

PRISE DE CONTACT APRÈS 24 MOIS DES JEUNES ENTREPRISES ARTISANALES ANNÉE 2015



Février 2016

PRÉSENTATION

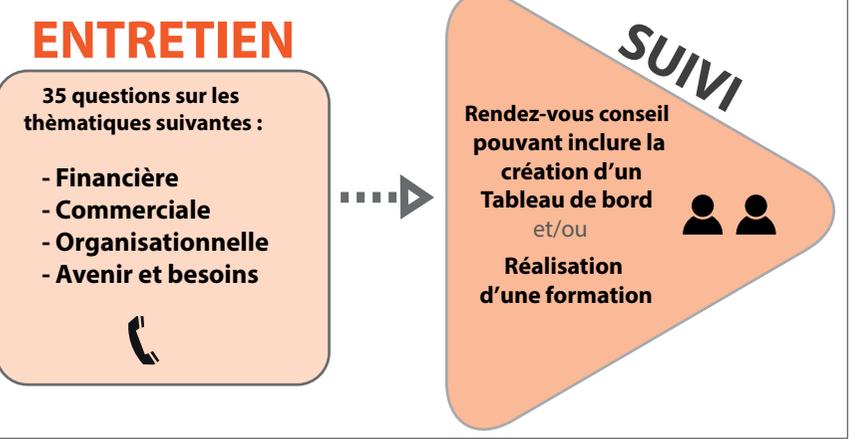
Cette nouvelle action s'inscrit dans le prolongement de la démarche « prise de contact après 7 mois menée par le réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat lancée depuis 2014. Ces contacts sont pris avec des entrepreneurs ayant nouvellement créé ou repris, qu'ils aient bénéficié, ou non, des services de la CMA pour préparer leur projet et/ou accomplir leurs formalités administratives. En 2015, l'enquête auprès des jeunes entreprises se décline désormais en deux volets : 7 mois et 24 mois.

L'objectif de cette démarche, en plus d'éviter l'isolement du chef d'entreprise débutant, demeure le même que pour l'enquête à 7 mois : prévenir les difficultés en corrigeant d'éventuelles faiblesses qui pourraient mettre en péril l'avenir de l'entreprise, mais aussi détecter des projets de développement pouvant se traduire par des investissements et/ou de l'emploi, il s'agit également d'établir une typologie des questions et problèmes auxquels sont confrontées les jeunes entreprises pour proposer des services et actions nouvelles, pour certains inclus dans l'offre de services des Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

Cette prise de contact, 24 mois après le début de l'activité, se traduit par un entretien normé qui permet de faire un tour d'horizon au sujet des premiers résultats enregistrés par les artisans et de ses constats en termes de gestion d'entreprise au sens large. L'échange peut déboucher sur un rendez-vous pouvant être réalisé si nécessaire au sein de l'entreprise ou sur une proposition de formation. Ce premier regard partagé sur la situation de l'entreprise peut se révéler d'autant plus précieux que la phase de préparation aura été « réduite » (cas de certaines micro-entreprises notamment). La durée moyenne de ce 1er contact téléphonique est de 15 à 20 min par entreprise. Des aspects d'ordre financiers, commerciaux ou encore d'organisation sont traités durant cet entretien téléphonique, sans oublier les besoins pour développer l'entreprise. En 2015, 293 jeunes entrepreneurs ont bénéficié d'un entretien avec des agents des CMAD. **Les données collectées au cours des entretiens constituent la matière de cette analyse et permettent de comparer les données de l'enquête à 7 mois à celle à 24 mois.**

 **293**
Artisans contactés en 2015

Fonctionnement du dispositif « suivi des jeunes entreprises »



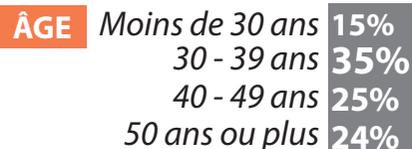
MÉTHODOLOGIE

Il n'a pas été constitué d'échantillon construit de manière scientifique pour étudier une population dont les caractéristiques reflèteraient scrupuleusement celles des jeunes entreprises dans l'Artisanat. **Le ciblage des artisans à 24 mois est davantage orienté vers les entreprises classiques, les plus susceptibles de recourir aux services des CMA pour leur besoins de développement. Seules les entreprises classiques sont concernées par les problématiques de recrutement des apprentis et de gestion des ressources humaines.**

