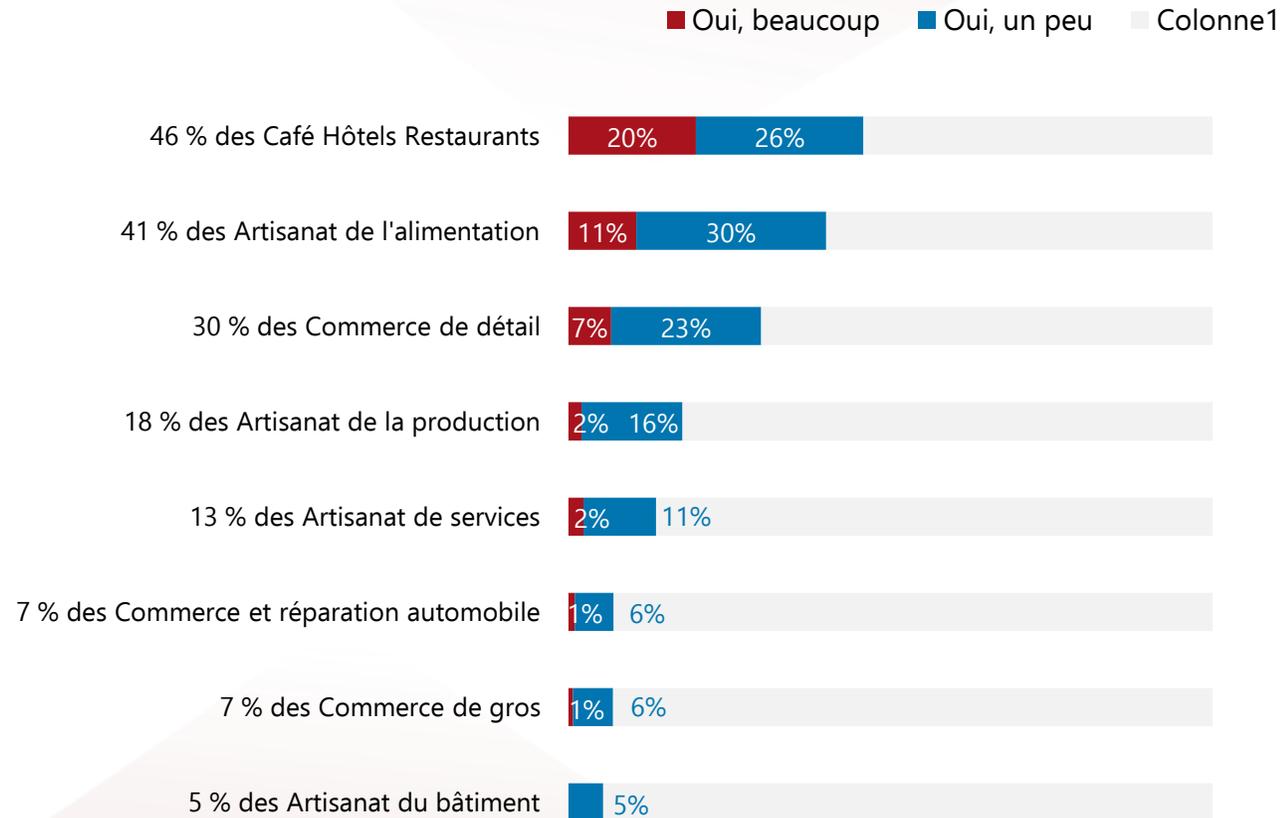
Activité saisonnière

12 % des entreprises estiment avoir une activité saisonnière



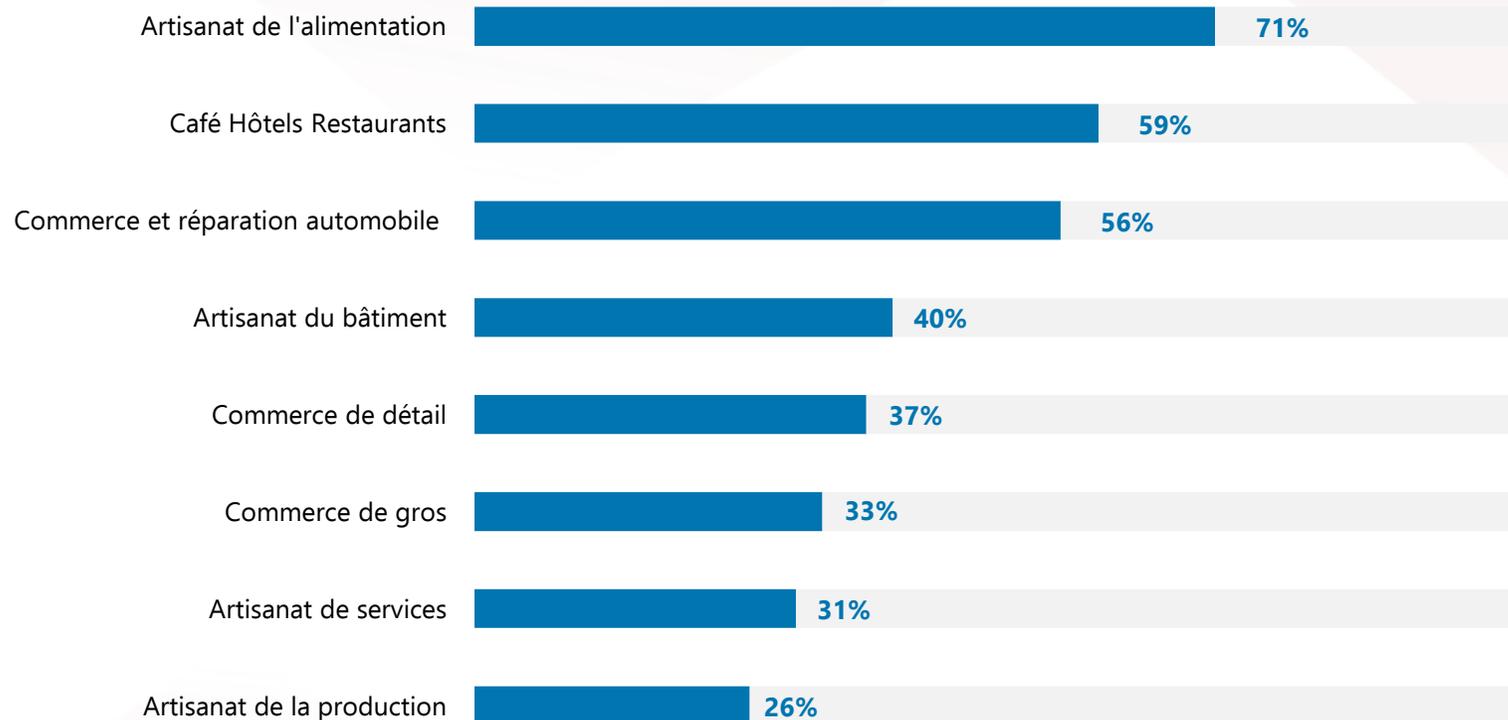
Clientèle touristique

22 % des entreprises bénéficient d'une clientèle touristique



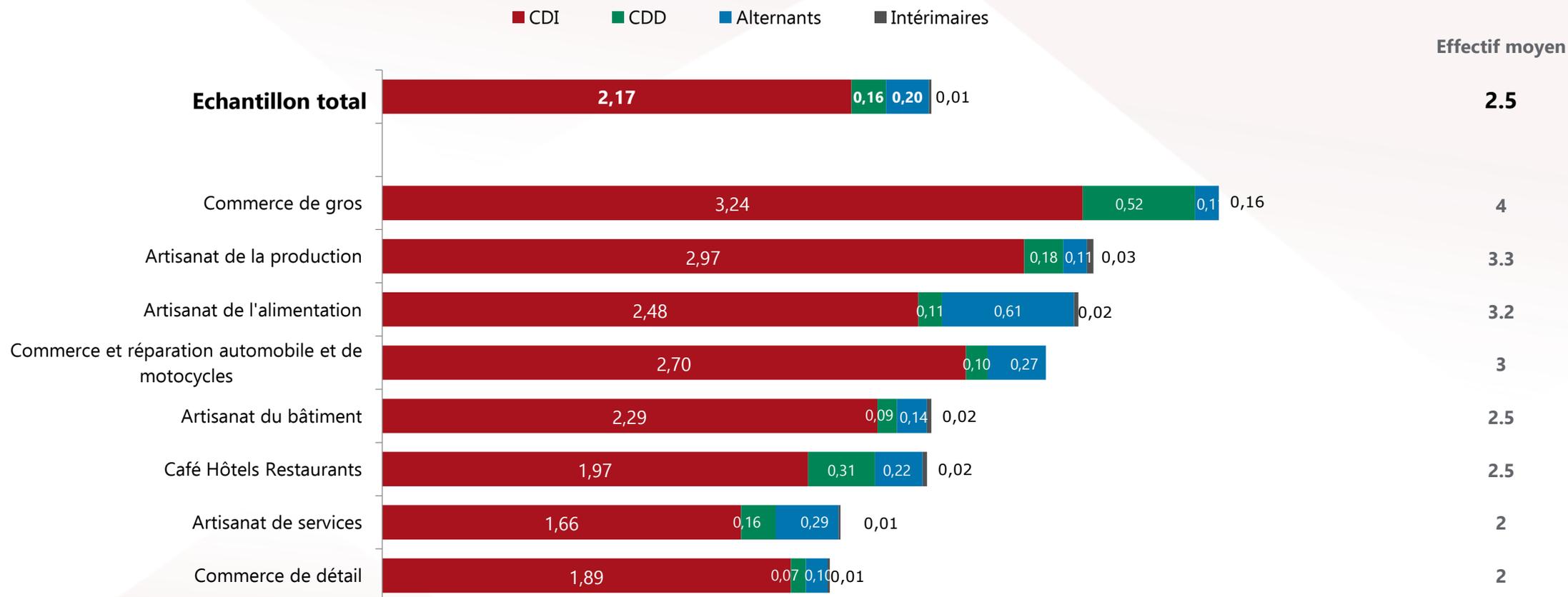
Les salariés

41 % des entreprises interrogées ont des salariés



Etat des lieux à fin 2019

Salariés de l'établissement hors dirigeant (en équivalent temps plein)



Evolution des effectifs – 18 mois

Fin juin 2021 p/r à fin décembre 2019

	Echantillon global	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
CDI	+15%	+8%	+11%	+18%	+10%	+14%	+11%	+3%	+26%
CDD	+94%	+113%	+55%	+78%	+28%	+38%	+30%	+6%	+257%
Alternants	+85%	+59%	+30%	+129%	+109%	+55%	+93%	+100%	+180%
Intérimaires	=	=	-100%	=	+67%	-100%	=	=	=
Effectif total moyen	+25%	+25%	+15%	+26%	+15%	+21%	+19%	+4%	+41%

Evolution des effectifs – 1^{er} semestre 2020

Fin juin 2020 p/r à fin décembre 2019

	Echantillon global	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
CDI	+6%	+0.5%	+3%	+13%	+3%	+5%	+1%	+1%	+6%
CDD	+38%	+61%	+28%	+22%	=	-6%	+50%	-17%	+86%
Alternants	+30%	+18%	+5%	+50%	+36%	+24%	+30%	+45%	+70%
Intérimaires	=	=	-100%	+50%	=	-100%	=	=	=
Effectif total moyen	+9%	+10%	+4%	+15%	+4%	+6%	+5%	=	+12%

Evolution des effectifs – 2^{ème} semestre 2020

Fin décembre 2020 p/r à fin juin 2020

	Echantillon global	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
CDI	+2%	+5%	+2%	-4%	=	+2%	+1%	+4%	+7%
CDD	-18%	-52%	=	-9%	=	+20%	=	+42%	=
Alternants	+23%	+19%	+14%	+43%	+20%	+3%	+14%	+25%	+35%
Intérimaires	=	=	=	=	=	=	=	=	=
Effectif total moyen	+2%	-4%	+4%	-1%	+1%	+4%	+2%	+9%	+9%

Evolution des effectifs – 1^{er} semestre 2021

Fin juin 2021 p/r à fin décembre 2020

	Echantillon global	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
CDI	+7%	+2%	+5%	+9%	+8%	+7%	+9%	-2%	+11%
CDD	+72%	+175%	+21%	+60%	+28%	+22%	-13%	-20%	+92%
Alternants	+16%	+13%	+8%	+7%	+28%	+22%	+30%	+10%	+22%
Intérimaires	=	=	=	-33%	+67%	=	=	=	=
Effectif total moyen	+12%	+19%	+7%	+10%	+10%	+10%	+11%	-4%	+16%

Activité de l'entreprise



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

NORMANDIE

Situation de l'établissement pendant la crise

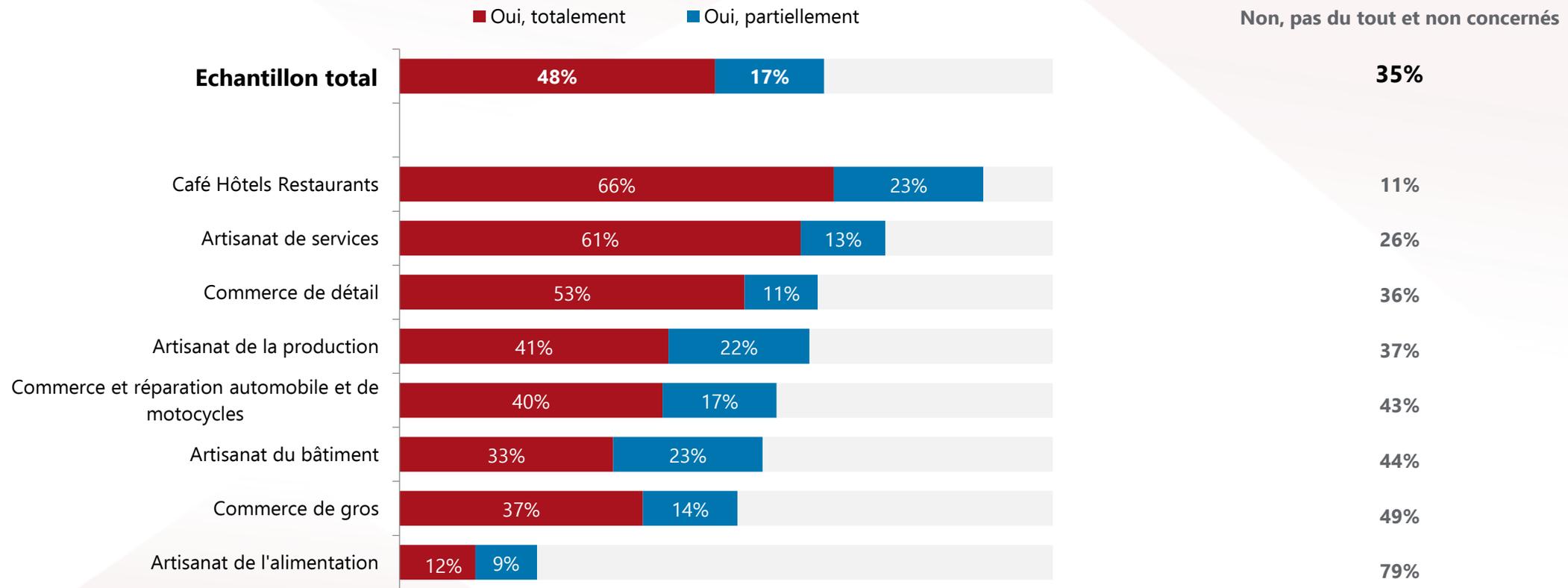


Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NORMANDIE

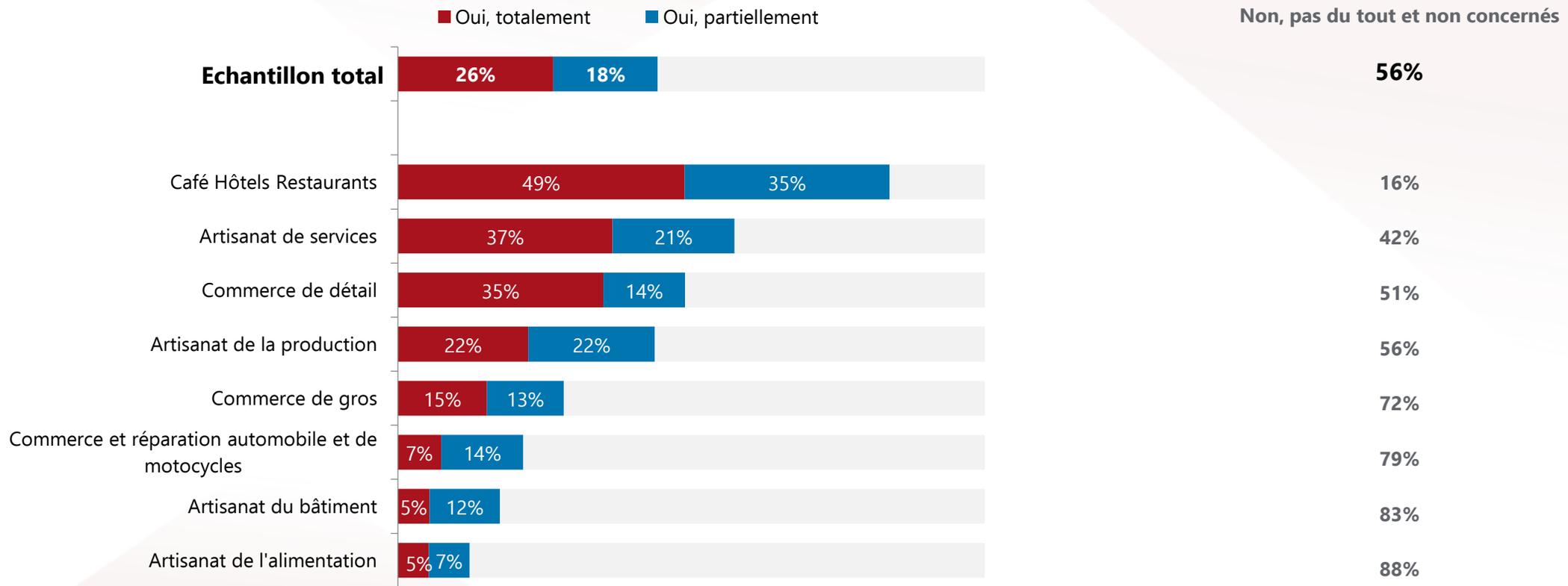
Situation de l'entreprise pendant la crise

65% des entreprises ont dû fermer totalement ou partiellement
AU COURS DU PREMIER CONFINEMENT



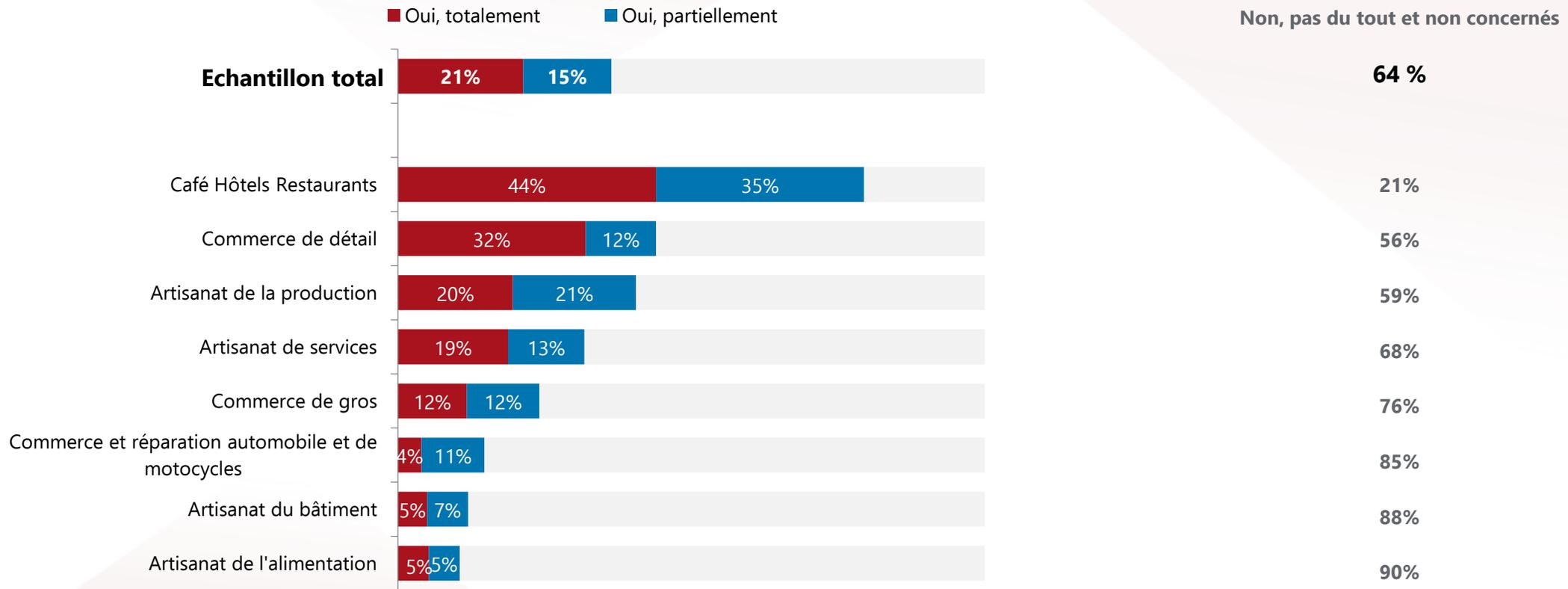
Situation de l'entreprise pendant la crise

44% des entreprises ont dû fermer totalement ou partiellement
AU COURS DU DEUXIEME CONFINEMENT



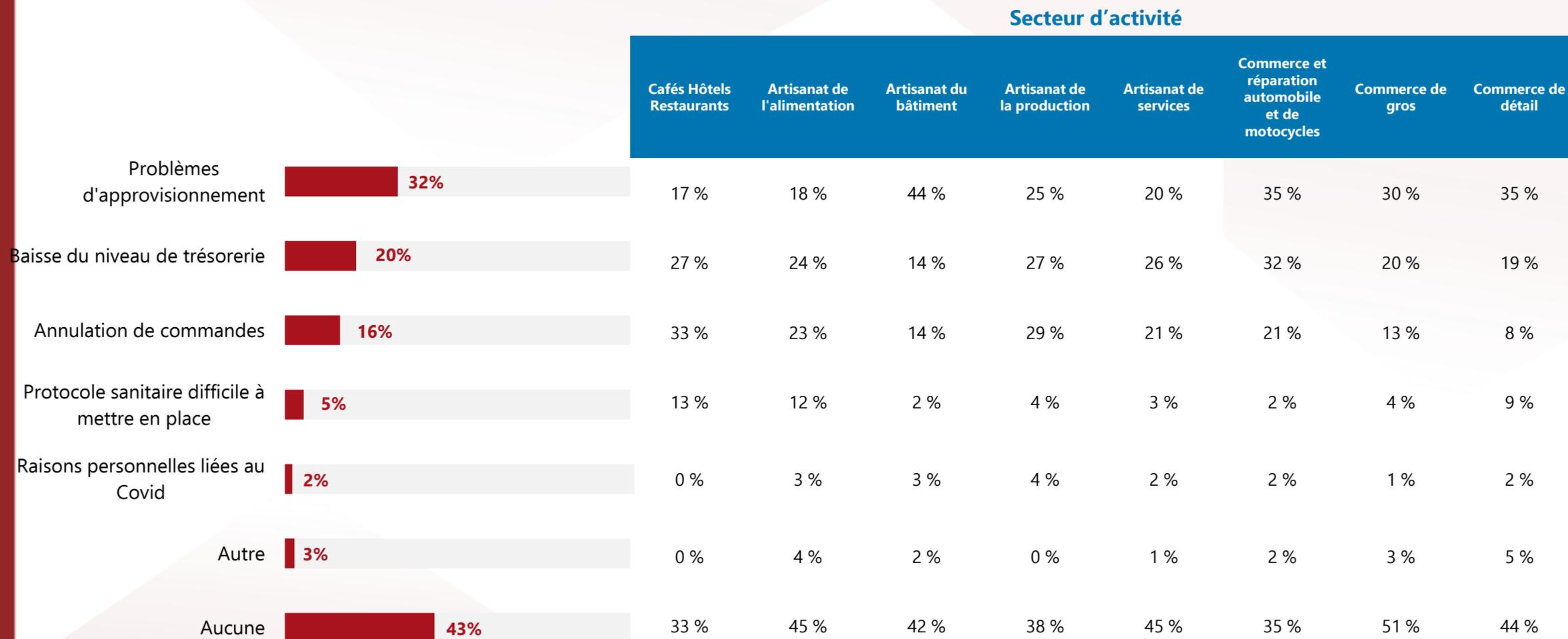
Situation de l'entreprise pendant la crise

36% des entreprises ont dû fermer totalement ou partiellement
AU COURS DU TROISIEME CONFINEMENT



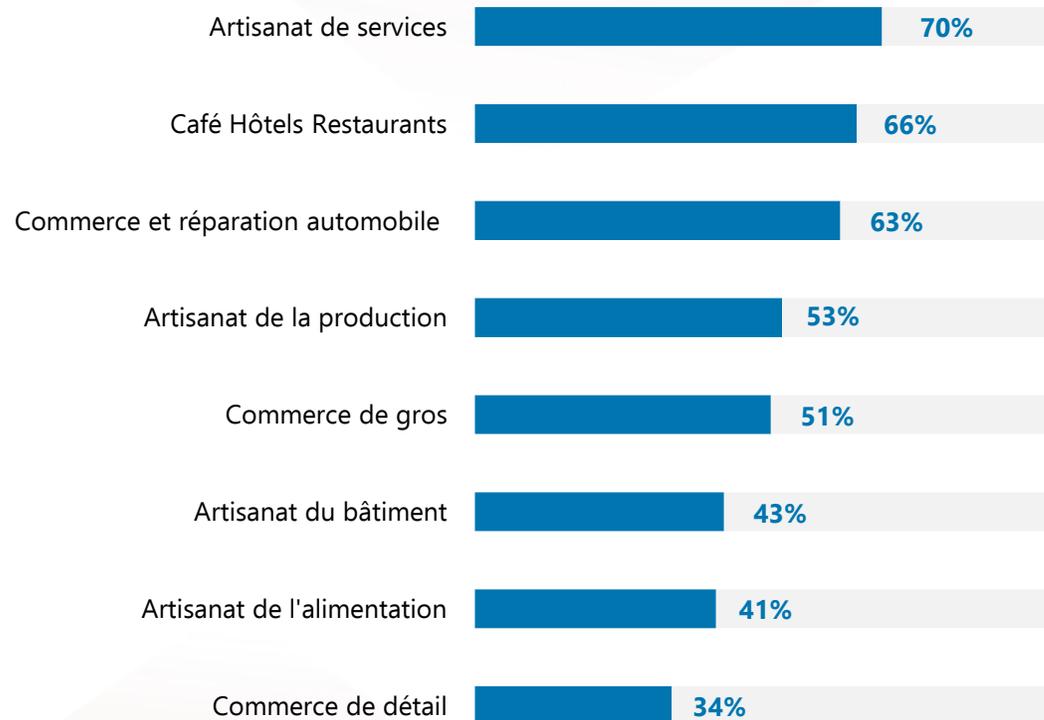
Situation de l'entreprise pendant la crise

Les principales difficultés auxquelles les entreprises ont dû faire face



Chômage partiel

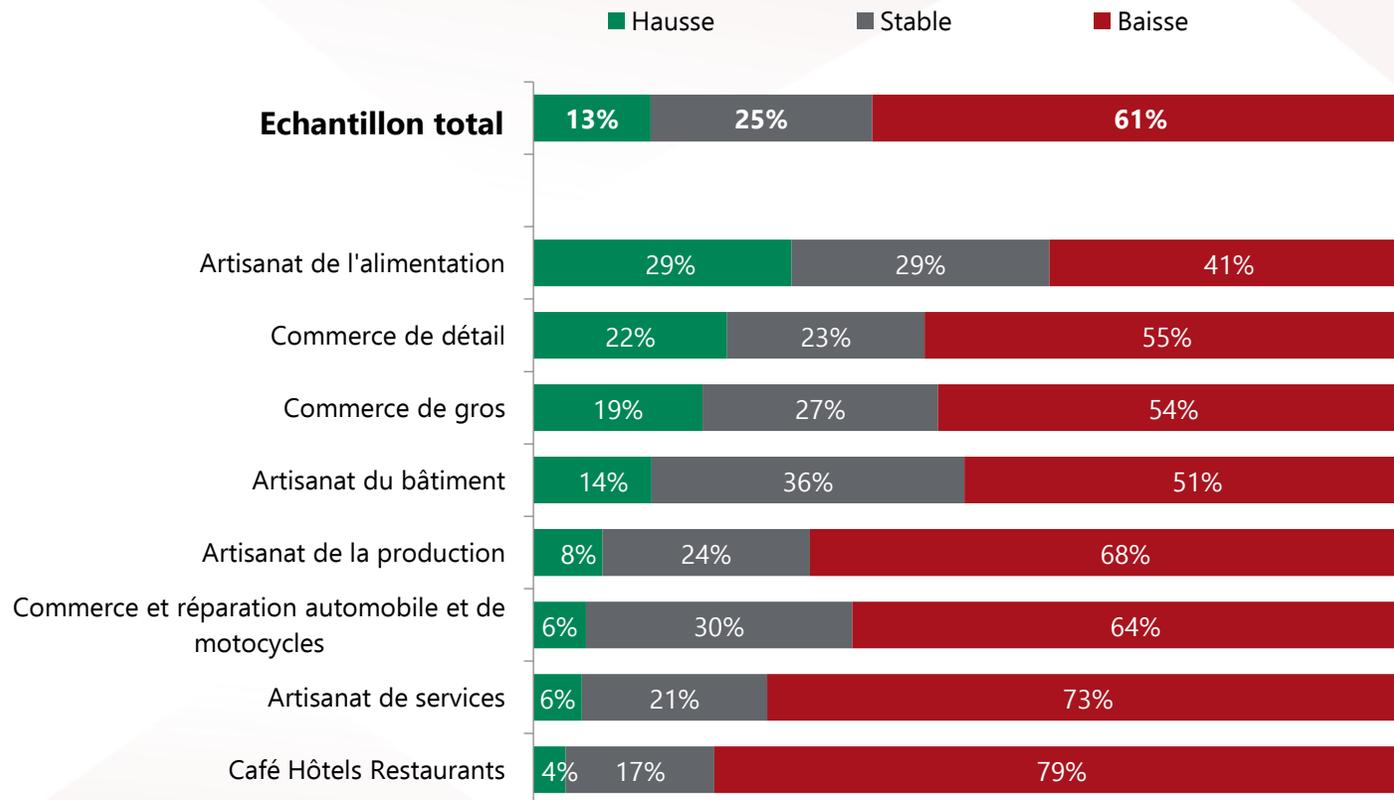
50 % des entreprises ont eu recours au chômage partiel