1 PROFIL DES ENTREPRISES CONTACTÉES

Enquête à 24 mois

GENRE



FORME JURIDIQUE



*dont SARL (45%), entreprise individuelle (32%), SAS (6%) sur une part totale de 83%

TYPE DE PROJET



SECTEUR D'ACTIVITE



EXPERIENCE PRÉALABLE DANS LE MÉTIER



NIVEAU DE DIPLÔME



CONTACT PRÉALABLE AVEC LA CMA AVANT L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE



Enquête à 7 mois



ANALYSE

Le profil de ces jeunes entrepreneurs contactés après environ 24 mois d'activité diffère par rapport à celui de l'enquête à 7 mois.

Par rapport à la volonté des CMAD de cibler l'enquête à 24 mois vers les entreprises classiques, il y a mécaniquement des changements au niveau du genre avec une proportion d'hommes plus importante, ainsi qu'un âge moyen plus élevé des chefs d'entreprises. La part des repreneurs est de 27% dans la population enquêtée à 24 mois, elle est deux fois plus importante que pour le contact à 7 mois qui compte davantage de micro-entreprise.

La répartition de ces entrepreneurs dans les quatre secteurs d'activités de l'Artisanat est plutôt fidèle à leur part relative au sein du Répertoire des Métiers. La grande majorité de ces nouveaux artisans s'immatriculent dans les secteurs des Services (41%) ou du Bâtiment (31%). La part des secteurs de l'Alimentaire (15%) et de la Production (13%) est plus limitée. D'ailleurs, ces entrepreneurs sont souvent expérimentés dans le domaine d'activité de leur nouvelle entreprise, après une phase de salariat par exemple : 73% ont plus de 3 ans d'expérience, 20% moins de 3 ans d'expérience et seuls 7% n'ont pas d'expérience.

En parallèle, en analysant le niveau de diplôme de ces créateurs/repreneurs d'entreprises dans l'enquête à 24 mois, des particularités ressortent : 49% ont un niveau V (CAP), 42% ont un niveau équivalent ou supérieur au BAC, et la part des non diplômés est plus restreinte (9%) que pour la population artisanale «7 mois» et comprenant une part importante de micro-entrepreneurs (non diplômés 14%).

Créateur d'entreprise artisanale

2 FINANCES / CHIFFRE D'AFFAIRES



AVEZ-VOUS FAIT UNE DEMANDE DE PRÊTS OU D'AIDES ?

46% OUI* **54%** NON

*pour lesquels 2% de refus.



UTILISEZ-VOUS UN TABLEAU DE BORD POUR SUIVRE VOTRE ACTIVITÉ ?

80% OUI* **20%** NON

*principaux indicateurs de suivi : Chiffre d'affaires (48%), le nombre de clients (21%), la Trésorerie (5%), les Devis/Commandes (3%), autres (3%) **sur une part totale de 80%**



ÊTES-VOUS SATISFAIT DE VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES ?

86% OUI* **14%** NON

*25% estiment qu'ils pourraient mieux faire



RENCONTREZ-VOUS DES PROBLÈMES DE TRÉSORERIE ?

14% OUI* **86%** NON



AVEZ-VOUS DE BONNES RELATIONS AVEC VOTRE BANQUIER ?

28% Très bonnes **55%** Bonnes **6%** Plutôt mauvaises **2%** Très mauvaises

9% aucune relation directe

ANALYSE

Moins de la moitié des artisans interrogés a sollicité une aide ou un prêt pour réunir les capitaux nécessaires au montage de leur projet de création/reprise. La part des refus de financement est très faible (2%) pour cette population. Les demandeurs éconduits ont trouvé une solution de substitution. Les entrepreneurs pour lesquels l'obtention d'un prêt était capital ont évidemment différé ou abandonné leur projet.

Une fois l'entreprise immatriculée, pour suivre sa vitalité économique et financière, il est fortement recommandé d'établir un Tableau de Bord. Ils sont 80% à utiliser cet outil contre seulement 60% des artisans enquêtés à 7 mois.