Le niveau d'activité

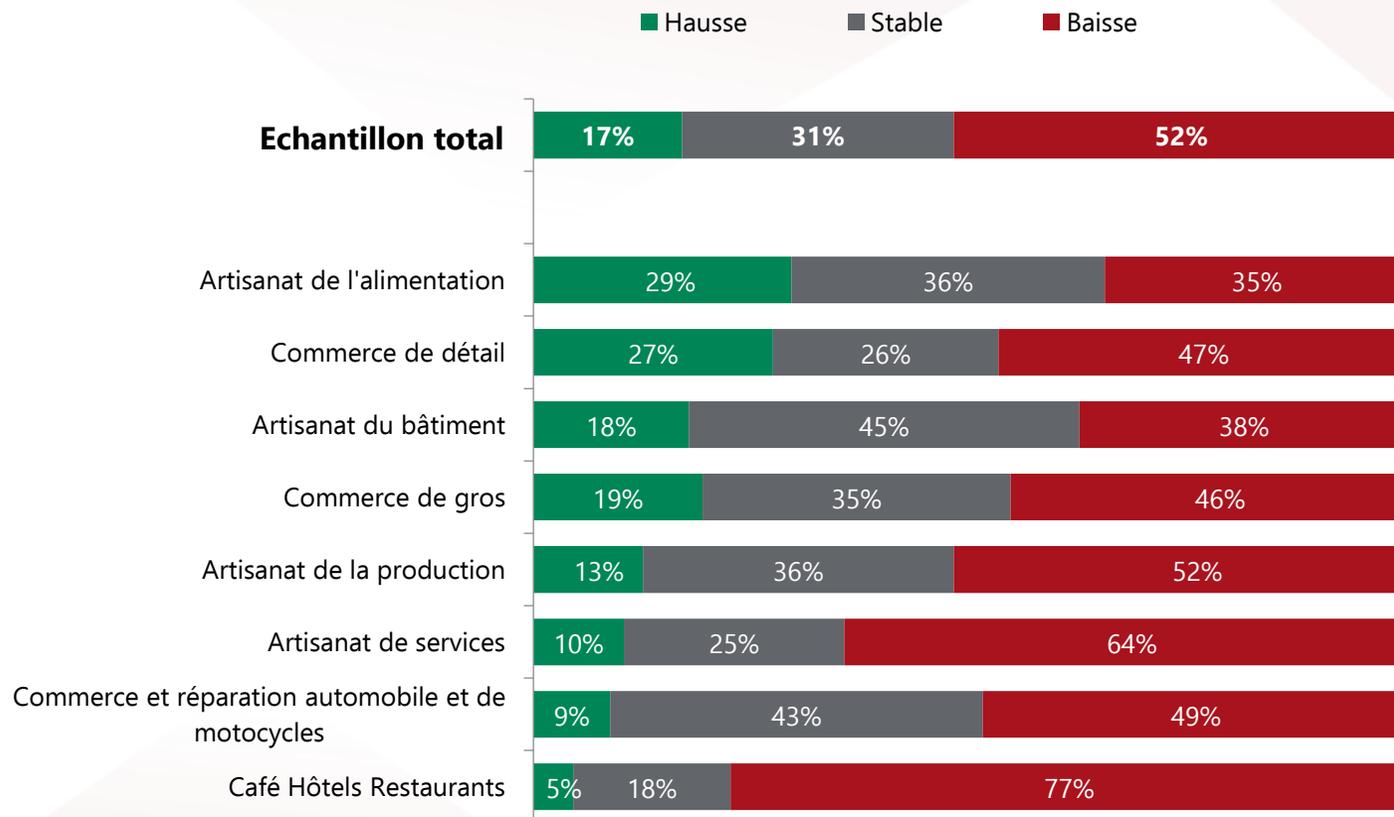
Le niveau d'activité

Etat du chiffre d'affaires **AU PREMIER SEMESTRE 2020**



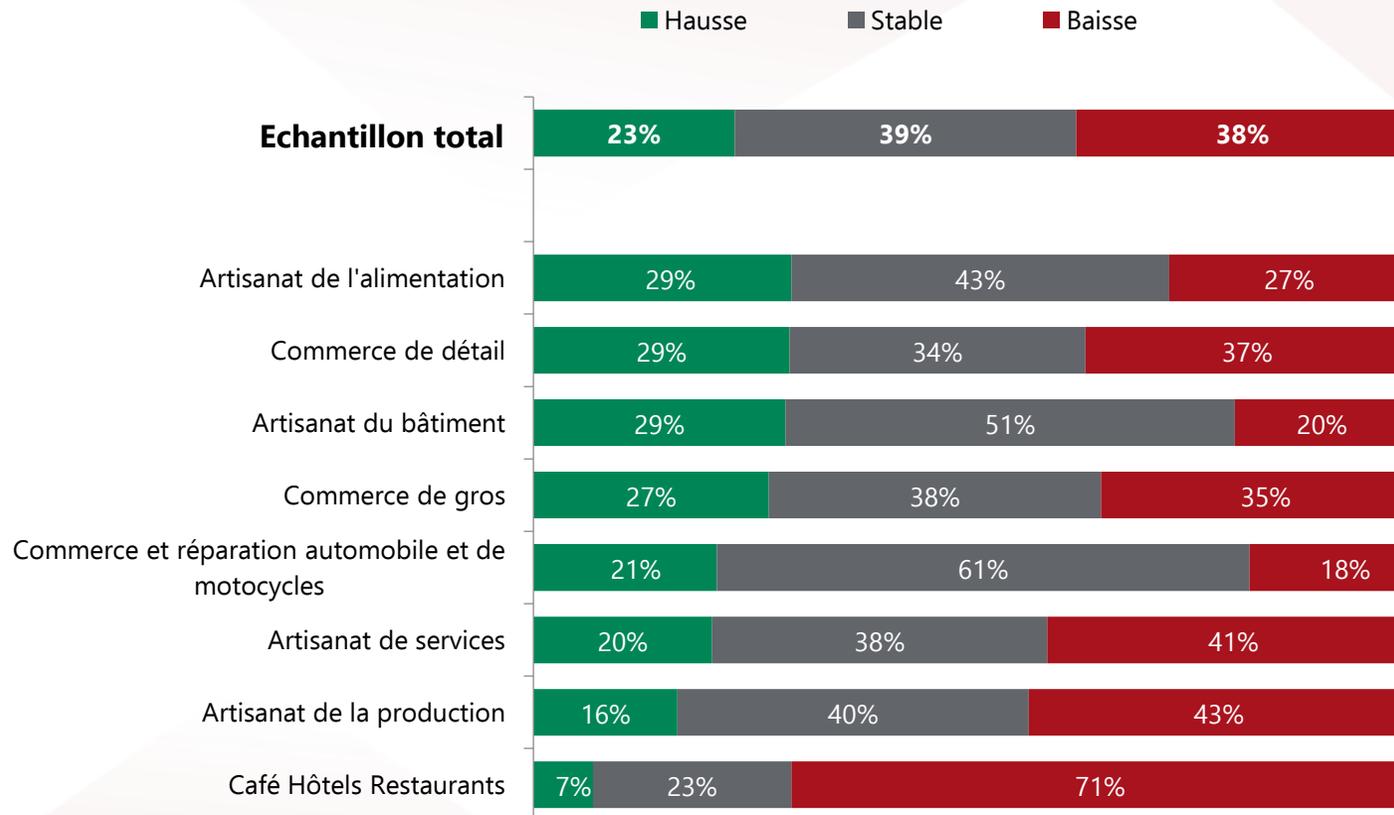
Le niveau d'activité

Etat du chiffre d'affaires **AU DEUXIEME SEMESTRE 2020**



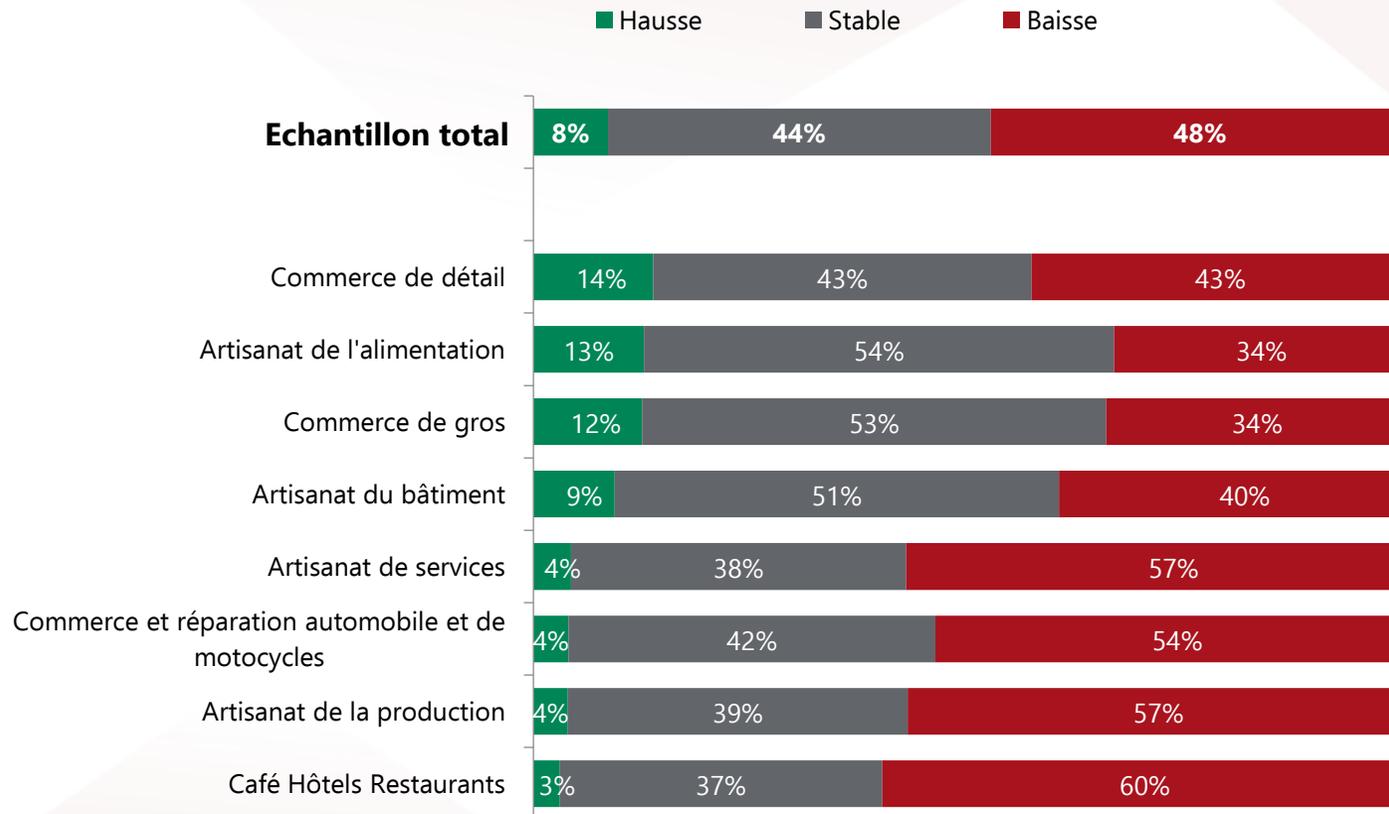
Le niveau d'activité

Etat du chiffre d'affaires **AU PREMIER SEMESTRE 2021**



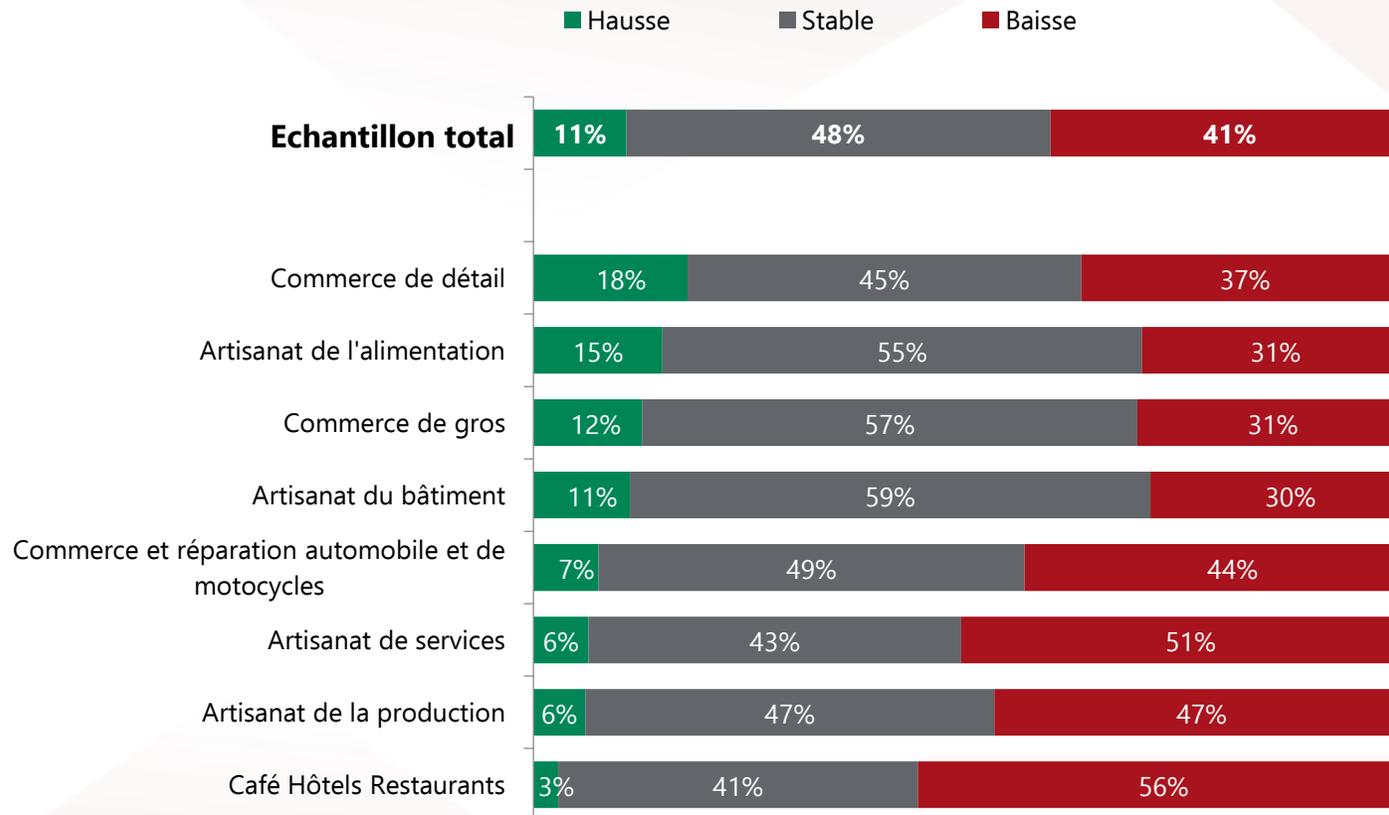
Niveau de trésorerie en 2020 / 2021

Etat de la trésorerie **AU PREMIER SEMESTRE 2020**



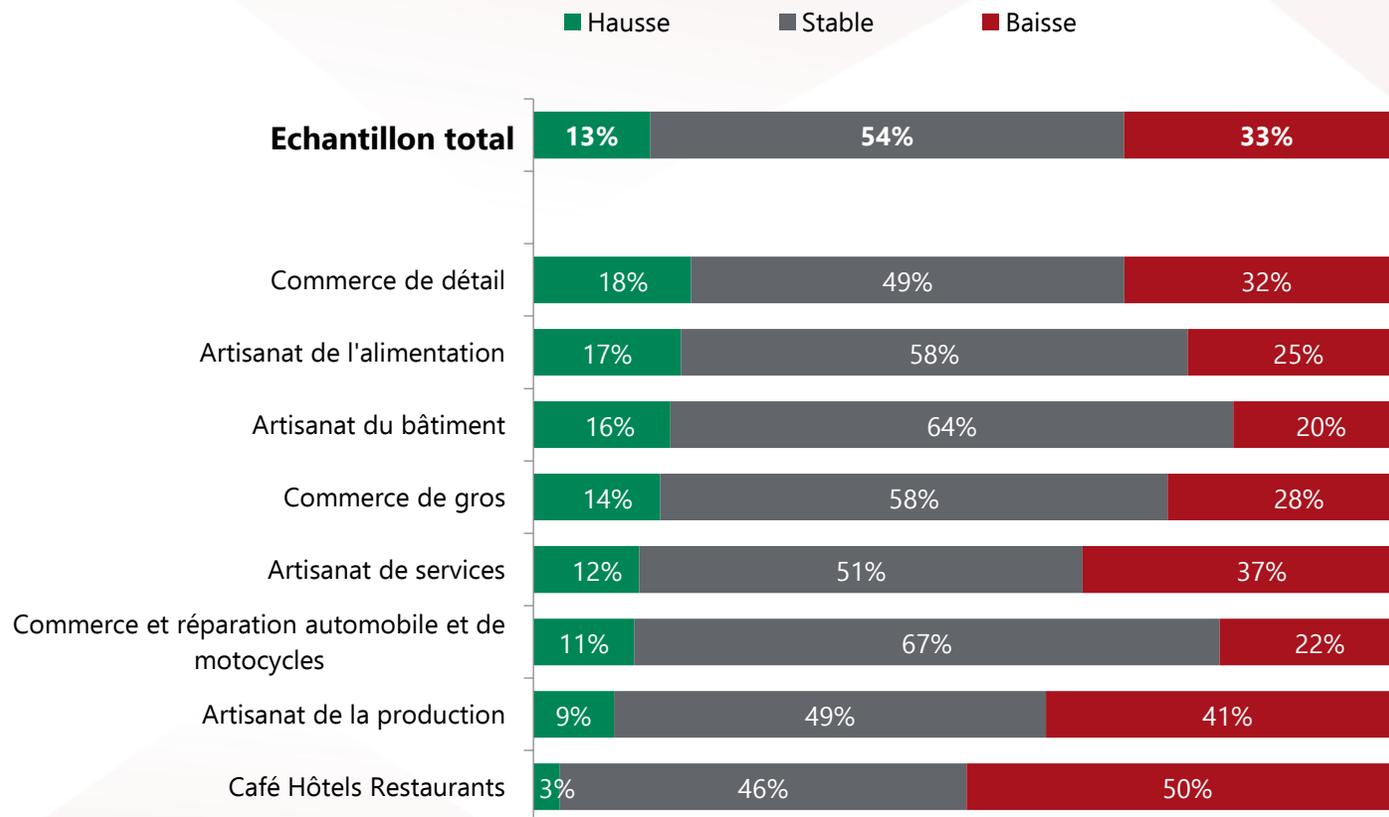
Niveau de trésorerie en 2020 / 2021

Etat de la trésorerie **AU DEUXIEME SEMESTRE 2020**



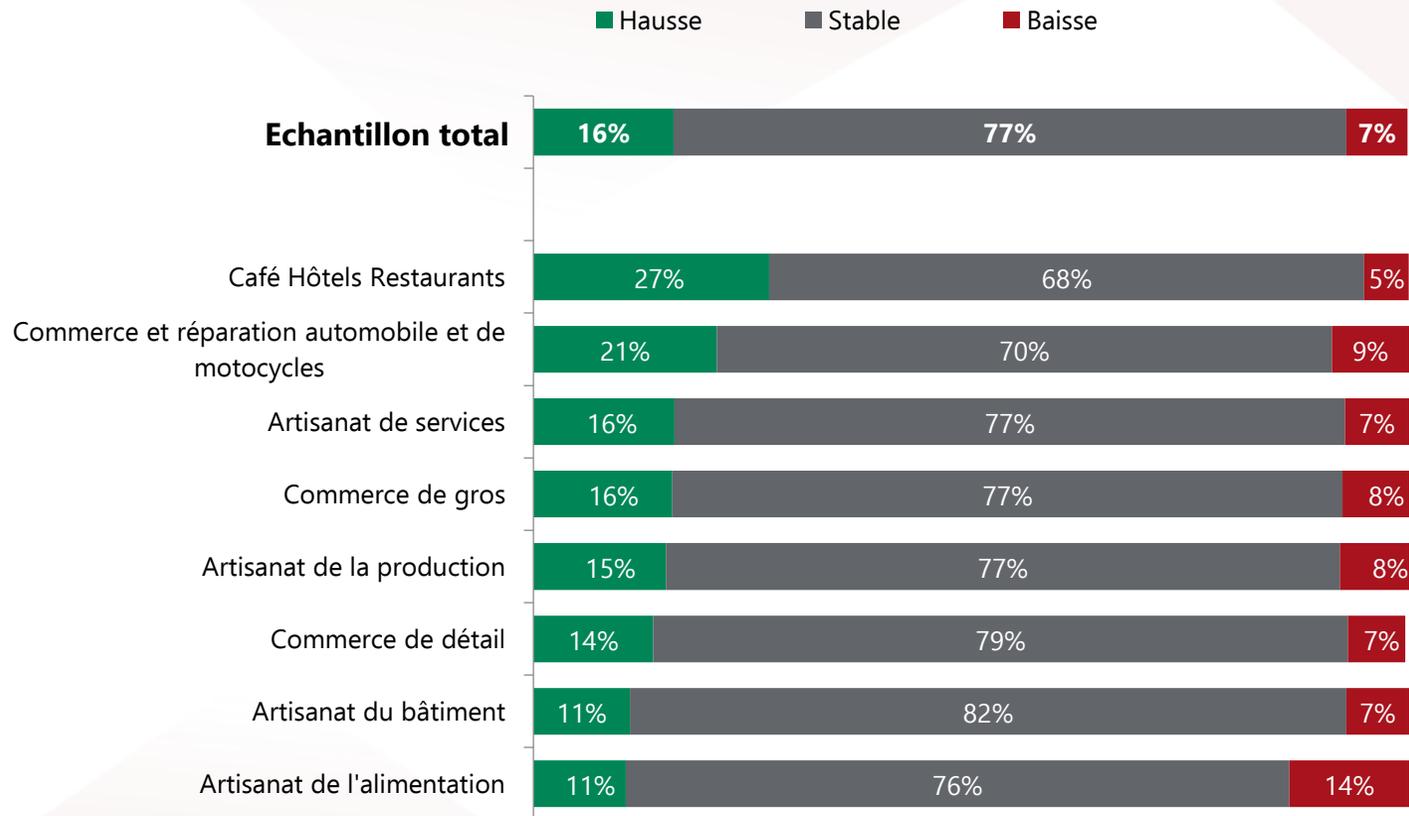
Niveau de trésorerie en 2020 / 2021

Etat de la trésorerie **AU PREMIER SEMESTRE 2021**



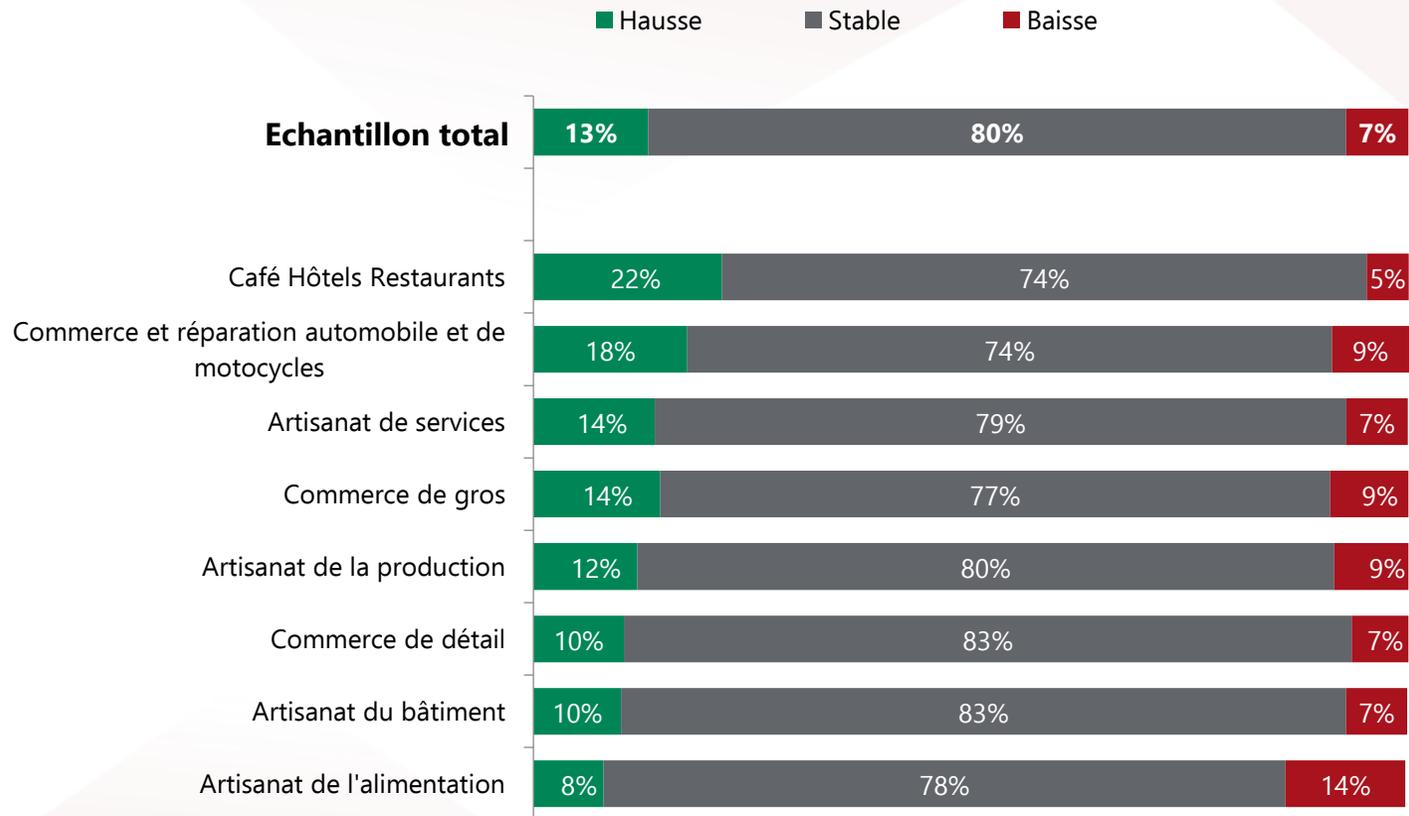
Niveau d'endettement en 2020 / 2021

Etat de l'endettement **AU PREMIER SEMESTRE 2020**



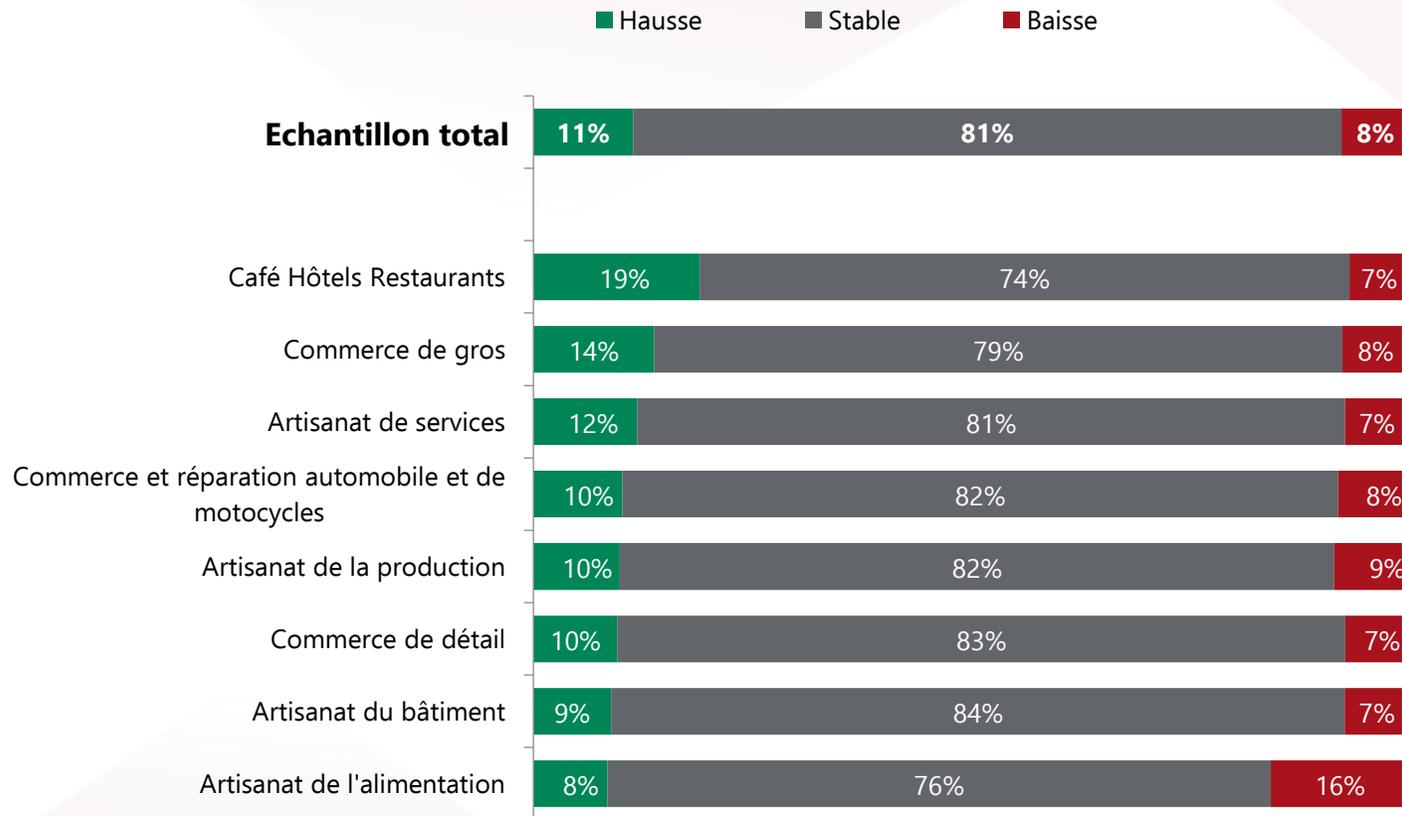
Niveau d'endettement en 2020 / 2021

Etat de l'endettement **AU DEUXIEME SEMESTRE 2020**



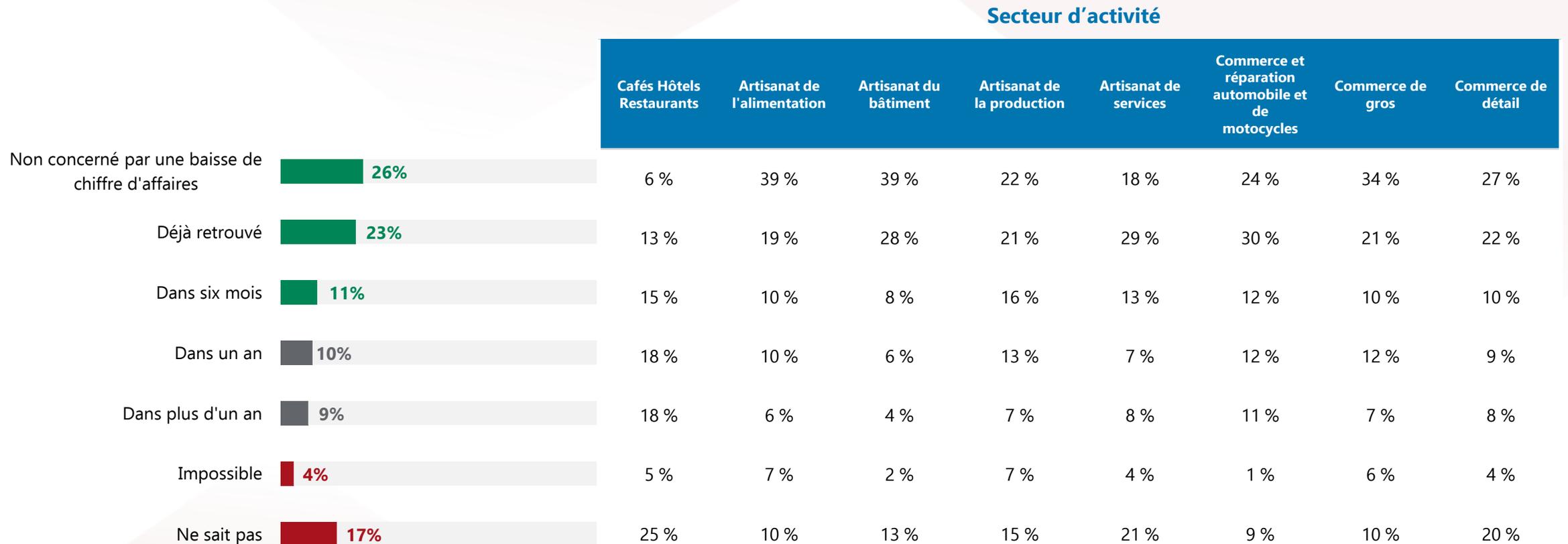
Niveau d'endettement en 2020 / 2021

Etat de l'endettement **AU PREMIER SEMESTRE 2021**



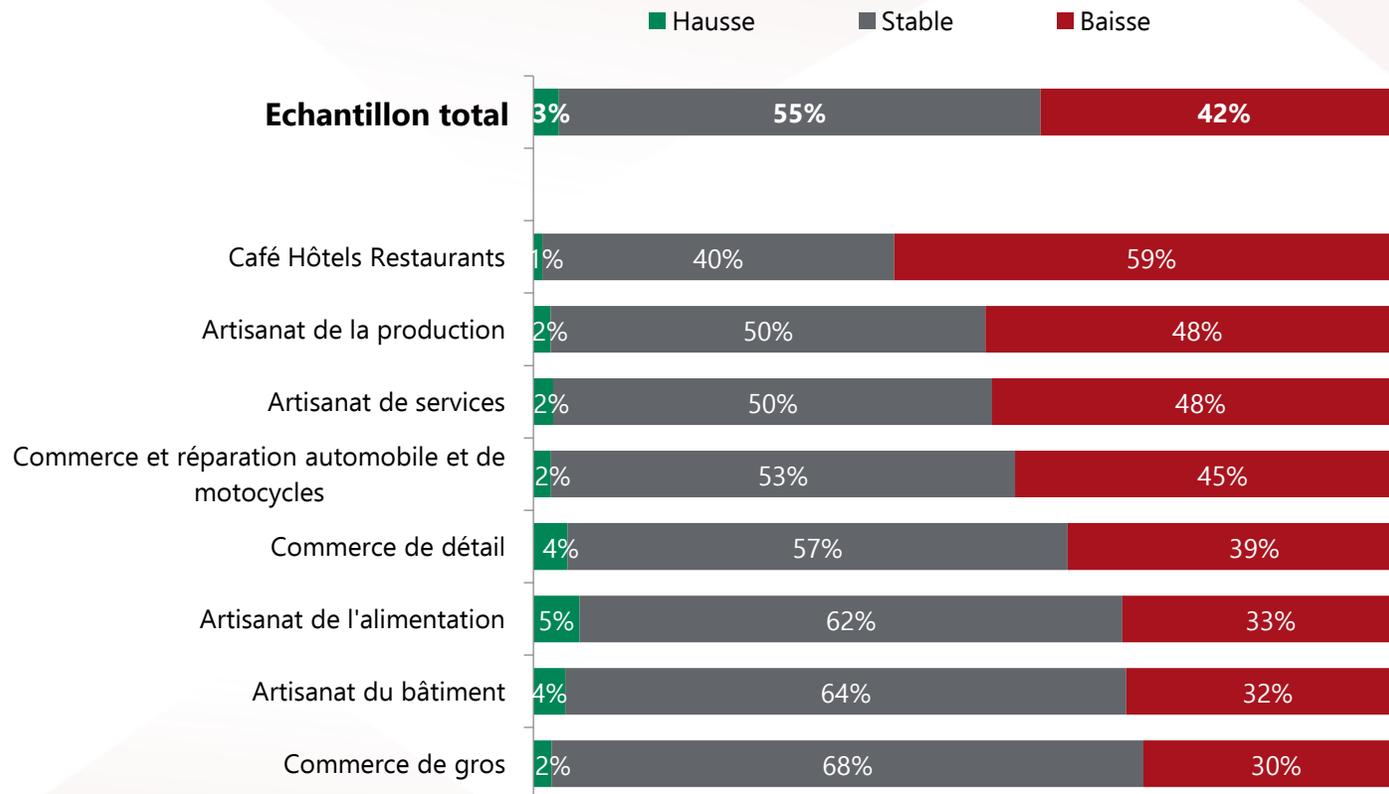
Niveau du chiffre d'affaires

Pensez-vous pouvoir retrouver votre niveau de chiffre d'affaires d'avant crise ?



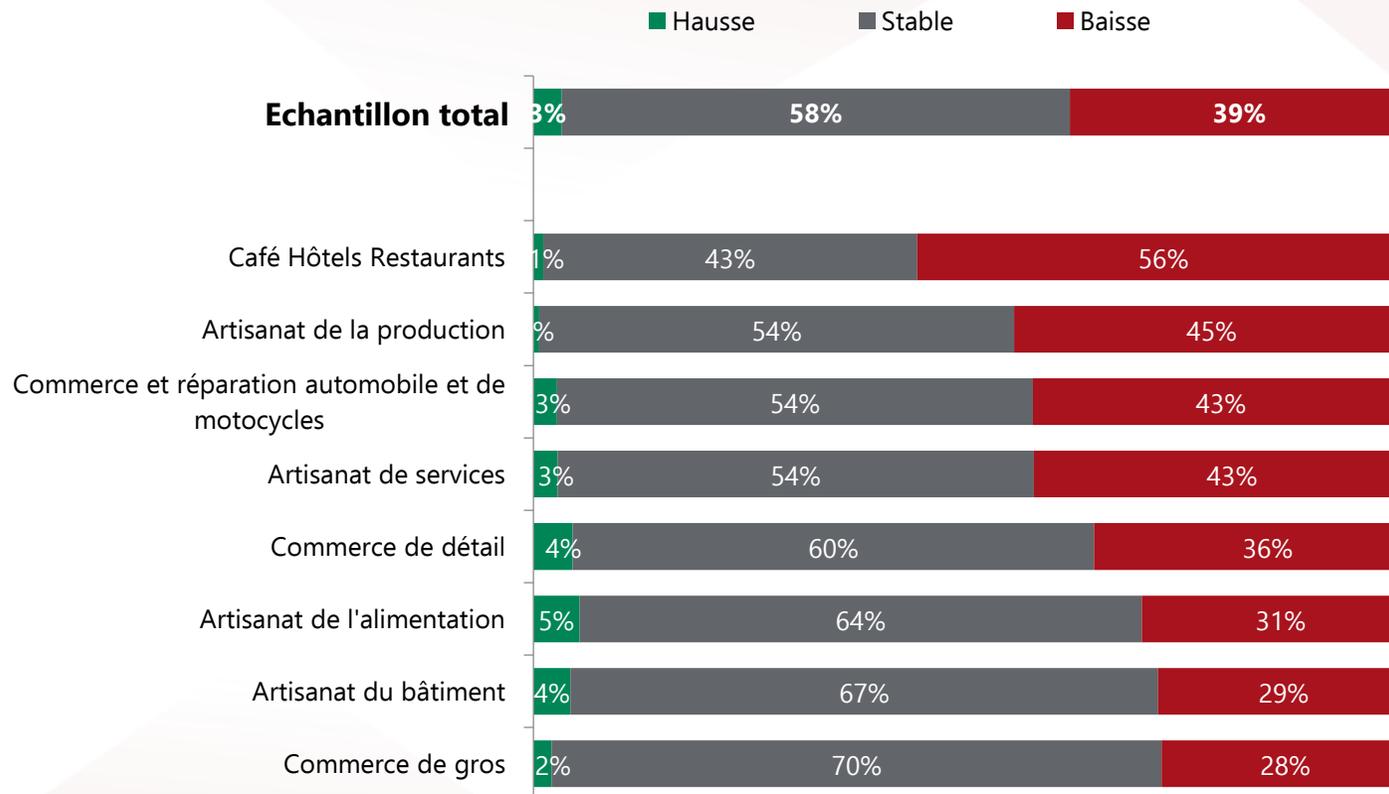
Evolution des revenus des dirigeants

42 % des dirigeants interrogés ont dû diminuer leurs revenus pour faire face à la crise **au cours du premier semestre 2020**



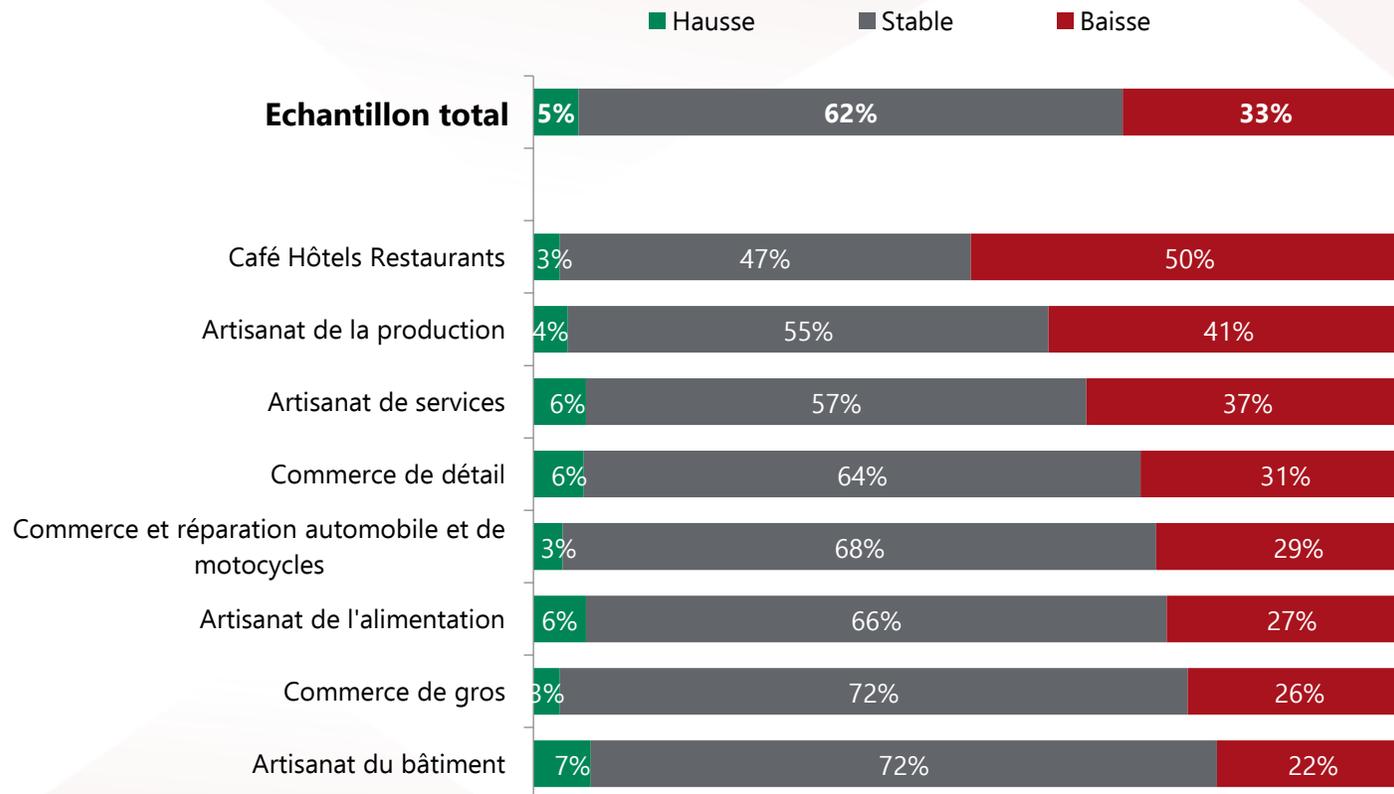
Evolution des revenus des dirigeants

39 % des dirigeants interrogés ont dû diminuer leurs revenus pour faire face à la crise **au cours du deuxième semestre 2020**



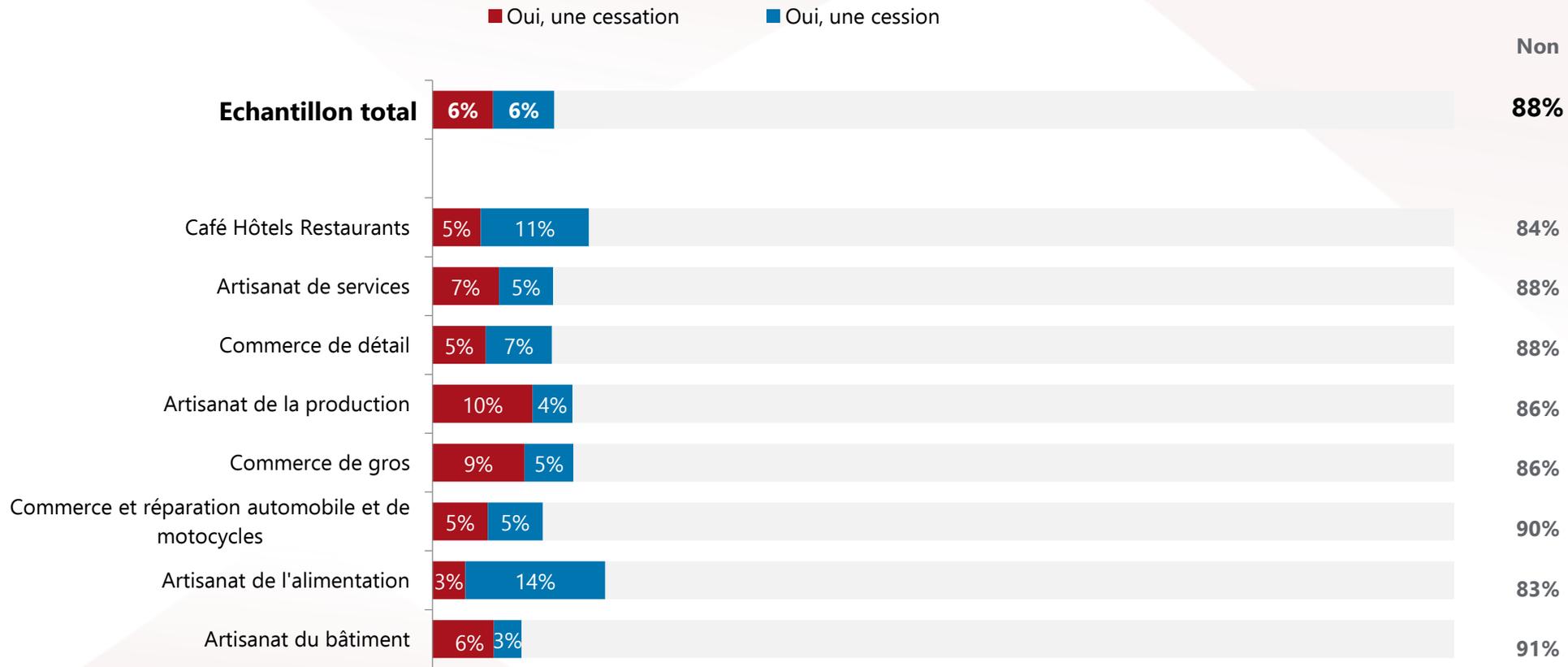
Evolution des revenus des dirigeants

33 % des dirigeants interrogés ont dû diminuer leurs revenus pour faire face à la crise **au cours du premier semestre 2021**



Rupture d'activité

12% des entreprises interrogées envisagent une cessation ou une cession



Mise en place du pass sanitaire

Comment la mise en place du pass sanitaire a-t-elle affectée votre activité ?

Secteur d'activité

		Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
Activité pas concernée par la mise en place du pass sanitaire	57%	17 %	51 %	66 %	66 %	67 %	58 %	57 %	65 %
Pas d'impact/non affecté	24%	22 %	34 %	24 %	24 %	19 %	28 %	30 %	22 %
Moins de clientèle/ baisse d'activité/ baisse de...	16%	55 %	10 %	8 %	9 %	12 %	10 %	10 %	10 %
Difficultés liées à la gestion des clients	4%	16 %	6 %	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %	3 %
Difficultés d'ordre managérial	2%	6 %	1 %	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %	2 %
Charges supplémentaires	1%	3 %	0 %	1 %	0 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Difficultés à recruter des contrôleurs des passes sanitaires	0,3%	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0,1 %
Autres	0,1%	0 %	0 %	0,2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ne sait pas	0,4%	1 %	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %

Adaptation à la crise / recours aux aides



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

NORMANDIE

Recours aux aides financières et point de vue sur celles-ci

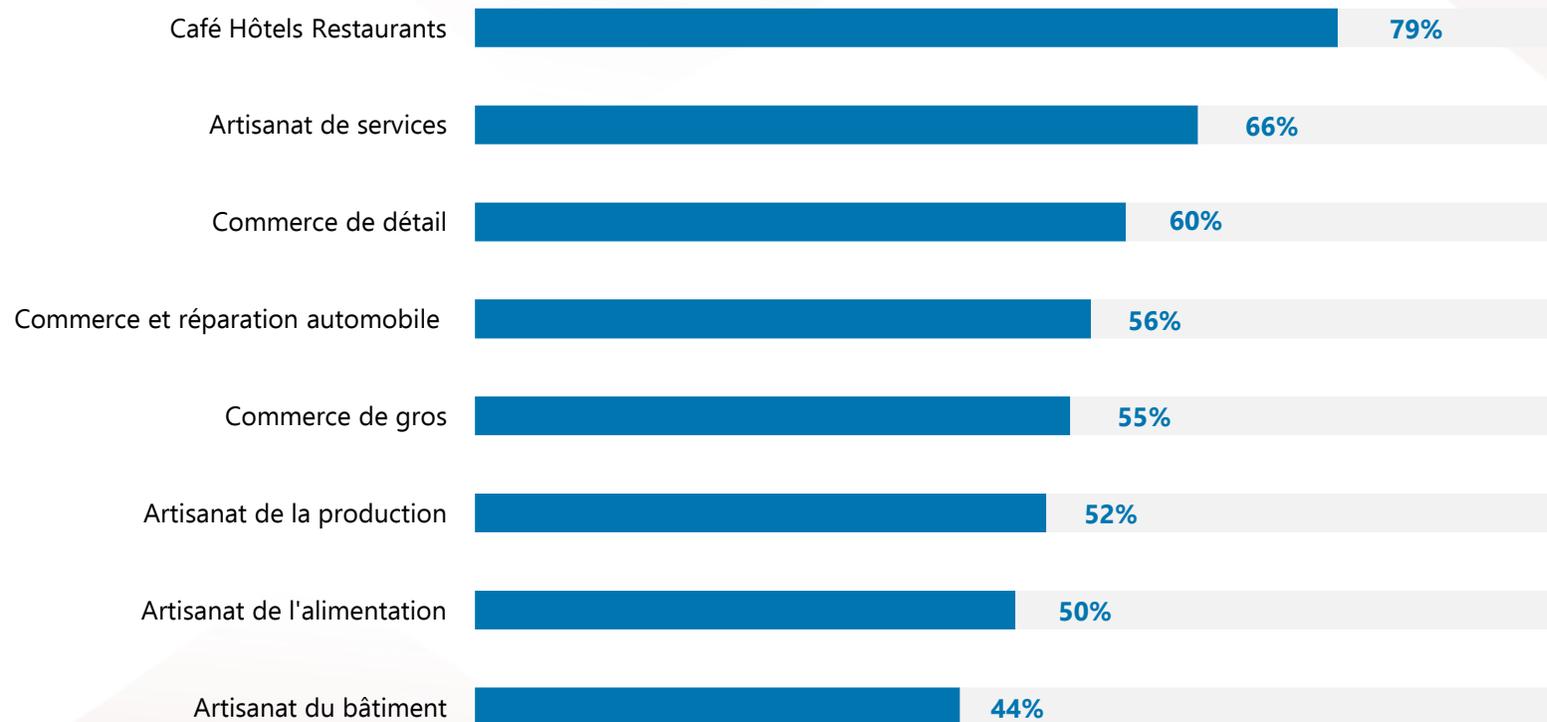


Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NORMANDIE

Recours aux aides financières

59% des entreprises ont eu recours à des aides financières pendant toute la période du « quoi qu'il en coûte »



Recours aux aides financières

71% des entreprises interrogées ont jugé ces aides suffisantes



Recours aux aides financières

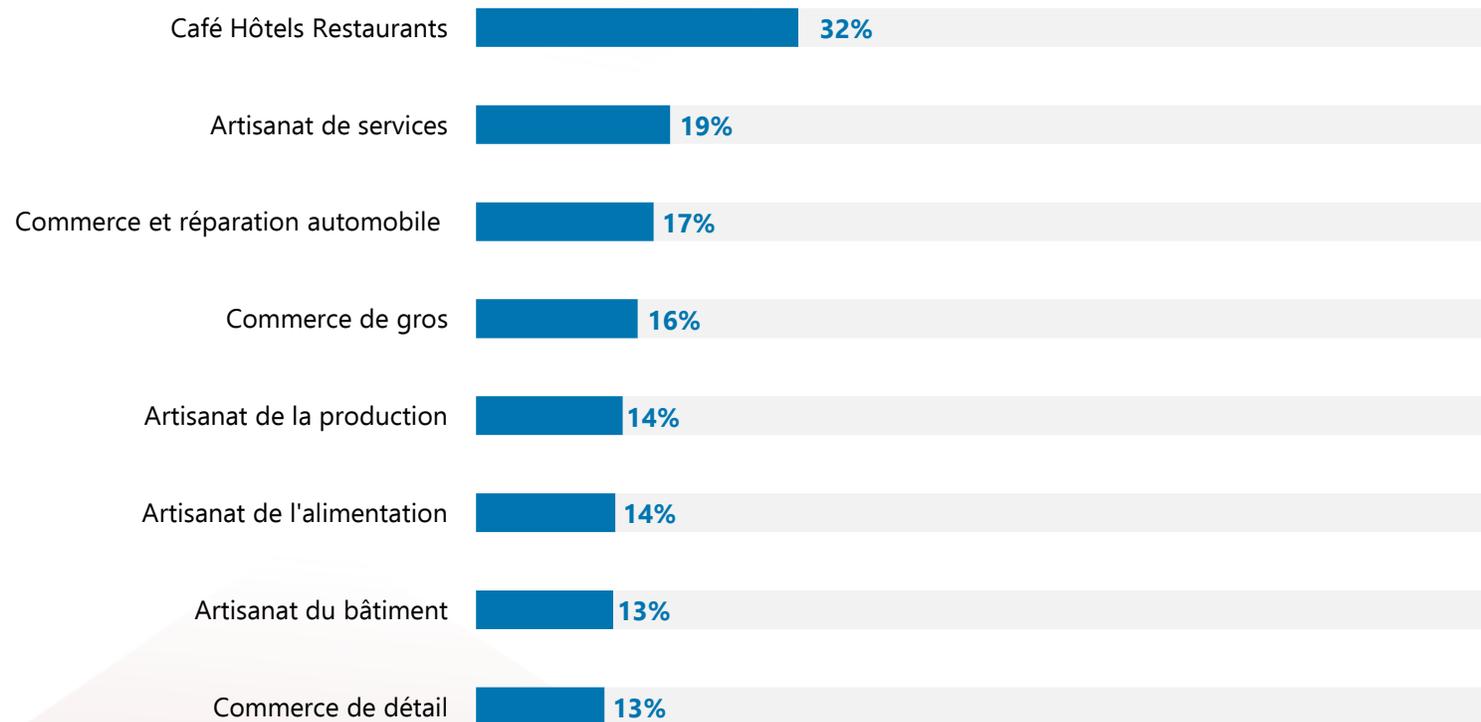
Que vous ont permis ces aides ?