Le tableau de bord leur permet de faire le suivi de l'activité aux moyens du chiffre d'affaires (48% des réponses), le nombre de clients (21%), la trésorerie (5%), ou les devis/commandes (3%).

Le chiffre d'affaires demeure le principal indicateur suivi par le chef d'entreprise. Il illustre la montée en puissance de la nouvelle entreprise ou, à l'inverse, des dysfonctionnements à corriger pour retrouver le chemin de la croissance : 86% des nouveaux entrepreneurs se déclarent satisfaits de leur chiffre d'affaires et un quart (25%) estiment même qu'ils pourraient mieux faire. Ils sont 14% à être déçus de leur résultats.

Assez logiquement, on retrouve la même répartition au niveau des problèmes de trésorerie qui découlent souvent de la santé économique de l'entreprise : 14% des entreprises déclarent avoir des problèmes de trésorerie.

Fort heureusement, les relations du jeune chef d'entreprise avec son banquier sont globalement bonnes : 83% des réponses dont 28% les qualifient même de «très bonnes». En revanche, une part des artisans (9%) déclarent ne pas avoir de relation directe avec lui.



Finances
Chiffre d'affaires

3 ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE



ÊTES-VOUS SATISFAIT DE VOTRE NOMBRE DE CLIENTS ?

86% OUI* **14%** NON

**dont 23% estiment qu'ils ont une marge de progrès*



RENCONTREZ-VOUS DES DIFFICULTÉS DE PAIEMENT DE VOS CLIENTS ?

69% NON BONS PAYEURS **27%** OUI PONCTUELLEMENT **4%** OUI CRÉANCES IMPORTANTES



NÉGOCIEZ-VOUS RÉGULIÈREMENT AVEC VOS FOURNISSEURS ?

48% Tout le temps **32%** En fonction des opportunités **7%** Pas besoin, petites quantités **6%** Jamais **7%** Rarement



QUELS MOYENS UTILISEZ-VOUS POUR VOUS FAIRE CONNAÎTRE ?

64% Bouche à oreille **16%** Site Internet **9%** Réseaux sociaux **8%** Prospectus **3%** Presse



CONNAISSEZ-VOUS LES QUALIFICATIONS PROFESSIONNELLES ET LES LABELS SPÉCIFIQUES À VOTRE ACTIVITÉ ?

72% OUI **19%** OUI POUR LA PLUPART **1%** NON MAIS INTERESSÉ **8%** NON MAIS PAS INTERESSÉ

ANALYSE

Le chiffre d'affaires de l'entreprise dépend de sa capacité à capter un nombre suffisant de clients. Sur ce point, 86% des artisans interrogés sont satisfaits de leur clientèle actuelle.

Ces nouveaux artisans ne semblent pas rencontrer de difficultés particulières de paiements suite à la réalisation de leurs prestations : 69% considèrent leurs clients comme bons payeurs, 27% ont pu ponctuellement avoir des difficultés et 4% concèdent l'existence de créances importantes.

En matière de relations avec leurs fournisseurs, il semble que le dialogue sur le prix est fréquent : 48% déclarent le faire systématiquement et 32% en fonction des opportunités. C'est clairement un facteur de compétitivité pour ces entreprises artisanales et un facteur de rentabilité qui ne doit pas être négligé.

Pour faire connaître leurs produits et services, les moyens de communication sont cruciaux mais parfois sous-exploités. L'utilisation par les artisans des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) n'est pas toujours fréquente dans ce domaine. En revanche, ils misent fortement sur les réseaux de personnes qui véhiculent la notoriété des artisans et leur permet de décrocher de nouveaux contrats ou de nouvelles ventes : 64% des artisans privilégient ce type de communication informelle.

Si dans un certain nombre de cas, cette méthode peut se révéler efficace pour maintenir son chiffre d'affaires, il est légitime de s'interroger sur sa pertinence pour franchir des paliers significatifs et développer davantage l'activité. Dans cette optique, la part des jeunes artisans disposant d'un site internet (16%) reste faible au regard de la portée potentielle de l'outil numérique.