Secteur d'activité

		Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
Maintenir votre trésorerie	47%	50 %	36 %	50 %	44 %	49 %	46 %	34%	45 %
Perdurer	37%	45 %	30 %	27 %	33 %	36 %	13 %	39 %	44 %
Maintenir l'emploi	26%	32 %	32 %	24 %	29 %	23 %	35 %	27 %	22 %
Compenser la perte de chiffre d'affaires	22%	28 %	11 %	18 %	28 %	20 %	13 %	17 %	24 %
Investir	3%	4 %	2 %	1 %	1 %	3 %	1 %	3 %	3 %
Innover	1%	1 %	0 %	1 %	0 %	0.4 %	0 %	1 %	2 %
Recruter	0,2%	0.4 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Autres	6%	6 %	9 %	6 %	9 %	6 %	0 %	6 %	6 %
Rien	9%	5 %	11 %	13 %	10 %	8 %	21 %	11 %	7 %

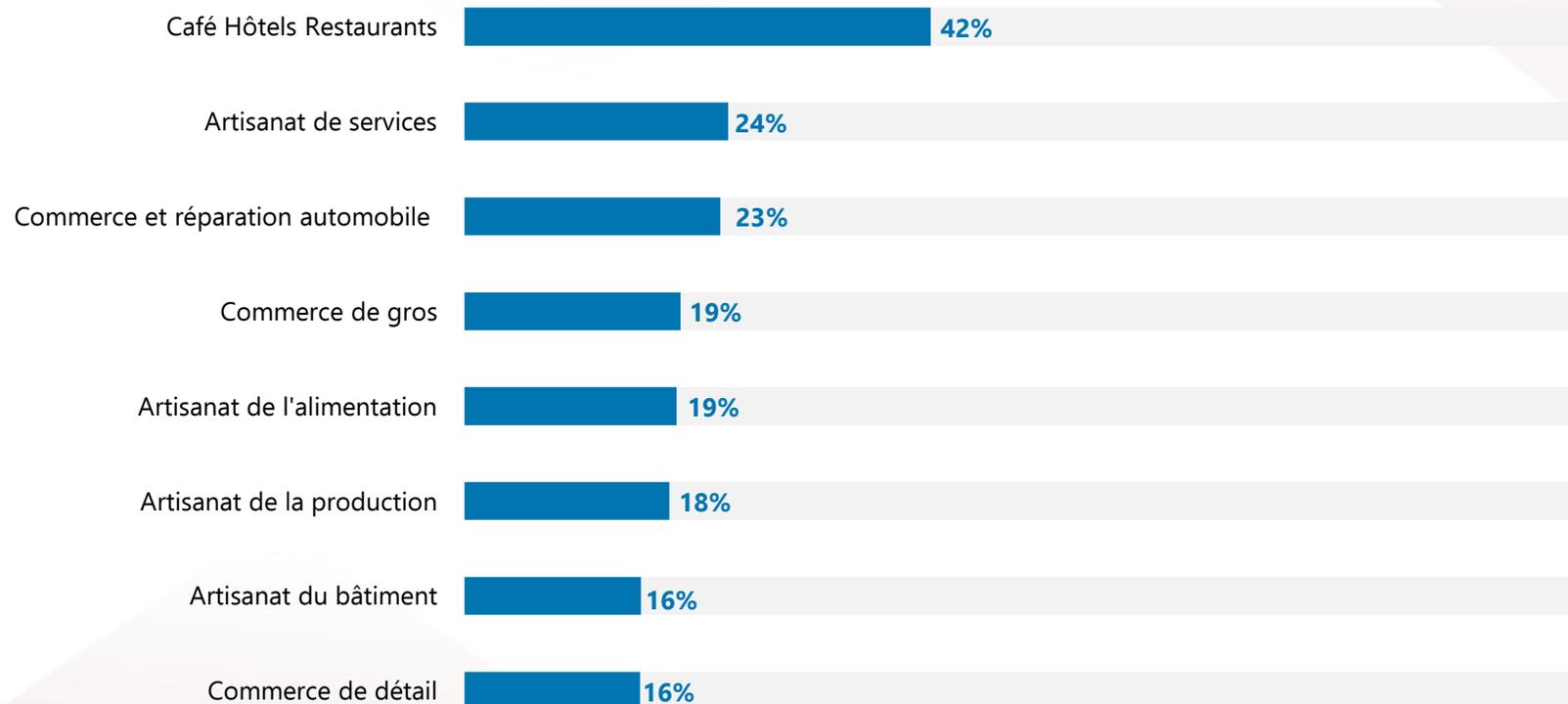
Recours aux aides financières

17% des entreprises interrogées considèrent que la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » constitue **une menace pour leur activité en particulier**



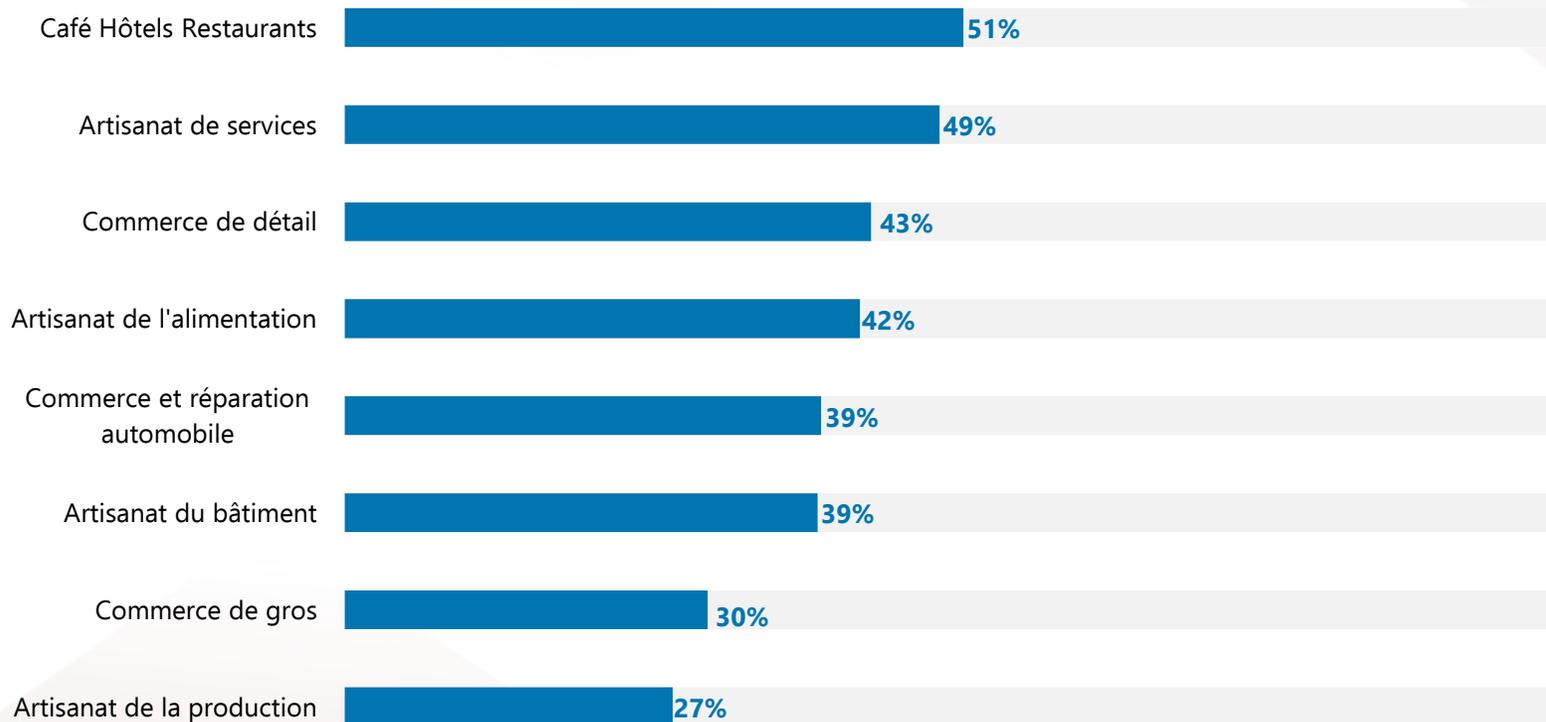
Recours aux aides financières

22% des entreprises interrogées considèrent que la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » constitue **une menace pour leur secteur d'activité**



Recours aux aides financières

42% des entreprises interrogées considèrent que la fin de la politique du « quoi qu'il en coûte » constitue **une menace pour l'économie en général**



Recours aux aides financières

Sollicitez-vous ou comptez-vous solliciter les nouvelles aides plus ciblées mises en place à partir de juillet 2021 ?

	Secteur d'activité								
	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail	
Aides pour les jeunes entreprises	3%	4 %	1 %	3 %	1 %	3 %	3 %	1 %	2 %
Aide pour les commerces multi-acticités	1%	3 %	1 %	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %
Aide pour les entreprises qui ont repris un fonds de commerce en 2020	0,6%	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	1 %
Autres	1%	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Non concerné	95%	91 %	98 %	96 %	98 %	95 %	97 %	97 %	96 %

Aides et rebond

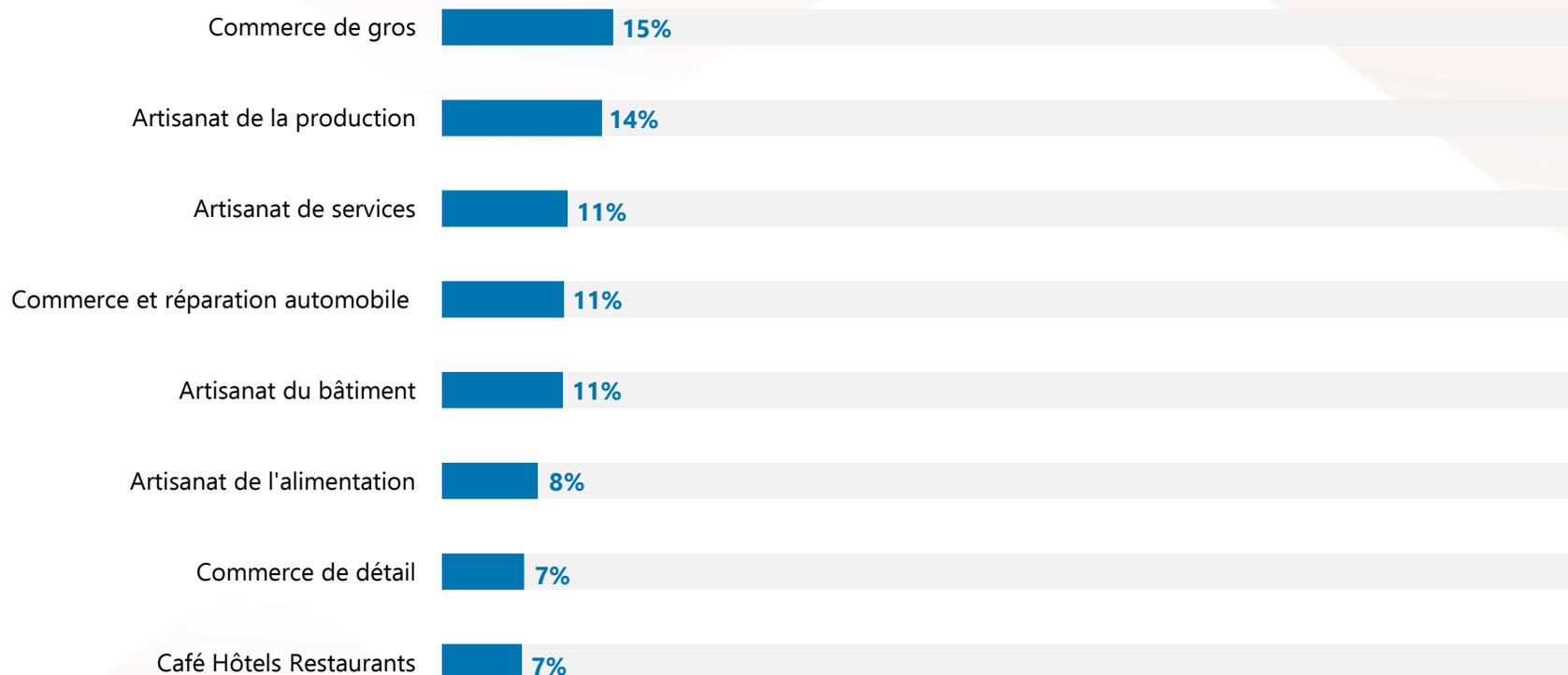


Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NORMANDIE

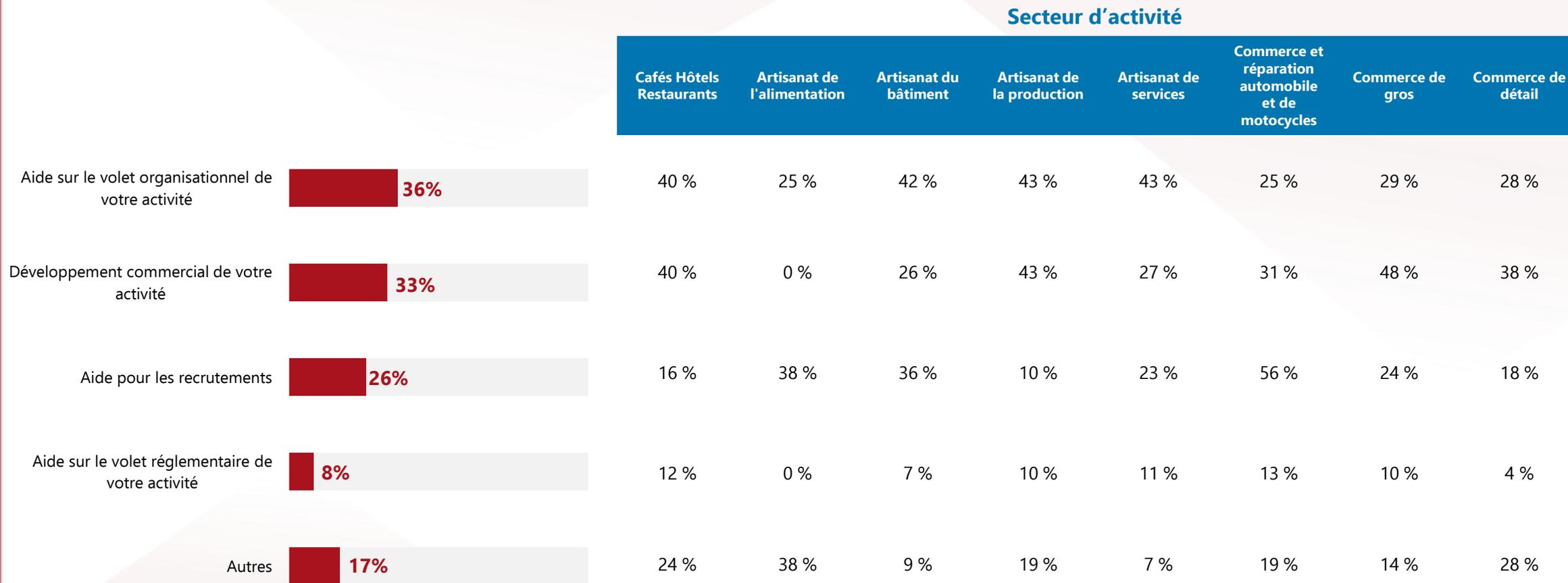
Aides et rebond

Au delà des aides, 10 % des entreprises interrogées ont besoin d'un accompagnement



Aides et rebond

Les raisons du besoin d'accompagnement



Innovations / changements



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

NORMANDIE

Crise et changements



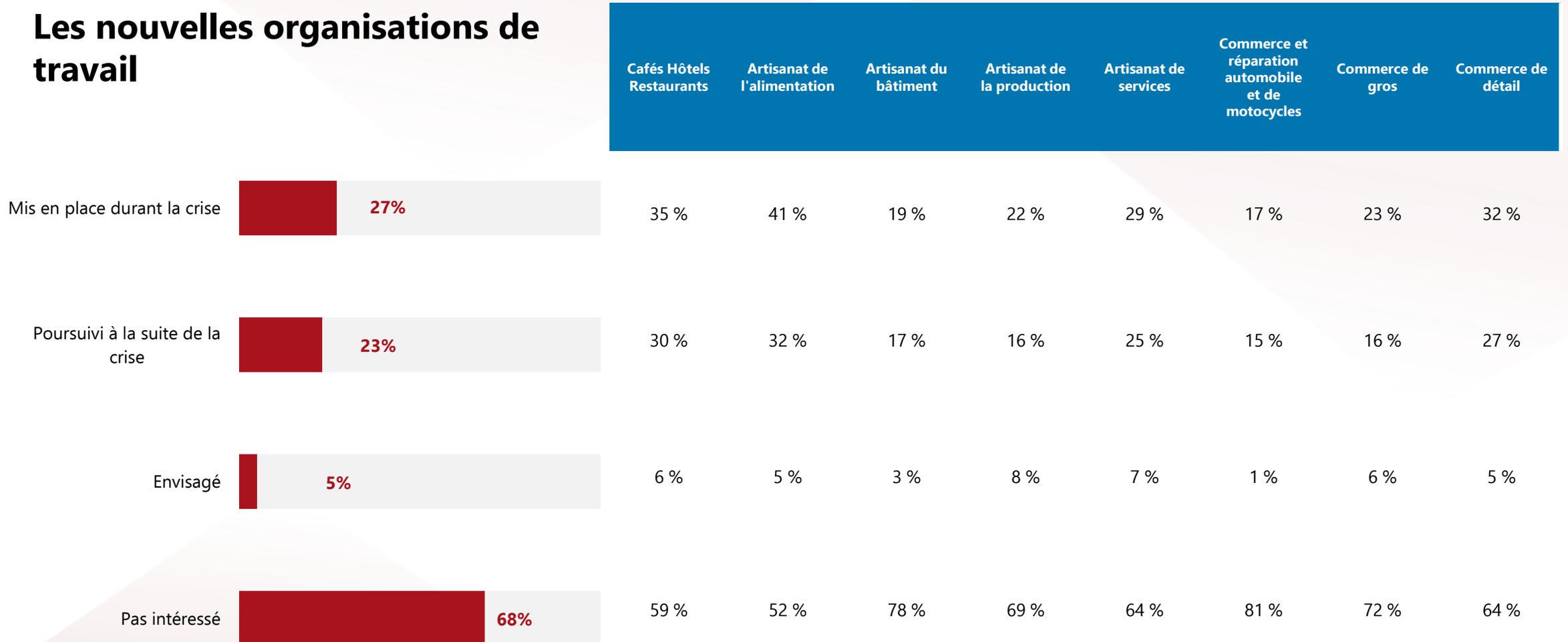
Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NORMANDIE

Crise et changements

Les nouvelles organisations de travail

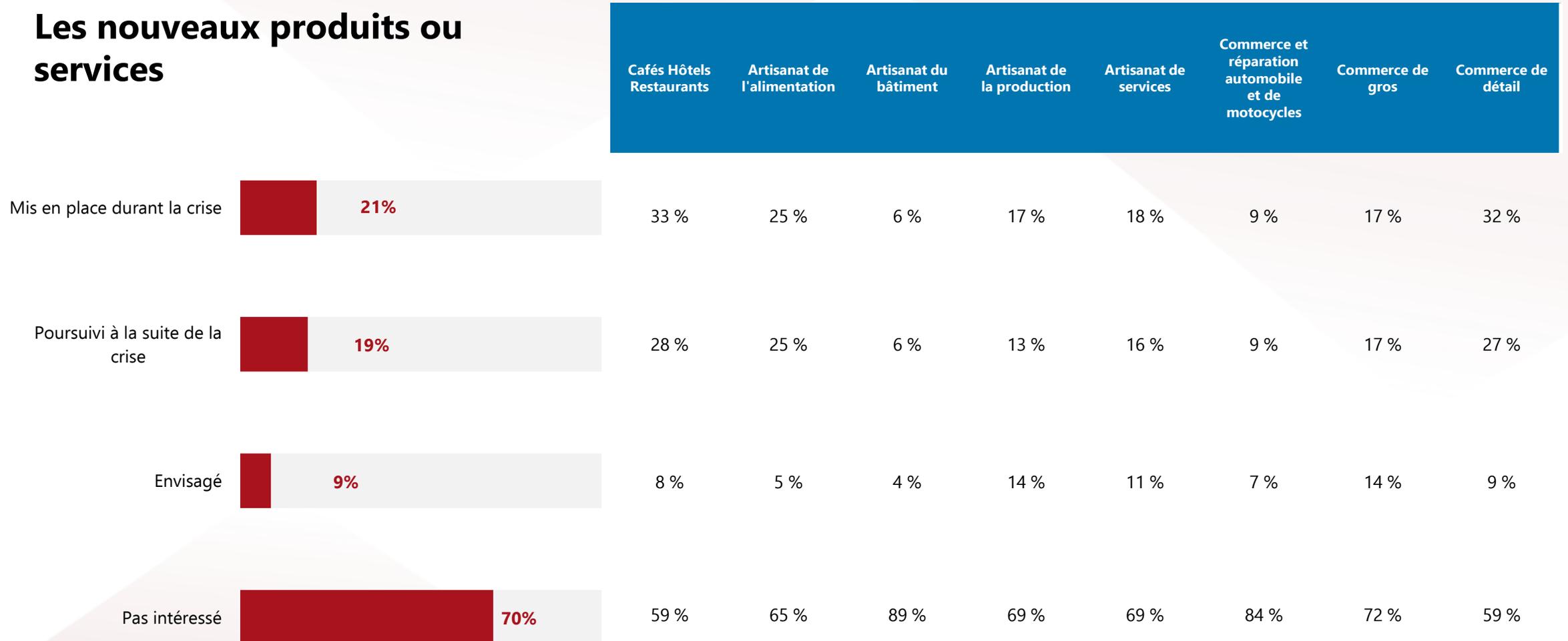
Secteur d'activité



Crise et changements

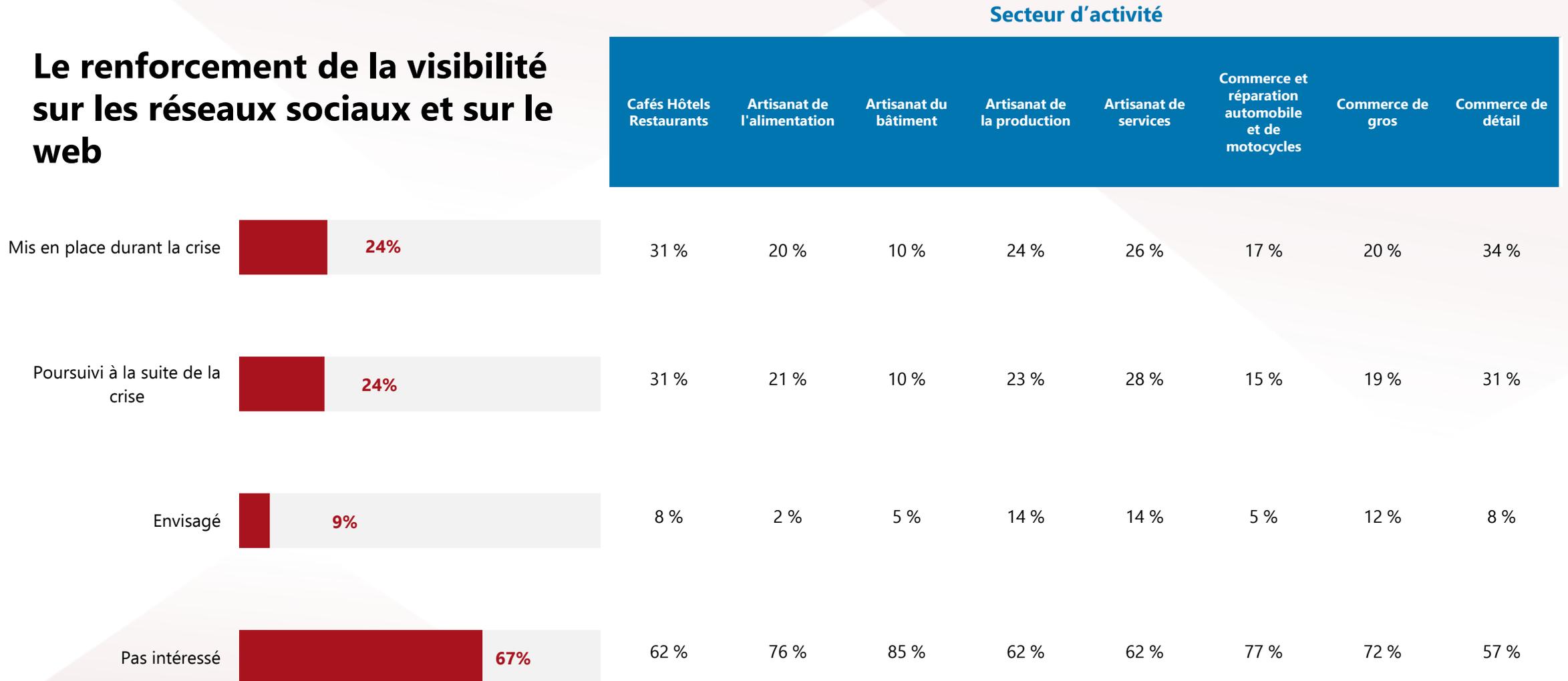
Les nouveaux produits ou services

Secteur d'activité



Crise et changements

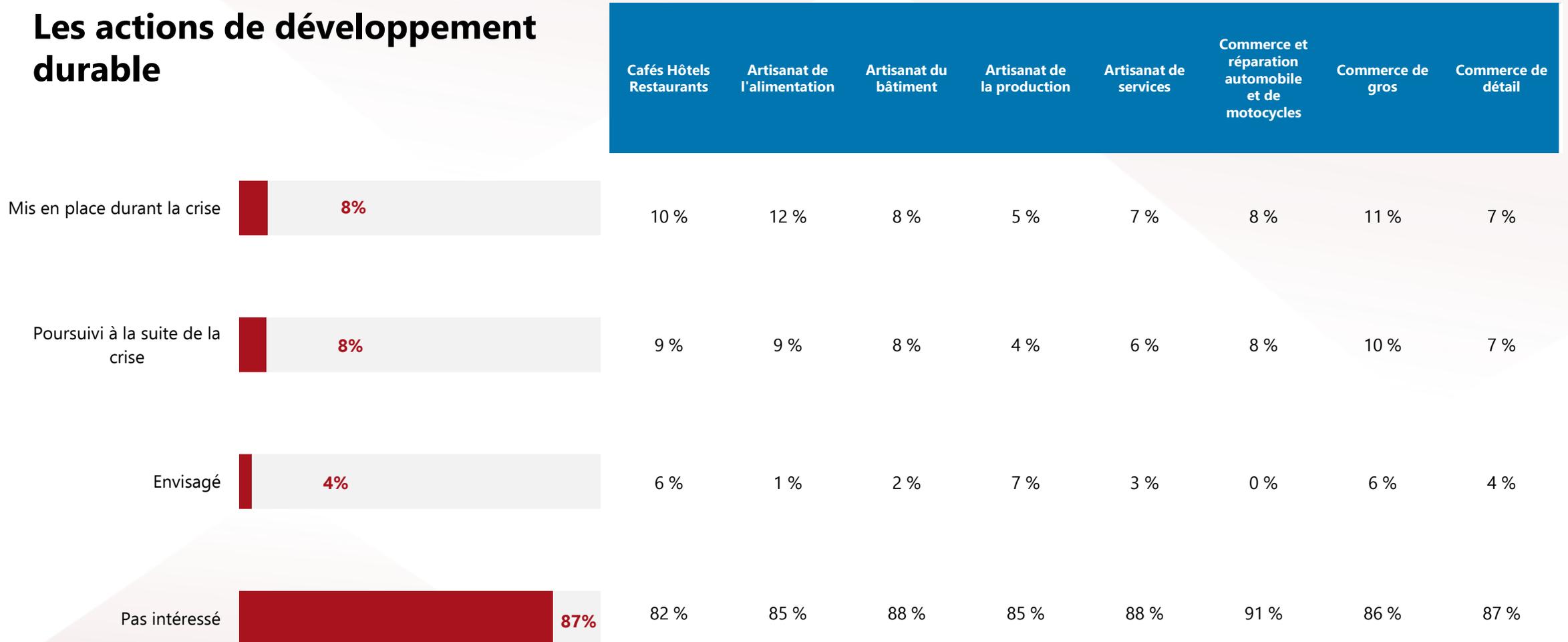
Le renforcement de la visibilité sur les réseaux sociaux et sur le web



Crise et changements

Les actions de développement durable

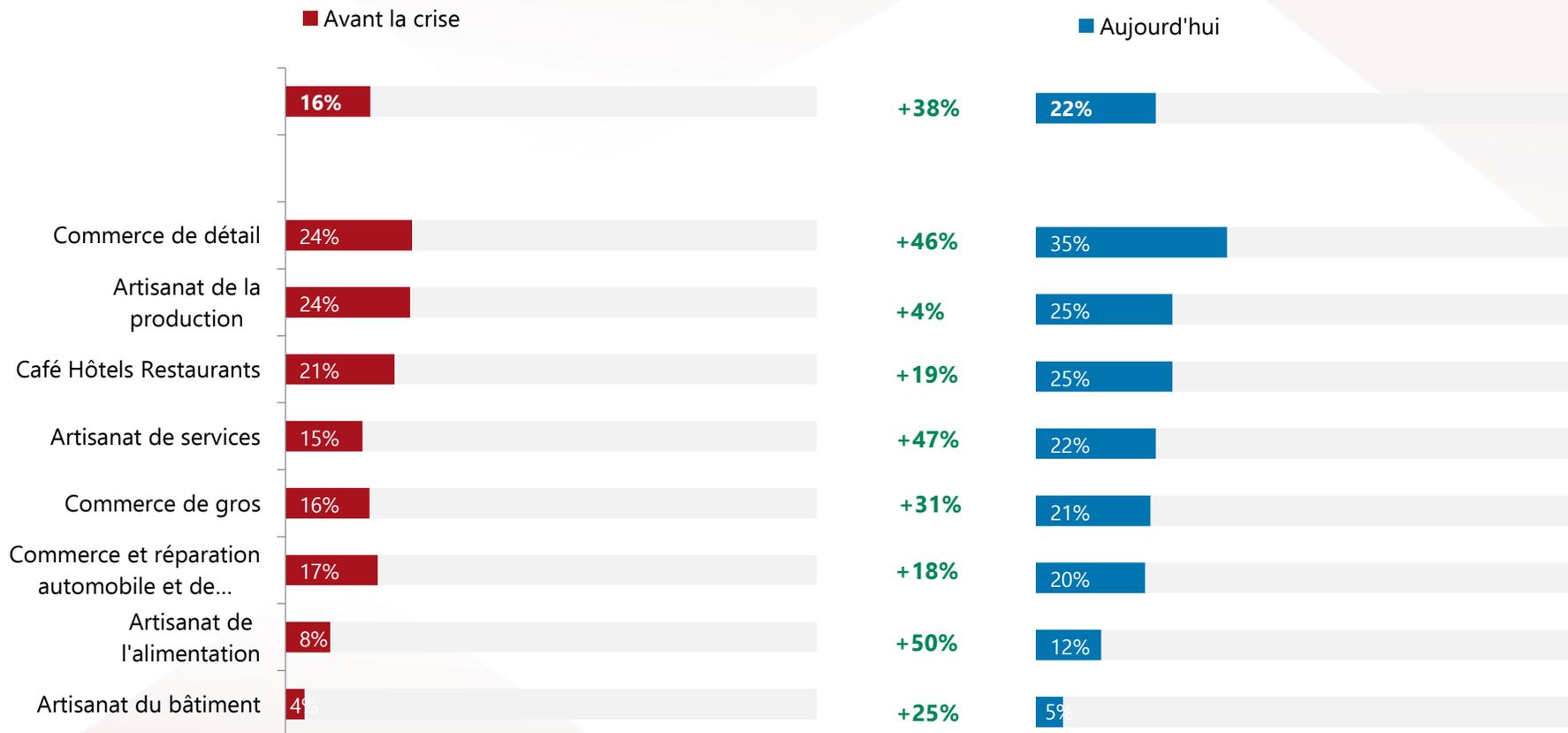
Secteur d'activité



Crise et changements

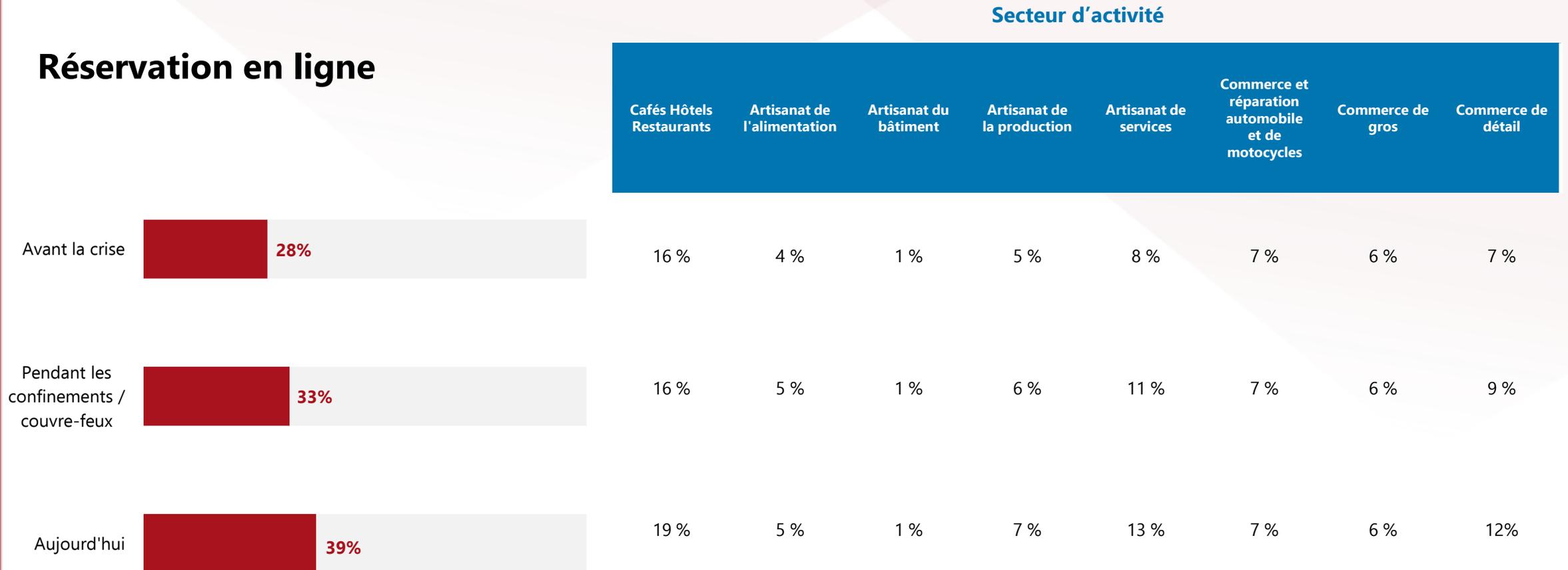
22% des entreprises interrogées proposent **des services en ligne aujourd'hui**.

Seulement **16 %** en proposaient **avant la crise**.



Crise et changements

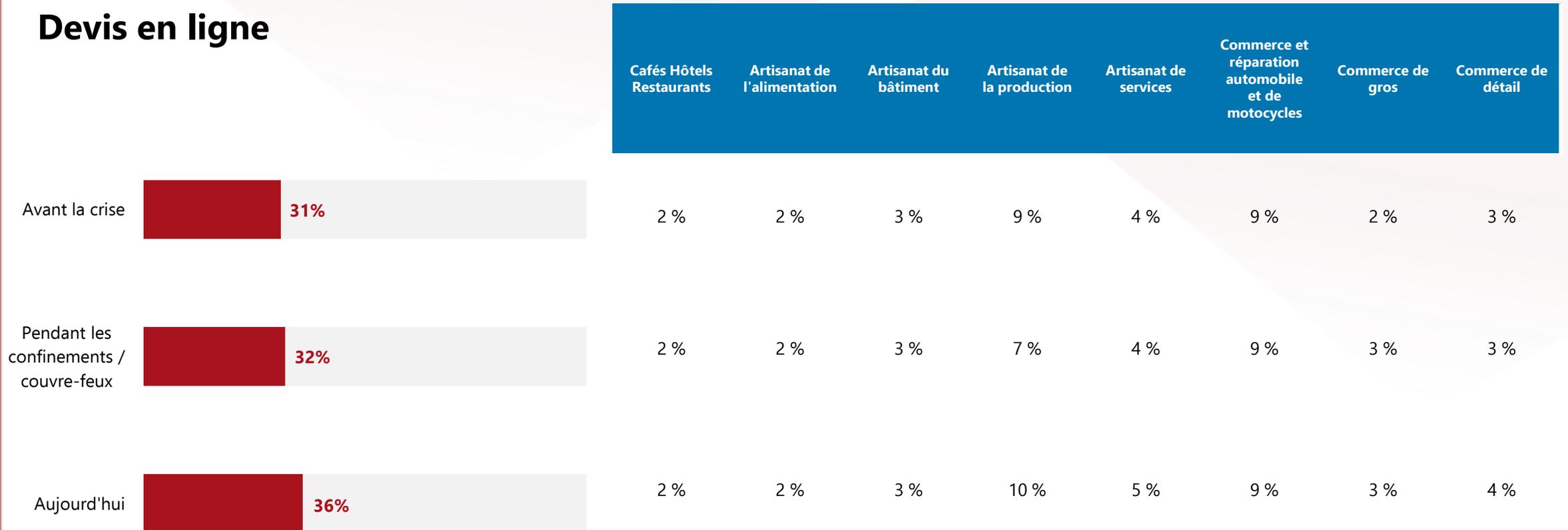
Réservation en ligne



Crise et changements

Devis en ligne

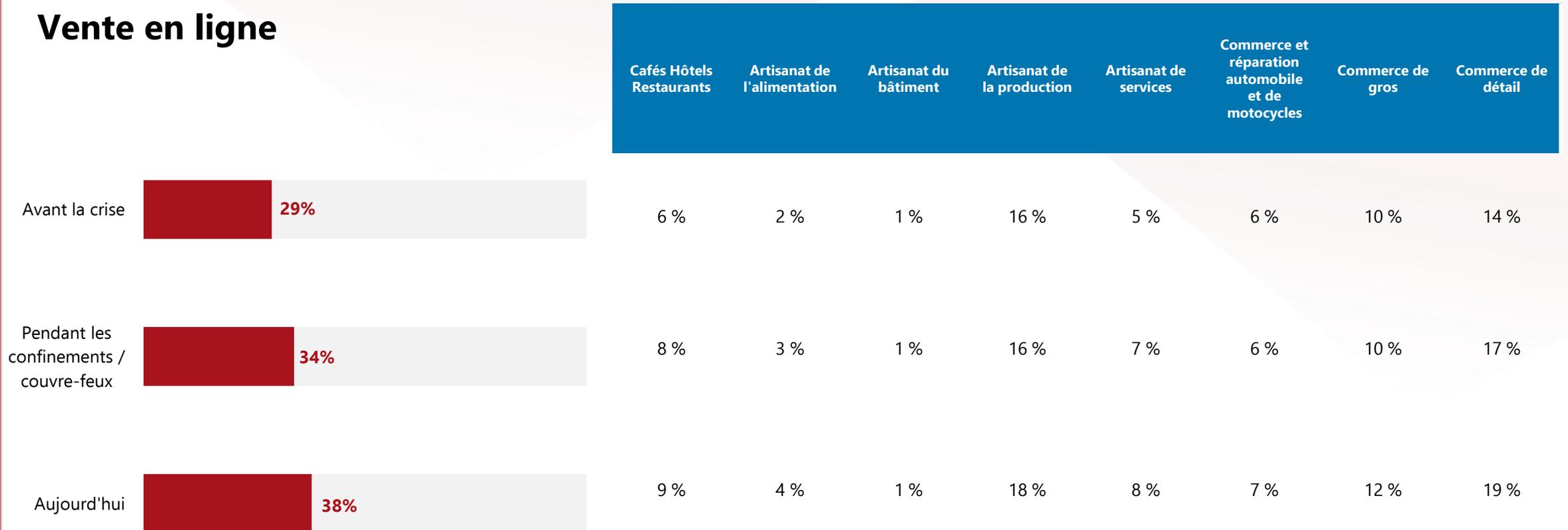
Secteur d'activité



Crise et changements

Vente en ligne

Secteur d'activité

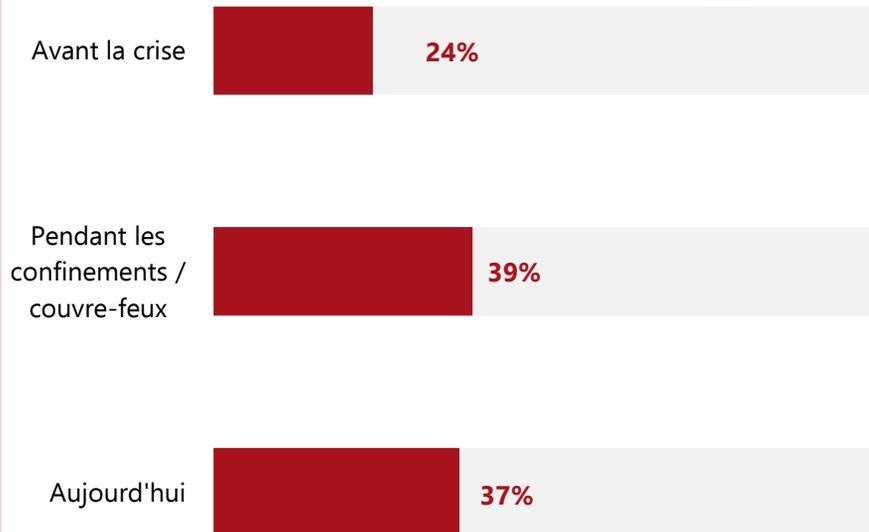


Crise et changements

Click and collect / Call and collect Drive

Secteur d'activité

Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
-----------------------------	--------------------------------	--------------------------	-------------------------------	--------------------------	--	---------------------	-----------------------