Pour se distinguer de la concurrence et/ou asseoir sa notoriété, il est également possible de recourir à des labels spécifiques (ex: Viennoiseries 100% maison, RGE) ou de mettre en avant une qualification professionnelle. Ces options semblent bien connues par ces nouveaux artisans : 72% s'estiment bien informés en la matière et 19% affirment connaître la plupart de ces signes distinctifs.



Activité de l'entreprise

4 ORGANISATION DE L'ENTREPRISE



COMBIEN DE SALARIÉS EMPLOYEZ-VOUS ?

55% AUCUN **45%** ...



L'EFFECTIF A-T-IL EVOLUÉ PAR RAPPORT AU PRÉVISIONNEL ?

50% STABLE **26%** EN HAUSSE **24%** EN BAISSSE



FORMEZ-VOUS OU ENVISAGEZ-VOUS DE FORMER DES APPRENTIS ?

21% OUI J'EN FORME **31%** NON MAIS J'AI L'INTENTION D'EN FORMER **48%** NON ET JE N'AI PAS L'INTENTION D'EN FORMER



ÊTES-VOUS EN CONTACT AVEC D'AUTRES CRÉATEURS ?

82% OUI **18%** NON*
**dont 4% le regrettent*



APPARTENEZ-VOUS À UN RÉSEAU PROFESSIONNEL ?

37% OUI **63%** NON*
**dont 5% qui souhaiteraient rejoindre un réseau professionnel*



AVEZ-VOUS RENCONTRÉ DES DIFFICULTÉS AVEC LES ADMINISTRATIONS DEPUIS VOTRE CRÉATION ?

7% OUI **93%** NON



QUI GÈRE LES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS ?

33% Moi **33%** Expert comptable **34%** Conjoint



Activité de l'entreprise

ANALYSE

Parmi les entreprises inscrites au Répertoire des Métiers, près de la moitié (45%) emploient un ou plusieurs salariés. Cette configuration se retrouve dans le panel 2015. Au cours des 24 premiers mois d'activité, si l'effectif a plus progressé que initialement prévu pour 26%, 24% des entreprises ont diminué leur effectif.

La présence d'apprentis dans ces entreprises est plutôt élevée (21% des réponses). Les entreprises classiques de l'Artisanat continuent à jouer leur rôle pour former des jeunes en apprentissage, y compris les plus récentes. L'intérêt pour l'apprentissage est visible : 31% des chefs d'entreprises déclarent avoir l'intention d'en former à l'avenir. *Rappel : Par définition, les micro-entrepreneurs ne peuvent pas former de jeunes (une installation sur deux est faite sous ce régime ces dernières années).*

Les réseaux de relations que peuvent tisser les nouveaux artisans pour échanger leurs expériences et sur la vie de leur entreprise, semblent particulièrement développés : 82% déclarent entretenir des contacts avec d'autres professionnels, notamment des néophytes. Ces nouveaux artisans font face aux mêmes difficultés et peuvent ainsi partager leur vécu au sujet de l'administration, des financeurs, de la gestion des salariés, de la relation client ou de la comptabilité. Pour les questions techniques, ces créateurs ont recours aux réseaux professionnels. Ils sont plus d'un tiers à être déjà adhérents d'un réseau (37%) et 5% souhaiteraient en rejoindre un prochainement.

En ce qui concerne le rapport entre les artisans et les administrations, il semble plutôt bon. Une part infime a déjà rencontré des difficultés avec les services de l'état depuis la création de leur entreprise (7%).

En revanche, au sujet de gestion au sein de l'entreprise des documents, il y a trois cas de figure qui se dessinent : elle est réalisée par le conjoint (34%), l'artisan lui-même (33%), l'expert-comptable (33%). Il y a une grande disparité en fonction de la taille de l'entreprise, le secteur d'activité ou la qualification du conjoint en la matière.



COMMENT ESTIMEZ-VOUS L'ÉVOLUTION DE VOTRE SITUATION DANS 6 MOIS ?