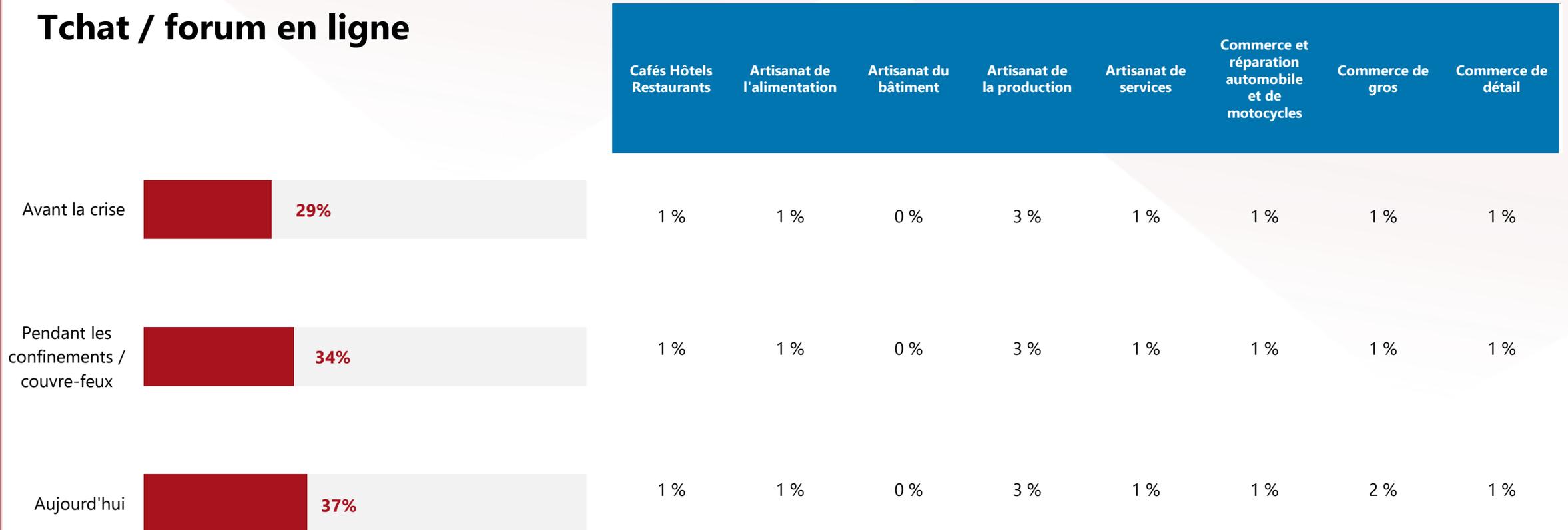


4 %	1 %	0 %	3 %	3 %	1 %	1 %	7 %
4 %	1 %	0 %	5 %	5 %	1 %	3 %	13 %
5 %	1 %	0 %	3 %	4 %	1 %	3 %	12 %

Crise et changements

Tchat / forum en ligne

Secteur d'activité

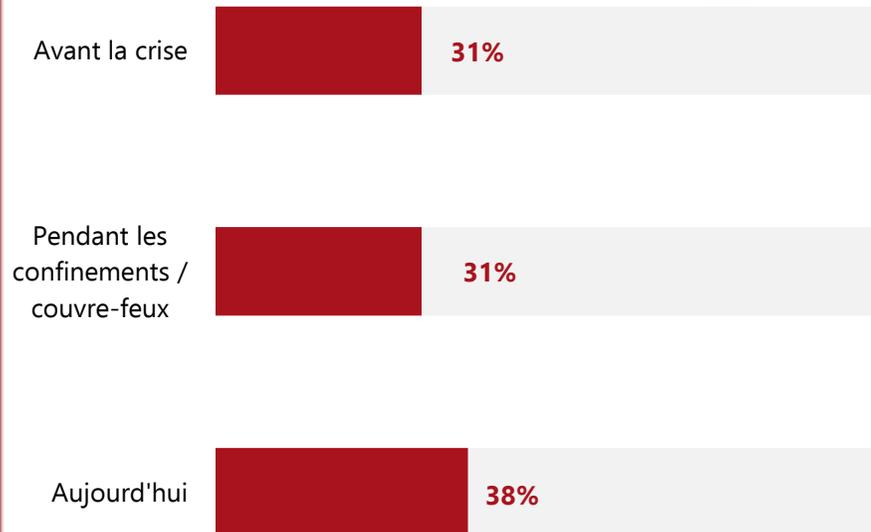


Crise et changements

Autres services en ligne

Secteur d'activité

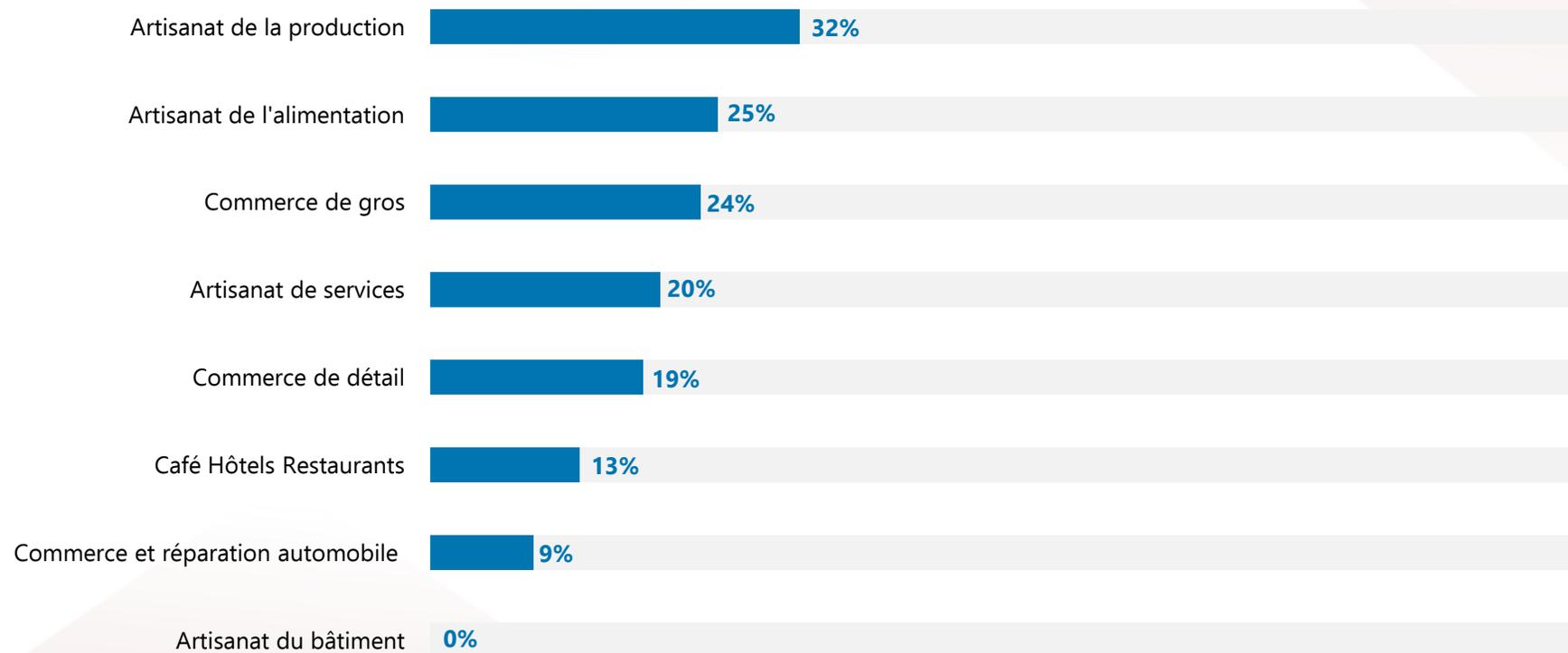
Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motos	Commerce de gros	Commerce de détail
--------------------------	-----------------------------	-----------------------	----------------------------	-----------------------	---	------------------	--------------------



1 %	1 %	1 %	0 %	2 %	1 %	3 %	3 %
1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	3 %
1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	4 %	4 %

Crise et changements

19% des entreprises interrogées ont eu recours aux marketplaces pour la vente en ligne



Besoins



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

NORMANDIE

Besoins

Les nouveaux besoins pour les prochaines années

Secteur d'activité

		Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail
Besoins en recrutement	13%	16 %	8 %	16 %	9 %	10 %	15 %	15 %	10 %
Besoins en formation	12%	10 %	7 %	13 %	14 %	21 %	11 %	8 %	10 %
Besoins en investissements productifs	12%	10 %	20 %	11 %	20 %	10 %	18 %	11 %	10 %
Besoins en innovations	7%	9 %	3 %	5 %	9 %	7 %	13 %	6 %	6 %
Besoins de conseils en développement...	6%	5 %	2 %	4 %	5 %	7 %	5 %	10 %	7 %
Autres	2%	1 %	2 %	0 %	1 %	2 %	0 %	3 %	3 %
Aucun	58%	56 %	61 %	58 %	61 %	54 %	58 %	59 %	59 %
Ne sait pas	5%	6 %	5 %	4 %	2 %	5 %	5 %	6 %	7 %

Besoins

19 % des entreprises interrogées ont exprimé des besoins en investissements et/ou besoins en innovation

Secteur d'activité

Les finalités de ces besoins

	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motos	Commerce de gros	Commerce de détail
Diversifier votre clientèle et renforcer votre image de marques	52 %	26 %	38 %	47 %	38 %	46 %	53 %	41 %
Acquérir de nouvelles parts de marché	25 %	26 %	24 %	56 %	31 %	33 %	47 %	32 %
Développer de nouvelles organisation de travail	21 %	16 %	23 %	32 %	17 %	24 %	21 %	19 %
Investir dans l'immobilier	21 %	21 %	17 %	3 %	17 %	24 %	16 %	26 %
Développer de nouvelles techniques et process de...	14 %	21 %	25 %	21 %	10 %	12 %	21 %	16 %
Réduire les coûts fixes et réaliser des économies d'échelles	14 %	16 %	17 %	15 %	10 %	6 %	0 %	11 %
Autres	5 %	0 %	16 %	3 %	12 %	0 %	5 %	11 %
Ne sait pas	0 %	5 %	0 %	3 %	2 %	3 %	0 %	1 %
Aucune	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %

Besoins

20 % des entreprises interrogées souhaitent investir dans l'immobilier

Les raisons de cet investissement

	Secteur d'activité								
	Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motos	Commerce de gros	Commerce de détail	
Agrandir la surface de production ou de vente	58%	67 %	50 %	25 %	100 %	70 %	75 %	67 %	58 %
Besoins en logistique	22%	8 %	50 %	50 %	0 %	0 %	13 %	0 %	27 %
Localisation plus pertinente	12%	0 %	0 %	33 %	100 %	0 %	0 %	33 %	12 %
Autres	22%	33 %	0 %	8 %	100 %	30 %	25 %	0 %	23 %

Besoins

25 % des entreprises interrogées ont exprimé des besoins en formation et/ou en recrutement

Secteur d'activité

Les finalités de ces besoins

		Cafés Hôtels Restaurants	Artisanat de l'alimentation	Artisanat du bâtiment	Artisanat de la production	Artisanat de services	Commerce et réparation automobile et de motos	Commerce de gros	Commerce de détail
Renforcer les effectifs / répondre à un surcroît d'activité	54%	55 %	64 %	63 %	39 %	33 %	65 %	81 %	52 %
Mettre à jour ou acquérir des connaissances métiers	40%	27 %	36 %	33 %	55 %	60 %	44 %	19 %	41 %
Mettre à jour ou acquérir des connaissances transversales	15%	13 %	0 %	10 %	26 %	15 %	0 %	19 %	23 %
Mettre en place une nouvelle organisation de travail	12%	15 %	7 %	12 %	16 %	9 %	9 %	10 %	12 %
Répondre à des obligations réglementaires	4%	8 %	7 %	3 %	0 %	2 %	9 %	0 %	3 %
Autres	2%	0 %	0 %	2 %	3 %	2 %	0 %	0 %	2 %
Ne sait pas	0,2%	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Conclusion

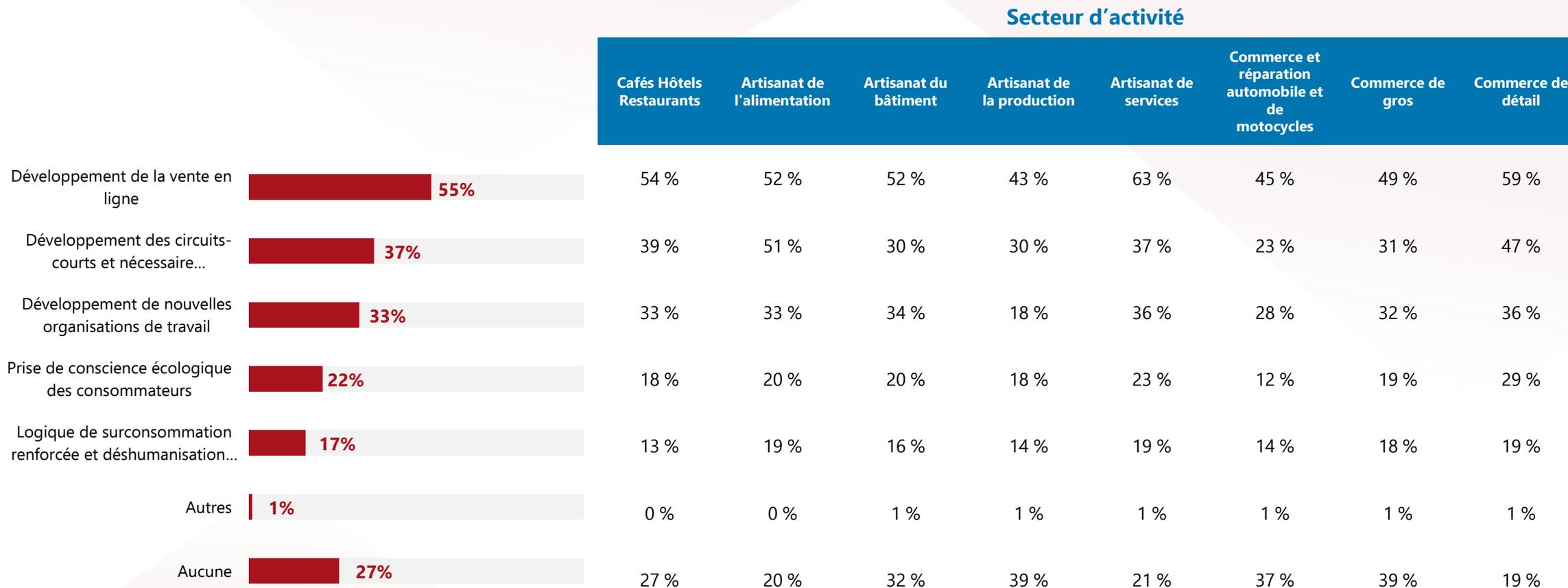


Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NORMANDIE

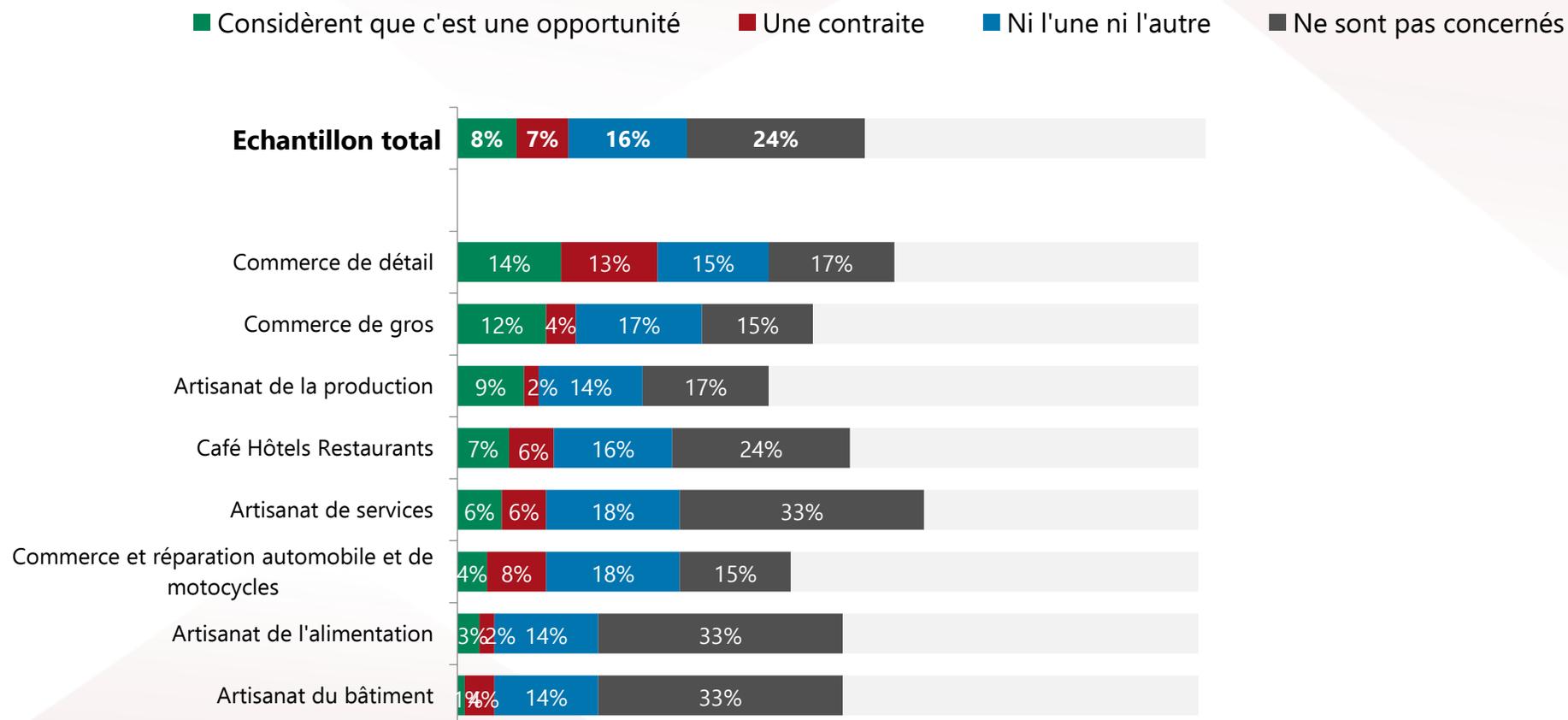
Questions générales sur la crise

Avez-vous la sensation que la crise a renforcé les phénomènes suivants ?



Questions générales sur la crise

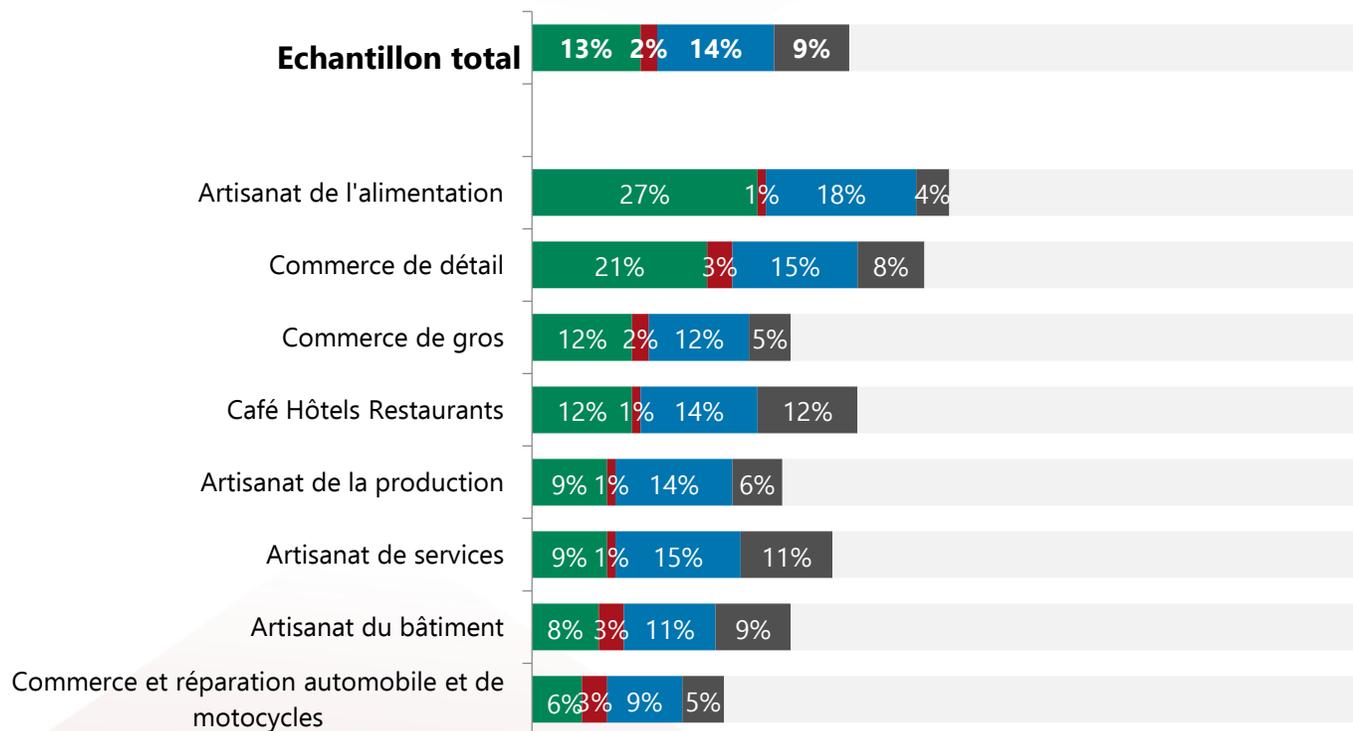
55% ont la sensation que la crise a renforcé le développement de **la vente en ligne**



Questions générales sur la crise

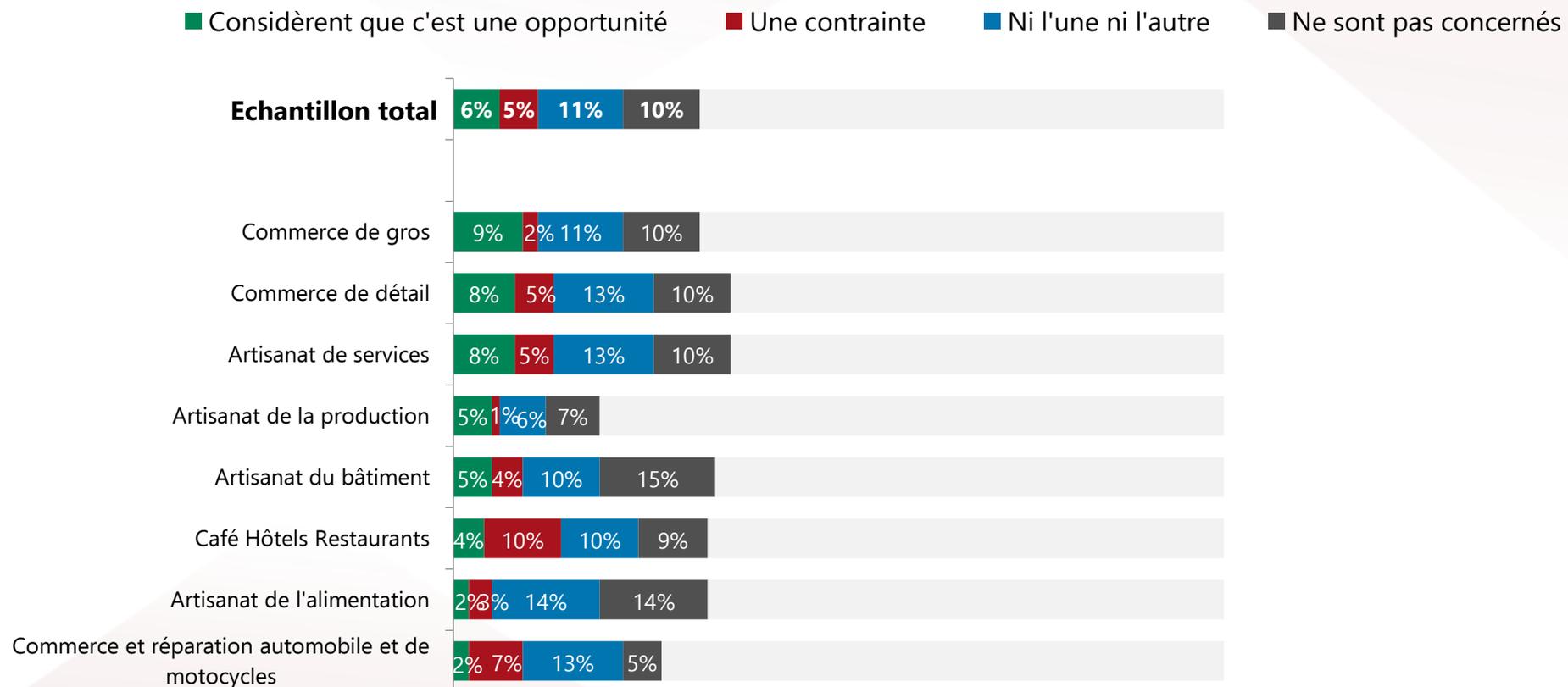
37% ont la sensation que la crise a renforcé **le développement des circuits-courts et nécessaire sécurisation des approvisionnements**

■ Considèrent que c'est une opportunité ■ Une contrainte ■ Ni l'une ni l'autre ■ Ne sont pas concernés



Questions générales sur la crise

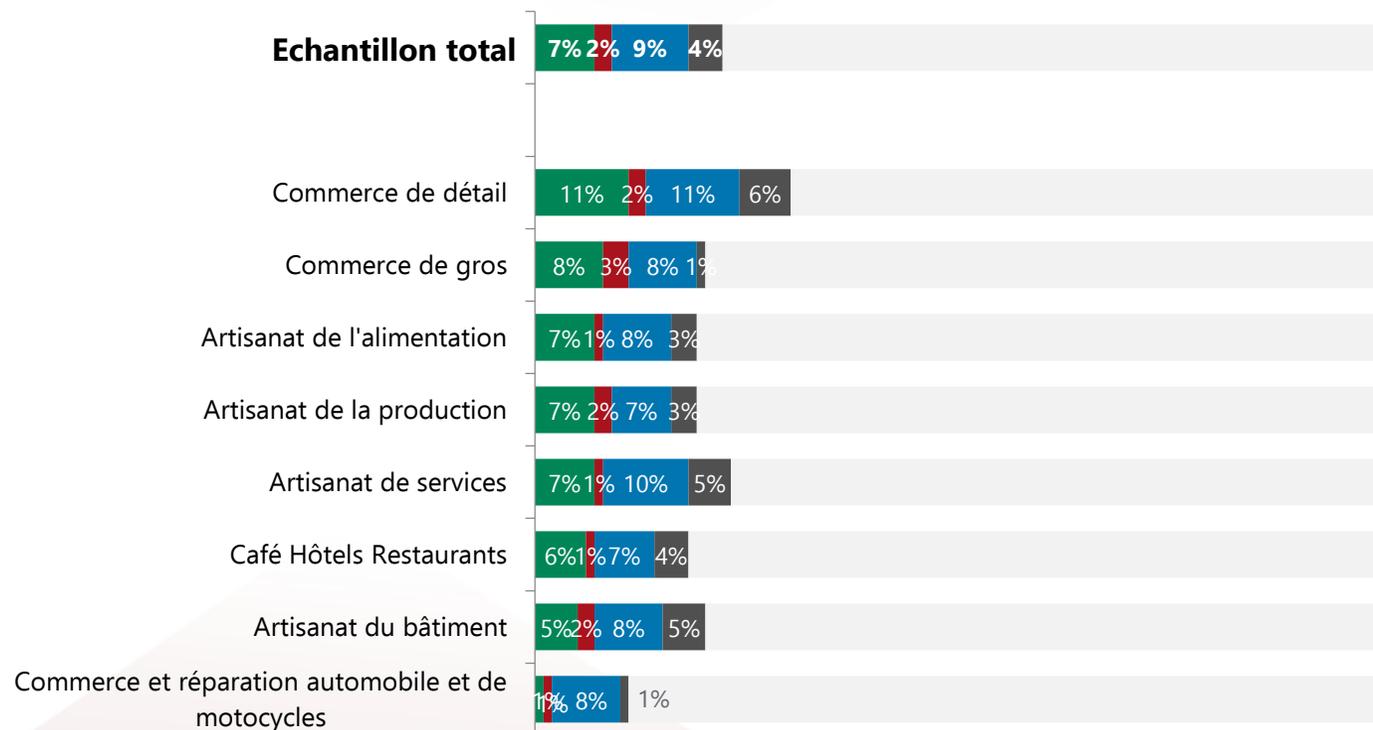
33% ont la sensation que la crise a renforcé **le développement des nouvelles organisations de travail et implications en termes de qualité de vie au travail**



Questions générales sur la crise

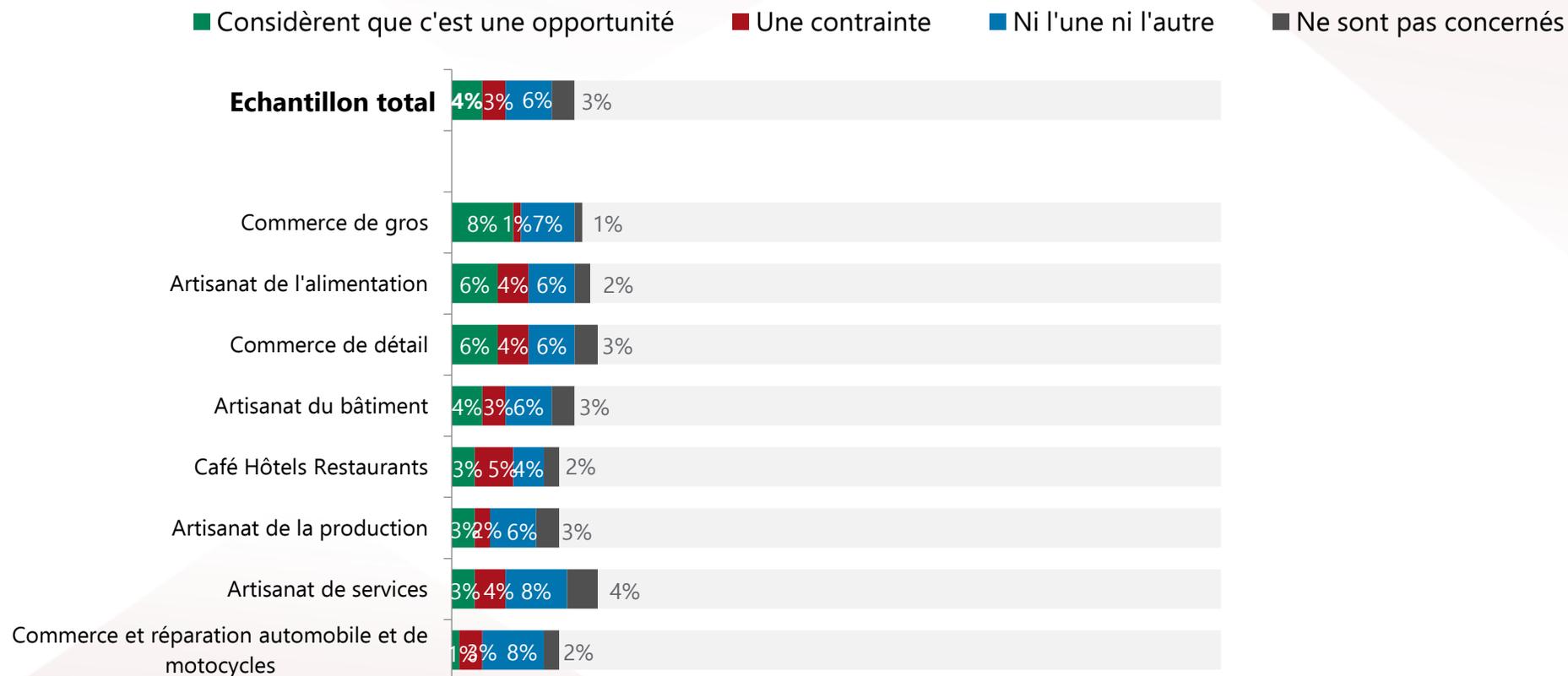
22% ont la sensation que la crise a renforcé **la prise de conscience écologique des consommateurs**

■ Considèrent que c'est une opportunité ■ Une contrainte ■ Ni l'une ni l'autre ■ Ne sont pas concernés



Questions générales sur la crise

17% ont la sensation que la crise a renforcé la **logique de surconsommation et la déshumanisation des comportements d'achats**



Questions générales sur la crise

Impacts sur les rapports

22% des entreprises interrogées pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs clients.**

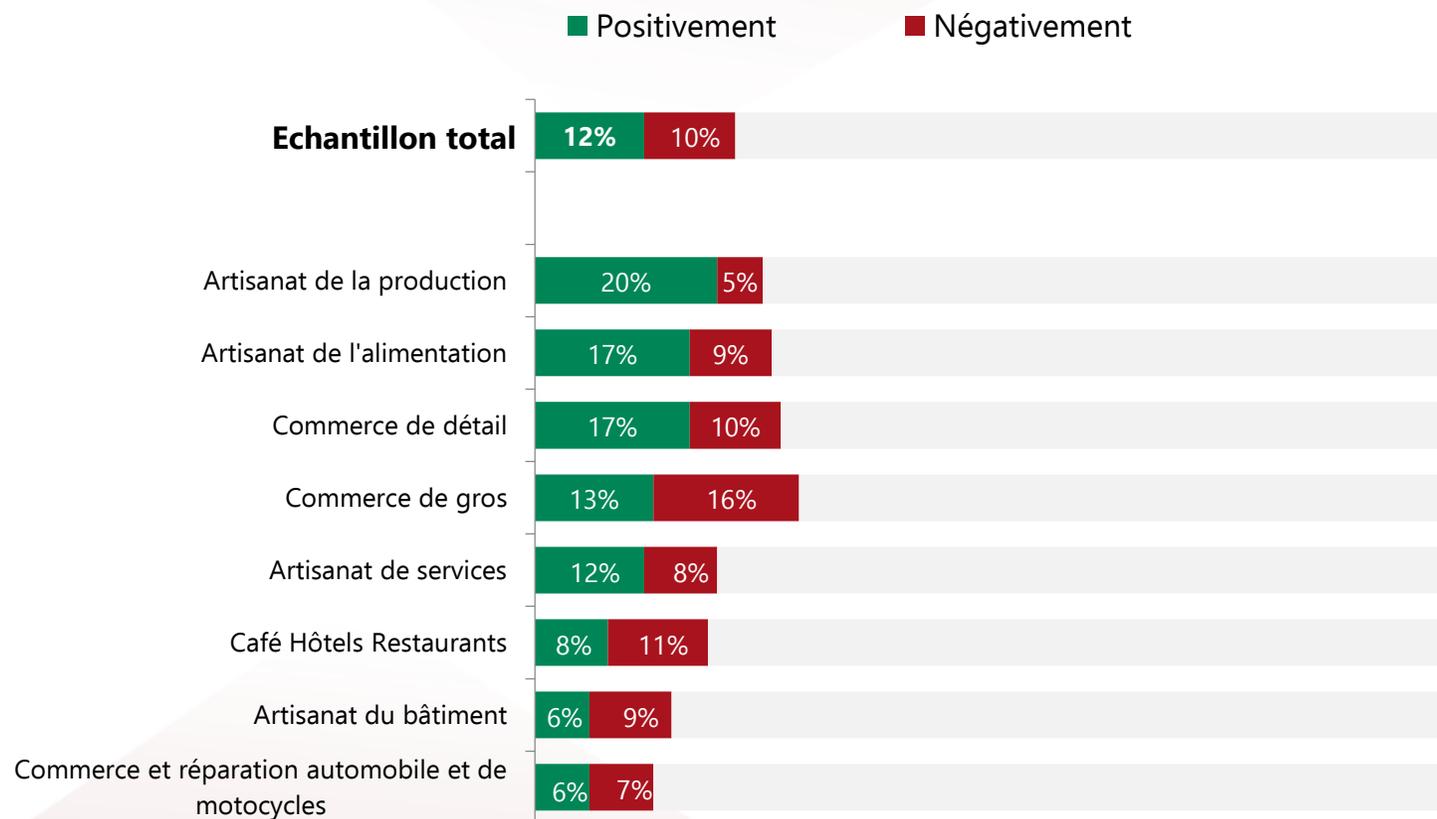
13% des entreprises interrogées pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs fournisseurs.**

2% des entreprises interrogées pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs salariés.**

1% des entreprises interrogées pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs associés.**

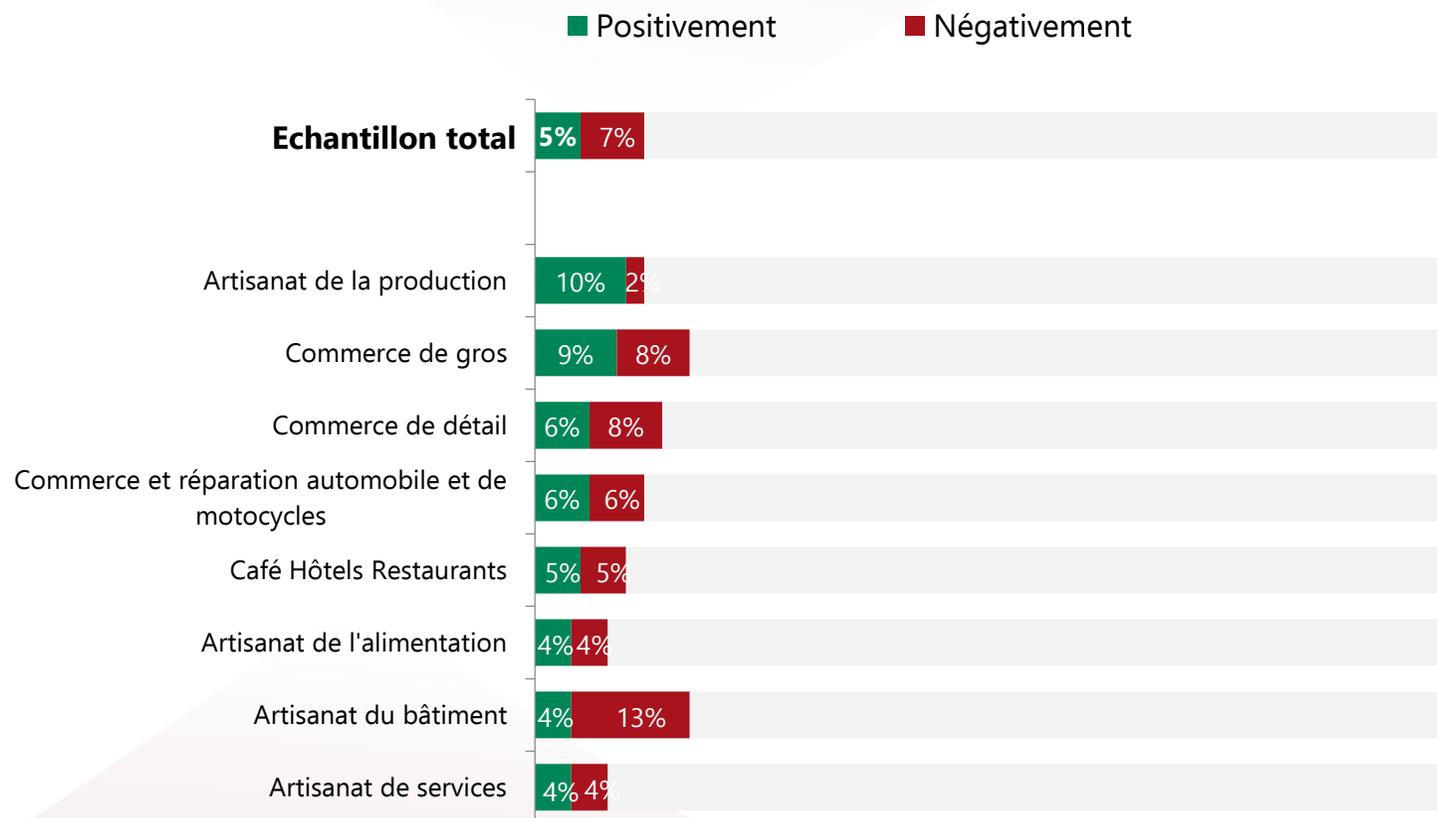
Questions générales sur la crise

22% des entreprises pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs clients**



Questions générales sur la crise

13% des entreprises pensent que ces mutations modifient **les rapports avec leurs fournisseurs**



Etat d'esprit actuel

Secteur d'activité