45% meilleure **32%** Equivalente **18%** Pas de projection
1% Dégradée **4%** Arrêt d'activité

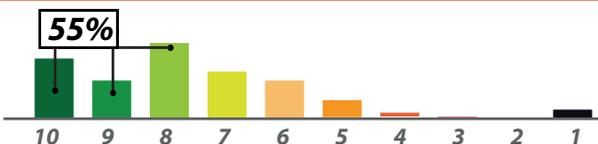


VOUS SENTEZ-VOUS À L'AISE EN TANT QUE DIRIGEANT D'ENTREPRISE ?

57% OUI TRÈS À L'AISE **37%** OUI ASSEZ À L'AISE **5%** NON PAS TRÈS À L'AISE **1%** NON PAS DU TOUT À L'AISE



SUR UNE ÉCHELLE DE 1 À 10, COMMENT SITUEZ-VOUS VOTRE MORAL ?



AVEZ-VOUS PRÉVU D'EFFECTUER DES EMBAUCHES ?

17% OUI **83%** NON — 74% pas le besoin
 9% pas les moyens



AVEZ-VOUS DES BESOINS EN FORMATION ?

46% OUI* **54%** NON

*dont pour moi-même (47%), pour mes salariés (45%), pour moi et mes salariés (8%)

OUI — **FORMATION TECHNIQUE 64%**
FORMATION GÉNÉRALISTE 27%
LES DEUX 9%



AVEZ-VOUS PRÉVU DE RÉALISER DE NOUVEAUX INVESTISSEMENTS ?

62% OUI* **38%** NON



AVEZ-VOUS PRÉVU UNE ACTION COMMERCIALE ?

49% OUI* **51%** NON — 46% pas le besoin
 5% pas les moyens

*parmi lesquels Salon/exposition (64%), Portes ouvertes (23%), Site internet (10%), Réseaux sociaux (2%), Mailing (1%)

ANALYSE

La perception de l'avenir de leur activité semble plutôt bonne : 45% estiment que leur situation sera meilleure dans 6 mois et un tiers (32%) pense qu'elle sera au moins équivalente. Seuls 5% des artisans supposent qu'il sera négatif (4% anticipent un arrêt de l'activité et 1% une situation difficile). Les autres, près d'un sur cinq, ne se prononcent pas. Lorsque l'on demande aux artisans s'ils se sentent à l'aise en tant que dirigeant d'entreprise, les réponses obtenues sont elles aussi globalement positives ou très positives : 57% se sentent très à l'aise et 37% assez à l'aise. La satisfaction liée à la réalisation d'un projet professionnel et personnel est réelle. Le moral de ces nouveaux artisans est plutôt dans le vert : 55% d'entre eux le situent entre 8 et 10 sur une jauge d'optimisme. Toutefois, ces résultats sont en retrait par rapport à l'enquête à 7 mois, environ 10 points de moins. La confrontation du chef d'entreprise avec la réalité de la vie de l'entreprise sur une période longue (2 ans) peut expliquer ces chiffres.

Parmi les projets de ces chefs d'entreprise, il est intéressant de constater qu'ils sont près de 17% à prévoir des embauches pour accompagner le développement de leur activité. Au sein des 83% d'artisans qui ne prévoient pas d'embaucher, 9% recensent pourtant de réels besoins de main d'œuvre mais affirment ne pas disposer des ressources financières pour cela.

Dans le même temps, 46% des artisans expriment des besoins en matière de formation (savoirs techniques, gestion, bureautique) au sein de leur entreprise. Plus de quatre fois sur dix ces formations seraient suivies par l'artisan lui-même, et dans la même proportion par un ou plusieurs salariés. Contrairement à ce que l'on observe en interrogeant les artisans dans l'enquête à 7 mois, ils sont davantage demandeurs de formation technique liée à leur activité : 64% des réponses obtenues.

Pour accompagner le développement de leur entreprise, plus de la moitié des artisans interrogés (62%) prévoient d'effectuer prochainement des investissements : en matériels, dans l'immobilier ou dans d'autres domaines pour acquérir des outils de gestion par exemple.

Près de cinq artisans sur dix ont déjà prévu de lancer des démarches commerciales pour diversifier et accroître leur clientèle. Parmi les actions commerciales planifiées, la participation à un salon/une exposition (64%), un événement de type "portes ouvertes" (23%), la création d'un site internet (10%), les réseaux sociaux (2%) et l'utilisation d'e-mailing (1%) sont les plus souvent cités.